ANATOMIE ÚSPĚCHU

BE THE BEST!

Šílenství podle Einsteina

EGON KULHÁNEK & PAVEL POLÁK

FENOMÉN
NextGen

OSOBNOSTI • SOUVISLOSTI • VÝZVY • INSPIRACE

Kdy jindy než teď.
Audi now.

Pořiďte si nyní **Audi Q4 e-tron**
na operativní leasing.

Q4
e-tron

Audi
Financial Services

Úvěr. Leasing. Pojištění. Mobilita.

12 999 Kč | **měsíčně bez DPH**

ROS, a.s.
Poříčí 124/3, Brno
www.audi.cz/ros

- **Kompletní pojištění Audi Platinum**
- **Servis a záruka vozu po celou dobu financování**
- **Atraktivní paket Gravity**
- **Nulové počáteční investice**

Vzorový příklad operativního leasingu na vůz Audi Q4 e-Tron 125 kW v ceně 1 235 300 Kč. Doba pronájmu 48 měsíců a nájezd 10 000 km ročně. Uvedená pravidelná měsíční splátka 12 999 Kč bez DPH. Tato nabídka platí pouze pro podnikatele. Splátka obsahuje záruční a pozáruční servis po celou dobu pronájmu vozidla, dále obsahuje povinné a havarijní pojištění s 10% spoluúčastí, pojištění vnějších skel do limitu 10 000 Kč a pojištění GAP. Tato indikativní nabídka není nabídkou ve smyslu § 1732 zákona č. 89/2012 Sb, občanského zákoníku, a jejím přijetím nevzniká mezi společností ŠkoFIN s.r.o., a druhou stanou závazkový vztah. Hodnoty spotřeby paliva a emisí CO_2: 15,8-17,8 kWh/100 km, 0 g/km. Vyobrazený model je pouze ilustrativní

„ZAČÁTEK, TO JE TA NEJDŮLEŽITĚJŠÍ SOUČÁST KAŽDÉ PRÁCE.“

PLATÓN (ŘECKÝ FILOZOF, 427 – 347 PŘ. N. L.)

Petr Karban
šéfredaktor

Možná budete mít chuť s Platónem nesouhlasit. I já ji měl. Začátek je jistě důležitý, ale ověnčit ho aureolou nejvyšší důležitosti? Vždyť je to jen začátek a záleží na každém dalším kroku. Kolik skvělých začátků již bylo zmarněno? Kolik začátků se v každé vteřině odehrává? A kolik ambiciózních začátků nevede k žádným koncům?

To všechno se tváří jako argumenty. Jenže… Ať děláte, co děláte, na vrchol dojdete jen tehdy, když se vydáte na cestu. A zpravidla je řada důvodů, proč ten první krok neudělat. Vrchol je moc vysoko, případně moc daleko, cesta není z nejpohodlnějších, počasí, jak už to bývá, také není ideální – buď je příliš velká zima nebo vichr a bouře nebo zase nesnesitelné horko – a vůbec, celé je to vlastně dost nejisté.

Nepřipomíná vám to něco? Začátky vlastního podnikání? Bingo. A kdybyste tehdy nebyli začali, s jistotou lze říci, že byste dnes nebyli tam, kde jste. Slyším námitku rejpalů, že také byste mohli být i dál, ale musím ji odmítnout. Už jen proto, že nikdo neví, kde to dál vlastně je. Život má jednu svým způsobem krutou, ale velmi pozitivní vlastnost – neprobíhá paralelně v několika variantách, a není nám tudíž vlastně vůbec umožněno hrát hru co by kdyby. Můžeme žít jen to, čeho se sami odvážíme.

A tudíž, ačkoliv filozofovat o začátcích a koncích lze donekonečna, Platón měl pravdu. Začít je to vůbec nejdůležitější. Přesto si dovolím vám i sobě popřát po začátcích vždy ty nejlepší možné konce…

Přiznávám, říkám to i proto, že držíte v rukou toto vydání našeho magazínu, které má ambice být začátkem jeho nové éry. Tak ať se vám líbí. ■

VYDÁVÁ: COT group, s. r. o., Komplex Olšanka, Táboritská 23/1000, 130 00 Praha 3, +420 226 257 720 **REDAKČNÍ RADA:** Gabriela Ben Ahmed, Eva Frindtová **ŠÉFREDAKTOR:** Petr Karban, petr.karban@cot.cz **FOTO NA TITULNÍ STRANĚ:** David Kraus **FOTO EDITORIAL:** Jakub Hněvkovský **LAYOUT:** Margarita Andrsova **GRAFICKÁ ÚPRAVA A SAZBA:** Margarita Andrsova **PRODUKCE:** Lucie Jonáková, Martina Pomykalová **EVENTY:** Lucie Řežábková, lucie.rezabkova@cot.cz **MARKETING:** Zdeněk Novák, zdenek.novak@cot.cz **KOREKTURY:** Zdeněk Švehla **INZERCE:** COT group, s. r. o., +420 226 257 720, inzerce@cot.cz **UZÁVĚRKA TEXTŮ:** 23. 6. 2021 **DISTRIBUCE:** V tištěné verzi neprodejné, rozšiřováno adresnou distribucí. V elektronické verzi zdarma dostupné prostřednictvím služby www.floowie.com, www.alza.cz/media a na stránkách www.cotmedia.cz **TOTO ČÍSLO VYCHÁZÍ:** 7. 7. 2021 • ISSN 1214-6315 • Evidenční číslo MK ČR E 15014 • Vydavatel neručí za obsah inzerátů.

NEPŘEHLÉDNĚTE

BE THE BEST
LÉTO 2021

06 **SOUVISLOSTI**
08 ŠÍLENSTVÍ PODLE EINSTEINA
18 TENISÁKY NEMÁ SMYSL CHYTAT DO FOTBALOVÉ SÍTĚ
20 UMĚNÍ VIDĚT DO KAMENE

32 **OSOBNOSTI**
34 HLEDÁNÍ ROVNOVÁHY
40 JSEM RÁD, ŽE MÁME NOHY V HLÍNĚ
44 PRAHU OVLÁDL PAN BUCHTIČKA

NENÁPADNÝ PŮVAB DIAMANTOVÉHO ŠPERKU

DIAMANT SI NEZASLOUŽÍ LEŽET V SEJFU. ALESPOŇ NE CELÝ SVŮJ ŽIVOT. VSAĎTE JEJ DO JEDINEČNÉHO ŠPERKU, KTERÝ PODTRHNE VAŠI OSOBNOST. UŽ ZE SKIC NA PŘEDĚLECH TOHOTO ČÍSLA JE PATRNÉ, ŽE SNOUBENÍ DOKONALÉHO ŘEMESLA ZLATNÍKŮ NOBLESS CZECH A JEDINEČNOSTI VZÁCNÝCH BAREVNÝCH DIAMANTŮ DÁVÁ VZNIKNOUT ŠPERKŮM, KTERÉ MOHOU BÝT SYMBOLY ÚSPĚCHU RODU.

52 **FENOMÉN**
58 CHUŤ DVOU GENERACÍ
64 NEBOUCHEJTE DO STOLU NOVÝMI HODNOTAMI
66 NEJHORŠÍ ZKUŠENOST JE ÚSPĚCH

68 **VÝZVY**
70 JSME NABLÍZKU V KAŽDÉM OKAMŽIKU, PRO KAŽDÝ PŘÍPAD
78 INVESTIČNÍ DŮM JE UNIKÁTNÍ PŘÍLEŽITOST DOBY

82 **INSPIRACE**
84 KOLIK ŽIVOTŮ MÁ LEGENDA?
90 ŽABKY DO VELBLOUDÍ TRÁVY
94 KAMENNÁ KRÁSA V INTERIÉRU

SONNENBERG

SWISS LUXURY BEDS

DESIGN BY NOVAGUE

IDA DESIGN AWARDS 2020

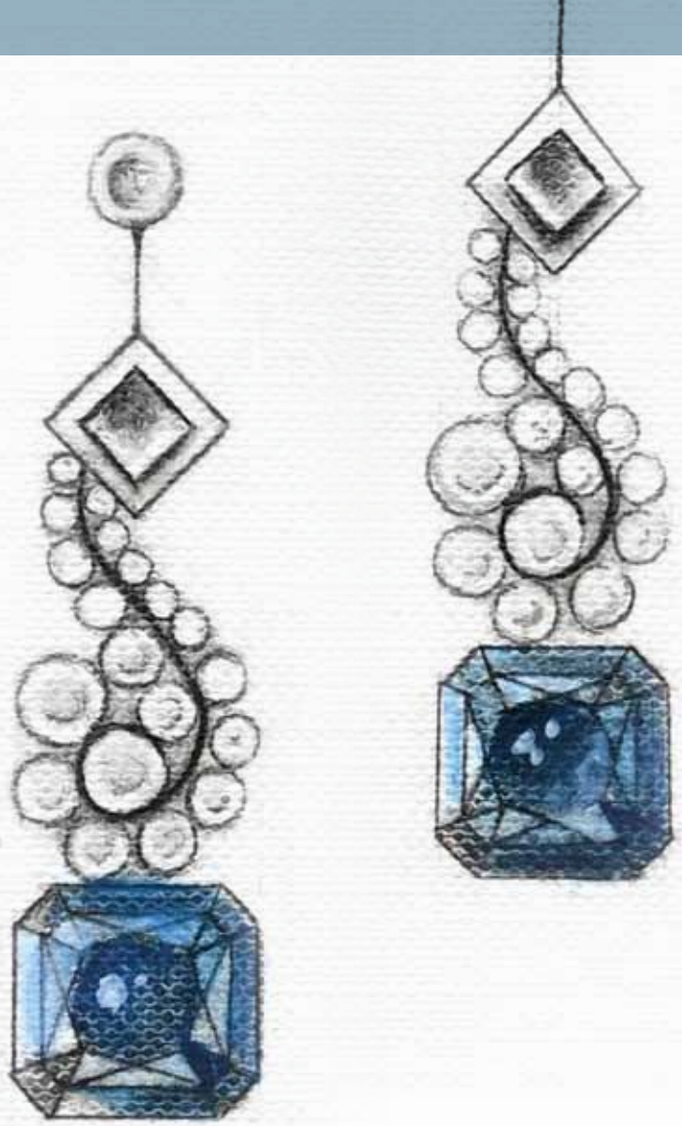
Exkluzivně na showroomu:

GRAND BEDS SHOWROOM

CAMPUS SQUARE, budova DE

Palachovo náměstí 5, Brno

GRANDBEDS.COM



SOUVISLOSTI

08 **ŠÍLENSTVÍ PODLE EINSTEINA**
Egon Kulhánek & Pavel Polák | Hudební divadlo Karlín

16 **MALÁ VÍTĚZSTVÍ A VELKÉ RADOSTI**
Ivana Leidlová | Zámek Liteň

18 **TENISÁKY NEMÁ SMYSL CHYTAT DO FOTBALOVÉ SÍTĚ**
Jiří Stich & Jaroslav Kašický | Nano2Health

20 **UMĚNÍ VIDĚT DO KAMENE**
Marek Sváta | Nobless Czech

22 **LETŇANSKÉ VÝSTAVIŠTĚ SE POMALU OTEVÍRÁ KULTUŘE I VELETRHŮM**
Tomáš Kotrč | ABF

24 **HLADINKY, ŠNYTY, MLÍKA A ČOCHTANI**
Martina Navrátilová | Červený jelen & Lenka Straková | Pivovar Proud

30 **POMOC, HRDOST, LOAJALITA**
Tomáš Nevole & Petra Vágnerová | Smartwings

NOBLESS
CZECH

WWW.NOBLESS-CZECH.CZ

MODRÁ JE DOBRÁ

DIAMANTY BARVY VIOLET, KTERÉ NABÍDL VE SVÝCH TENDRECH DŮL ARGYLE, BUDOU VŽDY PATŘIT K TĚM NEJVYHLEDÁVANĚJŠÍM A NEJDRAŽŠÍM. S NIMI BUDE MIMOŘÁDNÝ KAŽDÝ ŠPERK.

HUDEBNÍ DIVADLO KARLÍN ZVE NA LETNÍ SCÉNU. PODZIM JE STÁLE NEJISTÝ

ŠÍLENSTVÍ PODLE EINSTEINA

S ředitelem Hudebního divadla Karlín Egonem Kulhánkem a uměleckým šéfem Pavlem Polákem o tom, jak se dělá muzikál v roce pandemie. Ale také o divadelním podnikání, o tom, že divadlo se nedá dělat na sklad a že v prázdné vaně se nevykoupete.

Petr Karban David Kraus

Egone, vy jste byl už na přelomu roku k letošní sezoně skeptický a připravoval jste letní scénu. Pořád nevěříte v podzim?
EK: Nedá se říct, že bych nevěřil, jen informace, které dostávám, ve mně příliš optimismu nevzbuzují. Dnes jsem slyšel v rádiu, že už v polovině května máme velký úspěch, asi jedna celá dva milionu naočkovaných. Když to takhle půjde dál, tak do konce roku 2023 těch sedm milionů, což je nějaká hranice kolektivní imunity, snad dáme. Ale to bude podzim 2021 hlubokou minulostí…

Ale hrát už můžete. Ačkoliv, vysvětlil vám někdo, proč s omezenou kapacitou, když k vám v podstatě mohou pouze nerizikoví diváci?
EK: Nevysvětlil a nerozumíme tomu. A už vůbec nerozumím tomu, jaký vliv na epidemické riziko v přízemí a na prvním balkoně bude mít uzavřený druhý balkon. Protože mám-li mít omezenou kapacitu, určitě nebudeme prodávat ta nejlevnější místa, což je právě druhý balkon.

Možná nastal čas nastudovat nějaký muzikál na motivy absurdního dramatu…
PP: To by nevyznělo, realita je absurdnější než nejabsurdnější drama. Když jsme na přelomu roku řekli, že na jaře hrát nebudeme a začneme v červnu, všichni se nám smáli. A my začínáme až v červenci.

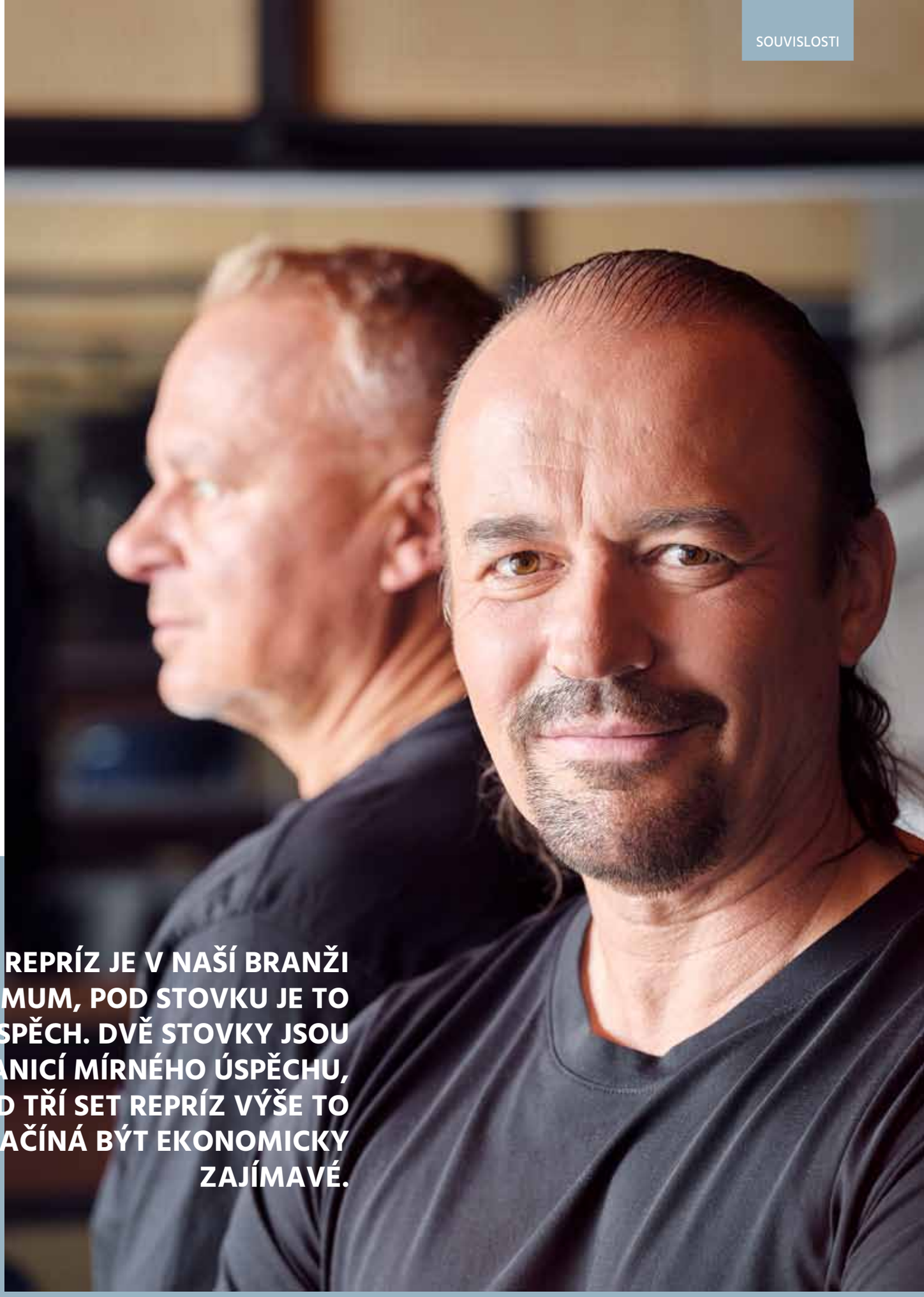
EK: Když jsme vloni na podzim měli několik málo představení, říkal jsem všem veřejně, ať si popřejí vše nejlepší k Vánocům a do nového roku a ti prozíravější i k Velikonocům. Tehdy si tady většina lidí myslela, že jsem se buď zbláznil, nebo jsem požil. A jsme tady.

Divadlo je velmi specifický typ podnikání. Co s tím organismem udělá roční odstávka?
EK: Abych řekl pravdu, my to sami netušíme. Kdo přijde a nevejde se do kostýmu…
PP: … které holky otěhotněly…

Dá se ztratit herecká nebo pěvecká kvalita?
PP: Dá, zvláště u mladších.
EK: Je to vidět velmi dobře, máme tu juniory, kteří byli výborní, ale byli v soukolí, několikrát týdně měli představení, dostávali soukromé pěvecké, pohybové i hlasové kondice. A teď si rok zazpívali maximálně v koupelně. Kdo si myslí, že to s projevem nic neudělá, mýlí se.
PP: Pár lidí odešlo. Každý se musí živit. Někdo se vrátí, ale někdo z obavy před nejistotou třeba zůstane u nového zaměstnání.

Dá se s vědomím, že budoucnost je nejistá, vůbec dělat divadlo?
PP: Dá, ale je to o nervy.
EK: Skoro nedá. Dřív jsem byl plně odpovědný za chod divadla, tedy vyjádřeno matematicky bylo to číslo, kdy jsem něco řídil, blízké 100 procent. Dnes díky restrikcím, které se mění ze dne na den, je to určitě méně než 40 procent. A zkuste něco dělat na 40 procent, pravděpodobně to nedopadne úplně dobře.

Do šuplíku, předpokládám, to také nejde…
EK: To je stejné, jako kdyby pekař pekl pořád dokola housky, které nikdo nejí. Dává vám to logiku? Mně ne!



STO REPRÍZ JE V NAŠÍ BRANŽI MINIMUM, POD STOVKU JE TO NEÚSPĚCH. DVĚ STOVKY JSOU HRANICÍ MÍRNÉHO ÚSPĚCHU, OD TŘÍ SET REPRÍZ VÝŠE TO ZAČÍNÁ BÝT EKONOMICKY ZAJÍMAVÉ.

1. CO VÁM PANDEMICKÝ ROK BEZ DIVADLA VZAL A DAL?

2. NA CO JEDINEČNÉHO SE DIVÁCI MOHOU V LÉTĚ V LETŇANECH TĚŠIT?

ONDŘEJ GREGOR BRZOBOHATÝ

1. VZAL MI PŘESNĚ TO, CO JSEM BYL ZVYKLÝ, ŽE MI BĚŽNĚ DÁVÁ. PROSTŘEDÍ, KTERÉ MILUJI, KTERÉ JSEM DOPOSUD POVAŽOVAL ZA SAMOZŘEJMÉ, ŽE TU PRO MĚ VŽDYCKY JE A BUDE. ŽE SE MŮJ MUZIKÁL, LEGENDA JMÉNEM HOLMES, HRAJE, ŽE SE VIDÍM S KOLEGY A PRACUJI NA DALŠÍCH PROJEKTECH, KTERÝM CHYSTÁME KOMPLETNÍ REALIZACI. NO A DAL MI PRÁVĚ TO, CO UŽ SI NIKDY NENECHÁM VZÍT. UVĚDOMĚNÍ SI, JAK VÝJIMEČNOU PRACÍ SE MŮŽU ŽIVIT, ŽE NIC Z TOHO NENÍ BĚŽNÉ A UŽ VŮBEC NE RUTINNÍ. VÁŽÍM SI DIVADLA TEĎ VÍC NEŽ KDY JINDY.

2. CO VÍM, TAK DIVADLO ROZJELO LETNÍ SCÉNU V LETŇANECH. TO JE SKVĚLÉ, PROTOŽE LIDI UŽ NUTNĚ POTŘEBUJÍ VYMĚNIT TEN NESNESITELNÝ STRACH MYSLI ZA KULTURU DUCHA. O TO VÍC SE TEĎ PROJEVÍ, JAK JSOU KULTURA A UMĚNÍ VŮBEC PRO SPOLEČNOST DŮLEŽITÉ A NEZBYTNÉ. BEZ NICH LIDÉ CHŘADNOU A OTUPUJÍ. NAVÍC, LETNÍ KOMEDIE U NÁS MAJÍ TRADICI, TAKŽE MUZIKÁL REBELOVÉ, KTERÉ BUDE DIVADLO NA LETNÍ SCÉNĚ HRÁT, JISTĚ DOPLNÍ ONEN DEFICIT A PÍCHNE LIDEM DO ŽIL TU DŮLEŽITOU VAKCÍNU ZÁBAVY A RADOSTI.

Už od podzimu plánujete letní scénu. Karlín tedy divadelní prázdniny nepěstuje?

PP: Jsme trochu alergičtí na termín divadelní prázdniny, protože u nás jsou prázdniny obdobím horečné aktivity. Tady se o prázdninách rekonstruuje, vyrábí, zkouší… Od rána do večera.

EK: Nemůžeme totiž dost dobře zkoušet přes rok, kdy hrajeme, protože jen stavba scény u muzikálu je záležitost minimálně na dva, tři dny. A den se bourá. Letos celé prázdniny hrajeme, takže ani nemáme prostor na přípravu nové inscenace. A navíc nemáme odehrané ani jedno představení muzikálu Rebelové, který jsme zkoušeli vloni v létě.

PP: Muzikál je opravdu něco jiného než činohra. Nemůžete od deseti do čtyř zkoušet a pak večer hrát, ani jako sólista, ani jako company, dokonce ani jako hudebník. Zkuste foukat dvanáct hodin křídlovku nebo tančit…

EK: Ale má to i ekonomické souvislosti. Sto repríz je v naší branži minimum, pod stovku je to neúspěch. Dvě stovky jsou hranicí mírného úspěchu, od tří set repríz výše to začíná být ekonomicky zajímavé. V létě odehrajeme Rebely patnáctkrát, víc nemůžeme. Já nemůžu utopit další peníze v nové inscenaci, v nových kostýmech, scéně… Divadlo se nedá dělat na sklad. A neumíme zrychlit z nuly na sto okamžitě, musíme se rozjíždět pomalu. Prvně potřebujeme mít jistotu, že nám nikdo do motoru nenasype zase písek. Pak to můžu zkoušet rozjet, opatrně na jedničku, a když to nebude nikde drhnout, můžu pomalu přidávat plyn.

V čem je tahle situace pro divadlo horší? V řízení nebo v té tvůrčí oblasti?

EK: Je to spojené a nerozděloval bych to. Při řízení se nemáte čeho chytnout, pověstná křišťálová koule se nedá nikde sehnat. A když nevíte, kdy a kolik stávajících představení odehrajete, těžko plánovat přípravu nových.

PP: Vezměte si situaci, že sto lidí zkouší zadarmo celé léto, pak lidem poděkujeme a vrátíme je domů a za rok je svoláme, aby se to naučili znovu. Abychom je motivovali, tak jim dáme naději několika málo představení v létě, a tím to končí. To jsou Rebelové.

To je právě to, co mě zajímá, jak funguje divadelní organismus, když vlastně nemá pevné datum premiéry a repríz, kdy má být odměněn. Zkoušky jsou zábavné, proces tvorby a vzniku je pro všechny zúčastněné obvykle úžasný, ale musí přece trpět absencí představení…

PP: Šíleně. Chybí energie, soubor není tvůrčí, ale smutný. Ačkoliv nám se to vlastně nestalo tak úplně, protože Rebely jsme zkoušeli v létě s tím, že premiéra bude v prosinci, ale bylo to s velkým otazníkem. Nicméně na atmosféře je to znát. I proto do šuplíku fakt nezkoušíme.

EK: Kolegové v jiných divadlech to třeba dělají, ale buď mají nějaké informace, kterými nevládneme, nebo jsou v jiné výchozí pozici. My nemáme soubor v angažmá, umělci nedostávají plat, jen honorář za odehrané představení. Tam, kde v divadlech berou plat, i když nehrají, je jakákoliv činnost asi pochopitelná, protože udržuje v souboru pracovní teplotu.

Vám nevyhovují streamy a podobné online možnosti? Na jaře loňského roku jste něco v tomto smyslu podnikali…

EK: To byla taková besídka zvláštní školy, chtěli jsme pomoct v situaci, která všechny překvapila, cílem bylo podpořit solidární vlnu, která se v Česku zvedala. To byla vlastně skoro až revoluční euforie a moc se neřešily takové věci jako autorské právo. To je v našem případě značné omezení, smlouvy nám neumožňují téměř cokoliv z našeho repertoáru streamovat.

PP: A já jsem totální odpůrce streamování. Muzikálový projekt stojí hromadu peněz a práce. Pak to jednou pověsíte jakýmkoliv způsobem do veřejného prostoru a největší efekt, který to bude mít, je ten, že řada diváků už k vám nikdy nepřijde.

EK: Ještě jeden pohled. Nejsem vševěd, učím se od ostatních. A když něco dělají všichni, pak to asi má nějaký důvod. Když jsme začínali s muzikály, u Draculy, viděl jsem, že všichni dělají letáčky v DL formátu. Tak jsme je udělali také. Až později mi došlo, že to je formát, se kterým počítají stojany v hotelích a na podobných místech. S jiným formátem bychom se nevešli. A když se podíváte na muzikálový byznys, kterému roky vládl Cameron Mackintosh, zjistíte, že třeba Fantom opery byl natočen asi až dvacet let od premiéry, když už byl de facto vyhraný. Má to logiku. Jen hlupák bude sám sobě krást publikum.

PP: Navíc, se sebelepším záznamem nedosáhnete ani na polovinu zážitku živého představení.

EK: Můžete si sednout do nejlepšího simulátoru formule jedna, zážitek ze skutečné formule to nikdy nebude. Nechceme stream.

Menší divadla v tom určitou cestu hledají…

EK: Ale to jsou právě ta divadla obvykle zřizovaná městem nebo státem, se stálým souborem a stálými platy. Najdou činohry či opery, které už nejsou chráněné autorským zákonem, tedy více než 70 let od jejich vzniku. Takový muzikál prakticky neexistuje, protože je to umění mnohem mladší a my jsme se zaměřili na světové novinky.

JAN RÉVAI

1. PANDEMICKÝ ROK MI DAL MOŽNOST A PŘEDEVŠÍM ČAS SE ZAMYSLET A VNÍMAT ŽIVOT Z JINÉHO ÚHLU POHLEDU. UKÁZAL MI, ŽE LZE I TO, O ČEM JSEM SI MYSLEL, ŽE NELZE. PROČISTIL OBLOHU A VYMETL ULICE. NO A VZAL NEJEN MNĚ, ALE SPOUSTĚ LIDEM JAKOUSI JISTOTU, PRÁCI A MOŽNOST BÝT S NEJBLIŽŠÍMI. NAŠTĚSTÍ MI NEVZAL NIKOHO Z RODINY A BLÍZKÉHO OKOLÍ.

2. PŘEDEVŠÍM NA NOVÉ UVEDENÍ MUZIKÁLU REBELOVÉ NA LETNÍ SCÉNĚ PVA LETŇANY.

VÁCLAV NOID BÁRTA

1. VZAL MI, SAMOZŘEJMĚ JAKO KAŽDÉMU, KONTAKT S LIDMI. CHVILKU BUDE TRVAT, NEŽ SE ZASE VŠICHNI TROCHU STANEME KLAUNY. ALE MYSLÍM, ŽE SE VŠICHNI TĚŠÍME. DAL MI ŠANCI ROZVINOUT MÉ PARANOID STUDIO. MÁM PRODUKCI NA VÝROBU VIDEOKLIPŮ A REKLAM A TO MĚ PRÁVĚ TEĎ ŽIVÍ.

2. URČITĚ SI NENECHTE UJÍT KONCERTNÍ VERZE CARMEN A JEŽÍŠE NA LETNÍ SCÉNĚ PVA EXPO!!! TO BUDE NÁŘEZ!!!

Máte to tím těžší?
PP: To je asi složité říct, kdo to má těžší. My jsme si s ohledem na náš typ divadla našli svou vlastní cestu a té se držíme, protože nám vychází jako správná. Ale určitě to není obecně správná cesta pro divadlo jako takové, to bych se nikdy neodvážil říct.

Nicméně budoucnost je pro divadlo pořád nejistá. Co budete dělat za rok, když se, nedej bože, nic nezmění?
EK: Komunikovali jsme čile s řediteli jiných divadel a mám v živé paměti, že v době, kdy já jsem veřejně oželel podzim a zimu a jaro, oni plánovali silvestrovská představení a slevy na leden.

A nebyla tu opozice, která by říkala: Egone, neblbni, jdeme zkoušet a hrát?
PP: Naopak. My jsme jim totiž řekli, že budeme hrát v červnu. A oni to brali jako termín, kterému se dá asi věřit. Myslím, že mnohem hůře na tom byli ti, kterým říkali budete hrát v lednu… v únoru… v březnu… A pořád nic.
EK: Nejsem jasnovidec, jen si skládám fakta. Byla tu divadla, která každý z těch měsíců měla plán představení, z měsíce na měsíc neustále přehazovala divákům zakoupené vstupenky. To na psychiku nemohlo být nic příjemného. Já jsem rád, že tomu jsme se vyhnuli, vyhnuli jsme se tím totiž kvantu zcela zbytečné práce a zabíjení naděje. Moje mysl není omámena touhou, protože už jsem zjistil, že touha na realitě nic nezmění. Takže nemá smysl být iracionální. Ale zamiloval jsem se do definice šílenství podle Einsteina. On říká, že šílenství je dělat pořád dokola jednu a tutéž věc a očekávat od toho pokaždé jiný výsledek. Jsem optimista, věřil jsem podzimu. Jsem optimista, ale s ohledem na okolnosti podzimu věřit přestávám a věřím jaru. Třeba to tentokrát vyjde. Nebo se konečně zmýlím!!!

Zapomeňme na podzim i zimu, před námi je léto a před vámi letní scéna…
PP: Na což se ohromně těšíme.
EK: Občas si dělám legraci, že nám divadlo bez umělců vyhovuje, že od nich máme klid. Ale tak to samozřejmě není.

Museli jste pro léto pod širým nebem něco upravovat?
PP: Mírně scénu, ale nic zásadního, diváci uvidí běžné představení, jen za světla. Také nemáme divadelní tahy a bude proti nám hrát příroda.
EK: Z toho mám trochu obavy, jaro příliš optimismu nevzbuzuje, pokud jde o počasí. Na druhou stranu, když jsme před lety hráli o prázdninách v Nosticově paláci, zrušili jsme jediné představení za dva roky, a to když byly kabely pod vodou.
PP: Nejhorší je začít hrát představení a pak vstupné vracet kvůli dešti.
EK: Ale ještě se vrátím k Nosticovu paláci, odtamtud mám totiž zkušenost, že pokud fakt nepadaly z nebe trakaře, diváci vydrželi. Oni jsou prostě fantastičtí a všichni vědí, že počasí je nad naše síly.

Dejme tomu, že se vše povede a podzim v divadlech přece jen bude. Jste připraveni?
EK: No ježíšmarjá, jasně, že jsme.

Kdy se potřebujete dozvědět, že je vám vše nakloněno a od září hrajete?
EK: Já vám to prozradím. My se tváříme, že od září hrajeme. Máme nasazená představení, máme tam přesázené vstupenky ze zrušených představení, lidé jsou připraveni. Nevíme ale, jaká budou opatření a jak se rozběhne obchod. Diváci jsou po všech těch restrikcích a neustálém rušení dost obezřetní a já se jim nedivím. Musíme do divadla po roce dostat denně 921 diváků. To není záležitost na dva dny. To máte jako s vanou. V prázdné vaně se ale nevykoupete, nejdřív ji musíte napustit. A čím větší vanu máte, tím déle ji napouštíte.
PP: Věříme ale, že lidé se vrátí. Když jsme si na jaře 2020 ještě bláhově mysleli, že jde jen o krátkodobou záležitost, drželi jsme vstupenky zuby nehty. Na podzim už jsme viděli, že to nejde držet a dali jsme těm, co měli vstupenky, několik možností. Nabídli jsme vrácení peněz, převedení vstupenky do budoucna, voucher… Rozhodnout se mohli sami, zcela dobrovolně. A byli jsme opravdu překvapeni, kolik lidí nás podrželo.

VÁCLAV VYDRA

1. VZAL MI PRÁCI A DAL MI VÍC ČASU. A TEN JSEM DAL KONÍM A SVÉ ŽENĚ.

2. TĚŠÍM SE NA KARLÍNSKÉ REBELY A SESTRU V AKCI NA LETNÍ SCÉNĚ V LETŇANECH. TAK SI MYSLÍM, ŽE SE MOHOU TĚŠIT I DIVÁCI A ŽE SI TO PO TAKOVÉ DOBĚ SPOLEČNĚ UŽIJEME.

LUCIE BÍLÁ

1. DAL MI PŘÍLEŽITOST NAJÍT NOVÉ CESTY K LIDEM… TI MI MOC CHYBĚLI.

2. JÁ OSOBNĚ SE TĚŠÍM NA SESTRU V AKCI. NAŠI DIVÁCI SI TEĎ VÍC NEŽ KDY JINDY ZASLOUŽÍ KOMEDII PLNOU LASKAVÉHO HUMORU.

Nejsou vouchery ale jen přesunutím problému do budoucnosti? Kapacitu nenafouknete. A když zaplníte divadlo lidmi s vouchery, které už jste zinkasovali vloni, ani nevyděláte…

EK: My to vnímáme jinak. Vstupenka je směnná poukázka na službu, která se jmenuje divadlo. Je to umístěnka a platí do té doby, dokud neodehrajeme představení. Než se tak stane, jsou to pořád peníze diváka a ten o nich má rozhodovat. To je pravidlo, na které jsme přistoupili. A to, že šedesát procent držitelů vstupenek se rozhodlo v náš prospěch, to nám dalo velkou sílu.

Budete mít sílu na další plány? Jistě tu na konci roku 2019 nějaké byly…

PP: Plány tu byly a jsou…

EK: Jakmile nás nic nebude brzdit, dojde i na plány. Máme práva na několik atraktivních kusů, ale musíme mít víru, že to dopadne. Neumím si představit, že zblbnu znovu sto lidí na jevišti a další desítky kolem a budeme dělat něco do šuplíku.

PP: Já vám to zarámuji ještě jedním příběhem. Máme na repertoáru Čas růží, potřebujeme dětské interprety. Ale děti rostou, tak jsme na podzim 2019 udělali castingy a odrostlé děti nahradili novými. Děti představení nazkoušely, ale neodehrály ani svou premiéru, protože zkoušely s asistentkou režie, která byla pozitivní a tak musely nastoupit místo na jeviště do karantény. Za ně nastoupily ty odrostlé děti, které jsme chtěli vyměnit, a tím to celé skončilo. Přišel zákaz divadla! Jenže po roce a půl už jsou odrostlé i ty nové děti a když Čas růží nasadíme, budeme muset dělat nové castingy a zkoušet s novými dětmi. A máme tu partu talentovaných dětí, která prošla úspěšně castingy, dřela a ani jednou si to nezahraje.

EK: To jsou příběhy, které z hlediště nejsou vidět. Ale i to jsou divadelní příběhy dnešní doby. ■

Hudební divadlo
Karlín

MUZIKÁLOVÉ LÉTO

PVA EXPO PRAHA

www.hdk.cz

100% ZÁRUKA VRÁCENÍ PENĚZ

PŘI NEUSKUTEČNĚNÍ VAŠEHO PŘEDSTAVENÍ BĚHEM LÉTA

MUZIKÁLOVÁ KOMEDIE

SESTRA V AKCI

V HLAVNÍ ROLI

LUCIE BÍLÁ

HUDBA **ALAN MENKEN**

PŮVODNÍ TEXTY **GLEN SLATER**

LIBRETO **CHERI STEINKELLNER & BILL STEINKELLNER**

SISTER ACT Is presented through special arrangement with Music Theatre International (MTI).
www.MTIShows.com

Retro muzikál

FILIPA RENČE A ZDEŇKA ZELENKY

REBELOVÉ

Premiéra ČERVENEC 2021

Provedeno v dohodě s The Really Useful Group Ltd.

JESUS CHRIST SUPERSTAR

Libreto: Tim Rice Hudba: Andrew Lloyd Webber

Přebásnil: Michael Prostějovský

KONCERTNÍ VERZE

Uváděno na základě exkluzivní smlouvy s The Really Useful Group Ltd.

DERNIÉRA

CARMEN

FRANK WILDHORN HUDBA

JACK MURPHY TEXTY

NORMAN ALLEN LIBRETO

GABRIEL BARRE REŽIE

KONCERTNÍ VERZE

Hlavní mediální partner

Prima BLESK Frekvence 1 kclykcle space4you

Partneři Hudebního divadla Karlín

FeelEco FOSFA Life Science RPM WELLA DERMACOL Mojkap.net sodastream VINÁRSTVO VAJBAR

PRAHA PRAGUE PRAG

MALÁ VÍTĚZSTVÍ A VELKÉ RADOSTI

Deset let bývalá bankéřka Ivana Leidlová pečuje o odkaz Jarmily Novotné a v kouzelném prostředí liteňského zámku, který zachraňuje, pořádá každoročně multižánrový Festival Jarmily Novotné. Pandemie i do této oblasti vnesla zmar.

Petr Karban
archiv Ivany Leidlové

Ivana Leidlová v Rudolfinu během koncertu Pocta Jarmile Novotné 2017. Ten se konal u příležitosti 110. výročí narození pěvkyně.

Jak se vašim projektům v současné nelehké době vede?
Asi jako všem podobným. Vzhledem k tomu, jak nejasná situace tu panovala, je to poměrně komplikované. Loňský rok jsme museli řadu projektů úplně zrušit, některé jsme v menší podobě uskutečnili koncem léta. A to jsme zrovna hornové koncerty chtěli vloni udělat ve větším, s panem Baborákem a řadou zahraničních hostů. Začali jsme prodávat vstupenky, ale to jsme museli zastavit. Museli jsme změnit i podobu kurzů, koncert v malém provedení potom na konci srpna proběhl. Fotokurzy s Tonem Stanem jsme zjara přesunuli na podzim a zkrátili na víkend, ale i to bylo fajn. Podobný osud čekal i ZUŠ Open, z jara se akce přesunula na podzim ve výrazně omezené podobě a proběhla 4. října, den předtím, než zakázali zpívat. Některé soubory vystoupily dokonce s koledami, což se ukázalo jako prorocké, protože o Vánocích se pořád zpívat nemohlo. Cokoliv se tedy povedlo uspořádat, to bylo pro nás malé vítězství a velká radost.

Dal se v takové atmosféře vůbec plánovat letošní rok?
Bylo to skoro nemožné, nejen plánovat, ale i financování. Fundraising v době covidové a postcovidové, to je téma samo o sobě. Ale i kalendáře umělců, nikdo nevěděl, zda bude muset plnit nějaké závazky v divadlech či resty z loňska. Nakonec jsme se roz-

Open air koncert Pocta Jarmile Novotné v roce 2014 na nádvoří zámku v Litni. Zahrál orchestr PKF – Prague Philharmonia, zazpívali přední čeští pěvci. Tuto významnou událost dirigoval legendární Jiří Bělohlávek.

NAŠE SITUACE BUDE SLOŽITĚJŠÍ, KULTURA BUDE ZBYTNÁ, FIRMY BUDOU MÍT JINÉ PRIORITY A BUDE TĚŽŠÍ CHODIT ZA NIMI, ABY NĚCO PODPOŘILY. MEZI MOŽNOSTMI PODPOŘIT VLASTNÍ ZAMĚSTNANCE, KTERÉ NEZBYTNĚ POTŘEBUJÍ, NEBO PODPOŘIT KULTURU, BUDE ASI JASNÁ VOLBA.

hodli pro letošek zariskovat dvě větší akce. K desátému výročí naší neziskové organizace Zámek Liteň a Festivalu Jarmily Novotné velký projekt Rusalka v parku, který jsme prostě udělat chtěli, byť ještě dnes nevíme, za jakých podmínek to na konci srpna bude moci proběhnout. Druhou letošní akcí jsou pěvecké kurzy, měli jsme domluvenou paní Margreet Honig, což je dáma sice již starší, ale je to světově uznávaná lektorka a mentorka. Dnes už v podstatě nikam do zahraničí nejezdí, svět jezdí za ní do Amsterdamu. Jediné místo, kam jezdí, je její lektorská letní škola v Rakousku, kde učí své následovníky. A protože jednou z jejích studentek je i sopranistka Simona Houda Šaturová, povedlo se nám s paní Margreet dohodnout i na její účasti tady, část kurzů povede ona, část Simona. A to jsme si řekli, že opravdu chceme realizovat. Vše ostatní jsme odložili s tím, že možná na podzim, v nějaké menší podobě. Teď jsme si proto potvrdili, že na podzim proběhne opět ZUŠ Open.

Rusalka v parku bude tedy letošním vrcholem sezony a vlastně celého vašeho liteňského desetiletí…

Je to tak. Ten čas neuvěřitelně pádí. Možná právě díky pandemii jsem paradoxně měla čas se zastavit. Uvědomila jsem si, že se vlastně v těch deseti letech odehrálo něco, co jsem vůbec neplánovala, vždyť na začátku byla původně jedna samostatná akce… A pak se to rozjelo takovým způsobem, že jsem si řekla, že by po deseti letech bylo moc hezké poděkovat všem, interpretům, partnerům, spolupracovníkům i divákům. A vznikla myšlenka využít jezírko, takže Rusalka. Rusalka v letním parku, pro asi patnáct set lidí. A mám velkou radost, že mohu slíbit evropskou úroveň a taková jména, jako jsou Symfonický orchestr Českého rozhlasu, čerstvý držitel Anděla. S ním pak mladý respektovaný dirigent Robert Jindra, který působí po celé Evropě, a také Kateřina Kněžíková, Jan Martiník, Jana Kurucová či Richard Samek. Režie a scény se ujali bratři Cabanové a bude to opravdu jedinečná záležitost, koncertní provedení s filmově tanečními prvky… Víc asi prozrazovat nechci.

Zní to skvěle, až mě napadá, jestli se vůbec vyplatí investovat tolik energie do premiéry derniéry…

Já nejsem promotér a neumím to na byznys, také to není cílem naší neziskovky. Je to možná hezký nápad, objet s takovým projektem republiku, ale zůstaneme u premiéry derniéry. Liteň nenabízí možnost nastudovat a logisticky provést operu několikrát nebo celé léto.

Jak vnímaly pandemii neziskovky? Byla někde ziskem?

Naše situace bude složitější, kultura bude zbytná, firmy budou mít jiné priority a bude těžší chodit za nimi, aby něco podpořily. Mezi možnostmi podpořit vlastní zaměstnance, které nezbytně potřebují, nebo podpořit kulturu, bude asi jasná volba. Takže možná budeme muset hledat nové cesty a nové formy, některé akce se třeba promění na delší čas. A jestli byla pandemie ziskem? Mně osobně dala čas zastavit se a nad některými věcmi se zamyslet, některé třeba dotáhnout dál, než by se dalo v běžném roce. Měla jsem například možnost diskutovat s panem Daubkem, který spravuje archiv své maminky Jarmily Novotné, ale i vzhledem k věku už se o něj starat vlastně nechce, takže jsme dali dohromady plán na to, že archiv přesuneme sem na zámek a budeme jeho správci.

A plány do budoucna, kdy zase budeme moci hrát a zpívat?

Mým vítězstvím a radostí bude Rusalka v parku, pokud proběhne tak, jak jsme si to naplánovali a lidé budou spokojeni. A z dlouhodobějších plánů mám jeden, který se netýká tolik koncertů, ale možná překvapivě výtvarného umění. Máme tady v parku zatím původně krásnou, ale nezrekonstruovanou budovu bývalé oranžerie, a tu bych ráda obnovila právě pro výtvarné kurzy.

Hezky jste se rozkročila, od jednoho koncertu před deseti lety…

Když míříte na měsíc, přinejhorším skončíte mezi hvězdami. A to přece není tak špatné. ■

EVOLUČNÍ SKOK OD LUXUSNÍHO SAKA K NEJLEPŠÍ NANOROUŠCE

TENISÁKY NEMÁ SMYSL CHYTAT DO FOTBALOVÉ SÍTĚ

„Nechceš raději dělat roušky z tohoto materiálu?“ oslovil před časem byznysový poradce Jiří Stich svého krejčího a kamaráda Jaroslava Kašického, u kterého si už léta nechával šít košile a saka. Krejčovství tehdy byla ještě zavřená a i luxusní salony v první vlně lockdownu šily ústenky z bavlny. Šly na odbyt, vždyť manažeři, kteří tradičně tvoří klientelu krejčovství, jako je Delor, tu objednávali roušky všem zaměstnancům.

Po tomhle nápadu na netradiční materiál ovšem následoval evoluční skok, který ve finále předběhl tuzemské i zahraniční normy i firmy a technologii ochranných pomůcek především. Jelikož se Jiří Stich věnuje inovacím i konceptu chytrých měst budoucnosti, seznámil se i s unikátní textilií tkanou v Česku z nanovláken. Původně byla určená pro průmyslové čištění vzduchu, úplně jiné tedy byly nejen podmínky, ale také trhy. Nicméně, cesty vývoje materiálů bývají nevyzpytatelné. Koneckonců i legendární levisky vznikly z plachty kovbojského dostavníku.

Česko o level výš

Krejčovský střih hitech nanovlákna pro ochranné pomůcky ve zdravotnictví navíc zcela novátorsky využil unikátní vlastnosti nanomateriálu – hustota vláken je po nanesení na filtrační vrstvu vyšší než u standardního filtru a povrchová plocha je v porovnání s normálním vláknem mnohem větší. Látka vyvinutá v tomto konkrétním případě firmou Nanovia proto v důsledku nehrozí vlhnutím ani plísněmi. Je prodyšná, a přitom si ponechává svou vlastnost nejdůležitější, výjimečný záchyt. Dnešní Nanovia Mask dokáže proto zadržet i nejmenší viry.

„Když jsme se dohodli, že do výroby nových nanoroušek půjdeme, byli jsme jediní, kdo byl na trhu schopný nabídnout záchyt 100 nanometrů. Všechny normy pro záchyt na roušky a respirátory byly do té doby a stále ještě jsou, na 400, někdy 600 nanometrech. Ale viry veřejného nepřítele číslo jedna, covidu, se pohybovaly kolem 100 až 150 nanometrů,“ vzpomíná spoluzakladatel dnes už proslulé společnosti Nano2Health. A tenisáky podle něj nemá smysl chytat do fotbalové sítě.

Mask Nanovia 99,97, jak zní celý obchodní název jejich produktu, tedy odkazuje na procenta záchytu virů bakterií a částic o velikosti 100 nanometrů, což bylo do té doby u všech ostatních ochranných pomůcek neslýchané. A pokud si někdo ani dnes neumí představit biliontinu z jazykové předpony nano-, vysvětlí mu ji vývojáři z Technické univerzity v Liberci jako miliontinu milimetru. Takové nanovlákno je tisíckrát tenčí než vlas a kdybychom utkali nanovlákno, které obkrouží rovník zeměkoule, bude toto nanovlákno vážit jeden gram. Nanovlákenné textilie prostě fungují jako superjemné pavučinky, které vir před lidskými ústy zachytí mechanicky – na rozdíl od elektrostatického náboje běžných roušek. Zatímco vrstvy textilie jsou v roušce tvořeny z polypropylenu, vrstva nanovlákna je vyrobená ze speciálního polymeru PVDF.

Českou cestou

Jiří Stich i Jaroslav Kašický si přitom zakládají na tom, že jdou českou cestou nejen v nápadu, materiálu a spolupráci s vysokými školami v tradičním textiláckém kraji. V pražských Dejvicích vsadili na to, že zákazníci budou ochotni si za dokonalejší ochranu připlatit – proto používají nanovlákno z Liberce a také ostatní tkaninu, gumičky i balení používají výhradně od českých výrobců. Cena je vzhledem k výrobnímu postupu, technologii a zmíněným vlastnostem vyšší než u běžných jednorázových ústenek, ale přelepovat čínské dodávky českou vlaječkou není na pořadu dne. A na webových stránkách produktu si Nanovia Mask 99,97 stejně můžete vyzkoušet zdarma. Produkt je navíc ekologicky přátelštější.

Petr Novák
archiv Nano2Health

„Chceme kontrolovat kvalitu výsledného výrobku od počátku, a tak používáme vše české. Máme produkt, který je prodýchatelný líp než jakákoli papírová rouška nebo jiná nanorouška nebo nanorespirátor," říká Jiří hrdě a vysvětluje, že firma absolvovala certifikace, které jsou v České republice přísnější než v mnoha zemích EU. Ostatně už patent společnosti Nanovia prokazoval svoje mechanické záchyty na testech u americké společnosti Nelson Laboratories. Jednoduše proto, že v tuzemsku pro podobná ověření laboratoře ještě tehdy neexistovaly. „Přišli jsme k hotovému patentu, ale naše práce byla vyvinutý český materiál monetizovat a proměnit v dnešní produkci," říká Jaroslav.

Před světem i před normami

Od února 2021 jsou v pražském krejčovství budoucnosti instalovány technologie umožňující vyrobit až 1,5 milionu nanoroušek měsíčně. Nedávno k tomu rozjeli výrobu respirátorů FFP2 s parametry FFP3, ale kdo by chtěl mást klientelu? Na rozdíl od konkurence používají pro své nanopomůcky laminovanou nanovrstvu. A už jsme opět u tématu předběhnutí domácích norem: Zátěžové testy v nemocnicích sice ukázaly, že při řádném zacházení jsou polaminované výrobky Nano2Health funkční i 7 dní, ale pro nanoochranné pomůcky ještě v ČR neexistují zvláštní předpisy, a tak se zatím jejich trvanlivost nepoužívá jako obchodní argument. „Materiál povlákněný nanovláknem vydrží funkční minimálně 12 hodin," uvádí nabídka, protože podle současné normy není jednorázová rouška určena k opakovanému použití.

Ani tohle však není poslední aspekt evolučního skoku, kterým produkty předběhly dobu. Přestože je v Česku nanorouška už několik měsíců běžně skloňovaný pojem a tuzemský výrobce na ni může být právem hrdý, v zahraničí se prý ještě pořád musí v oboru ochranných pomůcek hodně vysvětlovat: „Začali jsme dodávkami na Slovensko a do Rakouska, dojednáváme zajímavý vývoz do Řecka a ještě v červnu nás čekají konferenční hovory se Španělskem, Mexikem i Spojenými státy," svěřuje se Jiří Stich a dodává: „Musím ale připustit, že očekávání s exportní expanzí se nám na začátku letošního roku tak úplně nenaplnilo. Jestli jsme si tehdy mysleli, že pošleme čtyři powerpointové prezentace a nebudeme stíhat vyrábět, tak ono to tak nebylo. Místo toho jsme na jihu, severu, východu i západu dlouho odpovídali na otázku, co to vlastně ta nanorouška je."

Příklad pro český byznys

S otevřením hranic už ale na povědomí o výrobku pracují i svou fyzickou přítomností, takže se prý zvolna daří ukazovat výhody českého produktu i na dalších trzích. Jaké jsou ale další vyhlídky nanorouškového byznysu, do kterého se v Česku zapojily i další firmy? „Momentálně je prioritou respirátor, vylepšili jsme jeho konstrukční vlastnosti a lepší přiléhavost. Nakoupili jsme také nové stroje, takže budeme brzo dělat více velikostí – tedy klasické S, M a L, plus některým zákazníkům – hlavně dětem – vyjdeme vstříc barevným potiskem. Letních prázdnin se to netýká, ale otázka, co bude na podzim, zůstává pořád ještě otevřená," poukazuje podnikatel na informace virologů, podle nichž je pravděpodobné, že na podzim roušky ještě nevymizí. Jelikož jsou lékaři schopní viry predikovat, je možné, že se budou propříště ochranné pomůcky nosit třeba pouze pro doporučené období nebo podobně jako kapesníky.

Ale i kdybychom nakrásně o žádných mutacích koronaviru po prázdninách už neslyšeli, čeští inovátoři určitě nebudou bezradní: „Další naše plány už nesouvisejí s respirátory ani rouškami, míříme momentálně i do segmentů, jako jsou automobilový průmysl, energetika a airspace," vypočítává Jiří Stich sebevědomě odvětví, kde se lehký, prodyšný a dobře udržovatelný materiál bude nejspíš uplatňovat dále.

Nejlepší česká nanorouška je totiž víc než jen spolehlivá ochrana proti covidu. Ukazuje nám všem, že krize může měnit věci i k lepšímu. Že s flexibilitou a dotahováním originálních nápadů si snad české podnikání najde místo i na trzích zítřka. Vždyť kdo by nechtěl budoucnost z takového materiálu? ■

UMĚNÍ VIDĚT DO KAMENE

Největší a především nejslavnější světový diamantový důl, australský Argyle, který produkoval ty nejdražší unikáty, byl v listopadu definitivně vytěžen a uzavřen. Stejný osud má ale do roku 2040 potkat i všechny další diamantové doly, jejichž produkce stojí za zmínku. Znamená to jediné – unikátní diamanty stoupnou v ceně a budou tedy ještě lepší investicí než doposud.

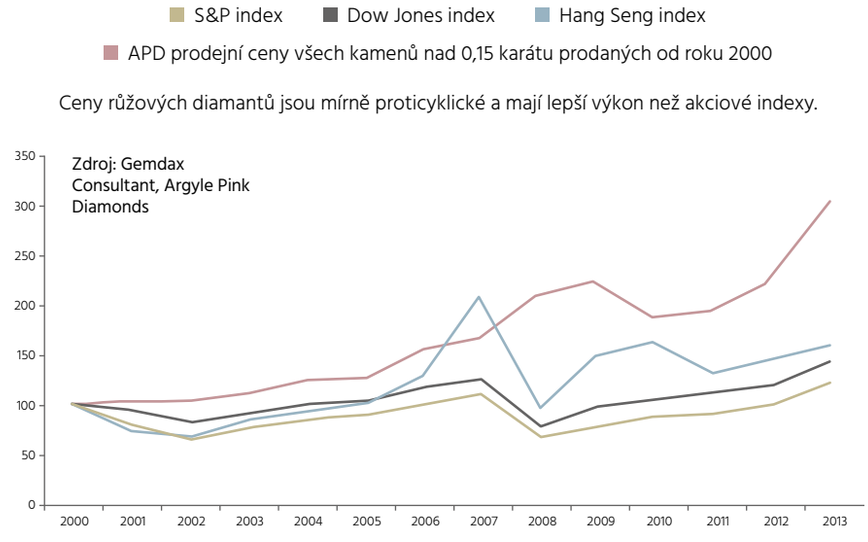
Petr Karban
Majka Votavová a archiv Nobless Czech

Marek Sváta se diamantům na profesionální úrovni věnuje jedenáct let, kdy založil společnost Nobless Czech, která na českém trhu nabízí jak samotné investiční diamanty, tak diamantové šperky. Za těch jedenáct let může potvrdit stoupající zájem. Zatímco v dobách, kdy začínal, tu byly investiční diamanty víceméně exotickou extravagancí, dnes zájem stoupá a nepřerušila ho ani pandemie, možná spíše naopak. Lockdown, kdy nejistota znemožňovala vidět budoucnost, se stal obdobím, kdy se i Češi o investice do diamantů zajímali více než předtím. Doba nejistoty jako by ještě zvýraznila strach ze špatných rozhodnutí a špatných investic. „Z tohoto úhlu pohledu jsou diamanty naprosto výjimečnou investicí. Rostou rychleji než cokoliv jiného a vykazují minimální volatilitu. Kupříkladu kvalitní růžové diamanty se za posledních devatenáct let zhodnotily o pět set procent. Ty nejvzácnější jsou schopny narůst i o padesát až sto padesát procent za rok. Poptávka po nich je stálá a převyšuje nabídku. To mluví za všechno," říká Marek, který je na tuzemském trhu jeden z mála skutečných expertů na diamanty.

Český návrat k diamantům

Diamant byl vždy považován za velmi kvalitní investici. Není proto divu, že v období největšího hospodářského rozmachu země, za první republiky, byly diamantové šperky v Česku velmi oblíbené. Kdo něco znamenal, měl diamant. Komunistické bezčasí samozřejmě diamantům příliš nepřálo, buržoazní luxus musel pryč. Výjimečné šperky tak povětšinou odpočívaly v rodinných klenotnicích, dnes se některé skvosty té doby objevují na uměleckých aukcích. A dnes? Úrovně belgického trhu, který je v Evropě považován za top, zdaleka nedosahujeme, ale pravdou je, že Česko diamanty opět objevuje a začíná se k nim vracet. „Důvod je jasný. Jednak jsou opravdu krásné. A mimo to jsou bezpečné, stabilní, diskrétní, snadno přenositelné, s trvalou hodnotou. Výkyvy jsou vidět u diamantů běžné šperkařské kvality. U barevných unikátů se s nimi nesetkáte, to jsou kameny, které pouze rostou. A gemologické studie, které předpovídají konec těžby diamantů, napovídají, že ten růst bude pokračovat a možná bude i strmější," odhaduje Marek Sváta. Kolik diamantů v Česku prodá, sice neprozradí, jen že běžné obchody se pohybují mezi hranicí půl milionu a milionu korun. Ale má na kontě i prodeje za více než deset milionů. Mimochodem, byl to kámen, jehož cena v roce 1994 byla asi sedm set tisíc korun.

RŮŽOVÉ DIAMANTY PŘEKONALY PŘEDNÍ AKCIOVÉ INDEXY



Ceny růžových diamantů jsou mírně proticyklické a mají lepší výkon než akciové indexy.

Zdroj: Gemdax Consultant, Argyle Pink Diamonds

Není růžová jako růžová

V úvodu zmíněný australský důl produkoval skutečné světové unikáty. Ty poslední budou ke koupi na letošní poslední aukci. Jsou sice i jiné doly, které nabízejí ceněné barevné diamanty, ale Argyle nic nepřekoná. „I když jihoafrický a australský diamant

Diamant jako nápadný detail

Pokud by vás někdy napadlo pořídit si hezký diamant, rozhodně by měl mít rodokmen a certifikát některé z respektovaných světových gemologických laboratoří, asi největší zvuk má americká GIA, tedy Gemological Institute of America. Ani tak ale nedoporučujeme kupovat bez odborníka. „Namodralých a narůžovělých diamantů je ještě spousta, ale ty velkou cenu nemají. Top kousky musejí být v barevnosti Fancy, Fancy Intense nebo nejlépe Fancy Vivid. Barva rozhoduje o ceně, Vivid je třeba třikrát dražší než Intense, protože diamanty v barvě Red Fancy Vivid bych asi spočítal na prstech jedné ruky. To jsou jedinečné skvosty, které nikdy nezklamou," radí Marek, jehož firma už dnes má i klienty, jimž pomáhá organizovat privátní sbírky diamantů. I takoví už v Česku jsou. Sbírat lze v podstatě cokoliv – podle nalezišť, barevné škály, typů brusů, od levnějších po ty nejdražší.

A pokud vás diamanty osloví, máte ještě jednu možnost – nechat je vsadit do jedinečného šperku. Nobless umí i to, ve spolupráci s mistry zlatníky. Diamant to nepoškodí, ani mu to neubere na ceně, ale naopak ho to povýší a dodá mu to další emoce. Stane se z něj nenápadně nápadný detail, který podtrhne vaši osobnost. Ostatně, předěly tohoto čísla půvab této možnosti naznačují. Nicméně, v duchu korektnosti, která je axiomem současného světa, závěrem jedno varování – diamanty jsou silně návykové. ■

Diamanty se staly Marku Svátovi nejprve vášní, poté až byznysem.

budou mít oba stejnou růžovou barvu, budou to pořád dva různé diamanty. A ten australský bude výrazně dražší. Rusko se pyšní obrovskými nalezišti, ale neradi přiznávají, že kvalita je vlastně docela mizerná. Zato diamanty z Argyle, to jsou miniaturní Picassové," tvrdí Marek, pro kterého se diamanty staly vášní. Přesto si zmíněnou poslední Argyle aukci nechá osobně ujít. „Ne každý se na takovou aukci dostane. Asi kdybych o to moc stál, tak bych se tam mohl dostat, ale já obvykle kupuji od sběratelů a někteří z těch, s nimiž ve světě spolupracuji, tam budou. Kdybych chtěl cokoliv koupit, koupí to pro mě, to je běžná praxe." Nutno dodat, že unikáty dražené na aukcích v prvních letech, tedy ty největší taháky, hravě překonají cenou i hranici dvou set milionů korun.

Věžte, že diamanty, jako ženy, někdy skrývají tajemství – na první pohled nenápadný diamant má ve svém nitru víc, než kámen prozrazoval. „To ale musí být pan brusič, legendou je jeden, který dnes žije v Izraeli, stařičký pán, který ale umí brusem z kamene dostat právě až tu nejvyšší barevnou úroveň. V tom je právě jeho výjimečné umění vidět do kamene."

LETŇANSKÉ VÝSTAVIŠTĚ

SE POMALU OTEVÍRÁ KULTUŘE I VELETRHŮM

Po vynucené přestávce kvůli koronavirové pandemii v Česku se veletržní odvětví začíná vracet k přípravám pro podzimní sezonu letošního roku. Výstaviště PVA EXPO PRAHA se probudí k životu už během letních měsíců, kdy nabídne veřejnosti hudebně-kulturní festival Prague Kemp Letňany. Tým organizátorů veletrhů, společnosti ABF, už intenzivně pracuje na přípravě veletržních akcí, které dlouhodobě podporují průmyslovou i podnikatelskou sféru v Česku. Co přinese podzim v Letňanech a jaká je současná situace pro tento obor u nás?

Josef Venc
archiv ABF

Veletrhy jsou jednou z cenných příležitostí možnosti osobního kontaktu výrobců, obchodníků a dodavatelů se zákazníky z řad odborné i široké veřejnosti. S příchodem koronavirové pandemie se ale vše změnilo a veletržní svět u nás oněměl. Přestože organizátoři byli schopni zajistit na svých akcích maximální bezpečnost pro návštěvníky i vystavovatele, vládní omezení jejich konání znemožnila. Veletrhy, výstavy a eventy byly prvními obory, které musely zavřít svoje provozy na jaře 2020. „V loňském roce jsme v důsledku pandemie zrealizovali ze zhruba padesátky připravovaných akcí pouze čtyři veletrhy před jarní uzávěrou a pak další čtyři akce na podzim, a to ještě jen ve velmi omezené podobě," říká generální ředitel společnosti ABF Tomáš Kotrč.

Pak přišly další problémy v podobě nejednoznačných vládních kroků a dynamických změn v opatřeních, na které obor veletržnictví jednoduše nedokáže reagovat. „Veletrh není restaurace nebo hotel, který otevře a čeká na zákazníky. My musíme oslovovat vystavovatele, zorganizovat veletrh i s doprovodnými akcemi a teprve pak jej otevřít. Na to potřebujeme čas. Například už v těchto dnech plánujeme veletržní sezonu pro jaro 2022," dodává Tomáš Kotrč.

Letňany ožijí už v létě

Letošní veletržní sezona na výstavišti PVA EXPO PRAHA bude kvůli jarnímu lockdownu pochopitelně také zkrácená. Přesto se nám podařilo připravit více než 20 významných akcí. Věříme, že stále se zlepšující epidemiologická situace bude v létě již stabilní a že znovu přivítáme spokojené návštěvníky v bezpečném prostředí výstaviště PVA EXPO PRAHA.
Jednou z prvních významných událostí letošního roku tam bude Prague Kemp Letňany, který se bude konat v průběhu července a srpna. Fanouškům nabídne nejen sérii hudebních „minifestivalů“, ale díky spojení s Hudebním divadlem Karlín také muzikály a představení z repertoáru této legendární pražské scény. Ve vybraný den se uskuteční vždy tři hvězdné koncerty, šanci dostanou i noví nadějní umělci. Každý z minifestivalů nabídne odlišný žánr. V rámci hudebního programu se mohou návštěvníci těšit například na vystoupení Dana Bárty & Illustratosphere, kapel Vltava, Rybičky 48, No Name, Visací zámek, Slza, Sebastian, Vanua 2 nebo Petra Čtvrtníčka a jeho skupinu Buzerant.
První veletržní vlaštovkou letošního podzimu bude oblíbený veletrh automobilových fanoušků AUTOSHOW PRAHA. Tato největší česká automobilová výstava představí na 25. ročníku opět to nejnovější z oboru. Kromě uvedení trendů a novinek slavných značek bude pro návštěvníky připraven i atraktivní doprovodný program včetně vyhledávaných testovacích jízd a soutěží. Motory se v Letňanech rozburácí ve dnech 27. až 29. srpna.

Za architekty i vánočními trendy

Zářijové dny v PVA EXPO PRAHA potěší jak milovníky dekorací a designu, tak všechny, kteří plánují rekonstrukci, stavbu nebo redesign svého domova. Jednou z prvních veletržních akcí v září bude kontraktační veletrh dekorací, skla, bytových a kuchyňských doplňků a dárkového zboží FOR DECOR & HOME. Ten se uskuteční ve dnech 2. až 4. září 2021 a uvede trendy v oboru i sortiment dekorací a dárků prezentovaný výrobci, velkoobchody, exkluzivními dovozci i rodinnými manufakturami. Obchodníkům, kteří ztratili možnost osobního kontaktu se zákazníky, nabídne tuto dlouho očekávanou příležitost. V Letňanech bude k dispozici nabídka širokého sortimentu vánočního zboží i produkty ze sekcí zahradních dekorací, doplňků na terasy a balkony či moderních i tradičních kuchyňských doplňků.
Ve dnech 21. až 25. září proběhne již 32. ročník veletrhu FOR ARCH, jenž kromě tradiční oborové skladby, kterou nabízí, rozšíří portfolio díky mimořádnému souběhu s veletrhem nábytku FOR INTERIOR. „Konání veletrhu FOR ARCH má v tomto roce ještě zásadnější význam pro restart oboru i pro nenahraditelnost osobního setkání vystavovatelů a návštěvníků. Již 32. ročník přinese přehlídku napříč sekcemi stavebních prvků a materiálů, zabezpečení a chytrých domácností, vytápění, dřevostaveb a oboru bazény, sauny & spa,“ řekla ředitelka veletrhu FOR ARCH Kateřina Maštalířová. Chybět nebudou ani poradenská centra, v nichž odborníci zodpoví návštěvníkům otázky týkající se rekonstrukce či stavby.

Tomáš Kotrč, generální ředitel společnosti ABF

Sport, pohostinství i čistá mobilita

Měsíc říjen přinese do Letňan rozmanité portfolio veletržních akcí, které odstartuje veletrh cyklistiky a sportu FOR BIKES & SPORT. Bude se konat ve dnech 1. až 3. října a souběžně s ním se v PVA EXPO PRAHA představí mezinárodní veletrh cestovního ruchu a regionální turistiky HOLIDAY WORLD & REGION WORLD. Profesionálům z oboru pohostinství nabídne v termínu 7. až 9. října novinky a trendy mezinárodní veletrh hotelového a restauračního zařízení, potravinářství a gastronomie FOR GASTRO & HOTEL, v rámci kterého se uskuteční také odborný kongres pro profesionály. Veletrh kosmetiky, kadeřnictví a nehtového designu proběhne v Letňanech ve dnech 8. a 9. října. Návštěvníci mohou během tohoto měsíce navštívit také mezinárodní dentální veletrh PRAGODENT (14.–16. 10.) a souběh veletrhů FOR FISHING, FOR TOYS, FOR BABIES a FOR GAMES (21.–24. 10.).
Pozdní podzim bude patřit významné události z oboru čisté mobility, kdy proběhne ve dnech 11. až 14. listopadu veletrh e-SALON. Ve stejném měsíci veletržní sezonu obohatí také události CZECHBUS (23.–25. 11.), FOR CARAVAN (26.–28. 11.) a mezinárodní kontraktační veletrh cestovního ruchu CZECH TRAVEL MARKET (30. 11. – 1. 12.). Ve dnech 9. až 12. prosince se budou moci návštěvníci výstaviště oddat atmosféře vánočních svátků na veletrhu STŘÍBRNÉ VÁNOČNÍ DNY.

Příležitosti v on-line světě

Je zřejmé, že podobně jako jiné obory i veletržnictví se vlivem pandemie rozhlíží po nových příležitostech v on-line prostředí. Snažíme se být na změny připraveni a také posilujeme svoji pozici v oblasti moderních technologií. Aktuálně dokončujeme přípravy poměrně velkého projektu v oblasti e-commerce, který bude kombinovat naše tradiční kamenné veletrhy a on-line obchodní prostředí.
Organizátoři i vystavovatelé jsou tak na bohatou veletržní podzimní sezonu dobře připraveni. V PVA EXPO PRAHA jsme už vloni úspěšně otestovali provoz areálu za přísných opatření. „Díky těmto zkušenostem jsme připraveni reagovat na aktuální vývoj situace a zorganizovat logistiku vystavovatelů i návštěvníků, provozovat v areálu testovací centrum, provádět nezbytné kontroly na vstupech a realizovat všechna další potřebná opatření pro bezpečný pohyb všech účastníků akcí na našem výstavišti,“ vysvětluje Kotrč. ■

HLADINKY, ŠNYTY, MLÍKA A ČOCHTANI

Jsou místa, na kterých byste ženu nečekali a není to dáno vaší přezíravostí. Je to prostě nezvyklé. O to zajímavější je, když na takových místech ženy velí. Jako například v pivovaru Proud sládková Lenka Straková a v mnoha světových restauracích výčepní Martina Navrátilová. Ta první se stará o to, aby pivo bylo jaksepatří uvařeno, ta druhá pak o to, aby vám bylo správně načepováno. Tipnete si, co je důležitější?

Petr Karban
Lucie Cápková, archiv Martiny Navrátilové a Lenky Strakové a Shutterstock.com

Martino, vy jste ve výčepu začínala na brigádě při studiu na vysoké škole. Čím si vás ta práce tak získala, že se z ní stala vášeň?
Dostala jsem se totiž do programu Ambasadoři Pilsner Urquell, kde jsem prošla školením od historie piva až po jeho čepování. Ten příběh mě úplně uchvátil, a navíc se mi první načepovaný půllitr povedl. Což pro některé chlapy okolo mě byl trochu problém a mě to naopak namotivovalo.

Co na to vaše rodina – holka z Moravy se zblázní do piva…
Rodiče mě podporovali a podporují, i když by určitě měli právo mít starosti. Přece jen jsem mohla být třeba speciální pedagog nebo poradenský psycholog, ale já se dala na pivo. Ale oni jsou moc rádi, že dělám, co dělám. S Moravou nebo vínem to asi nesouvisí. Já vínu nikdy moc nerozuměla, jsem na úrovni chutná / nechutná… Ale mám ho ráda. Srdcem budu ale navždy Moravák, to se nepřeučíte.

A jak se to vlastně stalo, že jste jako pětadvacetiletá porazila, až na jednoho, starší mazáky výčepní? Máte nějaký zvláštní talent?
Možná to byla obrovská míra nadšení. Pivo a čepování je opravdu můj koníček i práce. Já o sobě pokaždé dost pochybovala, ale než bych zůstala někde v koutě, motivovalo mě to k dalším a dalším věcem. Navíc jsem měla skvělé prostředí okolo sebe. V pivnici, kde jsem začínala, jsem měla prostor a lidi, kteří pivu fandili. Po nástupu do Lokálu v Plzni se mi upevnila technika, protože v létě v centru města, když je to opravdu mazec, už si hlava a ruce zapamatují vzorec natrvalo – opláchnout – do kartáčů – houbou umýt – kartáče – oplach – vana – odkápnout – pěna – správný úhel – pivo – vydat. Možná mi ale také pomohlo, že jsem žena. Mezi všemi chlapy výčepními to přece jen trochu vyčnívá. Což ale neznamená, že jsem v tom konkrétním finále byla jediná žena. Byli jsme ten rok silná sestava.

Kolem piva a čepování piva panuje určitě řada mýtů. Jsou nějaké, které vás dokáží vytočit?
Už se mi to neděje, ale stávalo se mi, že hosté nechtěli první pivo po přeražení, že je to prý to nejhorší. Naopak! Po dočepování sudu nebo tanku výčepní propláchne trubky, očistí hubici se sítkem, narazí čerstvý sud nebo tank, ochutná vzorek, že je vše OK a další pivo jde zákazníkovi. Které pivo je lepší než to nejčerstvější pivo z opečovávaného kohoutu a pivního vedení, krásně načepované a zkontrolované? Můj oblíbený je ještě ten, že ten host má doma lahvový Pilsner Urquell uvařený v Polsku. Přitom se vyrábí pouze v Plzni, odkud se vyváží do celého světa. Polská etiketa neznamená polský původ, ale jen překlad.

Jsou rozdíly v čepování piva podle toho, o jaké pivo jde?
Záleží, pokud jde o značku nebo cílový vzhled piva. Každá značka to má jinak, některé mají pevně nastavený obřad čepování, některé to tolik neřeší. Pokud jde o cílový vzhled, zrovna Pilsner Urquell můžete načepovat na několik způsobů – hladinku, šnyt, mlíko, čochtan, nadvakrát, řezané… každý způsob má svůj postup. Ve výsledku to pro nezaujatého jedince vypadá podobně, a proto je pro lidi úplně magické sledovat výčepního při práci, protože do jedné sklenice z jednoho kohoutu dokáže vyčarovat to, co zrovna potřebuje.

Nebo regionální rozdíly? Čepuje se stejně v Austrálii, Irsku, Belgii, Americe i Česku?
Samozřejmě, Česko je skvělý příklad. Češi čepují hladinku, což je pivo s tekutou krémovitou pěnou, která je na začátku vyšší, ale postupně se mění v pivo a „vybíhá". Na Moravě ještě pořád žije pivo s vysokou čepicí, ale také tam maká už velká parta výčepních na hladince. V zahraničí dostanete často pivo s nízkou pěnou, která není tak krémová. Pověstný způsob čepování, který jsem potkala na cestách v zahraničí, je German style. To je pro mě, jako školitele, katastrofa, úplný opak, než co se snažím lidem ukázat.

Dobrý výčepní čepuje pivo s láskou, říká se, i vy to říkáte. Zkuste to pragmaticky, co přesně to znamená?
Je to jednoduché. Když máte rádi tu práci a pivo, dáte si záležet na tom, aby každé pivo pro hosta bylo perfektní, aby i on si kus toho zamiloval a vrátil vám tím ten zážitek. Není to o monotónních pohybech za výčepem a jen plnění sklenic, práce, za kterou je člověk placený. Je to prostě láska.

Martina Navrátilová, původně slečna z Moravy, dnes obráží svět a učí v restauracích, hospůdkách a pubech správně čepovat pivo. Nejčastěji ji můžete zastihnout v pražské restauraci Červený jelen, kde vede i školu čepování.

JAK SE PIVO ČEPUJE

HLADINKA

Nejčastější a především v Česku nejuznávanější způsob čepování piva. Výsledkem je plný půllitr piva s pěnou na povrchu.

MLÍKO

Po načepování je v půllitru více pěny než piva. Vyznačuje se prý méně hořkou chutí, díky čemuž bývá oblíbenější u žen než u mužů. V Česku i v německých zemích se takové načepování piva neprávem považuje za nepoctivost výčepního.

ŠNYT

Vyznačuje se menším poměrem piva a větším poměrem pěny. Někteří výčepní uvádějí, že správně načepovaný šnyt obsahuje pivo v šířce dvou prstů, pěnu v šířce tří prstů a na povrchu ještě vzduch v šířce prstu.

ČOCHTAN

Pivo načepované téměř bez pěny. Je osvěžující i ideální na zahnání žízně, je třeba ho vypít co nejrychleji, bez pěny totiž velmi rychle zvětrává.

KAŽDÝ DRUH PIVA SE DOPORUČUJE ČEPOVAT NA URČITÝ POČET ZÁTAHŮ.

V čem výčepní nejčastěji chybují?
Nejčastěji je to lenost nebo neznalost. Za neznalost nemůžou, s leností je to horší. K dokonalému pivu je potřeba víc pohybů, než člověk udělá intuitivně. Takže jde o vynechávání některých základních kroků při mytí skla, nebo dokonce celé mytí, o správný způsob čepování, péči o výčepní kohout a čistotu na výčepu i v pivním zázemí. V zahraničí například nepoužívají k mytí skla mycí houbu, která pomáhá s nečistotami, co je kartáče ani tlak vody nesundají – mastnoty, rtěnky nebo třeba zaschlá špína nebo prach.

Máte zaručený návod, jak co nejlépe načepovat pivo?
Ten je vlastně univerzální. Každý si pak do něj zapouští svoje zvyky, někdo drží sklenici pravou, někdo levou, někdo všemi prsty za ucho, jiný jen čtyřmi. Popis způsobu čepování je psanou formou náročný, protože je potřeba, aby si čtenář nejdřív uměl představit, jak vypadá a funguje kohout, což může být problém. Nejlepší je praktická ukázka, ta pak funguje jednoduše. Základ je ale čisté pivní vedení, kohout, čistá, mokrá a studená pivní sklenice, správný úhel a postup čepování.

Co z toho je nejdůležitější, má-li pivo chutnat?
Jakmile nemáte čisté pivní vedení, můžete se snažit načepovat pivo sebelíp, ale nebude dobré.

Zvykají si Češi na to, že pivo dělá výčepní?
Ve významu, že sládek pivo vaří a výčepní ho dělá, jsme ještě tak na polovině cesty. Výčepní pořád nesprávným postupem může pivo pokazit a pokazí tak práci i tomu sládkovi. Někteří hosté pořád takové pivo pijí a přijde jim to v pořádku. Dokud však neochutnají to dobře načepované.

Když odmyslíme plzeňské, máte mezi pivy své oblíbené?
V zahraničí jsem si oblíbila stout. A můj oblíbenec v poslední době je kyseláč.

Je pivo lepší ze sudu nebo z tanku?
Nejlepší je správně opečované. Super sudovka je lepší než odfláknuté tankové. Ale všeobecně tankové je přece jen o chlup lepší. V tanku se totiž pivo nesetkává s žádným plynem a navíc je nepasterizované.

Hospůdky a restaurace posledních dvanáct měsíců neprožívají nejlepší období. Ubyla vám práce nebo jste si vymyslela náhradní program?
Mám štěstí, že jsem se dostala do gastroskupiny Hospodska, kde jsem začala během rodičovské dovolené s rozvojem pozice manažer výčepních. V té samé skupině jsem se teď překlopila do marketingu. Nechci říkat, že jsem marketák, ale ohromně mě to baví. Navíc to nebylo tak daleko od výčepu, výčepní je totiž taková tvář podniku pro hosta a bývá spolu s kolegy na place jeden z výrazných prodejců. Ale samozřejmě netrpělivě čekám, až to bude bezpečnější a vyskočí možnost jet školit do zahraničí.

Mimochodem, v soutěži Pilsner Urquell Master Bartender jste před šesti lety byla nejlepší ženou, ale stačilo to jen na stříbrnou medaili. Kdo vás tehdy porazil?
S Lukášem Vitáskem jsme se už malou chvilku znali. Chlapík, co toho měl hodně odpracováno, už tehdy měl v tak mladém věku docela jméno a dělal jedno pivo jako druhé jen tak, naprosto přirozeně, u toho si s vámi povídal, prohazoval vtípky, usmíval se a všechno tak lehce a nenuceně. Veliké srdce a řemeslo v ruce. A všechno s nesmírnou pokorou. Nikdo jiný ten rok nemohl být první.

A v čem byl lepší?
Byl přirozený, vtipný, měl více zkušeností a ruce měl, jako když kolibřík mává křídly, neskutečná rychlost a přesnost, přitom o patro výš v obličeji úsměv a klid. Já v té době byla pořád ještě začátečník, i když nadšený.

Nemáte sen být jednou na tom úplně nejvyšším stupínku?
V té soutěži jste na odrazovém stupínku. Být nejlepší je sen každého. Ale když chcete dělat něco víc, můžete i z druhého místa. Dokonce i když jdete do finále třikrát, což je limit, a nikdy se neumístíte. Soutěž každý rok nadšeně sleduji a fandím, dokonce za posledních pár let jsme v soutěži jako společnost Hospodska měli pokaždé finalistu. Ale sama necítím potřebu se do soutěže vracet. Já už se odrazila. Přeji si, aby se odráželi další a abychom jednou měli všude perfektní hladinku.

A jiný sen?
Plavat s delfíny. Ale to sem asi nepatří…

A třeba vlastní restaurace, kde byste vy čepovala pivo, které uvaří Lenka Straková? Vím, není to Pilsner Urquell, ale určitě byste měly narváno…
O tom není pochyb. Já bych ale asi nebyla úplně nejlepší provozní manažer, přece jen jsem pořád původně výčepní, radši bych čepovala hladinky, než počítala čísla. ■

TAJEMSTVÍ ČESKÉHO PIVA ODHALENO

„FENOMÉNU PITELNOSTI PIVA SE VĚNUJEME JIŽ NĚKOLIK LET. NAŠE PŮVODNÍ METODIKA VYDANÁ V ROCE 2011 DOKÁŽE POROVNAT PITELNOST DVOU A VÍCE PIV. SOUČASNÝ VÝZKUM SE ZABÝVÁ STUDIEM LÁTEK, KTERÉ PITELNOST OVLIVŇUJÍ. JAKO PRVNÍ SKUPINU LÁTEK MOHU UVÉST AMINOKYSELINY. V NAŠÍ NOVÉ STUDII, KTERÁ BYLA PRÁVĚ PŘIJATA V MEZINÁRODNÍM VĚDECKÉM ČASOPISE JOURNAL OF FOOD COMPOSITION AND ANALYSIS, JSME UVEŘEJNILI INFORMACI, ŽE SMĚS AMINOKYSELIN O DANÉ KONCENTRACI JEDNOTLIVÝCH SLOŽEK VÝZNAMNĚ OVLIVŇUJE PLNOST PIVA A TAKÉ SYNERGICKY PŮSOBÍ NA SENZORICKÉ VNÍMÁNÍ NAPŘÍKLAD HETEROCYKLICKÝCH SLOUČENIN. TOTO UNIKÁTNÍ SLOŽENÍ AMINOKYSELIN MAJÍ PRÁVĚ ČESKÁ PIVA, KTERÁ SVOU PITELNOSTÍ PŘEDČÍ JINÉ ZAHRANIČNÍ LEŽÁKY.“

RNDr. Jana Olšovská, Výzkumný ústav pivovarský a sladovnický

Lenka Straková, původně slečna z Plzně, s chutí přijala možnost vést výrobu piva v malém experimentálním pivovaru, který zřídil Plzeňský prazdroj.

Lenko, jaká byla vaše cesta k pivu? Holčičky obvykle nechtějí pracovat v pivovaru…
Já jsem na to přišla asi na konci gymnázia, když jsem se rozhodovala o vysoké škole, lákaly mě chemie, biologie… Potravinářství mi z toho vyšlo jako nejlepší. A když jsem zjistila, že se dá studovat technologie výroby piva, nadchlo mě to a bylo rozhodnuto. Asi plzeňské geny…

Nastoupila jste do plzeňského Prazdroje, ale dnes jste v malém mladém pivovaru Proud. Není to jako přestup ze Sparty do Slavie?
Byl by, kdyby… Proud ale k Prazdroji patří, jsme pořád zaměstnanci Prazdroje a Proud je jedním ze čtyř českých pivovarů skupiny, byť je pravda, že na rozdíl od ostatních máme jiné postavení a samostatnost. Nejsme tedy výroba řízená Plzní a máme možnost se trochu víc rozmáchnout.

Prezentujete se jako experimentální pivovar, s čím tedy experimentujete?
Nejsme svázani žádnými limity, můžeme si uvařit, co nás napadne, sami si to schválíme a když se nám podaří to prodat, bylo to dobré rozhodnutí. V opačném případě jsme šlápli vedle. Zatím se nám to nestalo. Takže máme absolutní volnost v druzích a typech piva, ale dokonce i v druhu nápojů. Experiment ale může vzniknout i na základě setkání se sládky z jiných pivovarů nebo dokonce i na základě setkávání se s lidmi mimo pivovarnictví. Nikdy nevíte, co vymyslíte. A ve velkém průmyslovém provozu, který třeba není tak flexibilní, rozhodně nemůžete uskutečnit všechny nápady.

V Česku byl pivem vždycky spodně kvašený ležák, dnes se to hemží v nabídce typy Ale, IPA, APA, Stout… V čem jsou ty rozdíly?
Těch je spousta, ale v základu je to pořád pivo. Vždycky jsou na začátku tři základní suroviny – voda, slad, chmel – a nějaké kvasinky. A pak už si můžete hrát a přidávat ovoce, koření, různé ingredience. Do pšeničných piv se třeba typicky přidává koriandr. Rozdíly jsou ale i na varně, postup pro typické české pivo, tedy ležák, je trochu náročnější. Rozdíly jsou ale i v rmutování, teplotách kvašení, dobách ležení… Je toho v součtu opravdu hodně.

Co děláte, když se to při experimentu nepovede? Je to podobná alchymie jako u vinařů a jde o intuici?
Oni mě vinaři možná nebudou mít rádi, ale skoro bych řekla, že je to větší alchymie než u nich. Nám prvotní produkt nevyroste, my si ho musíme uvařit. Už v tom je celý proces složitější. Pak je kvašení, kde se dá říct, že pokud se nezvrhne v typu nebo nedojde k nějaké těžké kontaminaci, většinou žádným rizikem nehrozí. A když je pivo nakvašené, v ležení, chodíme ochutnávat, jak mladé pivo zraje, kdy je už podle našich představ. U některých moderních stylů dokonce ani ležení není nutné a piva jsou k pití už jako mladá, hned po odkvašení.

Za výrobu jako sládek odpovídáte vy. Takže pivo z Proudu je otázka vaší chuti?
Mojí a ředitele Michala Škody.

Shodnete se?
To je princip, na kterém jsme se dohodli. Asi by bylo špatně, kdybychom k tomu museli zvát další hlasy, shoda je cesta, která nám vyhovuje. Zatím se nám nestalo a doufám, že se nestane, že by se nám něco nepovedlo. Co se někdy stane, je, že výsledek není úplně takový, jaký jsme očekávali. Proto je důležité pivo dobře popsat, nemůžete tvrdit, že voní po jahodách, když voní po ananasu. Bez ohledu na to, kolik jahod jste tam dali.

Fakt se vám nestalo, že byste šlápli vedle a trefujete se do chutí trhu?
Zatím se nám to nestalo, máme pět piv v základní nabídce, udělali jsme dvě limitky a připravujeme tři další na léto. Zatím dobrý, ale samozřejmě nejsou všechna piva pro každého.

V Brně jsem ochutnal váš Yuzu Pale Ale…
To je právě jedna z novinek, svrchně kvašené pivo s ovocem, kde ovoce přidáváme už do kvašení, takže cukry prokvasí a pivo nesládne, ale zůstává tam silné aroma yuzu. A to nás hodně baví, určitě to budeme chtít opakovat.

Jak vnímáte pivní trendy? Já třeba mám rád hořký ležák s plnou chutí, ale v létě jsem přišel na chuť právě svěžím Ale…
To máme hodně podobné. Český trh si zvyká pomalu. My se pohybujeme mezi těmi, kdo tahle jiná piva vyhledávají a tak se nám možná zdá, že zájem o ně silně roste. Ale spíš si myslím, že kdybychom s naším sudem přišli do restaurace, postavené na ležáku, tak by nás štamgasti hnali. Společnost je rozdělená, ochutnávat chce ale spíš menšina. Někdo dokonce zavrhne pivo už kvůli názvu.

Experimentuje mladší generace?
Nechci paušalizovat, ale zdá se, že mají víc chuti objevovat to nové. Ale když máme někde stánek, chodí průřez od mladých pro důchodce.

Pivo, to je říz, hořkost, chmel, jiskra… Je něco z toho důležitější?
Důležitý je soulad všech složek. A pak, záleží na pivním stylu. Typicky IPA musí mít výraznou chmelovou složku, Stout zase sladovou. Vždycky jde ale o nějakou harmonii. Jako všude v kuchyni.

Už jste v Plzni odhalili tajemství českého piva, jímž je pitelnost? Takové to nutkání, že si dáte jedno a musíte dát druhé? Zahraniční piva to postrádají…
Možná to trochu vím, ale nevím, jestli to mohu říct. My jsme totiž v kontaktu s vědci z Výzkumného ústavu pivovarského a sladovnického, kteří se to už nějakou dobu snaží rozlousknout a možná na to přišli. My o tom mluvíme pořád, ale nevím, jestli už to zveřejnili. Zkuste se zeptat paní doktorky Olšovské, protože bych nerada prozradila něco, co bych neměla. Ale není to hořkost…

Když jsme došli až k výzkumu, je vyzkoumáno, která z těch tří základních složek ovlivňuje výsledek nejvíc?
Voda je vždycky důležitá. Pokud jde o chmel a slad, tak u ležáku si myslím, že je to tak půl na půl, musí mít plné sladové tělo i správnou hořkost a aroma chmele. Na to právě jsou české chmely vynikající. Ale hraje vám všechno.

Které pivní mýty dokážou vytočit sládka?
Mne osobně nejvíc vytáčí názor, že pivo je něco sprostého. Že když pijete víno, je to ušlechtilost, když pivo, je to buranství. Překvapilo by vás, kolik lidí si to myslí. A když víte, jaká je to práce, jak pivo vzniká, tak to mrzí.

A třeba rozdíl plyn nebo vzduch?
To už jsou kvalitativní věci a moc mýtů tam nevidím. Když si na zahradě narazíte sud a za odpoledne ho vypijete, můžete tlačit vzduchem, a to pivo bude výborné. Ale pokud chcete ten sud mít naražený týden, je to pro pivo zátěž a ochrannou atmosféru potřebuje. Pokud někdo chce pivo čepovat dobře, chce, aby se za ním lidé vraceli, bude se snažit to dělat správně a dát pivu, co potřebuje.

Ze sudu nebo z tanku?
Dobře ošetřené pivo bude stejné. Z tanku je většinou nepasterované a tam bude drobný rozdíl, ale u stejného piva bych řekla, že ten rozdíl nepozná ani degustátor.

Restaurace ale tanky inzerují a zakládají si na tom…
Může být znát, že tankové pivo se do sklepa dostane hodně rychle, je to vlastně nejčerstvější možné pivo. A nikdy se nedostane na nepatřičnou teplotu. Zatímco u sudu nikdy nevíte, jaká byla jeho cesta.

Vy osobně máte ráda co? Českou hladinku? Mlíko?
Asi šnýtek, když ochutnávám. Nebo dva…

Hospůdky a restaurace posledních více než dvanáct měsíců neprožívají nejlepší období. Chystáte nějakou odměnu pro své věrné, když je tu čas, kdy zase můžeme?
Tři zmíněné letní novinky, jednu v belgickém stylu, jednu hodně voňavou nehořkou a budeme vařit i kyseláč, což je na léto také docela vhodné pivo a lidé si k němu už pomalu nacházejí cestu…

Pivo je českým fenoménem a jen nezaslouženě si s sebou nese pověst nápoje nekulturního. Vždyť to jediné, co na něm může být nekulturní, je v některých případech míra a způsob konzumace.

PIVNÍ STYLY

SVRCHNĚ KVAŠENÁ PIVA

APA – AMERICAN PALE ALE
IPA – INDIA PALE ALE
EPA – ENGLISH PALE ALE
BITTER
BELGICKÉ ALE
PŠENIČNÁ PIVA
PORTER
STOUT

SPODNĚ KVAŠENÁ PIVA

LEŽÁK ČESKÉHO TYPU
LEŽÁK VÍDEŇSKÉHO TYPU
OKTOBERFEST/MÄRZEN
BOCK
DOPPLEBOCK

SPONTÁNNĚ KVAŠENÁ PIVA

LAMBIC
GUEUZE
KRIEK
FRAMBOZEN
FARO

Tak kyseláč můj favorit není...
Možná může jako lehčí pivo přilákat ženy, tou kyselostí se může blížit vinnému střiku. Asi je to pro jinou skupinu, než která za pivem běžně chodí.

Nemáte sen mít svůj vlastní pivovar?
Upřímně? Teď ne. Měla jsem ho dřív, když jsem byla úplně pod Prazdrojem, protože to je cesta, kterou jde v pozdějším věku řada sládků a já jsem ty příběhy viděla, typickým příkladem je třeba Petr Hauskrecht, který to dělá moc dobře... Jenže já mám to štěstí, že ten pivovar už mi někdo postavil, jen to nesmím zkazit.

A jiný sen?
Já si ho teď žiji, takže ne.

Co třeba vlastní restaurace, kde vy byste pivo vařila a čepovala by ho Martina Navrátilová? Určitě byste měly narváno...
To úplně vidím, protože snad budeme mít brzy i pivní bar a klidně tam může Martina čepovat... Budeme se totiž snažit mít i své vlastní Proud Master Bartendery. Chtěli bychom držet kulturu, způsob čepování je stejný. ■

POMOC, HRDOST, LOAJALITA

Na začátku minulého roku se pandemie koronaviru přesunula v plné síle do Evropy. V polovině března 2020 byl v České republice vyhlášen nouzový stav a všechna letadla Smartwings a Českých aerolinií byla uzemněna. Nebe osiřelo. Co se dělo v zákulisí největší české letecké společnosti, přiblížili ředitel letového úseku kapitán Tomáše Nevole a vedoucí palubních průvodčí Petra Vágnerová.

Letecká společnost Smartwings v hektických dnech a měsících především pomáhala. Obstarala dopravu potřebného zdravotnického materiálu z Asie. Zajistila repatriaci českých občanů z Kanady, USA, Filipín, Peru, Mexika, Kuby, Panamy, Hondurasu, Dominikánské republiky, Kolumbie, Kostariky, Kanárských ostrovů a Egypta do České republiky.

Jaké nezbytné kroky bylo potřeba vloni v březnu učinit z hlediska letového úseku?

TN: V zimě jsme se jako vždy připravovali na letní sezonu 2020. Organizovali jsme množství výběrových řízení a přijímali nové zaměstnance. Sezona 2020 měla být nejlepší v historii. Ale covid vše změnil. Najednou jsme ze dne na den řešili obrovský přebytek zaměstnanců na všech pozicích. Proto jsme se zaměstnanci začali jednat o nutných úsporných opatřeních. S většinou jsme se dokázali domluvit na velice výrazném snížení pracovních úvazků, využívali jsme institut částečné zaměstnanosti. Až na naprosté výjimky zaměstnanci složitou situaci pochopili. Uvědomili si, že pokud má firma přežít, je potřeba udělat ústupky, přinést i nějakou osobní oběť. Bylo to psychicky náročné období. Nejbolestivější bylo rozdávání výpovědí. Bohužel ale i k tomu jsme museli přistoupit. Velká část pilotů začala dlouhodobě čerpat neplacené volno.

Letecký personál se těší, že letní sezona se už snad začne blížit těm, na které jsme byli zvyklí a že zákazníci již budou moci cestovat do všech destinací. Stále však bude záležet na aktuální situaci, na restrikcích a opatřeních, které budou platit v daných zemích.

Marek Hubač
archiv Smartwings

Tušili jste, že se bude jednat o dlouhodobý problém?
TN: Všichni jsme doufali, že to bude otázka pár měsíců. Jenže postupně bylo jasné, že se nebude opakovat situace jako u SARSu. To byl nakonec vir, který také velkou měrou zasáhl leteckou dopravu, ale hlavně v Asii. Doufali jsme, že už před letní sezonou se provoz vrátí do starých kolejí. To se bohužel nestalo.

Byl vyhlášen nouzový stav. Smartwings začal operovat repatriační lety a dovoz zdravotnického materiálu. Jak pro vás bylo náročné pokrýt tuto poptávku?
TN: Pro letový personál to tak náročné nebylo, logisticky ano. Naše společnost je zvyklá provozovat lety na všech kontinentech. Za ty roky jsme zeměkouli oblétali kolem dokola všemi směry. Historicky měla naše firma dlouhodobé kontrakty v nejrůznějších částech světa od Jižní po Severní Ameriku, od Evropy až po Jižní Afriku, od Arabského poloostrova až po jihovýchodní Asii. Náš personál je schopen z hodiny na hodinu sednout do letadla a letět. Náročné to bylo na logistiku, na zabezpečení veškerých povolení pro lety, v řadě případů bylo nutné v krátkém čase pro naše posádky obstarat víza. Země ze dne na den zavíraly hranice a zaváděly nová a nová proticovidová opatření, ani testovací systém nebyl v této době zdaleka tak rozvinutý jako dnes.

Bylo složení posádek stejné jako při tradičních letech?
PV: U repatriačních letů bylo složení posádek podobné. Letů se zdravotnickým materiálem se palubní průvodčí neúčastnili.
TN: U letů se zdravotnickým materiálem byli navíc na palubě technici, kteří jednak organizovali nakládání nákladu a za letu náklad kontrolovali. Také se sami o letadlo starali, protože letadlo potřebuje pravidelné prohlídky. Lety většinou trvaly víc než 24 hodin. Při prvním letu jsme dokonce zůstali čtyři nebo pět dní v polovině cesty v Novosibirsku, kde jsme čekali na povolení k odletu do Číny.

Musela se při přepravě zdravotnického materiálu nějak upravovat paluba letadel?
TN: Na prvních letech jsme používali letadla ve standardní konfiguraci, kdy se využívaly i sedačky. Boeing vydal instrukce, jak se letadla v pasažérském provedení mohou pro rozvoz zdravotnického materiálu použít a jak by měla být správně naložena. V pozdější fázi se nám podařilo získat povolení na částečnou přeměnu kabiny cestujících na cargo konfiguraci. Náklad byl naložen nejenom v podpalubí, ale po demontování některých řad sedaček z letadla byl náklad umístěn ve větším objemu i na podlahu letadla.

Liší se příprava, když letíte na letiště, na které nelétáte pravidelně? Je třeba mít podrobnější informace?
TN: Ano. Nebyly to standardní lety. Mělo to pro nás trochu nádech exotiky. Nicméně máme hodně zkušené posádky, které prolétaly celý svět. Lety byly hodně

JSEM VELMI HRDÁ A PYŠNÁ NA LIDI, KTERÉ MÁME V TÝMU, PROTOŽE PRO SVOU PRÁCI I ZÁCHRANU FIRMY DĚLAJÍ OPRAVDU MAXIMUM A MILUJÍ SVOJI PRÁCI.

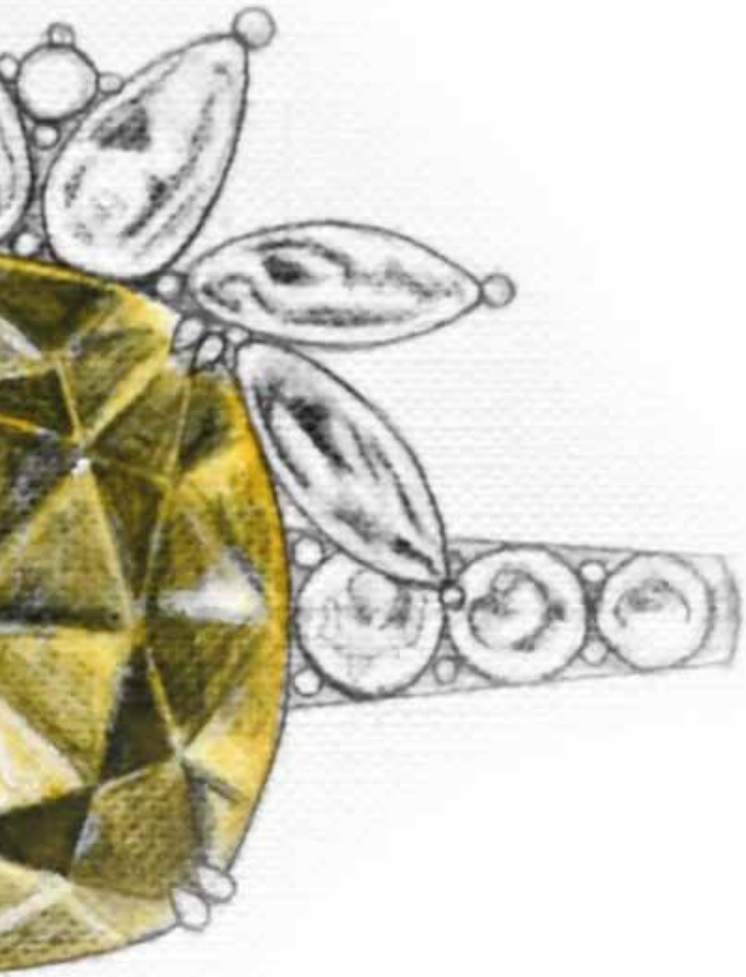
Petra Vágnerová

náročné na veškerá přeletová povolení a logistické zajištění. Před lety byl samozřejmě delší brífink. Posádka si každé letiště nastuduje z map a dalších dostupných zdrojů, a pokud se nejedná o letiště se speciálními postupy, může letět.

Jaký byl u kolegyň a kolegů o lety zájem?
PV: Zájem byl velký a většina kolegů a kolegyň byla samozřejmě velmi potěšena tím, že se mohou takovéto akce zúčastnit.

Byly posádky hrdé na svou práci, na to, že dělají dobrou věc?
PV: Zcela určitě, všichni byli rádi, že se na programu mohou podílet a pomoci českým občanům, aby se vrátili zpět domů. Po světě byly tisíce, možná desetitisíce českých občanů, které neměly vůbec žádnou šanci se jakýmkoliv způsobem dostat zpět do České republiky, protože letecká doprava se ze dne na den zastavila, hranice států se uzavřely. I přístup cestujících k našim posádkám byl hezký. Většina cestujících byla vděčná, že se vůbec na palubu našich letadel dostala.

Když bychom se přesunuli do současnosti, dá se říct, že starosti už nahrazují radosti?
TN: Moc bychom si to přáli. Letošní letní sezona se už snad začne blížit těm, na které jsme byli zvyklí, ale pořád bude záležet na aktuální situaci, na restrikcích a opatřeních, které budou platit v daných zemích. Věříme, že letošní letní sezona už umožní našim zákazníkům cestovat do většiny destinací, kam byli v minulých letech zvyklí létat. ■



OSOBNOSTI

34 **HLEDÁNÍ ROVNOVÁHY**
Renáta Zajíčková | Praha 5

40 **JSEM RÁD, ŽE MÁME NOHY V HLÍNĚ**
Kamil Jeřábek | Wienerberger

44 **PRAHU OVLÁDL PAN BUCHTIČKA**
Radek Příhonský & Daniel Prošek | Jez! Koncept

46 **MULTIGENERAČNÍ PODNIKÁNÍ**
Monika Kopřivová | Babičkářství

48 **MÍT KLIKU NESTAČÍ...**
Lumír Kozubík | SEPOS

50 **PRVNÍ ČECH V NOVÉM SVĚTĚ**
Augustin Heřman | New Amsterdam Bohemian Manor

NOBLESS
CZECH

WWW.NOBLESS-CZECH.CZ

DECENTNÍ A UŠLECHTILÁ ŽLUTÁ

RŮŽOVÁ, ČERVENÁ A MODRÁ MEZI DIAMANTY VEDE. ALE K VELMI CENĚNÝM UNIKÁTŮM AUSTRALSKÉHO DOLU PATŘÍ I DIAMANTY BAREVNÉHO SPEKTRA ŠAMPAŇ A KOŇAK.

HLEDÁNÍ ROVNOVÁHY

Budoucí podoba Smíchova. Praha 5 v roce 2030. Ale také role a kompetence městské části a nedostatky současného uspořádání metropole i republiky. To vše jsou témata rozhovoru s Renátou Zajíčkovou, starostkou městské části Praha 5.

Petr Karban
Filip Vido, archiv Renáty Zajíčkové a ÚMČ Praha 5

To, že jsme dobře vychovali své děti, poznáme podle toho, že nás v dospělosti nepotřebují. Jedno z hesel, které má Renáta Zajíčková obzvlášť ráda.

Jaký je váš vztah k Pětce? Je to čtvrť velkých změn s možná až hrabalovskou nostalgií. Před pětatřiceti lety ještě byla jejím srdcem fabrika s halami propojenými kolejemi, mezi nimiž se vlnily v mnoha směrech pulzující zástupy spěchajících lidiček, v bufetu U kominíčků si chlapi v montérkách dávali guláš, hospoda Na váze otevírala ráno v pět, aby dělníci z noční měli kde svlažit hrdlo…
Přestože jsem rodilá Pražanda a vyrůstala jsem na Vinohradech, Prahu 5 jsem poprvé objevila vlastně až v osmnácti, kdy jsem tu randila se svým manželem. Ten žil tehdy v Motole, a když jsem poprvé jela Plzeňskou, byla ta cesta tak neskutečně dlouhá, že jsem měla pocit, že jedu na konec světa. S manželem jsme tu pak založili rodinu a vychovali všechny tři syny. Už bych neměnila.

Již necelý rok po listopadu 1989 se začalo říkat, že to bude druhé centrum Prahy…
A vidíte, naplňuje se to. Dříve si všichni dávali sraz na Václaváku pod ocasem, dnes si rodiny, které s naší částí Prahy nemají nic společného, dávají sraz u Anděla… Staví se tu nejvíce bytů, z Pětky se stává mediální, bankovní a byznysové centrum. Z ušmudlaného dělnického Smíchova vzniká moderní část metropole. A to je i motto naší rozvojové strategie – Praha 5, moderní vizitka metropole.

Nicméně, historické památky tu turisté příliš neobjevují, londýnské kolo, které jste chtěli, nemáte, pařížské náplavky také nemáte… V čem je podle vás přitažlivost Pětky?
Neřekla bych, že nejsme turisticky atraktivní. Památek samozřejmě nemáme tolik, ale můžeme nabídnout bohatý kulturní život i širokou nabídku kvalitních služeb. Ale slovem moderní chceme vyjádřit něco jiného, že všechny jedinečnosti, které člověk dnes potřebuje a chce k životu, máme na jednom místě. Máme sídliště, luxusní vily i činžáky, máme mnoho možností zaměstnání, nádhernou zeleň, dokonce jedinečné přírodní lokality, infrastrukturu, volnočasové kapacity, pestrou kulturu, sportovní zázemí pro všechny věkové kategorie… Jsme po všech stránkách, sociálně i morfologicky, velmi rozmanitá, mnohotvárná a také turbulentní městská část, kde máte všechno po ruce. Což je velmi dobré pro život.

Ale?
Je to asi, do jisté míry, i příčinou mnoha komplikací a také určité politické turbulentnosti. Vždyť se tu v posledních deseti letech nikdo v čele radnice neudržel celé volební období. Tahle část Prahy má opravdu řadu velmi rozdílných a třeba i protichůdných zájmů a potřeb. Vybalancovat je není úplně snadné.

Vaše velké téma je rozvoj. Zmínila jste strategii pro období 2030+… Rozvoj obcí a jejich částí, to je ovšem především velká debata mezi samosprávou a privátní sférou, respektive investory. A slovo developer nemá v té debatě nejlepší zvuk. Proč?
Zobecňovat je vždy ošidné a neodvážím se toho ani v tomto případě. Nabídnu vám jiný pohled, který vychází z mých zkušeností tady na radnici. Ukazuje se, že městská část může mít významnou roli mediátora. Konkrétní příklad je zcela nedávný. Obrátili se na mě petenti z nejmenované ulice v Košířích, kde v proluce mezi jejich domy vzniká bytový dům. Ne velký, tři patra, tři bytové jednotky. Nicméně má vzniknout na místě, kde jsou dnes cestičky, pískoviště, ohniště, kde prostě místní komunita má svůj životní prostor. Stavební povolení bylo vydáno již dávno, současný investor projekt odkoupil od jiného, což se děje velmi často. A zdá se, že nevěděl, že tamní obyvatelé mají obavy o prostředí ve své úzké, krátké ulici. Zmizí jim, na co jsou zvyklí, přijde stavení ruch a problémy, těžkou technikou se může narušit statika stávajících domů a ve finále, jak už to tak bývá, dojde ke změně před dokončením stavby a dům bude nakonec vyšší. Vnímala jsem obrovskou komunikační bariéru a rozhodla jsem se, že se pokusím přivést obě strany k jednomu stolu. Povedlo se, proběhla asi tři setkání, při nichž postupně ledy tály… Snažili jsme se hledat kompromis v situaci, kdy petenti o jakémkoliv ústupku nechtěli ani slyšet a byli připraveni využít všech prostředků, aby stavbě zabránili.

S DECENTRALIZACÍ JSME TO PO ČTYŘICETI LETECH TUHÉ CENTRALIZACE PŘEHNALI. NEJEN V PRAZE, ALE I V REPUBLICE. TO SE OBECNĚ VÍ. SOUČASNÁ PODOBA NENÍ PRO ŘÍZENÍ IDEÁLNÍ, ANI POČTEM MĚSTSKÝCH ČÁSTÍ, KTERÉ MAJÍ NAVÍC NESTEJNÉ KOMPETENCE, ANI POČTEM KRAJŮ.

A výsledek?
Povedlo se. Investor stáhl žádost o změnu před dokončením stavby a petenti jsou schopni přijmout, že budou nový dům v tom místě akceptovat, přestože je pro ně absolutně cizorodým prvkem. Samozřejmě, výměnou za určité dohodnuté plnění. Byla to řada podmínek, na nichž se pokusí shodnout a to zformulovali do písemné dohody. Obě strany ocenily, že jsme takové jednání zprostředkovali, protože jinak tam skutečně hrozila dlouhá zákopová válka s dennodenními kolizemi. Po této zkušenosti jsem přesvědčená, že být mediátorem může být rolí městské části.

Nemělo by to být jinak? Eva Jiřičná mi kdysi popisovala vznik jednoho projektu, na kterém pracovala v Británii, a zmiňovala, že jako architektka s investorem osm let diskutovali s tamní komunitou a snažili se do projektu dostat prvky, které by otupily odpor a byly v podstatě dárkem občanům, řešily by chybějící nebo nefunkční vybavenost. Podobně to funguje třeba v sousedním Rakousku…
To se už samozřejmě děje i u nás. Příkladem může být projekt Smíchov City, kde přesně tyto debaty probíhaly už v roce 2017. Investor přizval občany k urbanistickému řešení veřejného prostoru a výsledkem je, že v plánech jsou parky, kolonády, fontány, promenády… Investoři se to postupně začínají učit. V tom příkladu z Košíř byl problém, že investor absolutně netušil, že kupuje diskutabilní projekt s šedesáti totálními odpůrci. Mnozí investoři u nás si ale ještě neuvědomují, že vstupují velmi často do území, které má svůj letitý ráz, žijí tam lidé, kteří mají své zvyky, návyky a potřeby. Městská část má hájit zájmy svých občanů, ale musí také respektovat rozvojové zájmy obce. Mým úkolem jako starostky je asi především hledat rovnováhu. Proto si myslím, že městská část má být nejen mediátorem, ale i iniciátorem jednání mezi občany a investory. Podobně jsme třeba nedávno postupovali v případě stavby na pozemku v těsné blízkosti mateřské školy. Hned na začátku jsme iniciovali jednání mezi investorem a ředitelkou. Výsledkem bylo memorandum, v němž se investor zavázal nakoupit školce čističky vzduchu a jiné vybavení, omezit hlučné práce v určitých hodinách, vysadit určitý počet stromů a také přispět sto osmdesáti tisíci na školku v přírodě. Poměrně velkorysý přístup byl také do puntíku splněn.

Jak je možné, že takový projekt – sama jste řekla, že to byl v dané lokalitě cizorodý prvek – získá stavební povolení?
Je to stavební pozemek. Územní plán ale my neovlivníme, to je věcí velké Prahy. I když se vyjádříme negativně, nemáme páky tomu nechtěnému nebo nepatřičnému zamezit, můžeme maximálně korigovat objemové parametry. Což je i důvod, proč je tolik problémů kolem vznikajícího metropolitního plánu, který pravidla rozvolňuje natolik, že vlastně nemá být předem dáno, kde se stavět může a kde ne. Jen my jsme podali asi dvě stě systémových připomínek, celkem jich bylo z celé Prahy několik tisíc. Už jejich počet myslím svědčí o tom, že plán nebyl dobře uchopen, nebyl široce a participačně komunikován. Určitě dozná změn.

Pojďme se vrátit k vaší strategii pro budoucnost. Moderní vizitka metropole – co si pod tím představit? Jaká je vaše vize Pětky v roce 2030?
Především, není to vize Renáty Zajíčkové. Na strategii se reálně podílelo asi osmdesát lidí, vznikala vlastně rok, všechno jsme si dělali sami, teď jde materiál do zastupitelstva. Je pravda, že jsem na mnoha úrovních a v mnoha jednáních musela mnoho lidí přesvědčovat, že strategii potřebujeme a že ji také zvládneme připravit. Moc mi nevěřili, podobné pokusy tu dříve končily spíše nezdarem, poslední v roce 2017 měl takové chyby, že se do zastupitelstva ani nedostal. My jsme to zvládli a jsem pyšná na to, že projekt šel napříč politickými stranami a je na něm široká shoda. V pracovním týmu i v řídicí skupině byli zástupci opozice, zapojeni byli i obyvatelé. Klíčové bylo zaměřit se na jednotlivé lokality, na místní občany, jejich potřeby i přání. Podařilo se mi spojit se s lidmi, kteří měli chuť

MGR. RENÁTA ZAJÍČKOVÁ

STAROSTKA PRAHY 5. VYSTUDOVALA PEDAGOGICKOU FAKULTU UNIVERZITY KARLOVY, NEJPRVE APROBACI ČESKÝ JAZYK / ZÁKLADY SPOLEČENSKÝCH VĚD, POZDĚJI TAKÉ ŠKOLSKÝ MANAGEMENT. CELÝ PROFESNÍ ŽIVOT STRÁVILA VE ŠKOLSTVÍ A PŘED 15 LETY ZALOŽILA SOUKROMÉ GYMNÁZIUM, KTERÉ JE DÍKY JEJÍ VIZI I PRÁCI VYHLEDÁVANOU A PRESTIŽNÍ VZDĚLÁVACÍ INSTITUCÍ. JE ŠŤASTNĚ VDANÁ A S MANŽELEM MÁ TŘI SYNY.

Renátu Zajíčkovou možná budeme po volbách vídat v Poslanecké sněmovně – jako číslo 8 kandiduje v Praze za koalici SPOLU.

se na dokumentu podílet. V analytické části vycházíme z ankety, které se zúčastnilo dva a půl tisíce lidí. Ale nejen to, v průběhu pandemie jsme organizovali online setkání s místními, v červnu jsme zahájili roadshow a se strategií navštěvujeme jednotlivé lokality a představujeme ji občanům. Já nechci, aby to byl dokument do šuplíku, ale aby to byla živá vize, kterou lidé přijmou za svou. Je to vize jejich města. Vy chcete slyšet naši vizi v kostce, ale vlastně nevím, jestli to lze vystihnout v několika větách. Praha 5 je opravdu velmi pestrá a různorodá a naše vize stojí právě na tom, abychom onu pestrost a různorodost dokázali zachovat, podpořit a vytvářet pro ni i podmínky. Chceme, aby se tu dobře bydlelo, pracovalo i odpočívalo. Aby toto město bylo ke svým obyvatelům ohleduplné a přívětivé, aby ctilo potřeby starousedlíků i nově příchozích.

Nikdy se nelze zavděčit všem…

Ano, je to asi trochu sisyfovský úkol, ale já si to jinak neumím představit. Přece neřeknu, že budeme mladou čtvrtí a starousedlíci nejsou důležití. Všichni jsou důležití a město musí najít způsob, jak rozdílné potřeby uspokojit.

Co budou největší změny?

Určitě vznikající Smíchov City, což je už dnes výjimečný projekt, který respektuje území, na němž vzniká. Brzy to bude jedinečné místo v Praze. Bude podle mě ukázkou toho, jak se mohou moderní města rozvíjet s ohledem na potřeby všech. Potřebujeme také Radlickou radiálu, což je projekt snad ze sedmdesátých let minulého století. Neustále se vše protahuje, město příliš nespěchá a my to neovlivníme. Nejviditelnějším požadavkem je ale důraz na životní prostředí. Lidé chtějí parky, cyklostezky, zeleň, tělocvičny v přírodě, dětská hřiště… Naštěstí je to i potenciál, který Praha 5 má. Máme lesy, kopce, skály, potoky, údolí. Asi nepotřebujeme úplně ozeleňovat, ale zachovat, co máme a smysluplně to využít. A když se bude stavět, tak kompenzovat ztráty zeleně a využívat modrozelenou infrastrukturu, šedou vodu… Také to je součástí strategie, snažit se o šetrnost. Ohled k životnímu prostředí je totiž prvek, který zaznával ze všech stran, a spojuje proto asi všechny aktivity.

Proměny Smíchova – budoucí škola je příkladem, jak velkoryse architektonicky i funkčně pojatá nová čtvrť Smíchov City reflektuje někdejší historii a mizejícího genia loci. Na mnoha místech a budovách tu detaily a linie mají být reminiscencí továrních budov Tatry Smíchov, které patřily dlouhá desetiletí k symbolům centra této pražské čtvrti.

Je tématem rozvoje i nějaká spolupráce či podpora podnikatelského sektoru? Orientace na inovace, kreativní a technologický byznys?
Podobné snahy tu v minulosti byly, ale asi i z politických důvodů se nenaplnily. Já vztah k podnikatelům vnímám jako velmi důležitý. Řada lidí je ale přesvědčena, že to není role městské části. Já osobně bych ráda na Prahu 5 přilákala mladé lidi. Jsou odvážní, kreativní a otevření a do každého prostředí vnášejí originalitu a radost.

Zatím jste nepoužila floskuli smart city…
Ani to neudělám, protože já to sousloví nepoužívám, možná právě proto, že v něm necítím jasný obsah. Samozřejmě, že chceme chytré město, proto jsou ve strategii zohledněny udržitelný rozvoj, cirkulární ekonomika a nové technologie. Zřetelné kroky jsou u nás vidět již dnes. Nastavujeme třeba energetický management a budeme žádat o dotaci na projekt tohoto typu. Není to žádná novinka, ale my ho zavedený nemáme. Zase, nějaké pokusy v minulosti byly, ale nepovedly se. A tak jsem musela překonat u kolegů počáteční skepsi a nyní to vypadá, že budeme mít experta na energetický management. Ten bude hledat možnosti například využití chytrého osvětlení, chytrých spotřebičů nebo nákupu energií. Pokud se nám tohle podaří implementovat do myšlení na všech úrovních, bude to také velká proměna. Vlastně celá strategie je svým způsobem změnou myšlení podmíněna. Její uskutečňování bude vyžadovat nejen jiný způsob řízení procesů, které budou vedeny více projektově, ale také jiný styl práce úředníků, jiný způsob uvažování o rozpočtu a podobně. To vše se bude muset změnit…

Vy nebudete příliš oblíbená…
I to se může stát, ale nevzdám to. Protože pokud nezměníme sami sebe, nezměníme ani Prahu 5.

Nemáte někdy pocit, že lidem by stačilo, kdyby se aspoň různé složky jednoho města dokázaly lépe domluvit?
Asi tuším, na co narážíte, ale to je téměř neřešitelný problém. My jako radnice městské části toho ve skutečnosti ovlivňujeme mnohem méně, než si lidé myslí. Opět příklad. Ulice Klikatá v Jinonicích byla nedávno rozkopaná, protože probíhala rekonstrukce sítí. Celé to spustil magistrát, který má správu silnic a chodníků na starosti. Když ji zase se slávou zprovoznil, zjistili jsme, že nějak zapomněli udělat nový povrch. Magistrát to nestihl vysoutěžit. Takže po půl roce ulici zavřeli znovu. Ale to nejsou naši úředníci, to jsou projekty a kompetence magistrátu. Silnice, chodníky, odpad, bezpečnost… to vše jsou oblasti, které neřeší městská část, ale hlavní město. Bohužel, pro lidi je velmi složité rozlišit mezi magistrátem a městskými částmi, mezi státní správou a samosprávou…

A divíte se? Kolik správních obvodů má Praha a kolik Paříž?
Ano, s decentralizací jsme to po čtyřiceti letech tuhé centralizace přehnali. Nejen v Praze, ale i v republice. To se obecně ví. Současná podoba není pro řízení ideální, ani počtem městských částí, které mají navíc nestejné kompetence, ani počtem krajů.

A přesto nejde změnit?
Jde. Dokonce se o tom někde a někdy i mluví. Ale ani jedna z dvou možných cest není příliš reálná. Abychom se o tyto záležitosti starali jako jednotlivé městské části, k tomu nás samozřejmě Praha nepustí, protože by musela přijít o část rozpočtu. A že bychom zredukovali počet samosprávných jednotek na území Prahy nebo dokonce i počet krajů? To vyžaduje dvě věci: politickou shodu všech subjektů a obrovskou politickou odvahu. Nejsem si jistá, že toho někdy některá politická reprezentace bude schopná.

S ohledem na faktor času stěží…
Je to tak, čtyři roky mandátu jsou na tak razantní změny velmi krátká doba.

Několikrát jsme se dotkli pojmu hledání rovnováhy. Máte to jako žena snazší?
Nevím, jestli jako žena, ale cítím svou výhodu v tom, že jsem celý život pracovala ve školství. Role ředitelky školy je především práce s lidmi, kdy musíte stále vyvažovat různé potřeby a zájmy, protože jiný je někdy zájem studentů, jiný pedagogů, jiný rodičů… Asi jsem se naučila naslouchat různým stranám a hledat řešení i tam, kde na první pohled žádná nejsou. I díky tomu se mi, myslím, daří zapojovat do projektů, jako je zmíněná strategie, různé skupiny lidí, například opozici i občany. A proto také věřím, že to bude výsledek s trvalejším charakterem, který se u nás na Pětce se změnou politické reprezentace nezpřetrhá.

Shoda na vizi napříč všemi dotčenými skupinami je asi dobrou pojistkou. Bohužel, zatím nepříliš často používanou…
Což je škoda, protože občané potřebují stabilitu a jistoty. A pocit, že přijde za čtyři roky někdo jiný a půjde všechno do koše, ten k jistotě a pohodě určitě nepřispívá. ■

NEW LIVING CENTER

Největší centrum bydlení v České republice

ŠAFRÁNKOVA 1238/1 – 155 00 PRAHA 13 STODŮLKY

www.newlivingcenter.cz

SPOLEČNOST WIENERBERGER HLEDÁ BUDOUCÍ POTENCIÁL

JSEM RÁD, ŽE MÁME NOHY V HLÍNĚ

Prvním dubnem dochází ve společnosti Wienerberger k několika významným změnám, které se dotknou především vnitřního uspořádání firmy a některých vrcholových pozic. V konečném důsledku však budou mít jistě přesah i ke komunitám partnerů a zákazníků. Všem změnám, ale i současné pozici a dalšímu směřování společnosti se věnuje v následujícím rozhovoru Kamil Jeřábek, jednatel a nový generální ředitel společnosti.

Petr Karban
archiv Wienerberger

ING. KAMIL JEŘÁBEK

VYSTUDOVAL MATERIÁLOVÉ INŽENÝRSTVÍ NA PRAŽSKÉ ČVUT, KDE ABSOLVOVAL V ROCE 1992. PROFESNÍ DRÁHU ZAHÁJIL JAKO PRODUKTOVÝ MANAŽER PRO ŠIKMÉ STŘECHY U ZAHRANIČNÍ FIRMY DOVÁŽEJÍCÍ DO ČR STAVEBNÍ MATERIÁLY, POZDĚJI SE STAL ČLENEM VEDENÍ JEDNOHO Z VÝROBCŮ SKUPINY, DODAVATELE PODSTŘEŠNÍCH IZOLACÍ. V ROCE 2002 NASTOUPIL JAKO OBCHODNÍ ŘEDITEL KE ZNAČCE TONDACH, S NÍŽ SPOJIL CELÝ SVŮJ DALŠÍ PROFESNÍ ŽIVOT. V ROCE 2010 SE STAL JEDNATELEM SPOLEČNOSTI A V ROCE 2015, DÍKY AKVIZICI SPOLEČNOSTI TONDACH, I JEDNÍM Z JEDNATELŮ SPOLEČNOSTI WIENERBERGER.

JE ŽENATÝ, OTEC TŘÍ SYNŮ A DNES JIŽ I ŠŤASTNÝ DĚDEČEK. DLOUHÁ LÉTA AKTIVNĚ HRÁL FOTBAL.

V pozici jednatele Wienerbergeru jste už několik let působil, do prostředí koncernu jste ale přišel z rodinné firmy. Je něco, co si z těch pěti let ponesete dál jako zajímavé poznání?
Právě to, co zmiňujete, setkání dvou světů. Tondach, byť koncern, byl stále rodinnou firmou, s řízením spíše vztahovým nebo hodně vztahovým. Wienerberger je korporace kotovaná na burze, všechny rozhodovací a reportovací procesy jsou tu na úplně jiné úrovni a byl to opravdu střet dvou kultur. Nikoliv ale v rušivém či nepříjemném smyslu. Ta vztahová část se – alespoň pro mne – obohatila o nový, strategický rozměr. Tondach pod křídly Wienerberger začal uvažovat v širších souvislostech. Obohacením pro mne bylo i pracovat po boku Luďka Bárty, protože on jako zkušený cihlář mne do výroby cihel skutečně zasvětil, jeho zkušenost byla pro mne neocenitelná. My jsme v Tondach cihly také vyráběli, ale v mnohem menší míře, pro Wienerberger je to core business. A ještě poznámka k Luďku Bártovi – bylo pro mne skvělým základem, že se o své zkušenosti chtěl dělit. Tím mi pomohl proniknout do hloubky mnohem rychleji, než bych to dokázal sám. A že se má o co dělit.

Když už jste zmínil Luďka Bártu, který odchází, prý budete v určité podobě i nadále spolupracovat…
Věřím, že budeme dále partnery. On ze své pozice otevřel či pomáhal otevřít řadu zajímavých témat, z nichž některá jsou vysloveně celospolečenská, a těm se nyní chce věnovat. Nebude už tedy v pozici výkonného manažera v byznysovém prostředí, chce do seniorní části svého života už více klidu a možnost věnovat se naplno projektům, jejichž úspěch a potřebnost neurčuje jen obchodní bilance.

Ještě se vrátím ke střetu dvou kultur – když vy jste se mohl obohatit o kvality korporátu, bylo něco, co jste naopak korporátu přinesl vy z prostředí rodinné firmy?
Asi by bylo fér, aby na to odpovídal někdo jiný, ale snad ano. Snad právě tu vztahovost, určité prvky naší tehdejší firemní kultury. Možná je to dáno i rozdíly mezi povahou byznysu značky Tondach a značky Porotherm, což je základ produkce Wienerberger. Tondach měl a má totiž i dnes mnohem vztahovější obchodní vazby, protože komunita pokrývačů a střechařů je v rámci stavařiny trochu speciální. Obchod není tolik věcí technické znalosti a dokonalosti, ale vztahů. Zatímco u cihel jde převážně o naprosto přesná a dokonalá technická řešení. Čímž ale nechci říct, že u střech technická dokonalost chybí, to ne… jen zkrátka charakter obchodních vztahů je jiný.

Od prvního dubna vzniká pozice generálního ředitele, ale není to jediná změna ve struktuře vaší společnosti. Jednatelé budete nově dokonce tři namísto dosavadních dvou…
Wienerberger se celosvětově přizpůsobuje tomu, že jsme sice nadnárodní korporace, ale byznys, který děláme, je velmi lokální. A abychom obstáli na lokálním trhu, potřebujeme nikoliv univerzální, ale lokální nástroje, cesty a řešení. Rakouské vedení si to uvědomuje, a matka chce proto poskytovat jednotlivým dcerám ještě širší prostor pro autonomní rozhodování. Ale aby bylo možné celou skupinu efektivně uřídit, potřebujeme mít kompatibilní, jednotnou organizační strukturu. My se tedy současnými změnami přizpůsobujeme modelu, který se v celé skupině ukázal jako funkční. Tou nejviditelnější změnou je, že jsme nově tři jednatelé, já z pozice generálního ředitele se zodpovědností za obchod a marketing, Petr Magda jako jednatel pro finance a administrativu a Vlastimil Cech, jednatel pro výrobu.

Revoluční designová pálená taška, to je Tondach V11. Snoubí v sobě dokonalé technické parametry dané 140 lety zkušeností Tondach s originálním designem špičkových návrhářů Studia F. A. Porsche. Ten již ocenili designoví odborníci – nová taška se pyšní nejen čestným uznáním GrandPrix veletrhu ForArch 2020 či oceněním German Design Award 2020, ale i nejznámější cenou pro designéry Red Dot Award: Product Design 2020 v kategorii Urbanes Design. Design ale není jen estetickou záležitostí, vylepšuje i funkční vlastnosti nové tašky a přispívá také k vyšší kvalitě i bezpečnosti střechy – vytvořený profil pomáhá bezpečnějšímu odvodu vody na níže položenou plochu.

Velkorysá stavba rodinného domu na jezeře podle návrhu architekta Petra Dobrovolného si vysloužila uznání odborníků i obdiv laiků. V soutěži Dům roku 2020, kterou organizuje každoročně redakce časopisu Můj dům ve spolupráci s předními odborníky a architekty, se stala nejen vítězem kategorie Domy se zastavěnou plochou nad 150 m², ale i celkovým vítězem s nejvyšším počtem čtenářských hlasů. Stavba má masivní a energeticky úspornou konstrukci, obvodové zdivo je z bloků Porotherm T Profi s větranou vzduchovou mezerou a kamennou přizdívkou. Projekt nezdobí jen design a souznění s krajinou, ale také promyšlená technologická stránka celé stavby s velmi pevnou a energeticky úspornou konstrukcí.

Dojde s těmito interními změnami i k nějakému posunu strategie směrem k trhu?
Strategii jsme v posledních letech připravovali společně právě s Luďkem Bártou a nemyslím, že dojde k nějakým zásadním změnám. Rozhodně je neplánuji, mám v úmyslu pokračovat v linii, kterou jsem pět let pomáhal budovat. Vycházeli jsme z toho, co je pro naši společnost dobré, snažili jsme se dělat věci s určitou vizí a přesahem. Na to určitě chci navázat. Ale vidím i příležitost ke změně, která může být ku prospěchu společnosti. Je jí ještě větší interní propojení našich dvou vnitřních světů. Sám jsem měl původně na starosti obchod a marketing, Luděk Bárta pak výrobu a finance. Nyní bude každou oblast mít sice i nadále ve své gesci jeden z jednatelů, ale zastřešující pozice generálního ředitele by právě měla pomoci jejich ještě těsnější integraci, tomu, aby se dva odlišné světy prolnuly a lépe spolupracovaly. Cílem je ještě více využít existující firemní potenciál, častěji se potkávat napříč odděleními a hledat vždy to nejlepší řešení pro společnost jako celek. Máme skvělé lidi a jde jen o to vytvořit jim prostor pro skvělá řešení. A věřím, že výsledkem bude větší zaujetí všech firemních úrovní na společném výsledku a obrazu společnosti, což by v celkovém kontextu měl pocítit i zákazník.

Není to další prvek ze strategického arzenálu rodinné firmy? Mluvíte o něčem, co by se dalo charakterizovat jako ownership, a ten právě u rodinných forem bývá velkou předností…
I tak by se to asi dalo pojmenovat. Integrovat všechny části celku a snažit se ještě více o to, abychom všichni měli zájem na společných věcech. Je to asi přístup, který mám ve své DNA, je to prvek, který je mi velmi blízký. Cítím se být týmovým hráčem, možná i proto, že jsem dlouho dělal týmový sport. A asi mne takto formovalo i třináct let v prostředí rodinné firmy. Rozhodně jsem přesvědčen, že doba nenahrává solitérům, že je potřeba hledat shodu na větší platformě. Pak všechna řešení mají širší podporu zevnitř a větší zásah směrem ven, jsou komplexnější, protože zohledňují pohledy profesionálů z více oblastí.

Vedle personálních změn dochází i ke změnám organizačním…
Kdo neroste, pomalu odumírá. Můžeme a chceme samozřejmě růst dalším zlepšováním produktů a služeb, ale to má své meze. Jednou z cest růstu, kterou Wienerberger již tradičně jde, jsou akvizice a integrace. Současně integrujeme společnost Semmelrock, která již byla členem skupiny, ale podobně jako tomu bylo před šesti lety u značky Tondach, se dnes organicky včlení do struktury Wienerberger.

Jak vidíte ze svého pohledu české stavebnictví zítřka?
Těžká otázka. Věřím, že dostane smysluplnou legislativu, která pomůže jeho rozvoji. Věřím, že zůstane orientováno směrem k šetrnému stavitelství, které bere ohledy na přírodu kolem nás. Věřím v robotizaci, do tří let bychom chtěli v Česku ve spolupráci s developerem a ČVUT představit vlastní technologii robotického zdění, na které pracujeme. A věřím

WIENERBERGER, S. R. O.

SPOLEČNOST PATŘÍ DO NADNÁRODNÍ SKUPINY WIENERBERGER AG SE SÍDLEM VE VÍDNI, KTERÁ JE SVĚTOVÝM LÍDREM MEZI VÝROBCI KERAMICKÝCH STAVEBNÍCH MATERIÁLŮ. V ČESKÉ REPUBLICE VLASTNÍ NĚKOLIK VÝROBNÍCH ZÁVODŮ A JE NEJVĚTŠÍM TUZEMSKÝM VÝROBCEM PÁLENÝCH CIHEL I NEJVĚTŠÍM VÝROBCEM KERAMICKÝCH STŘEŠNÍCH KRYTIN U NÁS. PORTFOLIO WIENERBERGER NA ČESKÉM TRHU ZAHRNUJE ZDICÍ SYSTÉM POROTHERM, OBKLADOVÉ A LÍCOVÉ CIHLY TERCA, KERAMICKOU DLAŽBU PENTER, PÁLENOU STŘEŠNÍ KRYTINU TONDACH I BETONOVÉ PRVKY SEMMELROCK.

VÍCE INFORMACÍ NA **WWW.WIENERBERGER.CZ**

v digitalizaci. Jsem přesvědčen, že tu za deset let nebude stavba, která by nevznikla a nežila v modelu BIM. I tímto směrem jdeme, máme už dnes digitální knihovny našich řešení.

Inovační projekty jsou silnou stránkou vaší společnosti…
Předloni jsme oslavili dvě stě let. A celý ten čas je Wienerberger synonymem pro inovace, od prvních kruhových pecí přes cihly s porézní strukturou až po současnost, kdy neustále hledáme nejen to, jak dělat věci interně a procesně lépe, ale jak je dělat tak, aby odpovídaly technickým možnostem i společenským požadavkům. To je síla, která dává naší společnosti její výjimečnost.

Odvážíte se najít i její slabou stránku?
Na začátku jsem zmínil, že jako korporace máme velmi propracované rozhodovací procesy. Má to své ale… Když nejste veden současně i intuicí, může to mít za následek, a bohužel občas to u nás zaznamenávám, prodlužování procesů. Takže jeden z úkolů, který před sebou vidím, je zkrátit procesy. Je to plně v intencích změn, které se dějí, a odpovídá to i strategickým plánům matky, která chce mít silné regionální lídry, schopné rychle reagovat na podněty a požadavky lokálních trhů. Připravenost ke změně je dnes nutností, protože okolnosti se mění tak dynamicky, že bez takové schopnosti nelze přežít.

Avizujete interní změny, ale přece jen – přijdou i změny, které pocítí výrazněji zákazník?
Platí, co už jsem řekl, směry a cíle naší obchodní strategie byly nastavovány s určitou vizí a dlouhodobějším přesahem a nevidím potřebu v tuto chvíli něco měnit. Pořád platí naše silná orientace na zákazníka, pořád chceme lidem pomáhat stavět vysněný zdravý domov. Budeme samozřejmě i nadále hledat nové služby a snažit se nabídnout vždy něco navíc, ale to není novinka, to je, věřím, charakteristický rys našeho přístupu k trhu. Pozice, kterou chceme nejen udržet, ale rozvíjet.

A máte vizi, kam se lze ještě posunout? Protože třeba váš Program Wienerberger e4 dům je velkoryse koncipovaný program podpory…
Máme a právě ten program, který zmiňujete, je dobrým příkladem. Běží tři roky, v loňském roce jsme ještě zintenzivnili naše úvahy směrem k segmentu rodinných domů, kde je velké procento těch, co stavějí svépomocí. A právě svépomocníkům chceme být ještě blíž, protože oni i s ohledem na legislativu, která není příliš vstřícná, řeší celou řadu nepříjemných a obtěžujících problémů. Takže pro ně chystáme, tam, kde můžeme, zjednodušení života. Sám teď absolvuji přípravu stavby a znám martyrium kolem stavebního povolení a hledání jehel v kupce sena v podobě kvalitních dodavatelů a řemeslníků. To chceme pomoci řešit.

Dnes už v rámci zmíněného programu pomáháte stavebníkům i s vyřízením dotací, půjdete tak daleko, že nabídnete i vyřízení stavebního povolení?
Budete se divit, i o tom jsme přemýšleli. Do budoucna to vyloučit nechci, ale věřím, že česká legislativa se dočká změn, které hlavně malým investorům vyřízení stavebního povolení značně ulehčí. A že pokud jde o délku povolovacího řízení, dostane se Česko ze svého 159. místa na světě aspoň do první stovky. Myslím, že to není tak ambiciózní plán, aby se to nedalo splnit. Dnes se spíše bavíme o tom, nabídnout služby, které třeba svépomocníkům pomohou vyřešit jednotlivé technologické problémy v kontextu celé stavby. Myslím, že by pro spoustu malých investorů bylo skvělé, kdyby si mohli někam snadno sáhnout pro prověřeného odborníka, který pro vaši konkrétní stavbu navrhne topení tak, aby odpovídalo vašim představám, konstrukci stavby, technickým možnostem i nejvyšším nárokům. A to je jedna expertní oblast, přičemž na stavbě jich každý řeší celou řadu.

Jak trh vůbec přijal váš koncept e4 domu, tedy koncept bydlení zdravého pro rodinu i planetu?
Zájem stoupá, proto v tomto programu budeme určitě hledat další možnosti, jak ještě více pomoci. Připravujeme třeba spolupráci s půjčovnami stavební techniky, rozšířili jsme pomoc při zakládání, zvýšili jsme vlastní kapacity. A těší mě, že program bude, v určité podobě, po našich zkušenostech rolován i v některých dalších evropských zemích.

Wienerberger je v akcentu na celospolečenská témata velmi silný. Které z nich je vám osobně nejbližší?
Žiji v Praze, ale pocházím z Mariánských Lázní, z města uprostřed lesů. Vazba na přírodu je mi velmi blízká a všechny projekty tohoto typu u nás budou pokračovat. Stejně jako Luděk Bárta věřím, že musíme pomoci ne udržitelnosti, ale regeneraci přírody. A chceme, i ve spolupráci s dalšími zapojenými firmami a školami, zhmotnit všechny dílčí projekty, které se dívají tímto směrem. Naším cílem je, aby vznikla obec či čtvrť budoucnosti, kde využijeme na jednom místě veškeré know-how, které máme. A téma, které bude asi velmi posilovat, je cirkulární ekonomika, v našem případě především hledání odpovědi na otázku, jak na stavby vrátit již jednou použitý materiál. Tam chceme hrát také aktivní roli. A je pro mne velkým potěšením vést firmu, která je plná lidí, zapálených pro tyto projekty, protože bez nich by to nešlo. Naplňuje mne, že s nimi a s jejich zájmem, který cítím, dokážeme projekty uskutečňovat, ne o nich pouze mluvit. Že nemáme jen hlavu v oblacích, ale i nohy v hlíně. Tomu jsem rád… ■

PRAHU OVLÁDL PAN BUCHTIČKA

Petr Karban
archiv Jez! Koncept

Příběh nejen o tom, jak Radek Příhonský, uznávaný šéfkuchař a tvář gastronomické společnosti Jez! Koncept, posunul české tradiční jídlo do vyšší kategorie, ale také o tom, co všechno může nabídnout moderní catering.

Odhoďte stereotypy. Kvalitní gastronomie se nevyhýbá žádným výzvám. Zážitkem se mohou stát i obyčejné buchtičky. Zapomeňte ale na klasiku, kterou všichni známe ze školních jídelen. Místo toho se připravte na nezapomenutelný zážitek plný chutí. Radek nám při sklence dobrého vína a kubánského doutníku rád prozradil, jak neobvyklý koncept vznikl: „Svého času jsem pracoval jako osobní kuchař knížete Schwarzenberga a ten často vzpomínal na výborná jídla, která mu připravovala v dobách jeho mládí na Orlíku tamní paní kuchařka. Vždy s blaženým úsměvem říkával, že na ty její buchtičky a famózní šodó se nedá zapomenout. To mi nedalo, začal jsem hledat ve starých kuchařkách recepty. A narazil jsem na jeden, který mě oslovil natolik, že jsem jej vyzkoušel, přidal něco své fantazie a vznikl recept, u kterého jsem měl pocit, že zaslouží víc než běžné recepty. Někde tam se zrodila myšlenka celého konceptu."

Dnes Pan Buchtička začíná dobývat Prahu – nejen, že si buchtičky v mnoha podobách můžete objednat online či po telefonu, v brzké době se vám představí i na některé pražské street food akci a chystá dokonce i invazi do kamenných provozoven. A není divu, Jez! Koncept je dílem několika kamarádů, nadšenců, kteří milují dobré jídlo natolik, že mu zasvětili posledních bezmála třicet let. A patrně je znáte, aniž to tušíte. Právě oni stojí za cateringovými službami mnoha pražských divadel a jiných vrcholných kulturních institucí.

Jak to všechno začalo

Začalo to přitom poměrně nenápadně. Parta kamarádů si v roce 1996 troufla na gastronomický provoz areálu Hostivařské přehrady. A protože gastronomie byla jejich vášní, troufali si stále víc a víc. Divadlo Kolowrat, Stavovské, Národní, Divadlo v Dlouhé či Státní opera, ale také Národní muzeum či gymnázium Duhovka a řada dalších míst stojí na jejich servisu. „Divadelní catering byl a je naší silnou větví a moc nás baví. Ale my nikdy nemáme dost, a když přicházejí nápady, pouštíme se do nich," říká s úsměvem výkonný ředitel a spolumajitel skupiny Jez! Koncept Dan Prošek, který gastronomický adrenalin doslova miluje. I to je důvod, proč tahle parta kulinářských expertů nezůstává u zaběhlých konvencí, ale stále hledá nové výzvy a příležitosti. Nachází je především v cateringových konceptech typu Jez! Office, který je schopen splnit i náročná přání top manažerů a razí nové trendy stravování zaměřené na občerstvení pro kanceláře.

Poctivý domácí chléb v moderním pojetí

A právě chléb hraje hlavní roli v dalším konceptu, který představuje katalog Jez! Chléb. Je to vlastně jakýsi návrat ke gastronomickým kořenům, který stojí na velmi jednoduchém a prostém základě – výrobě poctivého domácího chleba, který zasytí

CHEF RADEK PŘÍHONSKÝ

ČESKOU GASTRONOMII PREZENTOVAL VE DVANÁCTI ZEMÍCH SVĚTA, MÁ NA SVÉM KONTĚ SEDM MEZINÁRODNÍCH OCENĚNÍ A ZLATÝCH MEDAILÍ. JEHO CURRICULUM VITAE ZDOBÍ ŠPIČKOVÉ DOMÁCÍ I ZAHRANIČNÍ ŠTACE, KDE OBVYKLE ZASTÁVAL POZICI ŠÉFKUCHAŘE ČI VÝKONNÉHO ŠÉFKUCHAŘE, PŘÍPADNĚ MĚL NA STAROSTI LUXUSNÍ PREZENTACE ČESKÉ GASTRONOMIE. GRANDHOTEL PUPP, HOTEL CENTURY OLD TOWN PRAGUE MGALLERY BY SOFITEL, RESTAURANT ZAHRADA V OPEŘE, MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, VELVYSLANECTVÍ ČR V IZRAELI, DÁNSKU A INDONÉSII, RESTAURANT LE VIEGRE, JEDNA Z TOP 10 V JIHOAFRICKÉ REPUBLICE, LITTLE PRAGUE, SÍŤ ČESKÝCH RESTAURACÍ V IZRAELI ČI HOTEL PARK PLAZZA V INDONÉSKÉ JAKARTĚ… TO VŠE JSOU MÍSTA, KDE HOSTÉ DODNES VZPOMÍNAJÍ NA ČESKÉ KULINÁŘSKÉ UMĚNÍ.

stejně plnohodnotně jako klasický pokrm a rozhodně kvalitněji než nezdravé jídlo z fast foodu, kterému dnešní uspěchaná doba tolik nahrává. „Naše chleby jsou vyráběny ručně a klasickou metodou, proto nejsou jednotlivé pecny kalibrované. Domácí chléb navíc doplňujeme dalšími komponentami, které se z české kuchyně možná neprávem trochu vytrácejí, třeba čerstvými pomazánkami. A jejich kombinace s uzeným či nakládaným lososem nebo tuňákem, ale třeba i konfitovaným bůčkem, to jsou zdravé, chutné a originální pokrmy, které mohou být jak běžným denním jídlem, tak i součástí slavnostního menu," představuje další originální koncept Dan.

Český chlebíček je sice pojem, ale zkuste jít ještě dál. Jez! Office vám přiveze poctivý venkov přímo na váš stůl do kanceláře. „Jestli si někdo myslí, že česká kuchyně je konzervativní a nezdravá, rádi ho vyvedeme z omylu. Všechno je věcí přístupu a nekompromisního důrazu na kvalitu surovin a receptury. Máme své koncepty, které rozvíjíme, ale v podstatě dokážeme nabídnout neomezené spektrum gastronomických služeb. Záleží na tom, jaká jsou vaše přání," říká Radek Příhonský. Ostatně, ne nadarmo je tahle parta součástí obchodní skupiny Prague Foodie Experts, kam patří i vyhlášené pražské podniky La Gare, Les Moules, U supa či Vozovna Stromovka. „Jez! Catering, Jez! Office, Divadelní catering, Jez! Chléb & Pij! Kávu a několik dalších našich projektů mají jedno společné – důraz na kvalitu jídel i nápojů, čerstvost surovin a perfektní servis. Pokud od nás ochutnáte obložený chléb, tak jsme ho upekli v naší pekárně. Jestliže je na něm natřena pomazánka, vyráběli jsme si ji v naší kuchyni z ingrediencí, které nám přivezli prověření dodavatelé. A tak je to u nás se vším," loučí se Dan a zdůrazňuje, že byť jednotlivé koncepty propagují katalogy, každý klient má jiné požadavky. Konečná nabídka je proto vždy šita přímo na míru. Nezbývá, než ochutnat. ■

MULTIGENERAČNÍ PODNIKÁNÍ

Petr Karban
Barbora Malá

Monika Kopřivová je matka tří dětí, vystudovaná doktorka farmacie. Její život změnil den, kdy dostala od svého téměř devadesátiletého dědečka sepsané paměti. Z lékárnice se stala nakladatelka a autorka knih, které spojuje jediné téma, totiž soužití generací. Téma, které je – aniž si to možná uvědomujeme – stejně důležité pro ty mladé i pro ty starší.

Ale možná si to uvědomujeme, protože knížky Moniky Kopřivové jsou úspěšné nejen v Česku, ale i za hranicemi. Hledání kořenů, genealogie a rodinná historie zajímají stále více lidí. A pomáhají tomu, abychom mezigeneračně lépe rozuměli, abychom se vzájemně respektovali a mohli si být také navzájem prospěšní. V roce 2013 vytvořila Monika první dvě knížky, založila nakladatelství a sama je vydala. Jmenují se Babičko, vyprávěj a Dědečku, vyprávěj a jsou to otevřené knížky pro zaznamenání vzpomínek od dětství po současnost. Přeloženy už byly do slovenštiny, polštiny, italštiny, francouzštiny, němčiny i španělštiny. A Monika vydává každým rokem další knížky, které nejsou určeny jen ke čtení, ale mohou tvořit základ nejen rodinné historie a sdílení zkušeností a zážitků. A nezůstalo jen u knížek – Monika dokonce založila internetový obchod www.babickarstvi.cz, kde lze koupit zajímavé a milé dárky pro babičky a dědečky a také obchod www.familium.cz, který nabízí zajímavé a originální dárky pro celou rodinu.

Bohatství generací

Monika Kopřivová vlastně objevuje něco, co současný způsob života neprávem zastínil – bohatství zkušeností v paměti nejstarší generace. Ten stín je vidět i v tom, že dědečkům a babičkám říkáme senioři a vícegenerační domácnosti jsou vzácností. Ano, většina současných babiček a dědečků nežije se svými dětmi a vnoučaty, jak bylo ještě před několika málo desítkami let zcela běžné. Sami se tak ochuzujeme o bohatství, které jinde než v jejich myslích nenajdeme. „Měla jsem to štěstí, že jsem se svými prarodiči trávila hodně času. Mé babičky i dědečkové pro mě moc znamenali, mnoho mě naučili a byli mými velkými vzory. A já na ně s láskou vzpomínám a z našich společných zážitků dodnes čerpám. Stali se pro mě i velkou inspirací a koneckonců i díky nim jsem dokázala napsat své první knížky a začít s podnikáním. Svět nejstarší generace je plný moudrosti, životní zkušenosti, ale také nadhledu a klidu, a to platí v práci i v rodině. Proto vnímám soužití více generací a dobrou komunikaci mezi nimi jako velmi obohacující. A to je pohled, který chci předávat dál," vyznává se Monika Kopřivová.

S jakými pocity jste opouštěla farmacii?
Nebylo to tak složité, protože velkou profesní pauzou bylo těhotenství a mateřství, kdy jsem do lékárny docházela jen sporadicky, na výpomoc. V té době jsem čas věnovala i spoustě rodinných projektů. Svět farmacie a svět knížek a mezigeneračního soužití se tak přirozeně prolnuly. A dnes to mám tak, že se naplno věnuji jen tomu druhému, ale možná jednou, jako babička, se do lékárny vrátím, pro radost. Nikdy jsem svět farmacie vlastně neopustila…

Vaše knížky jsou velmi specifické. Jaké to je, nabízet je na zahraničních trzích?
Můj cíl byl udělat knížku tak, že to bude malý hřejivý poklad. Od začátku vycházejí z mých vlastních zkušeností a pocitů, tím jsou opravdové. Dokonce první knížky obsahují i řadu našich rodinných fotografií. Od začátku jsem k tomu ale přistupovala tak, že tvořím dárek, který bude hezký i kvalitní a opravdu potěší. A že to nebude jen dárek v rámci naší rodiny, ale budu ho moci poslat dál, na pulty knihkupectví. Že se těch několik tisíc kusů prodalo a připravoval se dotisk, bylo příjemné zjištění a také mi dodalo odvahu uvažovat o slovenské verzi, na kterou se nás lidé i ptali.

Ty jednotlivé knížky se od sebe ale poměrně liší…
Nejde jenom o překlad. Aby ty knížky opravdu působily tak, jak mohou a mají, musí být odrazem skutečnosti. Fotografie v nich musí být fotografiemi z té dané země. A pokud jde o text, není to jen otázka překladu, musí odpovídat kulturním tradicím, historii dané země. Jen tak je lidé za hranicemi mohou přijmout a ztotožnit se s nimi. Téma, které zaujme u nás, nemusí zaujmout v Itálii. V tamní verzi je připomenut moment, kdy se otevírala autostráda spojující sever a jih. To by u nás nikomu nic neřeklo. Proto uvedení těch knížek na každý jednotlivý trh znamená být té zemi velmi blízko, poznat ji a dokonce mít tam i partnery, kteří s převedením pomohou. Protože to nejsou překlady, jsou to vlastně nové knížky.

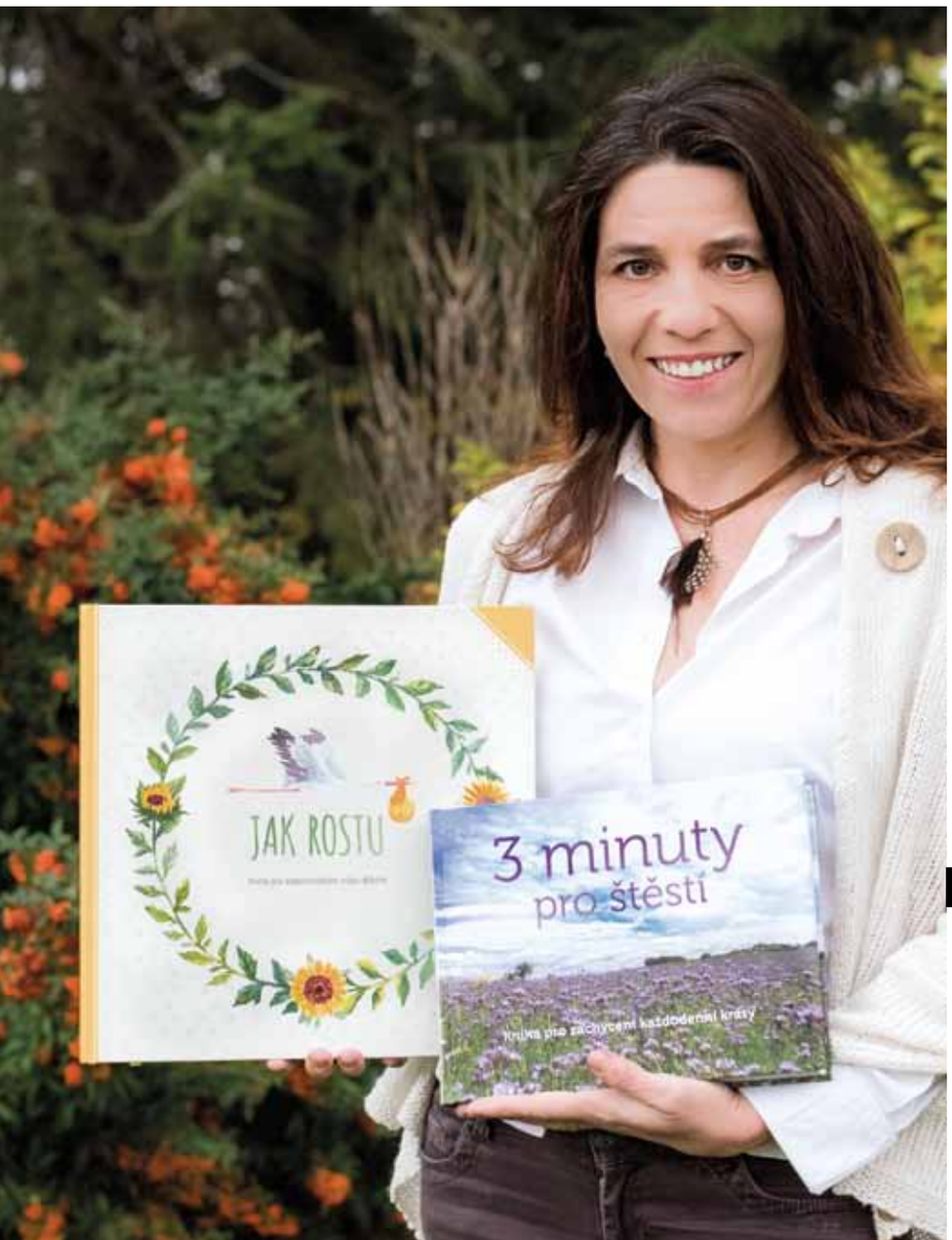
Jsou v mezigeneračních souvislostech třeba v rámci Evropy významné rozdíly?
Odpovím příkladem – v české verzi se zabýváme třeba první pracovní zkušeností českých babiček. Pro Španělsko jsme to museli změnit, tam ženy zůstávaly doma, nebylo zvykem, že by pracovaly. Hledali jsme jiné otázky.

Je náhoda, že vaše knížky míří do zemí, které ctí tradici rodiny, ale chybí třeba angličtina?
Není to náhoda. První důvod je ten, že musíme zemi opravdu poznat, mít k ní blízko, mít tam kontakty, partnery, třeba celou rodinu, která s námi tvoří knihu pro svou zemi. A druhý důvod vychází z charakteru jednotlivých zemí a jazyků, z toho, že jde o emoční knížky. Angličtina by byla určitě fajn, ale v případě mých knížek nejde o jazyk jako takový, ale o zemi, její tradici a historii, o vzpomínky konkrétních lidí v konkrétních souvislostech, které se snažíme připomínat. Paušální anglickou verzi si neumím představit.

Můžete na základě svých zkušeností srovnat mezigenerační vztahy v různých zemích? Psychologové stále častěji připomínají jejich důležitost právě pro tu nejmladší generaci.
Určitě se snažím co nejvíce dělat pro udržení vztahů v rámci naší rodiny. Nebydlíme společně, ale opravdu hodně času společně prožíváme, věnujeme jej společným aktivitám. Poslední týdny a měsíce nám nepřejí, o to víc vnímáme, jak nám to chybí a jak moc je to pro nás důležité. Potřebujeme prostě záchytné body, kdy se vídáme všichni, rodina z mé strany i ze strany manžela. To stmelení nám dává vzájemný respekt i schopnost povzbudit se, předat si sílu. Vy jste se ptal na různé země. Já ale vzhledem k tomu, co dělám, vidím jen ty spokojené lidi, kteří žijí podobně. Necítím se úplně povolaná k tomu hodnotit, jak je to ale v té které zemi obecně. Jsem ale šťastná, když vidím, že děti, rodiče i prarodiče fungují společně. My třeba v takové třígenerační sestavě na zahradě hráváme i fotbal.

POTŘEBUJEME PROSTĚ ZÁCHYTNÉ BODY, KDY SE VÍDÁME VŠICHNI, RODINA Z MÉ STRANY I ZE STRANY MANŽELA. TO STMELENÍ NÁM DÁVÁ VZÁJEMNÝ RESPEKT I SCHOPNOST POVZBUDIT SE, PŘEDAT SI SÍLU.

Testujete nápady na vlastní rodině?
Určitě. Máme třeba hru Jak to tenkrát bylo? a protože taková hra má trochu vývoj, v demoverzích jsme ji hráli samozřejmě v rodině. Ale nejen to, objeli jsme i pár domovů seniorů, kde jsme ji vyzkoušeli v rámci jejich terapií, a díky tomu jsme nasbírali i spoustu podnětů, které nám pomohly. Přiznávám, testujeme na lidech, nejprve ale na těch nejbližších… ■



Monika Kopřivová svými knížkami a hrami svým způsobem nahrazuje to, co dnešnímu světu chybí - třígenerační předávání vzpomínek a zkušeností

MÍT KLIKU NESTAČÍ...

Miliony dveří, které po republice denně otevíráme, pocházejí z jihlavské společnosti SEPOS. Majitel a jednatel firmy Lumír Kozubík je jeden z těch, kteří se po sametové revoluci vrhli nadšeně do podnikání, o kterém dřív jen snili. Za starého režimu pracoval jako zemědělský technik, teď vlastní a řídí rodinnou firmu, která se vypracovala na předního domácího výrobce obložkových zárubní. A ty, spolu s dveřmi převážně jiných producentů, prodává po celé republice i za jejími hranicemi. Za 30 let dynamického růstu firmu přestěhoval, výrobu zárubní rozšířil o výrobu technických dveří a postupně zakládá i síť vlastních obchodů, která nyní čítá 24 prodejen v ČR i na Slovensku. Muž, který dnes zaměstnává více než 250 lidí, prozradil, jak začínal a vysvětluje, jak podnik posunoval po milimetrech každý den i co je podle něj nejdůležitější. V podnikání totiž nestačí jen „mít kliku“.

Petr Novák a Lada Kameníková
archiv SEPOS

SEPOS vznikl v roce 1991. Začal na zelené louce nebo navazoval na podnik, který měl delší tradici?
Opravdu začínal na zelené louce, bez návaznosti na tradici nebo jiný podnik. Začínal jsem v podstatě od nuly a vše se učil za běhu, s podnikáním ani oborem jsem zkušenosti neměl. Firmu jsem posouval dál den po dni. V podstatě i samotné zaměření se vyvíjelo postupně, v návaznosti na požadavky trhu. Zpočátku jsme se zabývali zahraničním obchodem, na který navázala výroba nábytkářských komponentů.

A cesta ke dveřím a zárubním, kudy vedla?
V roce 1996 jsem pracoval s plošnými materiály, měl jsem koupenou formátovací pilu a pro některé výrobce dveří jsem formátoval pláště. Například know-how pro tvarování dřevotřískových dílců pro italského odběratele bylo naprosto ojedinělé a výjimečné. Když se nyní podívám zpět, uvědomuji si, že právě v tomto okamžiku se začala rodit myšlenka, která vedla k obchodování s dveřmi. A protože v té době bylo zárubní na domácím trhu málo a byly většinou dost drahé, začal jsem v roce 2008

Lumír Kozubík, majitel a jednatel firmy SEPOS, spol. s. r. o., předního českého prodejce dveří a zárubní

sám s jejich výrobou. To si samozřejmě vyžádalo investice na moderní výrobní linku a nákup mnoha dalších strojů. V současné době vyrobíme více než 120 tisíc zárubní ročně. Celkem jsme jich za třináct let vyrobili více než milion.

To je úctyhodné číslo. A dveře? Jak jste začínal a kolik jich produkujete dnes?
V oboru dveří se zaměřujeme především na jejich nákup a prodej. V malé továrně sice dveře vyrábíme, ale jedná se hlavně o dveře bezpečnostní a protipožární. Většinu interiérových dveří, které nabízíme, nakupujeme ve špičkových továrnách po celé Evropě, hlavně v Belgii a Německu. Pravda, některé z nich různě upravujeme a modifikujeme pro český trh. Ročně jich prodáme přes 130 tisíc kusů.

V čem vidíte silné stránky své strategie?
Naší konkurenční výhodou je, že nejsme sortimentně limitováni, zakládáme si na široké nabídce cenově přijatelných dveří evropské kvality. Ke dveřím vyrobíme zárubně ve stejném dekoru a kdo má zájem, pro toho vyrobíme i atypické řešení a zajistíme montáž a služby s tím spojené. Právě tato komplexnost je hlavní zárukou konkurenceschopnosti na domácím trhu.

Trh, i ten domácí, poznamenal covid. Do jaké míry ovlivnil váš obor?
Byla to nová věc, ostatně jako asi pro všechny. My jsme se snažili chovat opatrně, opatřili jsme pomůcky, abychom chránili zaměstnance. Samozřejmě jsme měli prodejny pro maloobchodní zákazníky zavřené, takže na celkovém obratu se nám to projevilo patnácti- až dvacetiprocentním poklesem. Když se teď prodejny otevřely pro všechny zákazníky, registrujeme nárůst objednávek a myslím, že zase tu relativní ztrátu doženeme. Přesun do online prostředí nám určitě otevřel nové možnosti a některé z nich budeme využívat i v budoucnu, nicméně lidé potřebují osobní kontakt. U těch pracovitých už vidím hlad po tom popovídat si o problémech a o tom, jak je kdo řešil. To nadšení je na lidech vidět, celofiremní porady, které jsme dělávali dvakrát ročně, určitě obnovíme.

Cítím, že se na setkání se zaměstnanci těšíte…
Myslím si, že lidský potenciál a spokojenost zaměstnanců je důležitým aspektem úspěchu. Za nejdůležitější považuji příznivé mikroklima – bez dobrých kolegiálních vztahů jde totiž veškerá energie a úsilí vniveč.

Je to tedy něco, co vám dělá v práci radost?
Ano, mám radost, když to funguje, lidé mají odpovídající mzdy, jsou spokojeni. Není samozřejmě možné zachovat se všem a nemůžu si dovolit odměňovat ty, kteří nejsou dostatečně fundovaní. Jakmile je totiž odměňován někdo, kdo si to nezaslouží, budí to v práci nejistotu o tom, zda je firma dobře vedená – na to jsou lidé citliví.

Prozradíte profesní zásady, kterými se řídíte?
Za prioritní považuji zvládnout sám sebe, stanovit si cíle a strategii. Až potom je možné vést zaměstnance tím správným směrem. Za zásadní považuji umění pracovat s lidmi a budovat v nich týmového ducha.

Když se ohlédnete zpět, splnilo se, co jste si předsevzal?
Moje původní předsevzetí bylo dostatečně zajistit jak rodinu, tak zaměstnance. Musím říct, že počátky byly opravdu krušné, počítal jsem tedy i s tím, že se budu muset vrátit do zaměstnaneckého poměru. Firmu jsem posouval dál milimetr po milimetru. Motivací pro mě byl jakýkoli úspěch, od těch nejmenších až po významnější úspěchy, díky kterým firma postupně rostla. Teď, když bilancuji, uvědomuji si, že své původní představy, které se postupem času měnily a narůstaly, jsem překonal. SEPOS je zdravá férová firma, dodáváme na český i zahraniční trh a naše výrobky jsou například i v kanadském Vancouveru nebo v Astaně v Kazachstánu. A co je velmi důležité: za firmou stojí tým nadšených zaměstnanců.

Až budete podnik předávat, jakou dáte následníkovi manažerskou radu?
Musíte zůstat skromný a respektovat okolí, kterému se přizpůsobujeme, ale když jste v právu, tak si to právo ustát. Důležité je posuzovat lidi podle toho, co dělají, ne podle toho, co říkají nebo jak vypadají. A nemyslete si, že všechno jde hned. Je třeba posunovat práci po milimetrech každý den, a hlavně v tom vydržet. Někdy člověku těžkosti vezmou náladu a chuť – to se stát může. Je ale důležité vydržet, protože ono se to zase zlomí. Změn jsme za třicet let ve firmě zažili mnoho. Člověk je zkrátka musí přijímat v dobrém i ve zlém. ■

MÉ PŮVODNÍ PŘEDSEVZETÍ BYLO DOSTATEČNĚ ZAJISTIT JAK RODINU, TAK ZAMĚSTNANCE. POČÁTKY BYLY OPRAVDU KRUŠNÉ A POČÍTAL JSEM I S TÍM, ŽE SE BUDU MUSET VRÁTIT DO ZAMĚSTNANECKÉHO POMĚRU. NICMÉNĚ FIRMU JSEM POSOUVAL DÁL MILIMETR PO MILIMETRU. MOTIVACÍ PRO MĚ BYL JAKÝKOLI ÚSPĚCH, OD TĚCH NEJMENŠÍCH AŽ PO VÝZNAMNĚJŠÍ. KDYŽ BILANCUJI, UVĚDOMUJI SI, ŽE SVÉ PŮVODNÍ PŘEDSTAVY JSEM PŘEKONAL.

Bohatý strýček z Ameriky se stal symbolem úspěchu pro generace našinců. Uvádí se, že jen do první světové války se z Čech přes Atlantik přestěhovalo za lepším životem 350 000 lidí. Mnozí skutečně měli štěstí, zázračně zbohatli a podmanili si Ameriku. Víte ale, že vůbec první český rodák, který se v Novém světě natrvalo usadil, také patřil k těm nejmovitějším lidem? Ponořme se do zajímavého příběhu Augustina Heřmana.

ÚSPĚŠNÍ ČEŠTÍ LVI VE SVĚTĚ IV

PRVNÍ ČECH V NOVÉM SVĚTĚ

Martin Nekola
archiv autora

Neznámé dálavy našince, ochuzené o velehory i moře, lákaly od nepaměti. Koncem patnáctého století se roznesly zprávy o objevení Nového světa i do střední Evropy a roku 1506 vyšel první spis o Americe v českém jazyce. Až z roku 1585 pak pochází zpráva o jistém Joachimu Gansovi z Prahy, alchymistovi, odborníkovi na metalurgii, který se vylodil s výpravou anglických kolonistů v dnešní Severní Karolíně. Měl za úkol pátrat po ložiscích vzácných kovů, především zlata, a byl patrně prvním historicky doloženým Čechem, který se procházel po americké půdě. Expedice nedopadla dle představ a Gans se po čase vrátil do Evropy.

Když byl New York ještě osadou

Prvním českým rodákem, který v Americe opravdu žil a nakonec i zemřel, byl Augustin Heřman (1605 nebo 1621 až 1686). Pravděpodobně se narodil ve Mšenu. Dodnes zde visí na jeho údajném rodném domě pamětní tabule. Přesný rok narození, stejně jako informace o jeho mládí, nelze s jistotou potvrdit, ale soudí se, že byl synem evangelického kněze, který v pobělohorské době opustil nepříznivou politickou a náboženskou situaci v Čechách a odstěhoval se do saské Žitavy. Podle jiných pramenů pocházel z rodiny zámožného kupce a pražského konšela. Augustin se následně dostal do Holandska a Anglie, kde vystudoval zeměměřictví a rýsování. V Amsterdamu vstoupil do služeb Západoindické společnosti a účastnil se obchodních výprav do Brazílie a Surinamu.

Rytina jihu ostrova Manhattan, kde dnes sídlí finanční instituce

Heřmanova první podrobná mapa Virginie z roku 1670

Augustin Heřman

Někdy ve třicátých letech připlul do Ameriky a roku 1644 definitivně zakotvil v Novém Amsterdamu (dnes New Yorku), který byl zatím malou osadou. Mladý muž, známý jako Augustine Herrman, přičemž zdvojené „r" nahrazovalo v angličtině nevyslovitelné „ř", tu úspěšně obchodoval s bobřími kožešinami a tabákem, založil také plantáže na indigo, z něhož se získávalo žádané modré barvivo. Díky nespornému obchodnímu talentu brzy zbohatl a zařadil se k nejzámožnějším obyvatelům rostoucí osady. Vydělaných peněz využil k nákupu pozemků a vlastnil značnou část dolního Manhattanu, kde dnes bije finanční srdce světa.

V roce 1647 byl vybrán jako člen takzvané Rady devíti, sloužící jako poradní, správní a dozorčí orgán u guvernéra kolonie Petera Stuyvesanta. Díky diplomatickým schopnostem a znalosti několika jazyků často mířil z guvernérova pověření jako emisar do sousedních kolonií nebo k indiánským kmenům, aby urovnával spory a domlouval obchod.

Pirát s královským dekretem

V Heřmanových žilách neustávala touha po dobrodružství. Roku 1649 zakoupil moderní loď, vydal se zpět na moře a stal se obávaným korzárem, majícím od britské koruny povolení k pirátství, pochopitelně pod podmínkou, že bude napadat a okrádat nepřátelská plavidla, především španělská. Operoval v Karibiku, občas i ve spolupráci s legendárním bukanýrem Henry Morganem.

Následně se vrátil do Nového Amsterdamu, kde se k němu štěstěna obrátila zády. Vinou několika nevydařených finančních spekulací byl nucen vyhlásit bankrot. S věřiteli se však poctivě vyrovnal a začal budovat svůj majetek a renomé od začátku. Pomáhaly mu v tom časté diplomatické mise, jimiž byl pověřován.

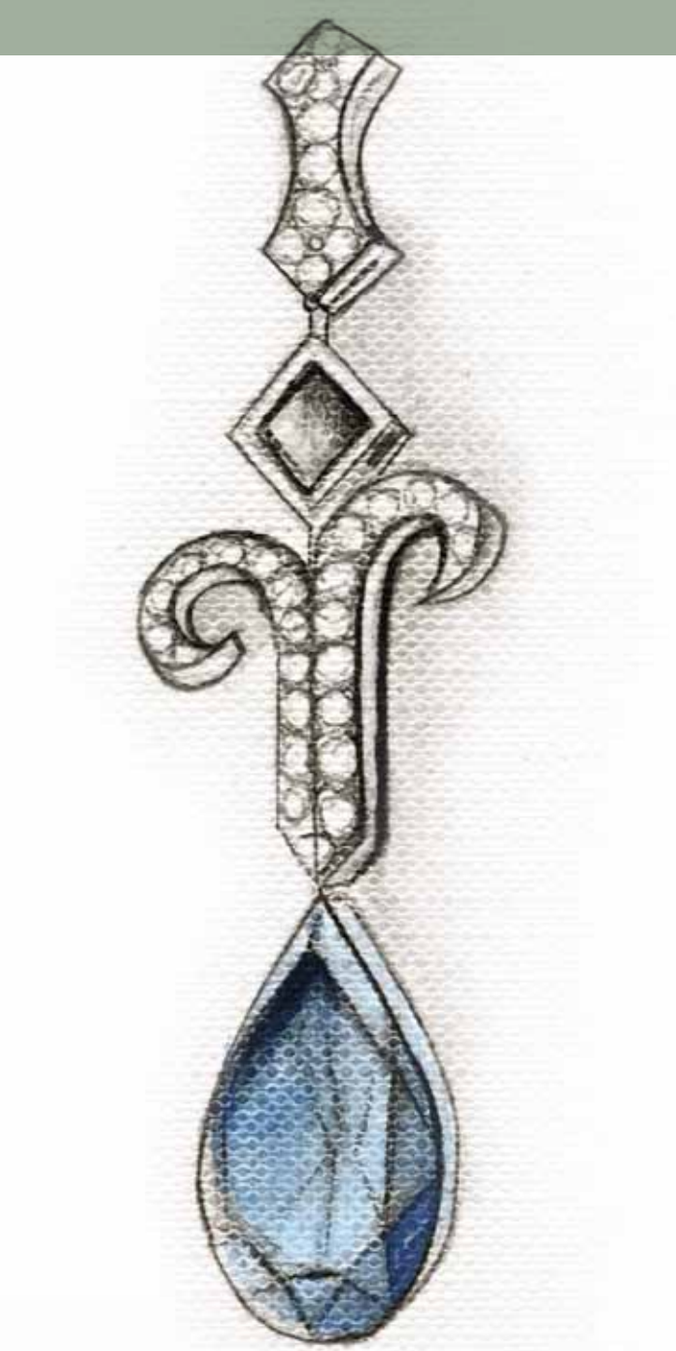
Podnikavý aristokrat

Počátkem 60. let se nakonec s vedením kolonie rozkmotřil a přestěhoval se o něco jižněji do Marylandu. Místní guvernér Cecil Calvert lord Baltimore jej pověřil vyhotovením podrobné mapy oblasti, výměnou za rozlehlá panství. Práce Heřmanovi zabrala dlouhých deset let, avšak vytvořil monumentální dílo, velmi podrobnou mapu Marylandu a Virginie, podle níž se lidé orientovali ještě o století později. Dokonce první prezident USA George Washington, sám vyučený zeměměřič, práci oceňoval pro přesnost a eleganci. Heřman obdržel dvacet tisíc akrů půdy v zátoce Chesapeake a dědičný šlechtický titul lorda. Nudný život aristokrata, který lovil jeleny ve vlastní oboře, čas trávil na večírcích a nechal se vozit spřežením taženým dvěma páry koní, Heřmana omrzel. Vrátil se k podnikání a plánování rozvoje kolonie. Na svých pozemcích založil tři panství, pojmenovaná Bohemian Manor, Little Bohemia a Three Bohemian Sisters. Řeku, protékající pozemky a rozlévající se v deltu, pojmenoval Great Bohemian River. Heřman zůstával i v Novém světě českým vlastencem. Vždy se podepisoval s přívlastkem Bohemian, aby nebylo pochyb o jeho zemi původu. Svá panství také hodlal proměnit v ryze českou kolonii, kde najdou bezpečné útočiště všichni exulanti, vyhnaní etnickou či náboženskou nenávistí. Nemělo přitom jít o žádnou bohem zapomenutou periferii, ale pulzující centrum na průsečíku obchodních tras. Všestranný Heřman sám vypracoval návrh na vybudování kanálu mezi zálivy řek Chesapeake a Delaware, aby se zrychlila doprava. Nápad kvůli technické náročnosti dosáhl realizace až v 19. století, nicméně alespoň nechal postavit novou, širší cestu mezi zálivy, aby po ní mohly oběma směry jezdit vozy se zbožím tažené koňmi. V přístavištích se zboží jednoduše nakládalo na dopravní lodě a mohlo pokračovat k zákazníkům. Také díky nadčasovým Heřmanovým projektům Virginie, Maryland a Delaware po dlouhá desetiletí prosperovaly.

Dálnice jako pocta

Augustin Heřman zemřel v září 1686. Krátce před smrtí vyhotovil poslední vůli, v níž si přál, aby jeho tělo uložili k věčnému odpočinku na vinici na panství, vedle milované manželky, Holanďanky Jannetje, s níž zplodil pět potomků, dva syny a tři dcery. Hrob se nacházel asi 150 kroků od místa, kde stával Heřmanův dům. Na jeho základech počátkem 20. století vybudoval svou rezidenci známý senátor Thomas F. Bayard. Společně s čechoamerickým historikem Tomášem Čapkem byli první, kdo shromáždil historické prameny o Heřmanově životě a představil jeho fascinující příběh veřejnosti. Dnes nese Heřmanovo jméno dálnice mezi městy Chestertown a Elkton v Marylandu, ale málokdo již tuší, jak moc se tento muž zasloužil o rozvoj oblasti.

Po Heřmanovi přicházeli do Ameriky další, do poloviny 19. století spíše jednotlivci či menší skupinky dobrodruhů, než po porážce revoluce v roce 1848 vyhnaly policejní represe z Čech za oceán tisíce lidí. Osidlovali široké končiny Středozápadu, kde farmařili, nebo se usazovali ve velkoměstech, kde o sobě dávali znát jako schopní řemeslníci, živnostníci, průmyslníci a bankéři. České čtvrti Chicaga, New Yorku, Clevelandu či St. Louis prosperovaly, krajané za obou světových válek dokázali nashromáždit značné množství finančních prostředků, které věnovali boji za nezávislé Československo. Měli bychom jim být vděční a zároveň nechat se inspirovat jejich pílí, houževnatostí, šikovností a vnitřní silou, s jakou uměli zápasit s nástrahami osudu, Augustinem Heřmanem počínaje. ■



FENOMÉN

54 **UDRŽET RODINNÉ PODNIKÁNÍ PO ODCHODU ZAKLADATELE VYŽADUJE PŘÍPRAVU**
Simona Bodláková | Asociace rodinných firem

58 **CHUŤ DVOU GENERACÍ**
Tereza Zimčíková & Zdeněk Zábranský | První chodská
Jaroslav Krajník | Accom holding
Dominik Holánek | Zámečnictví Holánek

64 **NEBOUCHEJTE DO STOLU NOVÝMI HODNOTAMI**
Veronika Gigalová | Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

66 **NEJHORŠÍ ZKUŠENOST JE ÚSPĚCH**
Luděk Bárta | Sekce pro stavebnictví Hospodářské komory ČR

NOBLESS CZECH

WWW.NOBLESS-CZECH.CZ

NEJLEPŠÍ BARVY SVĚTA

ARGYLE, NEJVĚTŠÍ A NEJZNÁMĚJŠÍ DIAMANTOVÝ DŮL SVĚTA, PROSLAVENÝ PŘEDEVŠÍM RŮŽOVÝMI A ČERVENÝMI DIAMANTY – PRODUKOVAL VÍCE NEŽ 90 PROCENT CELOSVĚTOVÉ NABÍDKY TĚCHTO KAMENŮ. CENĚNY JSOU VŠAK I DIAMANTY MODRÉ.

UDRŽET RODINNÉ PODNIKÁNÍ PO ODCHODU ZAKLADATELE VYŽADUJE PŘÍPRAVU

V řadě českých rodinných firem dochází v posledních několika letech k předání vedení do rukou nové generace. Většina firem, která byla založena v devadesátých letech a přežila třicet let od vzniku, je dnes v rukou zkušených matadorů, kteří se postupně připravují na odchod z firmy. Předání vedení nástupcům je rozhodně aktuální téma. V některých rodinných firmách vedení přirozeně přechází do rukou jednoho z dětí, v jiných hledají profesionálního CEO. Společně ale vytvářejí novou zkušenost, která v našich vodách díky přerušené tradici chybí.

Mentorka a koučka Simona Bodláková je aktivní i v rámci Asociace rodinných firem.

Valerie Saara
Jakub Hněvkovský a archiv ARF

Asociace rodinných firem natáčí podcast Odolná firma, do kterého přicházejí jako hosté majitelé rodinných firem někdy i se svými nástupci a vyprávějí své zkušenosti s předáním žezla. „Každá podnikající rodina má k předání vedení trochu jiný přístup. Na otázku, co je podle nich důležité pro úspěšné předání, odpovídají velmi opatrně, protože jsou si vědomi toho, že to, co fungovalo u nich, nemusí fungovat v jiné rodině," upozorňuje Simona Bodláková, moderátorka podcastu a expertka na rodinné firmy ze společnosti SevenIN. Co tedy u jednotlivých rodin zafungovalo dobře?

Podporujte lásku k firmě

Většina zástupců druhé generace, která vedení firmy aktivně převzala, se shoduje na tom, že si vztah k firmě vytvořili už v dětství. První brigády a pracovní zkušenosti se odehrávaly ve firmě jejich rodičů. Díky tomu, že ukázali svou pracovitost a snahu pro firmu něco udělat, si získali také srdce zaměstnanců firmy. Tato zkušenost může samozřejmě sloužit i k tomu, že si dítě uvědomí, že toto není jeho cesta, a nakonec zvolí kariéru mimo firmu. Bez této zkušenosti se ale velká životní rozhodnutí dělají těžko.

Pošlete děti na zkušenou

Ačkoliv je pro děti práce ve firmě rodičů tou nejpřirozenější volbou, většina nástupců se shoduje na tom, že pracovní zkušenosti, které získali mimo firmu, jsou pro ně k nezaplacení. Touto zkušeností se naučí nejen jiné návyky, odpozorují jiné postupy řízení, používání procesů nebo vedení lidí. Velmi často si také při této zkušenosti uvědomí, že práce v rodinné firmě jim dá větší možnosti ovlivňovat dění ve firmě a povzbudí chuť rozvíjet rodinné podnikání.

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ JE NEPOŠKODIT VZTAHY V RODINĚ. FIRMA MUSÍ MÍT JASNÉ ŘÍZENÍ A SUBORDINACI, KTEROU MUSÍTE PŘEDAT V RÁMCI RODINY. RODINA JE DEMOKRATICKÁ A FIRMA JE PŘÍSNĚ ŘÍZENÁ. TO PŘINÁŠÍ SPOUSTU SLOŽITÝCH SITUACÍ, A TO JE POTŘEBA ZVLÁDNOUT.

Libor Suchánek, zakladatel SULKO

„Je velmi užitečné, pokud si lídři ve firmách udrží otevřené myšlení, neuzavřou se ve své ulitě a učí se jeden od druhého. K tomu jim pomáhá, když se zapojí například do Mastermind skupiny pro lídry, kterou jsme s podporou Asociace rodinných firem vytvořili. V ní si lídři z různých firem mohou předávat zkušenosti a navzájem se inspirovat," říká Simona Bodláková.

Komunikujte, svolejte rodinnou radu

Ve chvíli, kdy vás myšlenky na předání vedení začnou napadat čím dál častěji, je potřeba se jim začít věnovat. Předání není snadný proces a čím dříve s ním začnete, tím více času a klidu na samotnou přípravu získáte. Prvním krokem by mělo být vlastní utřídění myšlenek. Určitě je dobré najít si k přemýšlení parťáka, ať už v podobě mentora, kouče nebo kamaráda, který si podobnou zkušeností už prošel.

„V Asociaci rodinných firem s majiteli na toto téma mluvíme často. Rozhodnutí předat vedení firmy je jedno z největších rozhodnutí jejich kariéry. Je dobré nic neuspěchat, promyslet si všechny okolnosti a položit si některé zásadní otázky. Jedna z nich je: ‚Co budu dělat po předání vedení?'" radí Simona Bodláková, konzultantka a koučka, která se rodinným firmám věnuje. Dalším důležitým krokem je svolat rodinnou radu a téma otevřeně s rodinou prodiskutovat. V některých rodinách je toto velmi snadný úkol. V jiných rodinách se jedná o citlivé téma a je dobré se na rozhovor s rodinou připravit. „Většina zakladatelů, se kterými jsem mluvila, se ale shoduje na tom, že výsledky tohoto rodinného setkání předčily jejich očekávání," podotýká Simona Bodláková.

Někdy je potřeba počítat s tím, že o předání budete diskutovat delší dobu. Rodina, a hlavně děti, budou potřebovat čas na rozmyšlenou, více informací nebo jiné načasování. Vše je nutné pečlivě vyhodnotit a vyjasnit si vzájemná očekávání, možnosti i motivace.

SULKO, které založil Libor Suchánek, již dnes vede jeho syn Petr.

„Nejdůležitější je nepoškodit vztahy v rodině. Firma musí mít jasné řízení a subordinaci, kterou musíte předat v rámci rodiny. Rodina je demokratická a firma je přísně řízená. To přináší spoustu složitých situací, a to je potřeba zvládnout," poznamenává Libor Suchánek, zakladatel firmy SULKO.

Udělejte si plán

Pokud je v rodině nástupce, který je nejen ochotný, ale i schopný vedení firmy převzít, je vyhráno. V rodinné firmě PRVNÍ CHODSKÁ předal majitel firmy Vladimír Zábranský vedení firmy svému synovci. „Mám dvě šikovné dcery, které ve firmě také pracují. Technické vedení jsem se rozhodl předat svému synovci Zdeňkovi. Má velkou praxi a společně s mými dcerami tvoří tým. Máme představu, že ve třech budou metodicky řídit firmu a společně s vedením a našimi zaměstnanci tvořit další hodnoty pro etapy naší firmy."

Renocar jako rodinnou firmu Vránkových vede kariérní manažer Peter Bittó.

NOVÝ CEO JE NOVÝM ČLENEM RODINY. JEHO VÝBĚR BY MĚL POSVĚTIT NEJEN ZAKLADATEL, ALE I ŠIRŠÍ RODINA. DŮVĚRA JE HLAVNÍM STAVEBNÍM KAMENEM.

Peter Bittó, CEO Renocar

Před předáním je dobré si připravit plán toho, co je potřeba udělat a jak připravit firmu. Někdy může být plán i několikaletý, jindy stačí půl roku. Rodiny se většinou shodují na tom, že celý proces byl rychlejší, než původně plánovali. Bez plánu by se jim ale předání dělalo hodně těžko.

Pokud firmu předáváte profesionálnímu vedení, je potřeba předání připravit o to důsledněji. Výběr nového CEO je nesmírně důležitý krok. Měl by to být člověk, který má kompetence vést firmu, pochopí vaši firemní kulturu a bude schopný propojit vaše firemní hodnoty se systémy řízení. „Nový CEO je novým členem rodiny. Jeho výběr by měl posvětit nejen zakladatel, ale i širší rodina. Důvěra je hlavním stavebním kamenem," připomíná Peter Bittó, CEO firmy Renocar.

Vlastnické i manažerské

Předání firmy jde většinou ve dvou fázích. Prvním krokem je manažerské předání a po něm následuje vlastnické předání. Při vlastnickém předání je dobré zohlednit nároky nástupnické generace i obecné blaho celé firmy. Velmi užitečným nástrojem v této fázi je sepsání rodinné ústavy, která může řešit vztahy mezi jednotlivými dětmi a jejich potomky, rozdělování a růst firmy, rozhodovací procesy a další oblasti. Samotné sepisování rodinné ústavy bývá velmi důležitým momentem v životě podnikající rodiny a pomáhá sjednocovat představy a očekávání. Popíše se v ní také odkaz zakladatele ve formě záměru a hodnot, se kterými firmu zakládal a rozvíjel. Na tento odkaz pak následující generace navazují v jejich dalším podnikání.

„Pokud jsou děti ještě malé, nebo každé z nich přistupuje k rodinnému podnikání s jiným očekáváním, je velmi užitečné založit svěřenský fond, který pomáhá udržet podnikání v rodině a vytvořit spravedlivé podmínky pro všechny děti a jejich další potomky," nabízí jedno z možných řešení Karel Rada, advokát advokátní kanceláře Pavelka Partners.

Nastavte pravidla, která budete dodržovat

Ve chvíli, kdy firmu začnete oficiálně předávat, je dobré si s nástupcem vyjasnit důležitá pravidla. Ta by měla zahrnovat oblasti jako rozdělení kompetencí, interní a externí komunikace, pravidlo o nezasahování, nastavení vize, strategické rozhodování atd. Nejčastějším nešvarem, který nástupcům znepříjemňuje život, je, že se zakladatel neubrání a začne zasahovat do jejich vedení. Jakékoliv nutkání radit, pomáhat a snažit se ovlivnit dění ve firmě, které obchází nového ředitele, má dalekosáhlé negativní dopady na jeho autoritu a schopnost vést firmu. I když to mohou zakladatelé myslet velmi dobře, jakýkoliv zásah přináší pohromu. „Jediné správné řešení, pokud vidíte, že se děje něco, s čím nesouhlasíte, je jít přímo za vaším novým ředitelem. Vznést námitku můžete, rozhodnutí ale musí být nadále jen jeho," podotýká Simona Bodláková.

Najděte si koníčka

Předáním firmy nástupcům vzniká v životě zakladatele firmy najednou ohromné okno v podobě volného času. Ačkoliv to je něco, na co jste se nejspíše těšili, mohou přijít šok, pochybnosti a zklamání. Je dobré si v rámci příprav na předání naplánovat i to, co budete dělat se svým časem poté. Někteří zakladatelé si nechají ve firmě nějakou strategickou roli, jiní si ponechají nebo založí další menší firmu nebo se stanou členy dozorčích a správních rad jiných firem. Ať už vás láká cokoliv, úplné nicnedělání většinou není řešení, které by aktivního podnikatele naplňovalo.

Firmu připravte

Před samotným předáním je dobré připravit firmu samotnou. Pro nového nástupce je převzetí mnohem snadnější, jsou-li popsané procesy, firma je „uklizená" od kostlivců a firemní kultura je dobře definovaná. Většinou tento proces usnadní spolupráce s externími odborníky, kteří vám pomohou zjednodušit řízení firmy a odpojit jej od fenoménu jednoho muže nebo ženy.

„Předání firmy na další generaci je v Čechách něco, co se díky historicky zpřetrhané tradici učíme za pochodu. Zkušenosti postupně získávají jak podnikající rodiny, tak konzultanti, kteří je na této cestě doprovázejí. V Asociaci rodinných firem již příběhů s dobrým koncem známe pěknou řádku. Každé rodinné firmě, která má předání před sebou, přejeme co nejvíce úspěchů a budeme rádi, když se na nás obrátí ve chvíli, kdy budou potřebovat jakoukoliv pomoc," uzavírá Jan Pavelka, předseda Asociace rodinných firem. ■

NEVYMÝŠLEJTE KOLO!

KUPTE SI HO V NAŠEM E-SHOPU Z POHODLÍ DOMOVA.
A S NÍM I DALŠÍ STOVKY PRODUKTŮ PRO LÉTO A VOLNÝ ČAS.

AUTO-MOTO | DÍLNA | DOMÁCNOST | SPORT A VOLNÝ ČAS | ZAHRADA | OCHRANNÉ POMŮCKY

PROTECO®

www.proteco-naradi.cz

CHUŤ DVOU GENERACÍ…

… ANEB JAK TO VIDÍ NASTUPUJÍCÍ MLÁDÍ

Česká současnost poprvé v novodobé historii rodinného podnikání zažívá střídání generací. Znovu tak, po více než čtyřicetileté pauze, vzniká kultura samotného procesu předávání a s ní i kultura druhé generace. Kde jsou nástrahy? Na co se soustředit a čeho se vyvarovat? Na to jsme se zeptali těch, kteří již od zakladatelů dostali důvěru a dnes jako druhá generace řídí rodinné podnikání.

Petr Simon
archiv respondentů debaty

TEREZA ZIMČÍKOVÁ A ZDENĚK ZÁBRANSKÝ – PRVNÍ CHODSKÁ

MÉNĚ OBVYKLÝ PŘÍKLAD NÁSTUPNICTVÍ – FIRMU SE 140 ZAMĚSTNANCI VEDOU DCERA A SYNOVEC ZAKLADATELE. ZDEŇKOVI JE 42, TEREZE 30 A SPOLEČNOST, ZABÝVAJÍCÍ SE PRODEJEM STŘEŠNÍCH MATERIÁLŮ A SOUVISEJÍCÍCH SLUŽEB, BYLA ZALOŽENA ROVNĚŽ V ROCE 1991. VEDOU JI SPOLEČNĚ, ZDENĚK JAKO VÝKONNÝ ŘEDITEL A JEDNATEL ODPOVĚDNÝ ZA MARKETING, PRODEJ, NÁKUP, TEREZA JAKO JEDNATELKA ODPOVĚDNÁ ZA VNITŘNÍ PROCESY.

Jaké jsou vaše první vzpomínky na rodinnou firmu a kam se datují?

ZZ: Více jsem jako malý vnímal dřevovýrobu svého otce, kterou měl v Trhanově a každý den tam z Plzně dojížděl. Firmu jsem vnímal při diskuzích na příbuzenských sešlostech, na gymnáziu pak už také díky tomu, že jsme ke strýci jezdili s kamarádem na letní brigády na benzinovou pumpu, která tehdy také byla součástí firmy.

TZ: Moje první vzpomínky jsou z druhé poloviny devadesátých let, kdy jsem s tátou občas trávila čas v kanceláři v tehdejším sídle v Klenčí pod Čerchovem. Jednalo se pro mě o zajímavý výlet a tak jsem se do kanceláře vždy těšila. Pamatuji si velký stůl a mnoho šanonů ve skříních.

Jaká je vaše první pracovní zkušenost v rodinné firmě a kam se datuje?

ZZ: To byl podzim 1997 – při zahájení studia na Stavební fakultě v Praze jsem začal brigádničit jako skladník a po několika měsících jako vnitřní prodejce. Náš sklad v Chrášťanech u Prahy tehdy ještě byl v poněkud ponurém prostředí areálu, kde dříve pracovali vězni. Podmínky tam leckdy byly docela polní, ale vzpomínám na to rád. Zároveň jsem už také s firmou jezdil na výstavy a podobně.

TZ: První práci ve firmě jsem dostala okolo roku 2001, kdy jsem kompletovala katalogy pro zákazníky a také jsem rozesílala newslettery, tedy jestli to tak lze na začátku tisíciletí nazvat. Jednalo se o vytisknutí tisíců papírových letáků, složení do obálek a rozeslání poštou na adresy našich zákazníků.

Jak se vaše pracovní zařazení v rodinné firmě vyvíjelo?

ZZ: Při VŠ jsem dělal brigády jak ve firmě, tak na výpočtovém středisku střech v Bramacu a také s jednou pokrývačskou partou. Při posledním půlroce školy jsem už doma v Českých Budějovicích začal pracovat na plný úvazek u místního stavebního podniku. Šel jsem si tedy vlastní cestou. Zhruba po třičtvrtě roce mě strýc oslovil, protože chtěl založit ve firmě nákupní oddělení a sháněl někoho, kdo bude jazykově vybaven a rozumět materiálům. Takže jsem se v létě 2004 stal prvním zaměstnancem

nákupního oddělení. Během několika let se nákupní oddělení rozrostlo a také jsem začal řídit marketingové oddělení. V roce 2014 jsem si ale chtěl zase vyzkoušet vlastní cestu a odešel jsem řídit marketing do české pobočky mezinárodního korporátu v potravinářství. Po čtyřech letech mě opět strýc oslovil s nabídkou pozice výkonného ředitele, s tím, že on by se chtěl už více věnovat jiným aktivitám. Nebylo to lehké rozhodování, ale nakonec u mne převládla chuť pomáhat budovat rodinnou firmu, a tak jsem od roku 2019 opět tady.

TZ: Po kompletování katalogů jsem v následujících letech prošla na asistentských pozicích téměř všechna oddělení, od účtárny přes controlling až po mzdovou účetní a vyzkoušela jsem si i pár týdnů na prodejně v roli prodejce. Ve firmě jsem trávila téměř veškerý prázdninový čas. Následovala tříletá pauza, kdy jsem byla na mateřské dovolené. Po návratu z mateřské dovolené jsem přijala pozici personální ředitelky, o rok a půl později jsem dostala na starost i nákupní oddělení a nyní je situace taková, že mám na starosti veškeré vnitřní procesy, tedy personalistiku, finance a controlling.

Jakou jste měli v 18 letech představu o své profesi a své budoucnosti?

ZZ: Moc přesnou ne. Jako student gymnázia jsem měl dobrý všeobecný rozhled, ale na nic jsem speciálně nebyl zaměřen, i když jsem si prošel řadou brigád. Chtěl jsem studovat ekonomiku a management, ale zároveň si to doplnit o něco odbornějšího. Proto má volba padla na obor Management a ekonomika na Stavební fakultě ČVUT.

TZ: V 18 letech jsem přesně věděla, že chci učit cizí jazyky, překládat a tlumočit. Což se mi částečně splnilo a s jazyky jsem v kontaktu dodnes, bohužel ne tak moc, jak bych si přála.

Kdy jste skutečně plně přijal svou roli nástupníka v rodinné firmě?

ZZ: Má pozice není tak úplně nástupnická. Jsem sice z rodiny a myslím, že si bezmezně věříme, nicméně jsem spíše najatý manažer než majitel. Nástupkyní v majitelské linii je Tereza.

TZ: Plné přijetí role bych datovala asi k návratu po mateřské dovolené, kdy jsem začala mít pocit, že na ředitelské pozici můžu něco ovlivnit.

Jak dlouho a jak jste se na převzetí rodinné firmy připravoval?

ZZ: Ve své pozici můžu zužitkovat to, že z posledních 25 let jsem s firmou prožil zhruba 16 let. Procesy znám velmi dobře, protože jsem si vše prošel od píky. U mnoha procesů jsem byl od jejich prvního zrodu a s firmou jsem prožíval její transformaci z úplně malé až po dnešní střední velikost.

TZ: Myslím, že mě a mou sestru na převzetí rodinné firmy rodiče připravují celý život. Vždy mě vedli ke vzdělání a pracovitosti. Kontakt s rodinnou firmou probíhal od útlého věku a já se tak odmalička zapojovala do firemních procesů a znala jsem zaměstnance.

Co považujete na tom procesu za nejdůležitější?

ZZ: Těžká otázka. Asi je pro mě hodně důležité, že celkem rozumím řemeslu našich zákazníků a že dobře vím, co obnáší denní život kolegů na pobočkách – od skladníků až po vedoucí. To mi dává vhled, ale zase to může představovat určitou past. Člověk by se neměl nechat vtáhnout do přílišného konzervatismu, měl by si pěstovat představivost a chuť a ochotu změnit to, co a jak děláme.

TZ: Nejdůležitější je mít chuť a energii firmu převzít.

Bylo to nejdůležitější i nejtěžší?

ZZ: Vůbec ne. Žít denní život s pokrývači i mými kolegy mě vždycky hrozně bavilo. Nejtěžší v rodinné firmě asi je najít si zdroj inspirace, hodně věcí se musíte učit sám, zkoušet si je a učit se chybami. Chybí vám to, co dostanou zadarmo zaměstnanci v korporacích – tam vám rychle ukáží, co jak funguje, mají naběhané a léty ozkoušené postupy. Ale korporát má často i řadu svých nevýhod – rozvíjíte se tam většinou jenom v úzkém oboru činností, nemáte takový přehled jako v rodinné firmě, některé věci nemůžete dělat tak pružně. Takže pro mne byla práce v korporátu skvělá zkušenost a myslím, že i nástupníci z jiných rodinných firem by si něčím takovým měli projít. Jiná zaměstnání a diskuze se zástupci jiných firem – ať už při studiu MBA, mastermind skupinách nebo jakýchkoli jiných příležitostech – mohou většímu nadhledu a inspiraci určitě pomoci.

TZ: Převzetí firmy je velká odpovědnost a pozice dcery majitele není vždy zcela jednoduchá, ale ani jedno mi na chuti, ani energii neubralo.

Tereza Zimčíková, dcera zakladatele

Zdeněk Zábranský, synovec zakladatele

Jaké změny jste do rodinné firmy přinesl?
ZZ: Za poslední dva roky bych asi zmínil třeba kolektivnější způsob řízení, kdy více informací sdílíme jako celé vedení, a také transparentnost a snahu o rozhodování více založené na objektivních ukazatelích. Zavedli jsme nový způsob řízení týmů, systém porad s jasně danými reporty. Směřujeme k většímu používání klíčových ukazatelů výkonu. V rozumných dávkách bychom se měli profesionalizovat, přerůst do moderněji řízené firmy.
TZ: Snažím se ve svých odděleních procesy maximálně optimalizovat a zefektivňovat. Občas je těžké nenechat se semlít operativou, ale myslím si, že se mi optimalizace celkem daří. Hodně změn také nyní vyvstalo v souvislosti s covidem, kdy se ukázalo, že na dálku lze udělat i dříve nemyslitelné věci a akce.

Co považujete za největší hodnotu, kterou zakladatel do vaší firmy vložil?
ZZ: Vedle obrovské pracovitosti je to hlavně neutuchající zájem o kolegy i zákazníky. Tisíce hodin vložené do setkávání s nimi, naslouchání jejich příběhům a potřebám. Toto vše využil pro vytváření a upevňování firemní kultury. Zde máme s Terezou laťku vysoko nastavenou a není vždy lehké očekávání kolegů dostát, aby generační výměnu necítili v tomto ohledu jako ztrátu.
TZ: Souhlasím se Zdeňkem. Navzdory tomu, že máme 20 poboček po celé republice, vybudoval můj otec firmu vztahovou, a dokázal si vždy na všechny zaměstnance najít čas. Všechny je osobně zná a zná i jejich životní příběhy. Hodně je to o jeho osobnosti a charisma a laťka je opravdu vysoko.

AKTIVNĚ SE O RODINNOU ÚSTAVU ZAJÍMÁME A MYSLÍM, ŽE JEJÍ SEPSÁNÍ PRO RODINU ZÁBRANSKÝCH JE NA SPADNUTÍ.

Co naopak považujete za největší slabinu vaší firmy?
ZZ: Momentálně nás nejvíce limituje asi nejednotnost řady procesů a obchodního přístupu na pobočkách. V minulosti si řada z nich zvykla na své postupy a probouzet a udržet v kolezích ochotu vzdát se svých postupů ve prospěch vytvoření nějakého best practice je u nás velmi pracné. Toto je pro nás tedy výzva – mít v týmu vedení dostatek elánu a motivace, akceptovat a do firmy úspěšně zavádět nové myšlenky a postupy, které nás mohou posunout dále.
TZ: Vzdálenost poboček. Na jednu stranu je fajn, že firma obsáhne téměř celou republiku, na druhou stranu je pak náročnější komunikace, se kterou souvisí i výše zmíněná nejednotnost procesů a přístupů.

Hodláte nadále pokračovat v oboru podnikání, který vytyčil zakladatel, nebo je to pro vás jen mezistupeň a chcete případně firmu přeorientovat či majetek investovat do jiného oboru, případně kam a proč?
ZZ: V rámci holdingu máme i výrobní firmu, realizační firmu a další, já jsem ale výkonným ředitelem té firmy, která má za úkol pokračovat ve stávajícím stěžejním oboru působení a rozvíjet jej. Cesta určitě bude ležet v rozšiřování služeb, zvyšování přidané hodnoty, navýšení naší role ve zprostředkování interakce mezi investory a realizačními firmami a podobně.
TZ: Nepřemýšlíme o tom, že by firma změnila obor podnikání. Nicméně celý náš holding se neustále rozšiřuje a zde už si můžeme hrát s tím, jaký obor do naší struktury přidáme.

Řešíte ještě dnes některé otázky ve firmě se zakladatelem, a jaká je případně jeho pozice vůči firmě?
ZZ: Řešíme poměrně hodně. Téměř každý týden máme zhruba hodinovou poradu, kde se majitel zajímá o vývoj, případně sděluje svůj názor na vybraná témata a diskutujeme. Manažersky se věnuje především jiným firmám v holdingu, nicméně zachovává si vztah s lidmi, cestuje po pobočkách a vnímá atmosféru. Nerezignoval ani na vztahy se zákazníky, se kterými velmi rád vyrazí na různé akce a tradiční zájezdy, což bylo v posledním roce logicky kvůli pandemii nuceně velmi omezeno. Ročně děláme velké setkání týmu managementu s majiteli – představení výsledků, strategie pro další období.
TZ: Ano. Když si nevím s něčím rady, nebo potřebuji získat nadhled a jiný názor, volám rodičům. Je neuvěřitelné, jak mé, ze začátku bezvýchodné problémy, jsou po pětiminutovém rozhovoru jednoduše vyřešeny.

Řešíte rodinnou firmu v širším kruhu rodiny, případně s kým a jakou formou? Nebo se podílí na jejím chodu ještě jiný člen rodiny a jak?
ZZ: Kromě majitelových dcer Terezy a Lucie, které obě pro firmu pracují, má z rodiny na fungování firmy nepochybně vliv nepochybně i Věra, manželka zakladatele. Což asi více rozvede Tereza.
TZ: Ano, řešíme to poměrně často. Ideálně během společného víkendu, kdy začneme živě diskutovat o dění ve firmě a hodiny utíkají jako divé. Když je třeba vyřešit něco důležitého, zapojí se se svým názorem a radou moje maminka, ale jakmile je dořešeno, donutí nás se slovy „Práci si řešte v práci“ změnit téma.

Využili jste při předávání firmy rodinnou ústavu či uvažujete o ní do budoucna?
TZ: O rodinné ústavě přemýšlíme už poměrně dlouho, bohužel nám zde plán toto téma posunout někam dále překazil covid. Aktivně se ale o rodinnou ústavu zajímáme a myslím, že její sepsání pro rodinu Zábranských je na spadnutí.

Nejdůležitější rada pro všechny, které nástupnictví teprve čeká…
ZZ: Pokud můžu ze své pozice něco doporučit, pak by to bylo aktivní hledání příležitostí, jak si rozšířit obzory, získat nadhled i mimo vlastní firmu. Toto potom využít k postupným změnám navazujícím na silné stránky firmy, nezachovávat pouze status quo.
TZ: Nejdůležitější je, aby se sešly pozitivně naladěné dvě generace: jedna, která bude mít chuť přebírat a druhá, která bude mít chuť předávat. ■

JAROSLAV KRAJNÍK – ACCOM HOLDING

JAROSLAVOVI JE 33 LET A JAKO GENERÁLNÍ ŘEDITEL VEDE POTRAVINÁŘSKOU FIRMU, KTEROU V ROCE 1991 ZALOŽILI JEHO RODIČE. DNES MÁ SPOLEČNOST 381 ZAMĚSTNANCŮ NA HLAVNÍ PRACOVNÍ POMĚR PLUS DALŠÍ DOHODÁŘE A BRIGÁDNÍKY.

Jaké jsou vaše první vzpomínky na rodinnou firmu a kam se datují?
První vzpomínky mám na dobu, kdy jsme si hráli se sestrami jako děti v chlazeném skladu, přerovnávali kartony se zbožím a budovali si z nich domečky.

Jaká je vaše první pracovní zkušenost v rodinné firmě?
Pozice manažera nákupu po dokončení studia na vysoké škole.

Jak se vaše pracovní zařazení v rodinné firmě vyvíjelo?
Pozice manažera nákupu asi čtyři roky, pozice obchodního ředitele podniku Bohušovické mlékárny pak tři roky.

Jakou jste měl v 18 letech představu o své profesi a své budoucnosti?
Nepřesnou, ale cítil jsem, že bych jednou chtěl být součástí naší rodinné firmy.

Jaroslav Krajník, syn zakladatelů

Kdy jste skutečně plně přijal svou roli nástupníka v rodinné firmě?
S nástupem na pozici generálního ředitele holdingu k 1. lednu 2020.

Jak dlouho a jak jste se na převzetí rodinné firmy připravoval?
Průběžně po dobu několika let, kdy jsem byl společně s otcem součástí porad vedení firmy, abych lépe pronikl do dění a problematiky v rámci našeho holdingu. Fakticky až při rozhodnutí o změně na pozici generálního ředitele – tedy v období asi půl roku přebírání agendy.

Co považujete na tom procesu za nejdůležitější?
Mít několikaletou praktickou zkušenost z každodenního chodu firmy. Dále mít samozřejmě jasně vymezené kompetence, aby nedocházelo k přechodnému dvojímu vedení. Aby byla jasně nastavená a srozumitelná pravidla i dovnitř firmy.

Bylo to nejdůležitější i nejtěžší?
Asi si netroufám odpovědět na to, co bylo nejtěžší.

Jaké změny jste do rodinné firmy přinesl?
Na pozici generálního ředitele působím teprve prvním rokem, a je tedy příliš brzo hodnotit změny. Navíc jsme museli věnovat hodně času záležitostem kolem pandemie. Nicméně jsme dosáhli dobrých výsledků a podařilo se nám dokončit řadu déle trvajících projektů a investic. Zahájili jsme nové investice a nové projekty napříč holdingem. Plánujeme i v této nestandardní době růstově.

Co považujete za největší hodnotu, kterou zakladatel do vaší firmy vložil?
Podnikavost, pracovitost a poctivost.

Co naopak považujete za největší slabinu vaší firmy?
Propojení jednotlivých firem holdingu. Nejedná se o největší slabinu, ale o oblast, kterou je třeba zlepšit tak, abychom neztráceli energii v neefektivní komunikaci uvnitř skupiny, ale maximalizovali energii na komunikaci směrem ven s jasným společným cílem.

Hodláte nadále pokračovat v oboru podnikání, který vytyčil zakladatel, nebo je to pro vás jen mezistupeň a chcete případně firmu přeorientovat či majetek investovat do jiného oboru, případně kam a proč?
Rozhodně plánuji rozvíjet a stabilizovat firmu v současném oboru podnikání. Jsou možné i přesahy do jiných oborů, ale stále spjaté s hlavním předmětem podnikání a posilování v daném oboru.

Řešíte ještě dnes některé otázky ve firmě se zakladatelem, a jaká je případně jeho pozice vůči firmě?
Dlouhodobější strategická rozhodnutí. Velké investiční záměry a případné akviziční záležitosti.

Řešíte rodinnou firmu v širším kruhu rodiny, případně s kým a jakou formou? Nebo se podílí na jejím chodu ještě jiný člen rodiny a jak?
V širším kruhu jsou řešeny jen zcela zásadní a velká rozhodnutí, která se řeší jen výjimečně.

Využili jste při předávání firmy rodinnou ústavu či uvažujete o ní do budoucna?
Ne.

Nejdůležitější rada pro všechny, které nástupnictví teprve čeká…
Je důležité, aby to byla přirozená a chtěná změna z obou stran. Co nejvíce záležitostí si otevřeně vyjasnit, aby se minimalizovala možná nedorozumění v budoucnu. ■

ROZHODNĚ PLÁNUJI ROZVÍJET A STABILIZOVAT FIRMU V SOUČASNÉM OBORU PODNIKÁNÍ. JSOU MOŽNÉ I PŘESAHY DO JINÝCH OBORŮ.

DOMINIK HOLÁNEK – ZÁMEČNICTVÍ HOLÁNEK

DOMINIKOVI JE 27 LET A JAKO JEDNATEL A ŘEDITEL MÁ NA STAROSTI VŠECHNY TŘI FIRMY RODINNÉ SKUPINY, JEJÍŽ ZÁKLADY POLOŽIL V ROCE 1991 JEHO DĚDEČEK. JE NETYPICKY VLASTNĚ JIŽ TŘETÍ GENERACÍ, PROTOŽE FIRMY, KTERÉ DNES MAJÍ 25 ZAMĚSTNANCŮ A VĚNUJÍ SE KOVOVÝROBĚ, VÝROBĚ PLASTOVÝCH BAZÉNŮ A PRÁŠKOVÉMU LAKOVÁNÍ, PŘEBRAL OD SVÉHO OTCE.

Jaké jsou vaše první vzpomínky na rodinnou firmu a kam se datují?
Do výrobny jsem chodil pomáhat už jako malý kluk. Miloval jsem tu vůni svařovaného železa.

Jaká je vaše první pracovní zkušenost v rodinné firmě?
Myslím, že na brigády na hale jsem chodil už kolem patnácti, na montáže filmů jsem začal jezdit, až když mi bylo sedmnáct.

Jak se vaše pracovní zařazení v rodinné firmě vyvíjelo?
Nejdříve jsem nastoupil jako řadový pracovník a postupně mi táta přidával více a více zodpovědností. Bylo to těžké, ale to nejlepší, co mohl udělat. Moje působení v prostředí firmy už od mladého věku mi přineslo spoustu zkušeností a tak nějak předurčilo kariérní směřování.

Jakou jste měl v 18 letech představu o své profesi a své budoucnosti?
Na střední školu jsem už nastoupil s tím, že jednou budu chtít po otci pokračovat. Proto jsem zvolil obor mechanik strojů a zařízení.

Kdy jste skutečně plně přijal svou roli nástupníka v rodinné firmě?
Konkrétní den si nepamatuji. Myslím, že se to tak nějak přirozeně postupně přehouplo. Vím jen, že to bylo v době, kdy mi bylo 21 let.

Jak dlouho a jak jste se na převzetí rodinné firmy připravoval?
Jako plnohodnotný zaměstnanec jsem nastoupil ihned po maturitě, abych získal co nejvíce pracovních zkušeností. Díval jsem se, jak pracují zkušenější zaměstnanci u nás ve firmě a učil se od nich. Snažil jsem se co nejvíce oboru a řemes-

lu porozumět. Na převzetí firmy se ale asi úplně připravit úplně nedalo.

Co považujete na tom procesu za nejdůležitější?
Přijmout veškerou zodpovědnost za vše. Stát si za svým rozhodnutím, ale občas si nechat poradit od kluků, kteří jsou na výrobě každý den.

Bylo to nejdůležitější i nejtěžší?
Určitě ano. V mých letech bylo a pořád je těžké si uvědomit, že neodpovídám jen za sebe, ale také za rodiny všech mých zaměstnanců a kolegů, kteří pro firmy pracují.

Jaké změny jste do rodinné firmy přinesl?
Táta mi firmu předával s šesti zaměstnanci. Všichni jsme byli výrobní a administrativu jsme dělali po práci. Já jsem postupně firmu rozšiřoval, jak obratově, tak kapacitně. Obrat jsme zdesetinásobili a pracuje nás teď ve firmě pětadvacet. Dále jsem před třemi lety založil dceřinou společnost ZHPlastForm na výrobu plastových bazénů a šachet a teď v létě jsem odkoupil další rodinnou firmu Prášková lakovna Bejšovec, a pokračuji v rodinné tradici jen pod jiným názvem, Prášková lakovna Holánek.

Co považujete za největší hodnotu, kterou zakladatel do vaší firmy vložil?
Jméno Holánek a rodinnou kvalitu výrobků.

Co naopak považujete za největší slabinu vaší firmy?
Určitě bychom chtěli vytvořit vlastní specifický produkt, který bychom si také sami hrdě prodávali. Dokážeme vyrobit skvělé věci, ale prozatím je nedokážeme efektivně prodávat.

Hodláte nadále pokračovat v oboru podnikání, který vytyčil zakladatel, nebo je to pro vás jen mezistupeň a chcete případně firmu přeorientovat či majetek investovat do jiného oboru, případně kam a proč?
Vždy budeme pokračovat v kovovýrobě. Spolupracujeme se skvělými firmami v oboru filmů a reklam, kde vyrábíme různé železné konstrukce a dekorace a to nás moc baví. Hellboy, Obchodník se smrtí, Spiderman… to je naše práce. Pro mě je tradice a jméno strašně silná věc a chci, aby jméno naší firmy nadále rezonovalo v oboru. Rozrostli jsme se o dvě další firmy, ale kovovýroba je stále naše hlavní činnost.

Řešíte ještě dnes některé otázky ve firmě se zakladatelem, a jaká je případně jeho pozice vůči firmě?
S tatínkem, který firmu převzal po zakladateli, se radíme z výrobního hlediska, protože jeho zkušenosti jsou obrovské. Problémy a zakázky si ale už řeším sám. Můj táta toho za dobu svého podnikání měl ažaž. Teď se nám již stará o sklady nebo nám dělá řidiče a užívá si zaslouženého klidu.

Dominik Holánek, vnuk zakladatele, firmu převzal od svého otce. Je tedy již třetí generací v rodinném podniku.

Řešíte rodinnou firmu v širším kruhu rodiny, případně s kým a jakou formou? Nebo se podílí na jejím chodu ještě jiný člen rodiny a jak?
Jak jsem již zmiňoval, problémy a zakázky si řeším sám a je to tak nejlepší, protože když se rozhodnu špatně, je to jen moje zodpovědnost a zlobit se mohu jen sám na sebe. Ve firmě působí sestra v roli účetní, otec v roli zaměstnance a řidiče a máma se stará o správu budov, abychom byli i jako řemeslná firma schopni poskytnout zaměstnancům i zákazníkům příjemné prostředí a zázemí.

Využili jste při předávání firmy rodinnou ústavu či uvažujete o ní do budoucna?
Nevyužili. U nás to opravdu proběhlo na základě našeho selského rozumu zcela přirozeně a o dalším předání firmy jsem zatím ve svém věku ještě neuvažoval. To je záležitost asi až další životní etapy.

Nejdůležitější rada pro všechny, které nástupnictví teprve čeká…
Nebojte se dělat chyby. Je to přirozená věc, která Vás časem zocelí! ■

NA STŘEDNÍ ŠKOLU JSEM UŽ NASTOUPIL S TÍM, ŽE JEDNOU BUDU CHTÍT PO OTCI POKRAČOVAT. PROTO JSEM ZVOLIL OBOR MECHANIK STROJŮ A ZAŘÍZENÍ.

NEBOUCHEJTE DO STOLU NOVÝMI HODNOTAMI

Se socioložkou Veronikou Gigalovou o tom, jak důležité je ve firmách prostředí důvěry, proč je dobré, aby nastupující generace vlastníků byla socializovaná a jak prospěšné je umění naslouchat.

Petr Karban
Jakub Hněvkovský
a archiv Veroniky Gigalové

Co vás vlastně přivedlo ke spojení sociologie a byznysu? Není to úplně běžné…
Možná to tak vypadá, ale sociologie je byznysem protkaná, začínáme ji vnímat na konci předminulého století, se vznikem moderní společnosti. A přelom devatenáctého a dvacátého století je charakteristický právě vznikem měst, průmyslových podniků, dělbou práce. To jsou obrovská sociologická témata, která se zkoumají dodnes. Rozmach průmyslu přinesl nové sociální jevy. Takže i když sociologie a byznys mohou být na první pohled témata vzdálená, opak je vlastně pravdou a byznysové prostředí je nedílnou součástí teorie i výzkumu.

Existuje něco jako česká firemní kultura?
I když navenek ekonomické subjekty budou mít nadnárodní charakter, vnitřní kultura určitě vychází i z národnostního základu. Příkladem toho, že to platí, je například příchod koncernu Volkswagen na český trh – přestože věděli, že musejí respektovat určitá česká specifika, nabídli motivační systém, který nefungoval. Například jedním z motivačních prvků mělo být vyhlášení Zaměstnance roku. Proti očekávání personalistů to vedlo k průměrnosti výkonů. Protože kdo tehdy v Česku, s komunistickou zkušeností, chtěl viset na nástěnce?

Řada manažerů tvrdí, že firemní kultura je důležitější než procesy. Jak ale nastavit ve firmě to požadované mikroklima?
V obecném měřítku je těžké radit, vždy je to hodně závislé na specifických podmínkách té které organizace. Velkou roli hraje už sám předmět podnikání. Co v personální práci ale funguje, vždycky fungovalo a vždycky i fungovat bude, to je transparentnost informací. Fakt, že se žádné informace nikomu nezamlčují. To je první krok k vytvoření pocitu důvěry. A podobnou roli mají i zásady, které všichni známe z výchovy dětí. Sliby se mají plnit, u trestu i odměny musí být zřejmé, co je vyvolalo. A umění naslouchat.

PHDR. VERONIKA GIGALOVÁ, PH.D.

OD ROKU 1998 PŮSOBÍ JAKO ODBORNÁ ASISTENTKA NA KATEDŘE SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ ANTROPOLOGIE FILOZOFICKÉ FAKULTY UNIVERZITY PALACKÉHO V OLOMOUCI. V SOUČASNÉ DOBĚ SE VĚNUJE TAKÉ PUBLIKAČNÍ ČINNOSTI Z OBLASTI ANDRAGOGIKY A ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ. ZAMĚŘUJE SE NA VÝUKU ŘÍZENÍ LIDSKÉHO POTENCIÁLU V ORGANIZACI, SPECIFIKA ORGANIZAČNÍHO PROSTŘEDÍ, TEORIE ORGANIZACE A POSTAVENÍ ORGANIZACE V SOUDOBÉM SOCIÁLNÍM KONTEXTU – VZHLEDEM K TOMUTO ZAMĚŘENÍ SE VĚNUJE I SOCIOLOGII VE FIREMNÍM PROSTŘEDÍ.

Ovšem tenká je v myslích majitelů hranice mezi naslouchání a rozmazlováním…
Netvrdím, že je nutné splnit všechny požadavky zaměstnanců, majitel nemůže být rukojmím. Ale je potřeba umět jim naslouchat a pracovat s jejich podněty. Uvedu příklad, jak plnění i zdánlivě drobných slibů pomáhá utvářet prostředí otevřenosti a důvěry. V jedné projekční kanceláři probíhal někdy v hloubce devadesátých let personální audit, v jehož rámci jsme hledali i motivační body. Bylo zřejmé, že zásadním požadavkem je velký plotr. Stejně tak ovšem bylo jasné, že na ten firma zatím nemá a zakoupit ho nemůže. Přesto proběhla anketa spokojenosti, z níž také vyplynulo, že projektantům chybějí v kuchyni věšáky na oděvy, a proto si nemají kam dávat oblečení. A stačilo koupit za padesát korun věšáčky. Vedení se nad tím zprvu pousmálo, ale velmi rychle si všimlo, že i tahle nicotná drobnost měla za následek to, že lidé začali být otevřenější. Měli totiž pocit, že jim někdo naslouchá, že někdo řeší jejich problémy.

Éra byznysově úspěšné první republiky skončila víceméně se začátkem druhé světové války a navazovat jsme na ni začali oproti západoevropským zemím se čtyřicetiletým zpožděním. Vidíte z pohledu sociologa nějaké dopady té časové průrvy?
Na to se špatně odpovídá, nemám ten další moment ke komparaci. Mohu říci, že by to vypadalo jinak, kdyby… ale bude to hypotéza. Ona by na to dokázala možná odpovědět historická sociologie, která zkoumá to, jakým způsobem historii utváříme ve svých hlavách. Nicméně je fakt, že nás těch čtyřicet let poznamenalo generačně. Moje generace, tedy generace šedesátých let minulého století, má úplně jinou sebereflexi. Obvykle velmi krutou, máme tendenci se podhodnocovat. Na rozdíl od sebevědomých generací pozdějších.

Mířil jsem k tomu, jestli dnes vidíte ve firmách třeba pozůstatky toho, že podnikatelská kultura tu začala v devadesátých letech vznikat úplně znovu, de facto z ničeho, bez zkušeností a také bez mantinelů…
O firemní kultuře se jako sociologové bavíme od šedesátých let, už tehdy začala být vnímána jako faktor, který ovlivňuje ekonomické výsledky firem. I u nás. A nesmíme si myslet, jako kupříkladu můj syn, že my jsme tady před padesáti lety žili nějak výrazně jinak. I v zahraničí byla dříve firemní a podnikatelská kultura vnímána více formálně, procesně, schematicky.

Když se bavíme o firemní kultuře, zvláště v menších firmách platí, že jejím nositelem je zakladatel a vlastník, který všechny zná, se všemi má za dlouhá léta osobní vazby. A je tu okamžik předávání rodinného podnikání další generaci. Jaké je to riziko právě s ohledem na firemní kulturu?
Pokud přijde nástupník úplně zvenčí, pak obrovské. Pokud už ve firemní struktuře nějaký čas působil, byť ne třeba na hierarchicky nejvyšších příčkách, je socializovaný a přijal ty rozhodující hodnoty.

Co když přicházím a chci přinést nové hodnoty?
To se děje a může to být výhoda těch, co přicházejí zvenčí. I v takovém případě ale musíte nejprve poznat stávající hodnoty. Nelze přijít zvenčí a bouchnout do stolu novými hodnotami. Lidé se budou bát, změna bude ohrožovat jejich zažité stereotypy a jejich jistoty. Nebudou rozumět tomu, proč změna přichází. A reakcemi, pravděpodobně, budou odpor a rebelie.

Nakolik je z pohledu sociologa složité vyvážit vazby rodinné a firemní? Obě ta prostředí se vzájemně ovlivňují…
Je to spíš psychologické téma. Problematické je to především proto, že neformální vztahy máme utvářeny po delší čas a nastaveny jsou dříve než ty formální.

Který aspekt vás jako socioložku zajímá na předávání rodinného majetku?
Je velmi zajímavé sledovat právě v té první generační obměně očekávání toho, kdo předává. Obvykle totiž předává s přesvědčením, že někomu, kdo má podobné smýšlení, stejný sociální kapitál. Ale málokdy si předávající generace uvědomuje, že generace nastupující je přes všechny podobnosti ve zcela jiné situaci. Zatímco zakladatelé kapitál vybudovali tvrdou prací, většinou z nuly, mladá generace se s vlastnictvím kapitálu již narodila. A má k němu logicky jiný vztah, jinak ho hodnotí. Tam mohou vznikat a vznikají třecí plochy.

Máte pro nastupující generaci radu, čeho se vyvarovat?
Je velmi těžké radit cokoliv obecně. Kdybych přece jen měla, pak řeknu asi jediné. Budete-li chtít dělat změny, zkuste nejprve chvíli počkat a rozhodnutí dělat po rozvaze, ne emotivně. Pro mladou generaci je radikalismus příznačný, ale vyplácí se vše si promyslet a pak teprve vstupovat do rozhodovacích aktivit. To často úplně stačí k tomu, aby se vytvořila potřebná rovina důvěry. ■

Firemní kultura ve společnosti ALIKA je utvářena především ženskou rukou – zakladatelka Jana Kremlová se svými dcerami Petrou a Markétou, které postupně vedení rodinné firmy přebírají…

NEJHORŠÍ ZKUŠENOST JE ÚSPĚCH

Luděk Bárta, současný předseda Stavební sekce Hospodářské komory České republiky, procesem předávání rodinného majetku nikdy neprošel, strávil totiž dlouhá léta v nejužším vedení české dcery nadnárodní skupiny Wienerberger. A jeho manažerské zkušenosti a postřehy mohou být cenné zvláště pro nastupující generaci vlastníků.

Petr Karban
Jakub Hněvkovský

Máte za svou bohatou manažerskou kariéru zformulované nějaké poselství mladým?
Nic není tak úžasné, jak to na první pohled vypadá. Pozitivní ale je, že nic není ani tak hrozné, jak to na první pohled vypadá. Život mě naučil, že zvládnout lze vše. Jen nesmíte mít v hlavě blackout a rudo před očima, musíte si věřit a hledat cesty, najít i spojence, bavit se o všem důležitém i s dalšími lidmi kolem. Když máte silný pocit, že cesta, po které jdete, někam vede, jděte po ní, i když ji ti ostatní neuvidí. Spousta lidí nedělá nic jen proto, že si myslí, že to nemá význam. Důležité je začít, vytvořit si kontakty, prostor… A zjistíte, že můžete věci ovlivňovat. Když jsem před lety začínal s tématem zdravého bydlení, mysleli si o mně mnozí, že jsem blázen, že to přece s cihlou vůbec nesouvisí. Ale zdraví jako hodnota je nad vším a týká se všeho, což nám ukazují poslední dva roky. Nicméně jsme to téma tehdy nevzali úplně za vlastní, a i když se mu dnes věnujeme, nejsme jeho nejviditelnějšími nositeli, tu pozici obsadili jiní. Neznamená to ale, že nejsou jiná témata. Už lépe jsme uchopili témata dostupného bydlení, udržení vody v krajině, biodiverzity, sekvestrace uhlíku v půdě. Sustainability nestačí, je třeba regenerovat přírodu a vrátit se ke kořenům… A změna hospodaření na půdě, na polích, v lesích, ale i v obcích a městech může rychle snížit koncentrace CO_2 v ovzduší o 25 procent a zabránit přehřívání naší planety…

To nejsou primárně byznysová témata…
Ano, jsou to sice témata, která nemají z marketingového hlediska rychlý payback, ale přesto jsou byznysově nesmírně důležitá, souvisí totiž s vizemi. Začínají být klíčová i při rozhodování o tom, kam chtějí lidé jít pracovat. V pelotonu jsou vždycky různé role, někdo je lídr a někdo nosič vody. Všichni jsou důležití. Někdo vytváří příležitosti pro ostatní, někdo určuje strategii. Podobné je to i v byznysu. Můžete si svou roli vybrat, ale pokud chcete být leader, musíte mít vizi, vidět příležitosti, vědět, kde má být firma za deset dvacet let. My jsme jako firma byli v minulosti výborní v tom, jak jsme dokázali zvládat procesy, ale málo jsme se dívali dopředu. Ona je to zvláštní situace, jdete do toho, otevíráte dveře, ale vlastně nevíte, kam vedou. Vykročte do neznáma a hledejte příležitosti. Důležitý je ten první krok. Ta chuť otevřít dveře. Buďte otevřeni, ptejte se, uvažujte bez zábran a předsudků.

Vize se ovšem na zisku neprojevují bezprostředně…
Což je asi důvod, proč se s nimi pracuje méně, než je potřeba. V korporaci je to složitější, v rodinné firmě ale musí být nositelem vize jedině vlastník. Nebyznysová témata se v zisku samozřejmě projeví, jen časový horizont je delší. Proto mluvím o budoucnosti.

Každého ale zajímá především bilance na konci roku…
To není špatně, ale skutečně uspět lze jen tehdy, když se díváte dál. Často se může lidem zdát, že se honíte za vzdálenými chimérami, ale když bude vaše firma nositelem určité vize jako první, vytvoříte si pověst, díky níž vás lidé budou znát ještě dříve, než budou potřebovat váš produkt. Je to prostě způsob, jak komunikovat se světem. Mnoho firem hyne na operativu, soustředí se na nutné, okamžité potřeby a nemají pak sílu, prostor a čas dívat se dopředu. Je to jako řídit auto a dívat se jen do zpětného zrcátka.

Dívám se dopředu, vidím cesty, jak ale poznat tu správnou?
Na to recept nemám. Musíte si věřit, občas riskovat, jít proti trendu. Je třeba mít víc alternativ, něco jako více koní v závodě. Zvýšíte si šanci na úspěch.

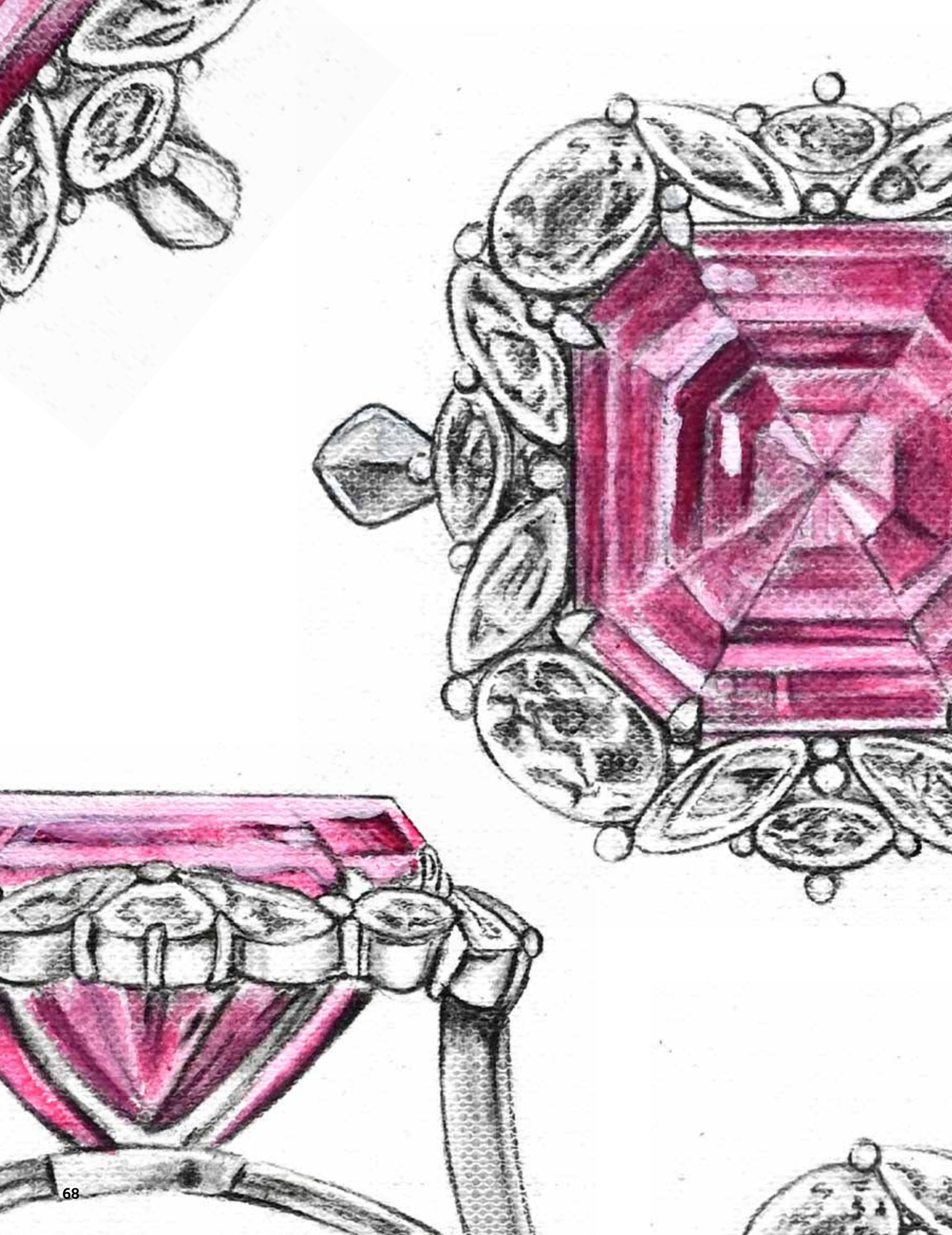
A najdete jeden moment, který byl ve vaší kariéře nejtěžší?
To bylo asi v letech 2008 až 2010. Měli jsme jedenáct fabrik, po finanční krizi spadl trh, dost jsme jich museli zavřít a propustit hodně lidí. Z miliardy jsme najednou plánovali padesát milionů zisku, a to se nedělá hezky. Byli jsme donuceni dělat nepříjemná rozhodnutí, ty fabriky byly v dobré kondici a byli tam výborní lidé.

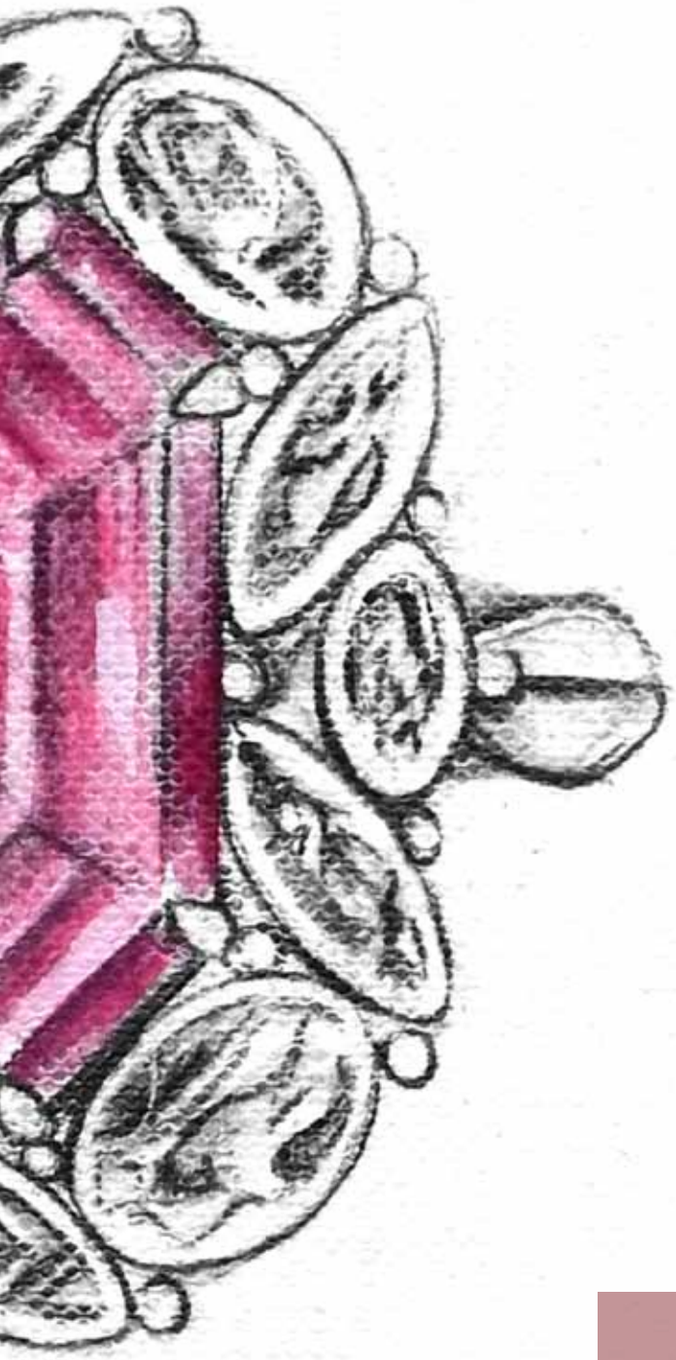
ING. LUDĚK BÁRTA

ZAČÍNAL KARIÉRU VE SKLÁRNÁCH V TEPLICÍCH, PROŠEL SPOLEČNOSTÍ KANCELÁŘSKÉ STROJE, ALE NEBAVILO HO BÝT JEN MALÝM KOLEČKEM VE VELKÉM SOUKOLÍ. ODEŠEL DO CIHELNY HOSTOMICE A V ROCE 1994, S JEJÍ PRIVATIZACÍ, ODEŠEL NA CENTRÁLU WIENERBERGER DO ČESKÝCH BUDĚJOVIC. Z POZICE JEDNATELE ODEŠEL LETOS NA KONCI DUBNA, DNES S FIRMOU SPOLUPRACUJE JAKO KONZULTANT NA VOLNÉ NOZE A VĚNUJE SE NADČASOVÝM SOCIÁLNÍM A ENVIRONMENTÁLNÍM PROJEKTŮM.

Musel jsem zavřít Hostomice, svou fabriku, kde jsem začínal, propustit lidi, které jsem osobně znal. Chodili za mnou a říkali: „Luďku, šlo by s tím ještě něco udělat?“ A já věděl, že ji zavřít musíme. Zavřít fabriku, to je vždycky jako přijít o člena rodiny, ale zavřít svou fabriku… Kdo to nezažil, těžko si to představí. Hodně jsem to prožíval. Jenže i to patří k životu. Firma, fabrika se narodí, má svou zlatou éru a pak někdy zanikne. Je to jako v přírodě, když nerosteš, začneš umírat, nebo tě sežere jiný dravec. Proto je třeba růst, hledat nové příležitosti, nové segmenty, a nové akvizice.

Začali jsme povídání poselstvím, mně by se líbilo ještě jedno na závěr. Najdete je?
Zkoušejte bořit staré pravdy. A věřte, že nejhorší, vlastně spíš nejošidnější zkušenost, je úspěch. Zvlášť ten rychlý a jednoduchý. ■





VÝZVY

70 **JSME NABLÍZKU V KAŽDÉM OKAMŽIKU, PRO KAŽDÝ PŘÍPAD**
Tomáš Marek & 15 krajských ředitelů | Generali Česká pojišťovna

78 **INVESTIČNÍ DŮM JE UNIKÁTNÍ PŘÍLEŽITOST DOBY**
Tereza Slováková | EZ Investments

80 **MOMENTÁLNĚ NEJŽÁDANĚJŠÍ JSOU BUNGALOVY S MENŠÍM POZEMKEM**
Tereza Slováková | EZ Investments

NOBLESS CZECH

WWW.NOBLESS-CZECH.CZ

MISTROVSKÉ ŘEMESLO

TU ČEST PRACOVAT S NEJVZÁCNĚJŠÍMI BAREVNÝMI DIAMANTY MAJÍ JEN VYBRANÉ SKUPINY KLENOTNÍKŮ, JIMŽ POD RUKAMA VZNIKAJÍ JEDINEČNÉ ŠPERKY, DĚDICTVÍ PRO PŘÍŠTÍ GENERACE.

JSME NABLÍZKU

V KAŽDÉM OKAMŽIKU, PRO KAŽDÝ PŘÍPAD

Digitalizace, kybernetická rizika, ale i nové technologie a nové byznysové modely – to jsou podle patnácti regionálních ředitelů Generali České pojišťovny ty zásadní vlivy, které mění svět podnikání a které jednička na českém pojistném trhu musí reflektovat. A potvrzuje to Tomáš Marek, který je za celou interní distribuci Generali České pojišťovny odpovědný.

Petr Karban
archiv Generali Česká pojišťovna

Svět už nikdy nebude, co byl dřív. To není žádný velký objev, platilo to před tisíci lety a platí to i dnes. Problém je, že současnost přináší takovou dynamiku změn, kterou jsme si ještě před padesáti lety neuměli představit. Jestliže tehdy platilo, že vnější faktory a podmínky se v průběhu života jedné generace změnily jen minimálně, dnes platí, že se za stejnou dobu změní dramaticky a ne jednou. Je to dynamika, která mění i velmi konzervativní svět pojištění. Už dávno to není tak, že by pojišťovna nabízela katalogově sestavené produkty. Segmentu jednoznačně v posledních dvou letech dominují dva trendy, které jsou zvláště patrné u jedničky na českém pojistném trhu, kterou je Generali Česká pojišťovna.

Komplexní finanční služby

Pojistný trh, stejně jako celý finanční sektor, směřuje v globálním měřítku ke komplexitě. „To je trend, který je asi nejviditelnější, aby klient mohl vyřídit všechny své potřeby takzvaně pod jednou střechou. Banky samozřejmě v tomto ohledu mají určitou výhodu, protože tím, že vedou klientům účty, jim vidí do karet, ale zase nemají dlouhodobě budované kompetence v oblastech primárně nebankovních. Česko má z pohledu pojistného trhu, asi podobně jako řada jiných mladých ekonomik, jeden charakteristický rys. Je jím značná podpojištěnost vzhledem k HDP nebo vzhledem k průměrným příjmům. Nemyslím, že to představuje potenciál k nějakým skokovým změnám, ale příležitost k dlouhodobému růstu to bezpochyby je," říká Tomáš Marek.

Pokud jde o pojištění, poskytuje Generali Česká pojišťovna nejširší škálu pojistných produktů na českém trhu a v rámci partnerství s bankou Moneta, která nyní výrazně posiluje, je schopna nabídnout i takové služby, jako jsou vedení účtu, investice či stavební spoření. Navíc pojišťovna buduje i své vlastní investiční instrumenty, které zpřístupňuje veřejnosti. Obecně možná nepříliš známou skutečností je, že investiční společnost Generali Investments je jednou z největších investičních společností u nás. Generali Česká pojišťovna tak staví na kompetenci silného institucionálního investora, jímž pojišťovny vždy v historii byly. „Škála našich produktů je skutečně komplexní, dokážeme nejen pojistit doslova cokoliv, ale také obsloužit klienta ve všech finančních oblastech a všech jeho životních etapách," vyzdvihuje Tomáš Marek.

Přispívá k tomu i nejširší obchodní síť, kterou Generali Česká pojišťovna na zdejším trhu disponuje. „Ale nejen počet, dnes už si dovolím říct, že na trhu není od začátku června skutečně jediný náš poradce, který by neměl certifikaci České národní banky, jak požaduje zákon. To není jen formalita, to je opatření, které jednoznačně vítáme, protože přispěje ke kultivaci trhu a vyššímu standardu profesionality."

Partner na celý život

Oblast pojištění, ale v principu celý sektor finančních služeb, bývá prezentován jako vztahový byznys, v němž hlavní roli hrají profesionalita, spolehlivost a důvěra. „To jsou i základy, z nichž vyrůstá strategie Lifetime Partner. Chceme být zkrátka pro klienty celoživotním partnerem, na kterého se mohou kdykoliv spolehnout. Je to důležité právě s ohledem na dynamiku změn – možnost spolehnout se na partnera i ve světě plném neustálých změn bude zvláště v oblasti průmyslového pojištění stále více ceněna. Protože podnikání potřebuje základní rámec jistoty. A na významu

nabývá profesionální poradenství. Už dávno nejsme pojišťovnou, která nabízí prefabrikované produkty. Dnes je naše služba v tom, přinášet klientům řešení na míru jejich podmínkám a potřebám. Dnes jako pojišťovna nemáme obchodníky, ale poradce. Mohu-li být upřímný, málokterý klient si uvědomuje všechna možná rizika a jejich dopady na byznys. Naši poradci jsou tu proto, aby s nimi dokázali analyzovat veškerá rizika a nabídli takové řešení, které minimalizuje dopady." Slova Tomáše Marka se primárně týkají pojištění, ale platí dnes v širších souvislostech pro celou oblast finančního poradenství, které Generali Česká pojišťovna již dnes nabízí.

Víc než jen pojištění

Změny, kterými celý pojistný trh prochází, naznačují i postřehy regionálních ředitelů Generali České pojišťovny na následujících stranách. Produkty známé z minulosti již stačit nebudou, jsou tu kybernetická rizika, ale také pandemií akcentované téma nuceného přerušení podnikatelské činnosti, respektive pojištění výroby pro případy nenadálých situací. Nové pohledy na podnikání vyžaduje cirkulární ekonomika, udržitelnost podnikání či fenomén sdílení, robotizace a autonomní stroje zase volají po nově chápané odpovědnosti. A pak je tu široký prostor, který každý podnik vytváří jako zaměstnavatel. A je zcela zřejmé, že konkurenční prostředí se bude zostřovat a přinese nová témata v podobě pojištění jako zaměstnaneckého benefitu.

„Zvláště pro podnikatele je zásadní zpráva, že všechny tyto trendy si nejen uvědomujeme, ale už dnes na ně reagujeme. Máme historicky nejsilnější pozici v oblasti průmyslového pojištění a na tu navazujeme. Naší silou je pak nejen nejširší nabídka produktů a rychlost likvidace, ale také síť našich poradců. Bez nadsázky platí, že jsme všude, dokážeme být v každém okamžiku nablízku klientům, ať jsou kdekoliv a jejich potřeby jakékoliv," uzavírá Tomáš Marek. ■

Ředitel interní distribuce Generali Česká pojišťovna Tomáš Marek

JAK TO VIDÍ REGIONY

1. CO POVAŽUJETE ZA TÉMA ZÍTŘKA, POKUD JDE O POJIŠTĚNÍ V SEGMENTU FIREM A PODNIKÁNÍ?
2. KDE VIDÍTE NEJVĚTŠÍ SÍLU GČP VE VZTAHU K BYZNYSOVÉMU SEKTORU?

Zbyněk Dostál

ZBYNĚK DOSTÁL
OLOMOUCKÝ REGION

1. Doba je velmi turbulentní a svět se neustále vyvíjí, bohužel ne vždy tak, jak bychom si přáli. Asi nejvíce zkušeností s touto situaci mají podnikatelé a to zcela určitě ve všech segmentech. Přizpůsobení se a hledání nových směrů a cílů bude v budoucnosti měřítkem úspěchu a neúspěchu. Stále více oceňujeme online služby a všechny činnosti s tím související. Tématem zítřka z pohledu pojištění kromě standardních produktů naší pojišťovny bude zcela určitě pojištění kybernetických rizik, pojištění výroby pro případy nenadálých situací (viz pandemie) a také zajištění motivace zaměstnanců prostřednictvím pojistných programů.

2. Jednoznačně ve schopnostech pojišťovny nabídnout komplexní řešení šité na míru. Schopnost pojistit nestandardní situace a schopnost nabídnout i vysoké pojistné limity. To vše zejména z pozice globální finanční instituce. Výraznou konkurenční výhodou je kvalifikovaný personál v podobě finančních poradců a jejich dostupnost po celé ČR. A na prvním místě bodujeme rychlou a spolehlivou likvidací pojistných událostí. Z referencí našich klientů vyplývá výrazná míra spokojenosti právě s likvidací pojistných událostí. ■

LUKÁŠ PODMANICKÝ
LIBERECKÝ REGION

1. Jako velké téma do budoucnosti spolupráce s firemní klientelou považuji digitalizaci procesů, a to jak v podobě online likvidací menších škod či online dílčích jednání s firemními klienty s ohledem na dostupnost poradenských a servisních služeb, tak určitou automatizaci v podobě nahlášení, zpracování a vyplacení pojistných událostí. Nedílnou součástí nejen budoucnosti jsou produkty pojištění šité na míru každému klientovi, kde neřešíme dílčí část pojištění, ale klienta jako komplexní celek od pojištění zaměstnanců, přes pojištění majetku, samotného provozu až po pojištění odpovědnosti.

2. Především v lidech. Máme dlouholetou tradici v pojištění firemní klientely, díky tomu máme velké množství těch nejschopnějších odborníků na tento segment, počínaje tvůrci samotných produktů, přes zprávu a likvidaci pojištění až po ty nejdůležitější a to jsou samotní poradci, kteří mají s klienty úzký vztah, zajišťují jim maximální péči, jsou pomocí pro naše klienty při řešení problematických situací, či při výběru vhodného produktu a současně ovládají všechny moderní technologie, kterými disponujeme. Současně bych nerad opomenul finanční stabilitu GČP, která je pro naše klienty zárukou, že vždy dostojíme svým závazkům, a díky tomu můžeme být našim klientům skutečným a stabilním celoživotním partnerem. ■

Lukáš Podmanický

Petr Kopka

Jiří Turek

Ladislav Hříbal

PETR KOPKA
MORAVSKOSLEZSKÝ REGION

1. Jednoznačně to budou pojištění technologických rizik, především ve smyslu kybernetických hrozeb, ale také pojištění dopravních prostředků budoucnosti. Autonomní dopravní prostředky, ať již pozemní či létající, také nově formulují otázky odpovědnost z provozu. A vidím i téma zaměstnaneckých benefitů ve smyslu kladení většího důrazu na pojištění jako benefit pro zaměstnance.

2. Je to bezesporu naše komplexnost, síla největšího partnera s mezinárodní působností, nejširší produktová škála a bezkonkurenční likvidace škod včetně rychlosti likvidace. Cestou k tomu je model lifetime partner, tedy navázání vztahu obchodníka a klienta a s tím spojený prvotřídní servis. ■

JIŘÍ TUREK
ZÁPADOČESKÝ REGION

1. Tématem zítřka je inovace a zjednodušení při zachování osobního přístupu k našim klientům. Trendem nejen v pojišťovnictví je pochopitelně digitalizace. Zároveň je ale nutné si uvědomit, že pojišťovnictví je vztahový byznys. V segmentu firem a podnikání je osobní vztah mezi klientem a jeho poradcem naprosto nezbytný. GČP chce být pro své klienty celoživotním partnerem.

2. Generali Česká pojišťovna jako jednička na trhu nabízí nejširší možné portfolio pojistných produktů. Společně s největší sítí pojišťovacích poradců jsme schopni přinést komplexní řešení pojistného programu. V rámci byznysového sektoru přinášíme vysokou odbornost a sofistikovanou znalost potřeb našich klientů. A právě toto považuji za největší sílu GČP. ■

LADISLAV HŘÍBAL
ÚSTECKÝ REGION

1. V posledních letech se stává trendem nedostupnost pojištění velkých společností, které nesplňují standardní ekologické požadavky. Myslím, že tento trend bude pokračovat v podobě výhodnějšího pojištění pro zelené firmy. Dále se bude i v tomto segmentu více využívat digitalizace. Pojišťovny budou také více reagovat na zvyšující se požadavky odborných znalostí pečujících zprostředkovatelů.

2. Síla GČP je v pozici jedničky na trhu s tím, že akcionářem je společnost , která patří k leaderům na celosvětovém trhu. Pokud k tomu přidáme právě realizovaný přístup v rámci celoživotního partnerství, doplněný skvělou likvidací – vychází nám právo první volby při výběru pojistitele se značkou GČP. ■

JAK TO VIDÍ REGIONY

1. CO POVAŽUJETE ZA TÉMA ZÍTŘKA, POKUD JDE O POJIŠTĚNÍ V SEGMENTU FIREM A PODNIKÁNÍ?
2. KDE VIDÍTE NEJVĚTŠÍ SÍLU GČP VE VZTAHU K BYZNYSOVÉMU SEKTORU?

David Konáš

DAVID KONÁŠ
REGION PRAHA 1

1. Za téma zítřka ve vztahu k našim firemním klientům a partnerům určitě považuji maximální jednoduchost a rychlost z naší strany a to jak ve smyslu komunikace, tak také ve vytváření a realizaci řešení, která musí být ušita na míru na základě konkrétních potřeb a aktuální situace klienta. Tématem zítřka je taktéž maximální využití moderních technologií, které firemní klientela v hojné míře využívá a vyžaduje. My jako jednička na trhu nejen, že nesmíme zůstat pozadu, ale musíme se snažit být minimálně o jeden krok napřed.

2. Tou je určitě síla, historie a stabilita naší značky. Nesmí to však znamenat korporátní rigiditu a nepružnost, proto musíme být i při robustnosti a velikosti jedničky na trhu pružným partnerem i agilním mladým moderním firmám a určitě si musíme udržet osobní vztahovost, na které máme většinu byznysu založenu. Lidský faktor nesmí v záplavě technologií a legislativy v žádném případě jít do pozadí, je to naše obrovská přednost a konkurenční výhoda. ■

ZDENĚK TLUSŤÁK
KRÁLOVÉHRADECKÝ REGION

1. Pojišťovnictví prochází náročnou etapou. Prožili jsme období změn, klienti přemýšlejí nad svým spotřebitelským chováním. Celkově dochází ke změnám, které nám přináší technologický pokrok. Svět se mění a musíme se připravit na možný vznik sdílených ekonomik, bude se také měnit rizikovost některých produktů. Stále se diskutují například auta s autopilotem a ač to může vypadat zvláštně, pravděpodobně to bude hudba budoucnosti, které se bude muset i náš obor přizpůsobit.

2. Naše největší síla je ve službě, kterou našim klientům poskytujeme. Odlišujeme se od trhu tím, že se snažíme naše produkty inovovat a jít ruku v ruce s aktuálními požadavky klientů, protože nejlepší pojištění je to, které umí reflektovat jejich jednotlivé potřeby. To opravdu dobré pojištění je totiž finanční oporou, která v případě škod zabezpečí běžný provoz a je jedno, zda se zrovna jedná o klienta v oblasti obchodu, průmyslu, obcí nebo škol. ■

PETR KLEVETA
JIHOMORAVSKÝ REGION

1. Téma zítřka je aktuální již nyní. Firemní klienti si sjednávají pojištění, aby měli ochranu v případě škody, a tím minimalizovali dopady na své podnikání. Majitelé firem svůj pracovní čas věnují svému podnikání, a proto potřebují na straně pojišťovacího poradce především profesionála, který zná pojistná nebezpečí a umí klientovi doporučit a hlavně poradit. Mnohdy si klient ani neumí uvědomit, jaké druhy škod můžou vzniknout a jaké mohou mít dopady na jeho podnikání. Takže hlavní naše téma je být naprostý profesionál a zároveň empatický partner majitelů firem.

2. Naše síla je hlavně ve skladbě pojistných produktů a v síle značky. Umíme pojistit většinu rizik a zároveň na velmi vysoké limity. ■

Zdeněk Tlusťák

Petr Kleveta

Roman Janál

David Hrdlička

ROMAN JANÁL
ZLÍNSKÝ REGION

1. Téma zítřka, to je individuální přístup k zákazníkům. Zní to otřepaně, nicméně si myslím, že se o individuálním přístupu zatím jen hovoří, ale reálně se postupuje u všech zákazníků hodně podobně. Individuální přístup je o sdílení citlivých informací a integraci podnikových systémů. To umožní okamžitou reakci při změnách, jimiž může být stavba nové haly, koupě nového auta nebo stroje či zvýšení nebo snížení skladové zásoby. Takové změny se u našich klientů v podstatě dějí neustále, kontinuálně. Rovněž se bavíme o zjednodušení procesů sjednání pojistné smlouvy, ale hlavně procesu úpravy pojistné smlouvy. Zcela jistě se nevyhneme částečné samoobslužnosti, jako to vidíme v případě internetového bankovnictví.

2. Možnost je schopnost starat se opravdu o ty největší zákazníky. Stojí za námi významný hráč nejen v evropském měřítku. A také rozšiřující se portfolio nabízených pojistných a finančních produktů. Už teď umíme nejen minimalizovat riziko podnikání, ale i stabilizovat zaměstnance. Díváme se tedy na naše zákazníky nejen z pohledu jejich podnikatelských aktivit, ale i z pohledu zaměstnavatele. Můžeme se tedy stát i významným parterem personálního oddělení a přispět k tvorbě silné firemní kultury. ■

DAVID HRDLIČKA
JIHOČESKÝ REGION

1. Téma udržitelného rozvoje podnikání a stále větší důraz na cyber risk. Taktéž v minulosti opomíjené pojištění přerušení provozu se díky covidové době dostává do popředí a věřím, že zde bude další prostor k růstu pojištění v tomto segmentu, stejně tak jako růst pojistných limitů u pojištění odpovědnosti.

2. Největší sílu vnímám v síti interních poradců pro průmyslové a zemědělské pojištění, kteří jsou skutečnými odborníky, lidmi, kteří jsou schopni s klientem projít pojištění od posouzení rizik, přes modelaci pojistných smluv v systémech až po likvidaci pojistných událostí. Přístup lifetime partner, který je již dlouhá léta budován, můžeme snadno upgradovat do komplexní obsluhy klienta, zejména do oblasti zaměstnaneckých výhod, prodeje úvěrů a dalších. Důležitá je také naše připravenost na předávání byznysu – tak, jako u rodinných firem, je nyní doba, kdy zakladatelé firem předávají svůj byznys nové generaci, i naši obchodníci si budují svou nástupnickou síť, která je svou mentalitou a přístupem blíže nové generaci klientů. ■

JAK TO VIDÍ REGIONY

1. CO POVAŽUJETE ZA TÉMA ZÍTŘKA, POKUD JDE O POJIŠTĚNÍ V SEGMENTU FIREM A PODNIKÁNÍ?
2. KDE VIDÍTE NEJVĚTŠÍ SÍLU GČP VE VZTAHU K BYZNYSOVÉMU SEKTORU?

Šárka Dolanská

ŠÁRKA DOLANSKÁ
REGION PRAHA 2

1. V segmentu pojištění firem se v současné době více než kdy jindy otevírají témata, jako jsou kybernetická rizika a ztráta dat. Také je na pořadu dne problematika e-shopů, pojištění dopravců a zejména široké a nevyčerpatelné téma odpovědnosti z podnikatelských činností.

2. Generali Česká pojišťovna jako jednička na trhu přináší široký výběr produktů s možností akceptovat individuální požadavky klientů. Jsme silným a spolehlivým celoživotním partnerem našich klientů a naší největší silou jsou lidé, napříč republikou máme síť profesionálních pojišťovacích poradců, a jsme tak našim klientům vždy blízko, připraveni kdykoli pomoci. ■

JINDŘICH KLUGAR
PARDUBICKÝ REGION

1. Jako důležitá a hlavní témata v tomto segmentu vidím pojištění kybernetických rizik, pojištění storna vstupenek na akce, pojištění transakčních rizik a rizika z vlastnictví.

2. V pojištění majetku a odpovědnosti veřejného sektoru, bytových domů a pojištění SME byznysu firem do 100 zaměstnanců. ■

JAN BLAŽEK
REGION VYSOČINA

1. Podnikatelské prostředí se v ČR radikálně mění v návaznosti na to, jak se mění chování spotřebitelů. Nepochybně k tomu dopomohla i stávající pandemie. Některé obory jsou na ústupu, některé naopak na vzestupu. Na to bude třeba reagovat. Z mého pohledu jsou tématem nejen zítřka nové technologické trendy související s kybernetickými riziky a novými technologiemi, jako jsou robotizace a 3D tisk. Vždyť ČR je na třetím místě v Evropě ve využívání těchto technologií, a to i v zemědělství, které hraje v mém regionu zásadní roli. V tomto oboru jsou to zejména novodobé trendy jako například pěstování rostlin pomocí systémů hydroponie nebo aquaponie. Dále jsou to zejména obnovitelné zdroje energie, tedy ústup fosilních paliv. S tím přímo souvisí elektrifikace vozového parku a s tím spojené technologické zázemí firem, nabíjecí stanice a další. Tématem určitě je i využití obnovitelných zdrojů ve smyslu recyklátů. Budoucností je rozhodně individuální přístup k jednotlivým klientům a jejich potřebám spojený s možností on-line propojení a jednání a reakční rychlost na změnu trhu.

2. Vlastně navážu na konec odpovědi na předchozí otázku… Je to zejména profesionalita a osobní vztah obchodníků a jednotlivých klientů – stále více se v tomto sektoru obchoduje na základě dobrých zkušeností klientů a doporučení – spolu s maximální snahou poskytovat klientovi stálý servis i v podobě nezbytných aktualizací. Je to pochopitelně síla značky, která umožňuje rychlou a fungující likvidaci, digitalizaci a využívání moderních technologií, jako jsou prohlídky na dálku, drony na skenování poškozených zemědělských ploch a jiné prvky. Nelze ani zapomenout na produktový útvar, který díky jednoznačně největším zkušenostem s tímto sektorem dokáže reflektovat požadavky obchodníků/klientů a vytváří nové, srozumitelné produkty postihující více rizik a přizpůsobené vyšší individualizaci. Asi se ode mě nečeká jiný závěr, ale jednoznačně musím potvrdit, že Generali Česká pojišťovna je tou správnou volbou. ■

Jindřich Klugar

Jan Blažek

Roman Černý

Pavel Kafka

ROMAN ČERNÝ
OSTAVSKO-KARVINSKÝ REGION

1. Podle mne tématem zítřka budou nové technologie v oblasti sjednání pojištěni i řešení pojistných událostí. Bude kladen daleko větší důraz na automatizaci při komunikaci s klientem formou chatbotů, kteří budou schopni urychlit a zjednodušit informační tok, ale hlavně pohlídat, jestli bylo, či nebylo vyřešeno a dodáno. Naši elektroničtí asistenti budou stále neúnavně čekat na to, co pro vás ještě mohou udělat. Budou na základě dostupných informací sami navrhovat i potřebu aktualizace vašich rizik nebo rozšíření rozsahu vašeho pojištění. Budou připraveni komunikovat hned. Bude kladen daleko větší důraz na asistenční servis, doprovodné služby a pomoc pojišťoven v oblasti odstraňování škod, na významu bude získávat jak způsob doporučení, tak forma dodávky na klíč v režii pojišťovny.

2. Největší síla naší společnosti je ve znalosti trhu, potřeb klienta a možnosti nejširšího krytí podnikatelských rizik. Ve většině případů jsme to byli především my, kteří jsme pomáhali v podnikání a byli jsme u zrodu podnikatelských snů. My si stále uvědomujeme, že jsme součástí našich klientů a změn, které u nich probíhají i v těchto posledních dvou letech. A proto i v tomto přetechnizovaném světě bude stále vystupovat do popředí role a specializace našich obchodníků, jako hlavních nositelů myšlenky celoživotního partnerství. Jsme tu pro naše klienty vždy, když nás budou potřebovat, protože oni jsou naše klientská rodina. ■

PAVEL KAFKA
STŘEDOČESKÝ REGION

1. Současná doba ukazuje, že musíme být připraveni reagovat na rychle se měnící podmínky na trhu. Kdybych měl mluvit konkrétně, největší výzvy pro nás i naše klienty, vidím v oblasti řešení kybernetických rizik a v rozvoji elektromobility. Vznikají nová odvětví a bouřlivě se rozvíjí využívání digitálních technologií. To jsou pro mě výzvy zítřka, na které se připravujeme. Pro naše klienty chceme být v těchto oblastech oporou a možná i příkladem, jak je úspěšně řešit.

2. Jako jednička na trhu máme nejširší síť odborných poradců, kteří jsou schopni pro firemní klienty připravovat individuální pojištění a radit, jak předcházet potenciálním rizikům. Pokud je to potřeba, pomáháme našim klientům při řešení pojistných událostí. V rámci generační obměny jsme do našich řad přivedli nové kolegy, kteří jsou schopni reagovat na nové výzvy, které nás v dohledné době čekají hlavně v oblasti digitálních technologií. Zároveň máme pro firemní segment klientů nejširší produktovou nabídku, která zajišťuje pružnost při reakcích na jejich okamžité potřeby. Jednoduše by se to všechno dalo shrnout do věty, že chceme být pro naše klienty celoživotními partnery v jejich podnikání. ■

INVESTIČNÍ DŮM
JE UNIKÁTNÍ PŘÍLEŽITOST DOBY

K nejpřitažlivějším investicím v čase inflační ekonomiky patří nemovitosti. A pokud se k této osvědčené tradici přidá ještě nedosažitelnost bytu pro začínající rodiny, celospolečenská cesta z města a úsporný trend pasivního bydlení, určitě stojí za to se o nabídku investičních domů zajímat. Jaké výnosy investorovi nabízejí, a lze na nich peníze zhodnocovat dlouhodobě?

Petr Novák
archiv EZ INVESTMENTS

„Zásadním důvodem tohoto fenoménu je prudký růst cen bytů a nájmů v posledních pěti letech, a také skutečnost, že za cenu průměrného městského bytu můžete už dnes za hranicemi města pořídit prostornější, ekologické, pasivní rodinné domy se zahradou," vysvětluje jednatelka a ředitelka EZ INVESTMENTS Tereza Slováková. Společnost působí na trhu s nemovitostmi už sedm let a na poptávku po investičním bydlení se zaměřila před dvěma roky. Pro investory připravuje ekologické pasivní stavby, do novostaveb i stávajících nemovitostí implementuje prvky chytré domácnosti a v neposlední řadě zajišťuje přípravu i realizaci solárních elektráren a tepelných čerpadel.
Nově teď pasivní domy nabízí jako investici na klíč: zařizuje veškerou administrativu a certifikace od architektonické studie po dokončení stavebního projektu, včetně jednání s místní správou a pronájmem nebo prodejem nemovitosti. A předpokládá roční výnos mezi 7 až 15 %, protože má jistotu, že o nové bydlení bude v konkrétních lokalitách dlouhodobý zájem – analýzu českého trhu s nemovitostmi mají dokonale zmapovanou.

Doba přeje připraveným

Dynamické firmě, která řídí zajímavé developerské projekty, dávají za pravdu i výhledy Českého statistického úřadu. Podle jeho Projekce obyvatelstva v krajích ČR do roku 2070 by například největší nárůst obyvatel mělo zažívat Česko na území Středočeského kraje.
Zájem o nemovitosti okolo Brna nebo Plzně zase zvýšila nedávná karanténní opatření. Lidé se stěhují z velkých měst, aby – na rozdíl od bytové výstavby – měli v případě dalšího lockdownu volný pohyb alespoň na vlastní zahradě. Současný trend tedy investičnímu bydlení přeje, podobně jako trvale nízké úrokové sazby.
A EZ INVESTMENTS jdou rostoucímu zájmu klientů naproti. „Naše zkušenosti z oblasti propojování ekologických zdrojů energie s nejmodernějšími způsoby ekologické výstavby a prvků inteligentní domácnosti nám ukázaly cestu k ideální synergii ekologického a cenově přijatelného bydlení pro nejširší veřejnost. A právě s ním jde ruku v ruce významný investiční potenciál," potvrzuje Slováková.

Bezpečí domova, bezpečí investice

Důležitou roli pro obyvatele i budoucí investory hraje také pocit bezpečí. Podle statistik Centra pro výzkum veřejného mínění se 86 % Čechů cítí v místě svého bydliště bezpečně. Tenhle pocit je ale zásadní i při výběru nové lokality. Bezpečný domov představuje dnes významné kritérium v hodnocení celkové kvality našeho života, což pro rodiny s dětmi a pro seniory platí dvojnásob.
Vedle většího bezpečí a cenové dostupnosti nese s sebou život mimo rušná města i další benefity: Zelené a klidné prostředí nezahlcuje člověka vizuálními a akustickými

CO PARTNERSTVÍ ZNAMENÁ PRO INVESTORY?

- INVESTICI V MINIMÁLNÍ VÝŠI 2 MILIONY KORUN
- ZHODNOCENÍ DLE LOKALITY A PROJEKTU, VZHLEDEM K CENOVÝM MAPÁM A SITUACI NA TRHU S REALITAMI SE NICMÉNĚ KVALIFIKOVANÝ ODHAD ZHODNOCENÍ POHYBUJE MEZI 7 AŽ 15 % P. A. NA PROJEKT
- ČASOVÁ NÁVRATNOST INVESTICE JE 6 AŽ 12 MĚSÍCŮ

Tyto domy pro EZ INVESTMENTS staví společnost PURLIVE.

podněty, významně snižuje stresovou zátěž, a je tak zdravější z hlediska psychické stability a vyrovnanosti. A jak v době koronaviru ukázaly navíc komunikační technologie při distanční výuce i pracovních poradách, odchod z velkoměsta nemusí pro rodinu automaticky znamenat jen konec společenské provázanosti a každodenní dojíždění – pracovat na dálku nebo z domova bude čím dál běžnější.

Jestli už tedy také tušíte, kde budou lidé zítra shánět bydlení, můžete se stát partnery EZ INVESTMENTS a bezpečně i diskrétně zhodnotit svoje prostředky. „Klademe velký důraz na diskrétnost a kvalitu našich služeb," shrnuje Tereza Slováková. „A jsme velice rádi, že odborné znalosti získané dlouholetou praxí můžeme nabídnout i dalším. Poskytneme to nejlepší řešení zhotovené na míru požadavkům. Jsme správná volba pro uchování a hlavně zhodnocení privátních investic." ■

JAK SE STÁT INVESTOREM

PŘEDMĚTEM NABÍZENÉHO INVESTIČNÍHO PROJEKTU JE INVESTICE DO VÝSTAVBY EKOLOGICKÝCH PASIVNÍCH STAVEB, PRO NĚŽ SPOLEČNOST ZAJIŠŤUJE PROJEKT OD ÚZEMNÍHO A STAVEBNÍHO POVOLENÍ, PO PROVEDENÍ STAVBY A NÁSLEDNÝ PRODEJ NEMOVITOSTI. EZ INVESTMENTS ZAJIŠŤUJE FORMU ALL IN ONE VEŠKERÝ SERVIS INVESTORŮM, OD NÁKUPU POZEMKU, VYŘÍZENÍ VŠECH ADMINISTRATIVNÍCH A LEGISLATIVNĚ SPRÁVNÍCH NÁLEŽITOSTÍ PŘES SAMOTNOU STAVBU AŽ PO PŘÍPADNÝ PRODEJ FINÁLNÍ NEMOVITOSTI, VŠECHNO DLE PŘÁNÍ INVESTORA. KONKRÉTNĚ TO ZAHRNUJE:

- NÁVRH A PŘÍPRAVU ZÁKLADNÍ STUDIE
- VEŠKERÉ SLUŽBY SPOJENÉ S REALIZACÍ A KOLAUDACÍ STAVBY
- PRODEJ NEBO PRONÁJEM PROJEKTU PODLE PŘÁNÍ INVESTORA

MOMENTÁLNĚ NEJŽÁDANĚJŠÍ

JSOU BUNGALOVY S MENŠÍM POZEMKEM

Kam investovat nejdřív a na čem závisí návratnost prostředků z investičního domu? Ptali jsme se na schůzce s ředitelkou a jednatelkou EZ INVESTMENTS Terezou Slovákovou.

Můžete na konkrétním případě vysvětlit, jaké aktuální investorské možnosti momentálně nabízíte? Mluvilo se o domech na sever od Prahy…
Tento projekt je v současné době v procesu realizace, ale můžeme prozradit, že se bude jednat o stavbu cca 17 samostatných pasivních, nízkonákladových dřevostaveb s přípravou na instalaci ekologických zdrojů energie, například fotovoltaiky. Projekt jsme koncipovali s přihlédnutím k maximalizaci výnosu, vybrali jsme tedy lokalitu s plnou občanskou vybaveností, byť ve střední vzdálenosti od metropole, a má vynikající dostupnost pracovních příležitostí v blízkých městech, jako jsou například Mladá Boleslav, Nymburk a podobně.

O jaké domy půjde a čím budou pro uživatele atraktivní?
Půjde o samostatné pasivní nízkonákladové dřevostavby připravené na instalaci zmíněných ekologických zdrojů energie. Jedná se o stavby bungalovového typu o rozloze 120 až 150 čtverečních metrů užitné plochy, což jsou v současné době, vedle bytové výstavby, statisticky nejžádanější druhy staveb. Naším cílem vždy bylo, je a bude nabízet produkt, který patří na trhu nemovitostí k těm nejpoutavějším.

Čím je tahle část Středočeského kraje specifická, investičně zajímavá – a jakou má budoucnost?
Pořízení nemovitosti v lokalitě středních Čech vyjde na méně peněz než koupě bytu, potažmo domu, na území Prahy. Nejedná se samozřejmě o nejlevnější kraj. Platí totiž pravidlo – čím blíž Praze, tím dražší nemovitosti. Ale je to adekvátní kompromis mezi cenou bydlení a blízkostí velkých měst jako Praha či Mladá Boleslav, a to má své nepřehlédnutelné výhody kvůli dojíždění za prací, kulturou či nákupy. Mnoho obyvatel této části Středočeského kraje pracuje právě v Praze nebo v Mladé Boleslavi. Další výhodou je integrace hromadné dopravy, zejména když dojíždíte za prací pravidelně autobusem nebo vlakem z místa, které leží v oblasti Pražské integrované dopravy. Lidem odpadá starost s každodenním kupováním jízdenek a průkazky jim platí pro různé typy spojů. Navíc si mohou udělat výlet vlastně zadarmo až do míst, kde končí jejich pásmo, přestože je na jiném konci Prahy. Kromě sítě veřejné dopravy zde existuje přímé napojení na silnice I. třídy a dálnici D 10. V neposlední řadě se jedná o největší kraj s nejvíce obyvateli, ale malou hustotou zalidnění, konkrétně 120 lidí na kilometr čtvereční. Zatímco v Praze žijí lidé obrazně řečeno hlava na hlavě a hustota zalidnění je tu mnohonásobně vyšší, na kilometr čtvereční v průměru téměř 2 600 obyvatel.

Spolupracujete s místní správou?
Ve vytipovaných lokalitách, kde předpokládáme realizaci našich projektů, vstupujeme v jednání s místní samosprávou a diskutujeme možnosti synergií našich a jejich zájmů tak, aby výsledek odpovídal v maximální možné míře potřebám obou stran. Mám na mysli například občanskou vybavenost dané obce. Vzhledem k tomu, že v této věci stát nepostupuje dlouhodobě předvídatelně, v Česku máte stále tisíce obcí, které mají v dezolátním stavu například sportoviště. Scházejí tam školky, domovy pro seniory, kulturní domy na další aktivity jako jsou kroužky a podobně.

Ohledně seniorů vaši kolegové zmiňovali už pokročilejší projekt sociálního bydlení na Moravě. Můžete ho krátce představit?
Jedná se o projekt sociálního bydlení pro seniory belgického typu v samostatných malometrážních domcích v blízkosti stacionáře s lékařskou a pečovatelskou službou. Tento projekt je už v pokročilejší fázi a řešíme ho pod záštitou a v úzké součinnosti s lokální municipalitou, která je v tomto případě i investorem.

Jaké obecně panují trendy v investičních nemovitostech? Třeba ohledně investičních bytů.
U investičních bytů je v současnosti trendem spíše nákup malometrážních bytů v Praze či Brně. Jejich hodnota sice stoupá, nicméně buď můžete investovat do již existujícího bytu a pronajmout ho, s čímž je ale spojena řada rizik jako odpovědnost za byt a společné prostory, případně řešení potenciálních problémů s nájemníky, či tento byt po nějaké době můžete se ziskem prodat.
Jednou z největších nevýhod u investičních bytů je právě jejich správa a péče o ně. Kromě toho, že v případě pronájmu musíme najít vhodné a spolehlivé nájemce, kteří budou ochotni platit dohodnuté nájemné včas, neustále musíme řešit řadu dalších

Petr Novák
Jakub Hněvkovský

ZAJIŠTĚNÁ INVESTICE

věcí, údržbu, opravy, rekonstrukce a podobně. Navíc se může stát, že po odchodu nájemníků máte opotřebovaný byt, který vyžaduje další investice na opravy, renovaci a údržbu, aby ho bylo možné dále obývat či případně prodat.
Další nevýhodou je, že koupě již existujícího investičního bytu bývá spjata s řadou poplatků, například poplatky katastru nemovitostí, notáři a rovněž pravidelné platby jako je daň či pojištění. Přitom na nájmu takového bytu je možno v průměru vydělat cca 5 procent ročně, což je ovšem nutno ještě zdanit.
V neposlední řadě platí, že pokud se mezitím investor rozhodne byt prodat, nedostane se k penězům tak rychle, jak tomu může být u našeho typu projektu investice do stavby ekologických dřevěných pasivních domů.

A jak se to tedy má s investičními domy?
Ohledně investičních domů v Česku je suburbanizace – tedy odliv obyvatel z měst – jedním z největších trendů současnosti. Zejména mladé rodiny s dětmi čím dál častěji volí variantu vlastního domu za městem než drahý a těžko dostupný byt v centru. Dle našich zkušeností se domy v blízkosti větších měst s cenou do deseti milionů prodají téměř okamžitě. Pro stavbu domu si lidé mnohem častěji vybírají i pozemky výrazně menší, než tomu bylo například před deseti lety, kdy zájemci poptávali především parcely větší než dva tisíce čtverečních metrů. Časté přání klientů je totiž bydlet v klidu a v dosahu přírody, zároveň ale v dobré dojezdové vzdálenosti do center měst. Zájemci jsou zejména lidé středního věku bez nutnosti každodenního dojíždění. Investice do tohoto typu nemovitostí představuje v současné době jednu z nejjistějších a nejspolehlivějších cest pro zhodnocení vložených prostředků v relativně krátkém časovém horizontu.

Rozptyl vámi nabízené návratnosti je 7 až 15 procent za rok. Na čem závisí, jestli to bude 7 nebo 15?
Návratnost investice projektu závisí a bude záviset na způsobu spolupráce investora a naší společnosti. Na typu projektu, na lokalitě, na výši investice a délce spolupráce. Projekty vytváříme tak, aby návratnost vložené investice byla maximální a odpovídala reálným možnostem na trhu.

Když nemovitost u vás koupím jako investici, co za ty minimální 2 miliony korun můžu čekat?
Uvedená částka představuje základní a pro nás nejnižší vklad do projektu malého modulárního domu o velikosti 60 metrů čtverečních, čemuž bude odpovídat i výnos z takové části projektu. Každý projekt je přitom řešen individuálně a stavěn s ohledem na maximalizaci výnosu z daného projektu.

A co když si připlatím? Může u vás investor zefektivnit svoje prostředky jednorázově, nebo nabízíte běh na delší trať a znovu zisk reinvestovat?
Nabízíme obě varianty. Nicméně předpokládáme, že většina našich současných i budoucích investičních partnerů si prvním modelem, tedy jednorázovou investiční akcí, náš projekt napřed otestuje, a následně zváží možnost případné reinvestice. Výhodou je pak jednoznačně bezpečné uložení a garantované zhodnocení investičních nákladů, při kterém pořád klademe vysoký důraz na bezpečnost a ochranu zájmů investora. Naše společenská odpovědnost se prolíná všemi oblastmi našeho podnikání, obchodními vztahy i vztahy k zaměstnancům a vychází z celkové strategie společnosti. Uvědomujeme si situaci na trhu, a ta nám dává povinnost dívat se za hranice našeho podnikání a vnímat to, co prostředí, ve kterém podnikáme, potřebuje. Víme, že aktivním přispěním k jeho rozvoji si vytváříme prostor i pro náš úspěch. ■

BEZPEČÍ INVESTOVANÝM PROSTŘEDKŮM ZARUČÍ JEDEN ZE DVOU MOŽNÝCH MODELŮ, KTERÝ SI INVESTOR MŮŽE ZVOLIT.

INVESTICE V ÚSCHOVĚ

Před samotnou realizací projektu uzavře EZ INVESTMENTS s investorem příkazní smlouvu, ve které budou kromě standardních zajišťovacích nástrojů, jako jsou možnost odstoupení od smlouvy, smluvní pokuty a další detaily, také jasně specifikovány a definovány milníky projektu. Teprve po jejich dosažení bude část investičních financí do projektu uvolněna. Celková investiční částka je totiž uložena v notářské či advokátní úschově a vyplácí se realizátorovi stavby na základě výše uvedených milníků, jejichž dosažení bude realizátorem jasně dokladováno. Investor tak má o hospodaření s investicí neustálý přehled.

KMENOVÉ LISTY

Před samotnou realizací projektu uzavře EZ INVESTMENTS s investorem smlouvu o spolupráci k projektu, ve které budou jasně specifikovány a definovány milníky projektu. Následně bude založena účelová společnost pro daný projekt s podílem 90/10, kdy investor obdrží 9 z 10 kmenových listů společnosti, poslední desetina v držení společnosti je nutná pro jednání s úřady. Zároveň bude založen bankovní účet, na který investor vloží investiční prostředky a kde jedinou autorizovanou entitou k provádění plateb bude sám investor. Ten bude následně autorizovat platby do projektu, a to na základě milníků projektu dle smlouvy o spolupráci.

INSPIRACE

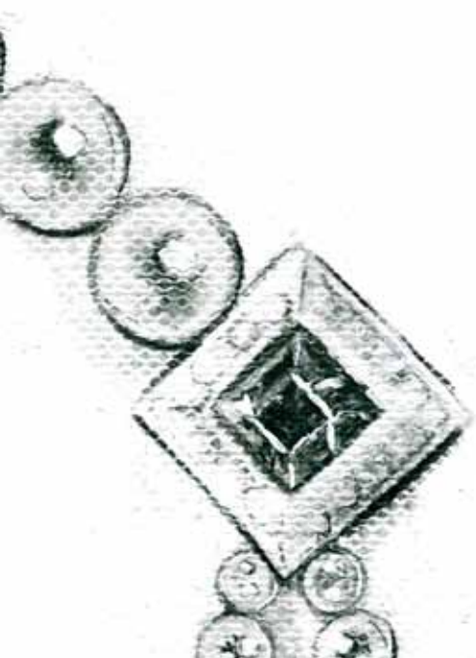
84 **KOLIK ŽIVOTŮ MÁ LEGENDA?**
Aston Martin & Libor Knap | Proteco nářadí

90 **ŽABKY DO VELBLOUDÍ TRÁVY**
Tomáš Kocanda | Touratech

92 **RYCHLE A BEZPEČNĚ**
Adéla a Roman Jakovcovi | Akademie Bezpečně na motorce

96 **KAMENNÁ KRÁSA V INTERIÉRU**
Beata Haškovcová | BeaDesign Interiéry

98 **SLINUTÁ DLAŽBA, NEBO PŘÍRODNÍ ONYX?**
Beata Haškovcová | BeaDesign Interiéry & ProCeram | New Living Center



NOBLESS
CZECH

WWW.NOBLESS-CZECH.CZ

HODNOTA, KTERÁ PŘETRVÁ

RŮŽOVÉ, ČERVENÉ, MODRÉ ČI ŽLUTÉ, JEDNO MAJÍ VŠECHNY VZÁCNÉ BAREVNÉ DIAMANTY SPOLEČNÉ. POKUD JDE O INVESTICE, JE TO, JAKO BYSTE MĚLI DOMA PRAVÉHO PICASSA. CENA BUDE POUZE VYŠŠÍ.

KOLIK ŽIVOTŮ MÁ LEGENDA?

Bankrot není diskvalifikace a svět byznysu je plný paradoxů. Můžete být extrémně úspěšní a přitom se neustále potýkat s nedostatkem financí a žít od ztráty ke ztrátě. Když ale budete dostatečně silní, vytrvalí a odolní, můžete se stát i legendou. Ukazuje to příběh značky Aston Martin. Mimochodem, díky jednomu z českých fanoušků značky existuje i u nás exkluzivní sbírka těchto vozů.

Petr Simon
archiv Libora Knapa a Bonhams a Shutterstock.com

BRITSKÝ NEZÁVISLÝ VÝROBCE LUXUSNÍCH SPORTOVNÍCH AUTOMOBILŮ A GT VOZŮ. OD ROKU 1947 JE SPOJOVÁNA ZNAČKA S POSTAVOU JAMESE BONDA. POPRVÉ SE ASTON MARTIN OBJEVIL S MODELEM DB5 VE FILMU GOLDFINGER Z ROKU 1964, POZDĚJI JEZDIL AGENT 007 S MODELEM V12 VANQUISH S VE FILMU DNES NEUMÍREJ A V BONDOVCE CASINO ROYALE SI ZAHRÁL MODEL DBS. VOZY AML JSOU BRITSKOU KULTURNÍ IKONOU, SPOLEČNOST SE MIMO JINÉ PYŠNÍ

ASTON MARTIN LAGONDA GLOBAL HOLDINGS PLC

KRÁLOVSKÝM OPRÁVNĚNÍM DODAVATELE MOTOROVÝCH VOZŮ PRINCI Z WALESU A MÁ VÍCE NEŽ 160 OBCHODNÍCH ZASTOUPENÍ V 53 ZEMÍCH. JE OBCHODOVÁNA NA LONDÝNSKÉ BURZE A V ROCE 2003 OBDRŽELA CENU QUEEN'S AWARD FOR ENTERPRISE ZA SVŮJ PŘÍSPĚVEK K MEZINÁRODNÍMU OBCHODU. OPRÁVNĚNĚ, NENÍ NA SVĚTĚ ASI JINÁ SPOLEČNOST, KTERÁ BY BYLA LEGENDOU A PŘEŽILA SEDM SVÝCH BANKROTŮ.
CELKEM MÁ DNES SPOLEČNOST DESET TOVÁREN, HLAVNÍM SÍDLEM JE GAYDON V HRABSTVÍ WARWICKSHIRE, TOVÁRNA V NEWPORT PAGNELL V HRABSTVÍ BUCKINGHAMSHIRE JE SOUČASNÝM SÍDLEM ASTON MARTIN WORKS ODDĚLENÍ KLASICKÝCH VOZŮ. NEJNOVĚJŠÍ JE TOVÁRNA V ST. ATHAN VE WALESU, KTERÁ SE SOUSTŘEDÍ NA ASTON MARTIN SUV – DBX A BUDOUCÍ MODELY LAGONDA. ZNAČKA ASTON MARTIN JE DNES POUŽÍVÁNA K LICENCOVÁNÍ PONOREK, NEMOVITOSTÍ I LETADEL. PATRNĚ NEJDRAŽŠÍM MODELEM JE ASTON MARTIN ONE-77, JEHOŽ CENA PŘEVYŠUJE 50 MILIONŮ KORUN.

Existují značky a Značky. Ty běžné a ty ikonické. Marketing pro ty druhé před lety razil pojmenování lovebrands. Moc se neuchytilo. Ale i kdyby ano, pro některé značky by to stále bylo málo. Jsou to totiž nesmrtelné legendy. Jako ta, kterou v roce 1913 stvořili Lionel Martin a Robert Bamford. Pokud netušíte, přidáme další indicii – právě tu nesmrtelnost mají velkým dílem na svědomí také dvě B. Brown a Bond. Přidejme Viktora Gauntletta, Waltera Hayese, Lawrence Strolla, Andyho Palmera a dnes i Tobiase Moerse, tím máme jména, která určovala a určují značku Aston Martin v podstatě pohromadě. Ale pojďme od začátku. Lionel s Robertem byli fandové do rychlosti, respektive do aut. V roce 1912 otevřeli na londýnské Cellow Street prodejnu a servis automobilů. Singer, GWK a Calthorpe, to byly značky své doby. Oběma nadšencům to ovšem bylo málo, snem byl vlastní vůz. Ten první postavil Lionel na základech Isotta Fraschini s motorem Coventry-Simplex. A protože se účastnil závodů na Aston Hill, pojmenoval své dítě Aston Martin. Aniž by to kdo tušil, zrodila se legenda.

Aston Martin, to vždy byl design propracovaný až do toho nejmenšího detailu.

Jsou značky a loga, které mají zvláštní charisma a znají je všichni. Tato je bezesporu jednou z nich.

Ikonický vůz proslavil i filmový James Bond, je ovšem zcela zřejmé, že legendou by Aston Martin byl i bez agenta 007.

Ve stínu válek a dluhů

Výrobní prostory v Kensingtonu sice v březnu 1915 opustil jejich první zcela originální automobil Bamford & Martin, válka však plány na čas přerušila. Po ní se do původní továrny a k původnímu modelu již nevrátili, našli nové prostory na Abingdon Road v Kensingtonu a navrhli nový model. Robert Bamford přesto společný projekt v roce 1920 opouští. Tehdy legenda přežila svou první smrt – finance na přežití dodal hrabě Louis Zborowski. Jen díky tomu už o dva roky později byla značka Bamford & Martin nepřehlédnutelná na French Grand Prix a v Brooklands posunovala světové rychlostní a vytrvalostní rekordy. Green Pea, Razor Blade a Halford Special, to jsou tři modely té doby. Přestože značka prodala během dvou let 55 vozů, přišel bankrot. Lady Dorothea Charnwood sice značku zachránila, ale po roce se potíže opakovaly a donutily Martina společnost prodat. Součástí dohody o prodeji bylo i symbolické zachování jeho odkazu – společnost byla přejmenována na Aston Martin Motors. Hlavní slovo získal Bert Bertelli, který společnost jako technický ředitel a designér vedl v letech 1926-1937. I proto vozy té doby zná svět jako Bertelli – Le Mans, T-type, MKII, Ulster, 15/98 i Speed. Jejich tvůrcem byl ale Bertův bratr Enrico.
Již v roce 1932 musela značka opět čelit finančním problémům, z nichž ji po několika peripetiích vyvedl až Sir Arthur Sutherland. Ten přinesl změnu, od roku 1936 se Aston Martin zaměřuje na silniční automobily. Druhá světová válka ovšem znamenala stop ambiciózním plánům. Přes značný zájem bylo vyrobeno pouhých 700 vozů a poté musela výroba ustoupit produkci komponent pro letadla.

Od fréz k super autu

Přišel rok 1947, který je mnohými považován za skutečný rok vzniku legendy. Aston Martin Motors kupuje společnost Davida Browna, úspěšného výrobce obráběcích strojů z Hiddersfieldu. Právě David je nejen dalším zachráncem Aston Martin v řadě, ale vizionářský tvůrce a designér automobilů, které proslavil i James Bond. Brownova vize byla postavit vůz, který by se stal legendou. I proto, kvůli motoru, který navrhl sám Walter Owen Bentley, koupil značku Lagonda. Tehdy se zrodila řada DB,

která pro milovníky značky představuje ty skutečně pravé Aston Martiny. Na modelu Le Mans vznikl v roce 1950 nově model DB2, o tři roky později DB2/4, poté DB2/4 MkII či DB Mark III v roce 1957. Od roku 1954 jsou nedílnou součástí všech vozů Aston Martin motory, které postavil Tadek Marek. Nejprve šestiválcové, od roku 1969 pak ikonické V8, jejichž design značka opustila až v roce 2000. V roce 1958 přichází na svět trochu odlišný model DB4, na který navazují Brownovy DB5, DB6 a DBS. Když jeho výroba v roce 1972 končila, odchází i David Brown. Uhradí přes pět milionů liber dluhů a společnost za symbolickou částku prodává bankovnímu konsorciu, které řídí účetní William Wilson.

Krach jako součást existence

Odchodem Davida Browna začalo temnější období života legendy. Ochlazení ekonomiky, nedostatek financí, problémy s emisními limity v Kalifornii… to vše vedlo k tomu, že o pouhé dva roky později Aston Martin přechází pod nucenou správu, propouští 500 zaměstnanců a zavírá výrobu. V dubnu společnost kupují americký obchodník Peter Sprague, kanadský hoteliér George Minden a londýnský byznysmen Jeremy Turner, kteří přivádějí jako investory Alana Curtise, britského developera, a George Flathera, ocelového magnáta z Sheffieldu. Pod novým názvem – Aston Martin Lagonda – se rok zavřená továrna znovu otevírá, majitelé hlásí objednávky na více než tři stovky vozů. Noví vlastníci přinášejí moderní výrobu i marketing. A také nové modely. V8 Vantage, Volante, Bulldog a Lagonda už ale nemají oslovovat pravověrné fanoušky značky, Aston Martin nyní cílí na mladé úspěšné ženaté podnikatele. Cena jde nahoru, prosakují zvěsti o sňatku

s italským Lamborghini i o vstupu MG. Britský konzervatismus trpí a podstupuje dokonce parlamentní záchrannou akci, která má vrátit Aston Martin Lagonda do britských rukou. Novými majiteli jsou Viktor Gauntlett a Tim Heartley. Investují do výroby i do reklamy, zaměřují se na bohaté ropné státy. Vše marno. Lagonda je sice nejrychlejším sériově vyráběným čtyřdveřovým vozem na světě a Aston Martin je vidět v čele prestižních závodů, prodeje v roce 1982 však skončily na pouhých třiceti vozech.
Významný podíl kupuje řecký přepravní magnát Peter Livanos, nicméně vzhledem k dalším finančním problémům a potřebě masivních investic do vývoje i výroby jsou majetkové vztahy velmi křehké a nestálé. V čele podniku však stále stojí Gauntlett, který v čase drží tu větší, tu menší majetkový podíl. V roce 1984, kdy společnost Aston Martin/AML vyrobila svůj jubilejní desetitisící vůz, byla cena značky vyčíslena na 2 miliony liber. Přesto problémy nekončí, Gauntlett musí opět propouštět. Pro záchranu však dělá vše, dokonce ke značce vrací agenta 007 – Seana Conneryho má nahradit Timothy Dalton a Gauntlett pro natáčení filmu Dech života poskytuje osobní prototyp Vantage.

ODCHODEM DAVIDA BROWNA ZAČALO TEMNĚJŠÍ OBDOBÍ ŽIVOTA LEGENDY. OCHLAZENÍ EKONOMIKY, NEDOSTATEK FINANCÍ, PROBLÉMY S EMISNÍMI LIMITY V KALIFORNII… TO VŠE VEDLO K TOMU, ŽE O POUHÉ DVA ROKY POZDĚJI ASTON MARTIN PŘECHÁZÍ POD NUCENOU SPRÁVU, PROPOUŠTÍ 500 ZAMĚSTNANCŮ A ZAVÍRÁ VÝROBU.

Fordova podaná ruka

Ani to však nestačilo. Díky přímluvě manželky zakladatele Mille Miglia u Waltera Hayese, evropského viceprezidenta automobilky Ford v Evropě, právě Ford v roce 1987 do AML vstupuje. Hayes věří v konjunkturu a potenciál AML. Na trh jdou limitky Vantage a 52 Volante Zagato Coupé a po jejich úspěchu Aston Martin končí s V8, představuje Virage a pouští se do vývoje DB7. Ten ovšem potřebuje tak masivní investici, že Ford přestává být podílníkem a stává se stoprocentním majitelem značky a v roce 1991 Gauntlett předává řízení firmy Hayesovi. Zdá se, že Aston Martin má našlápnuto k novým zítřkům, již v roce 1992 přichází Virage Vantage, jen o rok později nostalgický návrat k Davidu Brownovi modelem DB7. Ford skutečně nalil do AML novou krev, inovoval, investoval, otevřel dveře do prémiového segmentu, když značku pustil do své Premier Automotive Group. Osmiválec dostal silnějšího bratra v podobě dvanáctiválce a DB7 i výkonnější verzi Vantage. A rok 2002 hlásí šestitisící vyrobený vůz DB7, což je více než do té doby všechny vozy modelů DB v součtu. To už byl ale na světě Vanquish, který se měl stát novou vlajkovou lodí s motorem V12. Ale velmi rychle se Hayes vrací k V8, když v Detroitu v roce 2003 představuje Aston Martin prototyp AMV8 Vantage. Ve stejném roce se otevírá nová továrna v Gaydonu na pozemku bývalé základny RAF V Bomber, světlo světa spatří i DB9 Coupé, které je nástupcem deset let staré sedmičky.

Úspěch, krize, úspěch, krize…

Úspěch se zdá nezastavitelný, v říjnu 2004 Aston Martin otevírá továrnu na motory v Kolíně nad Rýnem, která zvládá 5 000 motorů ročně. Jenže… interní audit přinutil Ford zbavit se částí Premier Automotive Group a značky jako Jaguar, Land Rover, Volvo i Aston Martin byly k mání. Ford si v Aston Martin ponechal minoritní část, většinu prodal kuvajtsko-americkému konsorciu, které vidělo potenciál v čínském trhu a díky velkoryse pojaté a úspěšné roadshow s prvním přejezdem Asian Highway z východu na západ, tedy z Tokia do Istanbulu, otevřelo ještě v roce 2007 v Šanghaji a Pekingu poprvé v historii značky obchodní zastoupení. Jen o pár měsíců později ale přichází překvapivý outsourcing části výroby do Štýrského Hradce. Majitelé ale ubezpečují, že Aston Martin má britské srdce a design i vývoj zůstává v Gaydonu, což má potvrdit v září i obnovení značky Lagonda. Prototyp měl být připraven pro rok 2009 ke stoletému výročí značky, na trh se vůz měl dostat v roce 2012. Ekonomická krize však plány poněkud pozměnila a namísto rozvoje přišlo ještě v prosinci 2008 propouštění a s ním i další změny ve vedení i majetkové struktuře.
Pokles prodejů se však nezastavil a Aston Martin začíná hledat nové možnosti, nové trhy, nové zákazníky. Jim chce nabízet i nové vozy, příkladem budiž DBX SUV. Tradici mají nést supersporty a závodní modely, jakým je Vulcan, těžiště se ale má nově přesunout k novým platformám a podporou má být především technologické partnerství se společností Daimler. Byl to plán nového obchodního ředitele Andyho Palmera, který měl ambici dovést značku do druhého století své existence po sedmi bankrotech zdravou a trvale ziskovou. Ambiciózní plán zatím příliš nevychází. V roce 2014 Aston Martin prodal 3 500 vozů, tedy polovinu oproti předkrizovému roku 2007 a stále méně než v roce 2013, kdy se prodalo 4 200 vozů. Na vývoj potřebuje Aston Martin Lagonda obrovské investice ve výši stovek milionů liber a ty dodnes firmu drží při zemi, byť šest let ztrát v roce 2017 ukončil ziskový rok.
Budoucností firmy má být od roku 2013 partnerství se skupinou Daimler AG, které má značce poskytnout technologie pro nové generace modelů. První vlaštovkou zářné budoucnosti, kterou představila AML na Motor Show v Ženevě 2016, byl model DB11, který adoptoval nejrůznější systémy z rodin Mercedes-Benz včetně navigace a zábavní elektroniky. Stejnou cestou šel i V8 Vantage o rok později. Mercedes je spokojen, navyšuje svůj podíl na 20 % a v roce 2017 odhalený a od roku 2018 vyráběný model používal dvojitě přeplňovaný V8 motor a zábavní a informační systémy. Mercedes postupně zvýšil své podíly z 5 % na 20 % a Aston Martin Lagonda vstoupil před třemi lety na londýnskou burzu. Opakovaně ztrátová značka vyčíslila svou hodnotu na takřka 5 miliard liber, vykazuje roční zisk před zdaněním 87 milionů liber a otevírá novou továrnu.
Leden 2020 má být novým startem – do firmy přichází kanadský miliardář a investor Lawrence Stroll. Přináší 500 milionů liber a plány na zásadní restrukturalizaci. Osud chtěl jinak, v červnu Aston Martin oznamuje drama-

V takovém stavu byla kráska Libora Knapa, když se seznámili...

... a tak vypadá dnes, Liborem uzdravená.

tické snížení počtu zaměstnanců v důsledku pandemie. A Aston Martin se po ztrátě 120 milionů liber v roce 2019 propadl do obří ztráty 466 milionů liber v roce loňském. Druhé století existence značky se tak ve svém začátku od toho prvního příliš neliší, krátké období růstu střídá vleklé období ztrát a prohlášení o očekávaném příštím růstu. Tentokrát má pomoci reorganizační program Horizon. „Očekáváme, že v roce 2021 uvidíme první kroky ke zlepšení ziskovosti," uvedla společnost letos v únoru.

Legenda zůstává legendou

Přes snahu zachytit trendy současnosti, i přes nekončící finanční potíže, zůstává Aston Martin ikonickou značkou. Důvodů je vícero – rychlostní rekordy v dávné minulosti, poctivá britská ruční výroba v minulosti ještě nedávné, aureola „toho auta z bondovek" i fakt, že Aston Martin vždy byl výlučným vozem, kterého jsou vyráběny ročně desítky až stovky kusů. Automobilka si proto od prvopočátku zakládá na exkluzivitě a detailním propracování, což dává každému vozu punc skutečné originality. Dech všem příznivcům jedinečných aut bere ale kombinace jeho jízdních vlastností, výkonný silný motor, vynikající stabilita i ovladatelnost, ohromující dynamika a zrychlení i opravdu agresivní brzdy. Není divu, že si Aston Martin vysloužil i pochvalu odborníků – například časopis Motor hodnotí model DB6 jako jeden z nejlepších sportovních vozů historie.

Také v Česku má Aston Martin řadu příznivců. Vlastně, spíše je na místě označení milovníků. „Na první setkání s vozem Aston Martin určitě nezapomenu, byl to Goldfinger se Seanem Connerym a legendárním vozem Aston Martin DB5. A přiznávám, byla to láska na první pohled. Ty ladné tvary s typickou přední maskou si mne prostě získaly," vzpomíná Libor Knap, jehož sbírka vozů legendární značky čítá šest kusů. „Rád mám všechny, ale kdybych měl jednomu dát výjimečné místo, bude to patrně Aston Martin V8 Vantage z roku 1980, který vlastnil Rowan Sebastian Atkinson. K tomu mám výjimečný vztah. Ale jak říkám, je to těžké. Nejstarší vůz sbírky je z roku 1958. Rád mám ale i DB 6 Vantage, tedy to nejvýkonnější provedení. Čtyři roky na něm probíhala opravdu důkladná renovace, s použitím originálních dílů Aston Martin. Objevili ho před lety v jedné skotské stodole v dost zuboženém stavu. Koupil jsem ho asi za čtyři a půl milionu a po renovaci je z něj krasavec s cenou více než dvojnásobnou," říká Libor. Oficiální dokumentace Bonhams, který Liborovi koupi zprostředkoval, uvádí, že DB6 Vantage číslo 2489 / R byl v držení tehdejšího skotského majitele od roku 1982, od roku 1990 byl nepoužíván. Doprovodná originální příručka pak obsahuje ručně psané poznámky se seznamem servisních prací a renovací prováděných na konci 70. a na začátku 80. let minulého století. Mimochodem, 23. června 1981 měl vůz na počitadle ujetých mil číslo 82 057. „Je to rarita, ale takový je vlastně každý vůz mé sbírky. Často dostávám nabídky na koupi. Neříkám, že je neprodejný, ale kdybych ho někdy prodal, tak jen skutečnému zájemci, ne šmelináři. Loučil bych se asi se slzami, ale na renovaci čekají další vozy a na světě je pořád ještě pár kousků, které mě lákají, třeba takový Aston Martin Ulster v provedení Competition Sport, závodní vůz vyráběný v letech 1934 až 1936. To je takový velký sen," přiznává Libor Knap, jehož sbírka je nejen v Česku ojedinělá. ■

ŽABKY DO VELBLOUDÍ TRÁVY

Milujete motorku? A chcete mít jistotu, že budete na každou situaci správně vybaveni? Pak je pro vás nejlepší parťák Tomáš Kocanda, jehož rodinná firma už dvacet let zásobuje nejnáročnější motorkáře oblečením, technikou i doplňkovým vybavením na míru potřebám i přáním. Základ nabídky tvoří německá značka Touratech, tedy v adventure doplňcích to nejlepší, co je vůbec k mání, a americký Klim, což je zase v téhle kategorii to nejlepší oblečení. A Tomáš ke kvalitě produktů přidává ještě individuální přístup.

Erik Bártek a Petr Simon Jakub Hněvkovský

Tome, kdo je váš typický zákazník?
Nejčastěji k nám chodí ti, kteří milují motorku a dobrodružství. Ale troufám si říct, že dokážeme uspokojit každého.

V čem jsou největší rozdíly?
Ve všem. Projet se po české silnici, jet severská pobřeží nebo projet africkou poušť, to jsou úplně jiné disciplíny. Aby hned zkraje nedošlo k mýlce, neprodáváme motorky a neděláme individuální úpravy ani tuning. Ale když si člověk koupí motorku za půl milionu, potřebuje oblečení a další vybavení. A to je závislé na tom, kde a jak chcete jezdit. Nabízíme to nejlepší oblečení a doplňkové vybavení, které si umíte představit. A mnohé z toho si ani představit neumíte.

Například?
Třeba žabky, které se neprorazí ani o trn velbloudí trávy. To jsou tenké ostny, ostré jako jehla, které hravě projedou skrz i pneumatikou. Nebo nejmodernější a technologicky nejvyspělejší bunda na motorku, obsahuje kevlarové vlákno a vlákno vectran a má nejvyšší míru odolnosti proti prodření. Ta má i takové vychytávky, jako švy, které se nikdy neroztrhnou. Skvělá je i airbagová vesta, která má zádový chránič nabitý elektronikou, díky níž rozezná přetížení typické pro pád. Zná dokonce různé typy pádů nebo nárazů, pozná i to, jestli do vás někdo narazil zezadu nebo z boku. V tom momentě v ní bouchne patrona a nafoukne se na velikost Bibendi, což je ten panáček od Michelinu. Nemůžete se ani hnout, ale máte kolem sebe na všech stranách ochranné vaky. Jak to funguje v praxi, ukazuje nedávná zkušenost jednoho zákazníka. Zapomněl si v terénu vypnout ABS, na kopci se mu to rozjelo a v osmdesáti kilometrech za hodinu vyletěl do vzduchu… Okamžitě bouchla patrona, on myslel, že už dopadl, ale byl pořád ve vzduchu, to se jen nafoukly airbagy. Když skutečně dopadl, bylo to do měkkého, jako by dopadl na žíněnku.

Ale to nejsou věci pro běžného motorkáře…
Ale kdo je běžný motorkář? My neprodáváme krabice, prodáváme zkušenost, díky které dokážeme komukoliv najít řešení přesně pro něj. Oblek od Armaniho si také nekoupíte v e-shopu. Motorka je individuální, záleží na tom, jakou kdo má postavu, kam a jak chce jezdit. I podle toho se liší volba oblečení, prodyšnost, ochrana proti vodě, větrání… Oblečení dnes u nás převažuje, ale i u techniky záleží na detailech. Nejde jen o to koupit špičkové sedlo, je třeba odhadnout jezdce, jeho postavu a správně vybrat, ale také nastavit geometrii, vyladit vše tak, aby to bylo komfortní. Nebo chcete určité konkrétní zvýšení, ale kdo vám řekne, že musíte vyměnit i páčky, protože s těmi vašimi to fungovat nebude? Proto nabízíme i servis, proto máme vlastní dílnu.

Takže vaše přidaná hodnota je osobní přístup?
Tím se lišíme od veškeré konkurence. Desítky let zkušeností s ježděním se snažíme promítnout v tom, co nabízíme. Když chceme prodat zákazníkovi to správné, musíme ho vidět. Aby se cítil komfortně. Řadu věcí upravujeme, řešíme i barevné ladění k motorce nebo soulad jezdce a spolujezdce. Většina špičkových výrobců například nedělá stejné modely pro jezdce a spolujezdce. Pro ženy dělají oblečení často týmy žen,

Tomáš Kocanda v top bundě, která zachraňuje životy

které vůbec nejsou v kontaktu s tvůrci pánského oblečení. Naší prací je to vše vyladit, případně i upravit a nainstalovat tak, aby to bylo plně funkční a tvořilo originální celek. Přijdete a řeknete, že chcete jet na motorce na Ural a zpět a my vás na tu cestu kompletně vybavíme, protože víme, co budete potřebovat vy i motorka. Od komunikace přes vaření až po nocování. Jsou to prostě komplexní a plně personalizované služby.

Máte nějakou základní radu?
Na podstatných věcech se nešetří. Co funguje poměrně slušně na dovolené na Mácháči, to může být v Africe k ničemu. Všechno je dimenzované na určité podmínky, ty charakterizují zátěž, kterou daný výrobek snese. A když se vám na cestě stane, že vařič najednou nevaří, protože jste moc vysoko nebo je moc horko, nebo vám škorpion vleze do moskytiéry, protože nemá žádnou podlážku, tak správné vybavení oceníte. Bez zkušeností ale ani nevíte, na co se připravit. Proto hodně času a energie věnujeme i konzultacím, školením a workshopům. Dělali jsme dlouhá léta i motorkářské srazy, které nám pandemie znemožnila, ale určitě se k tomu chci vrátit.

Tak to je ale spíš zábava, setkání kamarádů, muzika…
To jsou běžné motorkářské srazy, Touratech dělá cestovatelské. Přijede šest, sedm set lidí z celé Evropy a náplní jsou workshopy, kde výrobci vysvětlují rozdíly mezi jednotlivými typy pneumatik, jiní učí nastavení tlumičů, práci s navigací nebo základní opravy na cestách, od vyčištění filtru po to, jak vyřešit vodu v palivu. A večer, místo kapel, se promítají cestovatelské filmy, ale ne nějaká selanka se západem slunce. Jezdí k nám fakt hvězdy, třeba na jednom srazu byl kluk ze Srí Lanky, který žije ve Švýcarsku a na motorce objel celý svět. Nebo polští Marta a Lukasz z projektu Look around the Globe, kteří na motorce zdolali všechny světové kontinenty. A německý fotograf Michael Martin, jenž projel všechny pouště světa a běžně pořádá konference i pro patnáct set lidí, na něž vstupenka stojí třeba 70 eur.

Když už se bavíme o zkušenostech, vzpomenete na okamžik, kdy i vám bylo krušno? Kdy byste ocenil radu?
Vzpomenu na jednu túru, kdy jsme se vraceli z jižního Maroka. Měli jsme přejet devět set kilometrů po pobřeží na trajekt, který jsme měli zaplacený. Není to tolik, ale bylo maximálně pět, sedm stupňů a v silném pobřežním větru extrémní přívalové deště, k zemi padaly silné provazce vody. Všichni oblečeni na teplotu Maroka, dresy, otevřené helmy. Vložky do obleků jsme tehdy vyráběli improvizovaně z pytlíků do odpadkových košů, abychom byli aspoň trochu v suchu, jeden kluk byl tak promrzlý, že byl celý fialový a sotva udržel řídítka. Když jedete v té nejlepší bundě, co jsem vám ji ukazoval, tak se tomu smějete, protože to můžete jet týden v tom největším dešti a uvnitř ani kapka. A přiznávám, i já tehdy trpěl, goretex do deště jsem měl v kamionu, který jel před námi.

Je těžké připravit se na všechno…
Je. Třeba USB port na nabíječce je obyčejná blbost, kterou obvykle neřešíte. Když jste u Kolína a nenabíjí vám komunikátor, celkem nic se neděje. Ale když jedete Mauritánií a kolem sebe máte všemi směry sedm set kilometrů pouště, docela na tom už záleží. Nemluvě o tom, že řada věcí je nebezpečných. Když vám rezaví zevnitř nádrž a vy o tom nevíte, asi to není dobré. Na motorce je tisíc detailů a každý je důležitý. ■

RYCHLE A BEZPEČNĚ

Jízda na motorce je především zábava, která lidem dodává pocit volnosti a svobody. Aby si ji ale člověk dokázal naplno užít, musí svůj stroj perfektně ovládat a neohrozit tím tak sebe ani ostatní. Jedním z míst, kde se lze naučit tipům a trikům spolehlivé jízdy, je Motoškola Bezpečně na motorce Akademie, kterou založili před jedenácti lety dnes již manželé Roman a Adéla Jakovcovi a provozují ji s osmi svými odbornými instruktory po celé ČR a SR. Základem bezpečného řízení motorky je podle nich umět, předvídat a plně se soustředit.

Akademii založili zejména kvůli tristnímu stavu, v němž se už dlouhá léta nacházejí tuzemské autoškoly. Ten zjistili při realizaci velkého projektu ve spolupráci s Ministerstvem školství pro učitele autoškol, ve kterých se vyučuje jízda na motorce jen velmi povrchním způsobem, a který budoucí řidiče nepřipraví dostatečně na krizové situace, které na silnicích mohou vzniknout. „Ba co víc, autoškoly je mnohdy nepřipraví ani na správné základní a bezpečné ovládání motorky," říká Adéla. Podle ní jde o absurdní paradox. Stát sice v nedávné době zpřísnil kritéria závěrečných zkoušek tak, aby řidičák nedostal každý, počet hodin výuky, kvalitu autoškolských instruktorů a výukové plochy už ale nijak neřeší. „A tak je zcela běžné, že si lidé zaplatí autoškolu, u zkoušek mnozí vyhoří, ale hlavně, většina z nich motorku fakticky správně ovládat neumí."
S laxním a neprofesionálním přístupem vyučujících v autoškolách má sama osobní zkušenost. „Instruktor se mě zeptal, jestli jsem na tom už seděla, umím brzdit a zařadit. Když jsem řekla, že malé zkušenosti mám, vzal mě hned do provozu, kde za mě dělal potřebné činnosti přes druhá řídítka. Takto a za tak krátkou dobu se ale bezpečné ovládání motorky nenaučíte." A proto se s manželem rozhodli vymyslet nadstavbovou výuku jízdy na motorce profesionálně, jak je běžné v západním světě v obdobných motoškolách.

Vlídný přístup je základ

Základním rozdílem je, že v Akademii Bezpečně na motorce ke svým klientům přistupují jinak, zcela odborným a trpělivým přístupem. Nejúčinnější formou výuky je individuální výukový plán nastavený přímo potřebám klienta. Skvělým prostředkem ke zdokonalení v určité činnosti nebo k průběžnému tréninku jsou skupinové kurzy o víkendech na letištích a v enduro areálech. Instruktoři Akademie jsou velmi zkušení jezdci s mnohaletou praxí, se stovkami tisíc najetých kilometrů. Především jsou to ale odborně vyškolení motocykloví pedagogové, kteří jsou velmi přátelští a empatičtí. Dříve manželé spolupracovali i s populárními jezdci z motorsportu, postupem času od toho upustili. „Profesionální jezdci většinou neumí rozlišit mezi edukačními potřebami pro úplného začátečníka na motorce a vyježděnějšího klienta. Mají snahu učit zákazníky své profesionální finesy, chybí empatie. A to není s naší filozofií kvalitní edukace slučitelné. Pro nás je proto místo známého mediálního obrazu mnohem

Roman Jakovec se svou ženou Adélou učí zájemce motorku skutečně ovládat. Pomalu i rychle. Protože prioritou je jezdit bezpečně.

Erik Bártek
Jakub Hněvkovský

důležitější, že je náš instruktor klidný, trpělivý a metodiky výuky znalý člověk, ochotný lidem naslouchat a poradit, aby se necítili pod nějakým tlakem," popisuje Roman. Jezdec nesmí být na své motorce v tenzi, protože jinak nedokáže adekvátně reagovat na vzniklé situace.

Vyberte si podle přání

Jednodenní skupinový kurz v Akademii stojí zhruba čtyři a půl tisíce korun a skupinu začátečníků nebo středně pokročilých tvoří obvykle čtyři až osm jezdců. U individuální výuky se cena liší podle počtu hodin a rozsahu využití dalších nabízených služeb. „V případě, že si dopřejete například třicetihodinový zdokonalovací plán nebo stejně dlouhou takzvanou přípravku před autoškolou, zaplatíte třicet tisíc korun za výuku plus případně další poplatky za využité služby. Přijít můžete bez jakéhokoliv vybavení, zapůjčíme vám vše od kvalitní bezpečné výbavy až po motorky různých kubatur a značek. A dostanete maximální možnou kvalita služeb," slibuje Adéla.
Metodika výuky se skládá se ze tří částí. Tou první je cvičení takzvané jemné motoriky v pomalých rychlostech. Při něm jsou klienti naučeni nejdříve precizní technice ovládání motorky na volné ploše a poté mezi kužely. Tím se lidé učí ovládat motorku velmi precizně, což je podle manželů Jakovcových naprostým základem jízdy na motorce. Takřka totožné cvičení je i součástí oficiálních zkoušek pro získání řidičského průkazu na motorku v autoškolách, dovednosti však učí v autoškolách nesprávným a neúplným metodickým způsobem. Druhá část kurzu se skládá ze cvičení, jež klienty učí chovat se správně v situacích ve vyšších rychlostech. To znamená jak a kdy mají správně brzdit, jak využívat vlastní rovnováhu pro spolupráci s působící fyzikou, způsoby průjezdu zatáčkami, držení bezpečné stopy, uvolněné vedení motorky a podobně. Vrcholem a třetí fází výuky je pak intenzívní trénink správného zvládání nejběžnějších krizových situací a jak se v nich s motorkou zachovat. Tato průprava už probíhá na velkém bezpečném prostoru soukromých letišť ve všech českých a slovenských krajích. Akademie Bezpečně na motorce má své stálé pobočky kromě Prahy a středních Čech také na Vysočině, na Moravě a na Slovensku.

První v republice

Manželé Jakovcovi jsou v Česku v oblasti nadstavbové výuky bezpečné jízdy na motorce formou takzvaných Motoškol průkopníky samotného oboru. Když před lety začínali, existovaly tu pokusy o zdokonalování motorkářů jednotlivci formou „po práci tě povozím", ale propracovaný systém výuky a navíc celoplošný – od Aše po Vsetín – tu neexistoval.
Vzhledem k tomu, že Roman byl v té době už dlouhá léta vášnivým motorkářem v silničním provozu i na okruhových tratích, svému dosavadnímu úspěšnému podnikání už neměl co dát víc a hlavně

KDYBY VŠICHNI MOTORKÁŘI UMĚLI TO, CO UČÍME V NAŠÍ MOTOŠKOLE, TROUFNU SI ŘÍCT, ŽE NEHOD MOTORKÁŘŮ MŮŽE BÝT CELKOVĚ AŽ O DVĚ TŘETINY MÉNĚ.

mu v té době zemřelo na motorkách několik jeho blízkých kamarádů, bylo spojení příjemného s užitečným a vybudování tehdy unikátní firmy nasnadě. Dnes je v Akademii hlavním instruktorem, který má kromě individuální výuky na starosti i výchovu nových instruktorů. A zkušenou jezdkyní a hlavně profesionální marketingovou hlavou firmy už je jeho žena Adéla, která, jak sama říká, už nechtěla být na motorce jen oním příslovečným batůžkem. „Poměr žen a mužů mezi motorkáři je dnes v podstatě již vyrovnaný. Nejčastějšími zákazníky naší Akademie jsou lidé ve věku od 30 do 55 let, kterým už odrostly děti, mají čas i peníze a hledají nové adrenalinové zážitky a koníčky. Jde často o majitele firem a manažery, kteří se touží odreagovat kvůli svému náročnému a stresovému povolání, při kterém motorka představuje nový směr trávení jejich volného času," říká Adéla a doplňuje, že výjimkou ale nejsou ani ženy v důchodovém věku: „Máme v Motoškole jednu úžasnou paní, které daroval její syn z recese k šedesátým narozeninám motocykl, ona se rozhodla, že vezme výuku opravdu poctivě a dnes je z ní skvělá jezdkyně, kochající se bezpečně na svém chopperu českou krajinou."
Se svými klienty manželé udržují dlouhodobý přátelský vztah a vždy na podzim s nimi vyrážejí i na zahraniční cestovně-výukové výpravy.

Cesta do regionů

Manželé Jakovcovi mají již řadu let vysněný a zpracovaný projekt, kterým by chtěli výuku jízdy na motorkách v Česku ještě více podpořit. „Tím, že fungujeme po celé republice a také na Slovensku, víme, že zde naprosto chybí tréninkové plochy, kam by si lidé chodili po práci třeba na dvě hodiny potrénovat. Toto je velmi potřebné." Hledají proto investory či mecenáše, kteří by jim pomohli s projektem vybudování tréninkových ploch v regionech. Na nich by jezdci mohli, optimálně pod dohledem instruktora, průběžně pilovat techniku a jízdu na svých dvoukolých miláčcích a pravidelně trénovat. „Je to stejné jako s jakýmkoliv jiným sportem. Pokud si budete chodit párkrát ročně zakopat, dobrý nebo nejlepší fotbalista z vás nikdy nebude. A pakliže jste jen víkendový jezdec nebo na mašinu sednete jednou za měsíc a několik měsíců v zimě třeba vůbec, tak z vás dobrý motorkář nebude, protože pokaždé začínáte fakticky od nuly." Podle Romana by mohla podobná malá výuková centra výrazně zlepšit úroveň ježdění motorkářů na tuzemských silnicích.
Statistiky v tomto směru hovoří jasně – za polovinu nehod si mohou sami motorkáři, jelikož neumí stroj správně ovládat. Za druhou polovinu nehod můžou sice autaři, ale kdyby uměli motorkáři adekvátně zareagovat a zvládnout krizovou situaci, mohli by eliminovat až polovinu z těchto nehod zaviněných někým jiným. „To znamená, že kdyby všichni motorkáři uměli to, co učíme v naší Motoškole, troufnu si říct, že nehod motorkářů může být celkově až o dvě třetiny méně," přiznává Roman na závěr. ■

KAMENNÁ KRÁSA V INTERIÉRU

Vím, že asi skoro každý zná přírodní kámen jako žula, mramor, travertin, quartzite, onyx, břidlice nebo tvrzený kámen (quartz) Technistone, Silestone, Quarella a jiné. Nebo třeba i výrobky z keramiky – například Dekton, Laminam, Neolith, které se v interiéru v poslední době velmi často používají. Ráda bych vám vybrané kameny představila, protože pro někoho to může být nepřeberná džungle materiálů a informací kolem nich.

Dnes bych vás ráda zavedla do světa jednoho z nejpoužívanějších přírodních kamenů, jímž je žula. A protože jsem nejen designér, architekt, ale i člověk s technickým cítěním detailů a řeším vše do posledních detailů výroby, ráda bych se s vámi podělila i o pár praktických a technických rad a poznatků z praxe. Určitě mnozí z vás již nějaký přírodní kámen máte doma nebo o něm přemýšlíte a po letech užívání jste možná došli k závěru, že postformingové desky nejsou věčné a jsou designově dávno někde jinde.
Již několik let pracuji také v oboru gastrointeriérů, kde s kamenem pracuji velice ráda. Vždyť pracovní deska je srdcem každé kuchyně a kamenné materiály představují spojení kvality, originality, elegance a designu, což v interiéru jen vítáme. Navíc jde o velmi odolný materiál, což oceníme právě v kuchyni. A konečně, mám kolem sebe velmi šikovné kameníky, kteří pracují s milimetrovou přesností, což u práce s kamenem obdivuji.

Čistá přírodní krása žuly

Když se dříve mluvilo o žule, hned jsem si představila teraso, dlažební kostky nebo náhrobní kámen. Ale stačí změnit povrchovou úpravu do kožené politury, takzvané Leather Finish, hrubé struktury Antico nebo vyleštěné hladké plochy, dokonale vytvarovat, vyfrézovat podle potřeby a hned z obyčejného kamene vznikají zajímavé designové kousky. Žula je lehce pórovitá, a tedy lehce nasákavá, a proto je potřeba ji profesionálně impregnovat, aby vypadala svěží a zaručila dokonalý vzhled i po letech jejího používání. Kuchyňská deska ze žuly je vysoce odolná vůči nárazům, poškrábání i pořezání, ale také proti přírodním vlivům či obvyklým teplotám při vaření nebo vůči kyselinám běžně používaným v domácnostech.
Jde o přírodní materiál, a tak je třeba ho vnímat a respektovat jeho fyzikální vlastnosti a potřeby. Žula je specifická v tom, že je sice odolná teplotám okolo 300 °C, ale nemá ráda teplotní šoky. To znamená, že můžete mít v desce zapuštěnou například wok pánev, která se rozehřívá až do teplot okolo 300 °C, ale položit ji přímo na desku by mohlo mít fatální konec. Deska je studená a když na ni položíte něco až tak horkého, praskne. Stejně tak když budou svítit na desku infralampy a rozehřejí ji lokálně tak, že si pomalu na ni nemůžete sáhnout, tak ve chvíli, když na rozpálenou plochu položíte studený plech s jídlem, které chcete teplotně pod lampami ohřát nebo teplotně udržovat, žula praskne. Ale i tomu lze předcházet. Umíme do žuly zafrézovat nerezové kulatinky jako odkladové místo pro wok pánev nebo lokální místo pod infralampami nahradit jiným materiálem. Výhodou žuly je, že patří mezi cenově dostupné materiály a přitom zvládne díky své tuhosti a pevnosti mít v sobě zapuštěnou wok pánev nebo gril a jiné technologie.
Z tohoto důvodu žulu volím velmi ráda. Má svá omezení, ale to ostatně každý přírodní materiál. Budete-li ta omezení znát a respektovat, není důvod se žule – a ostatním kamenům – vyhýbat.

Beata Haškovcová, interiérová designérka a projektová manažerka zakázkových realizací v jedné osobě, s kamenem pracuje často a ráda

Beata Haškovcová
archiv BeaDesign Interiéry

Pro snadnou údržbu

Žulová kamenná deska, která je správně ošetřená a „uzavřená" impregnací, je odolná i vůči rzi, vodnímu kameni, citronu, tuku, kávě, oleji, gumě, vínu či ovocné

Žulu s povrchovou úpravou Leather Finish jsme zvolili i v restauraci Vision v administrativním objektu Visionary v Holešovicích. Šlo o spolupráci se společností Skanska a naši kompletní realizaci restaurace a kavárny pro provozovatele Zátiší Catering Group podle návrhu architektů. Je zajímavostí, že výdejový pult byl dlouhý 12 metrů a žulová deska měla minimalisticky zařezávat s přesností milimetrů na obklad pultu a všechny zapuštěné gastrotechnologie do pevně svařených nerezových konstrukcí, což je velmi pracná a precizní práce, kterou jsme perfektně s naší truhlářskou výrobou zvládli. A já si to užívala. Čím složitější, tím větší adrenalin, odpovědnost a výzva.

šťávě. Na čištění je ideální použít vhodné čističe (jarový koncentrát, alkoholový čistič typu Clin a jiné jim podobné) s jemnou houbičkou. Jednoduchá údržba je velmi silnou stránkou žuly. Dokonalý hladký povrch i přesné technické řešení hran a spojů totiž výrazně usnadňují čištění ploch. Snadná údržba je vlastnost, kterou oceníte každý den, po použití stačí desku otřít houbičkou se saponátem nebo alkoholových čističem a lehce dosáhnete stejně dokonalého vzhledu jako před prvním použitím. V žádném případě nesmíte použít Savo a vyhněte se také potřísnění desky silnými čističi odpadů, toalet, trouby, grilu, nerezu a digestoří. Ty mohou obsahovat látky, které způsobují nevratné změny ve struktuře a barvě materiálu.

Technická řešení v podstatě bez omezení

Těžba žulových bloků umožňuje využívat pro výrobu deskovinu v rozměrech až 3 200 x 1 900 mm. I přesto musí u větších kuchyní nebo u desek tvaru U a L dojít k napojení desek. Spára se může tmelit nebo nechat tupý spoj s malou fazetkou. Já doporučuji raději nechat bez tmelení, je to čistší detail. Pokud je spoj tmelený, pak moji šikovní kameníci nepoužívají na spoje silikon, ale epoxidovou pryskyřici, která se natónuje přesně do odstínu kamene. Vzhled takového spoje je perfektní a životnost oproti silikonové spáře téměř neomezená. Ještě prozradím jeden detail: Obecně nikdy nevyžadujte ostré vnitřní výřezy v kameni. Jakmile uděláte výřez s ostrým úhlem, kámen se začne pnout a žít si svým vlastním životem a praskne. To znamená, že když zafrézováváme varné desky, wok pánve, grily nebo zásuvky do kamenné desky, vždy musí být při výřezu lehký rádius, aby nedošlo časem k samovolnému poškození desky. Samozřejmostí je pochopitelně frézování odtokových drážek, odkapových ploch a zabudování podstavných dřezů.

Velice ráda používám krásný přírodní materiál Žula Nero Zimbabwe tloušťky 20 nebo 30 mm s povrchovou úpravou Leather Finish mat. To pro jeho krásný temný černý vzhled. Abychom docílili vysoké pohledové hrany pracovní desky, formátujeme a spojujeme desky pod úhlem 45 stupňů a tak, aby jejich spoj byl dokonalý a dosahoval čistých linií.

Dokonce se kolegové kameníci mohou pochlubit celoplošným drážkováním kamenných velkoformátů, kdy posunují zase realitu o krok dál, když vytvářejí vlastně nové designové prvky, které můžeme použít třeba jako obklad krbu nebo přilehlých stěn.

Ergonomie

Jen střípek pro nerozhodné. Neděláme první kuchyň, kdy by ženy nepožadovaly výšku pracovní desky 100 cm. Nebojte, nešlo ani v jednom případě o vysokou ženu, jako jsem já, naopak o ženy s výškou okolo 170 cm a tuto neobvyklou výšku pracovní plochy si velmi pochvalují. Nehrbí se a lokty mají často zlehka opřené o desku a daleko lépe se jim v kuchyni pracuje bez únavy zad. ■

SLINUTÁ DLAŽBA, NEBO PŘÍRODNÍ ONYX?

Beata Haškovcová
BeaDesign Interiéry
a ProCeram

Toužíte-li po originálním interiéru, máme jeden tip, s nímž společně přicházejí Beata Haškovcová, BeaDesign Interiéry, ProCeram a New Living Center. Je jím luxusní slinutá dlažba nejvyšší kvality, která dokonale napodobuje vzhled šedého přírodního onyxu. Nechte se inspirovat…

Koncept snové koupelny, z níž vyzařuje luxus, se vyjímá v prostoru obloženém slinutou dlažbou, která je hloubkou své kresby až neuvěřitelnou imitací pravého přírodního šedého onyxu. Jedná se o rektifikovanou sérii Onyx & More silver onyx glossy (výrobce Casa dolce casa, optimální formát 120 x 280 cm). Jemnost navazujících tónů obkladu s lehkostí ladí s plynulými liniemi vany, zlatými bateriemi s dokonalým kapkovitým tvarem a neobvyklými umyvadly, doplňujícími styl a celkovou eleganci prostoru. Za zmínku stojí i na zakázku vyrobený nábytek pod umyvadly a vestavný úložný prostor relaxačního zákoutí, který je celý zahalen do tmavého, rektifikovaného obkladu ze série Flowtech burnished naturale (výrobce Floorgres) v designu kovových plátů o tloušťce 6 mm. Úložné prostory tak mohou působit velmi decentně a minimalisticky. Obklad se dá dobře formátovat a nábytkové prvky s funkčními mechanikami opláštit s maximálními detaily.

Přestože jde o charakteristicky odlišné materiály, společně působí velmi útulně a dokreslují celkovou romantickou náladu. Při výběru je však nutné najít co nejvěrnější podobu přírodních materiálů, což se v tomto případě opravdu povedlo. Design kovových plátů série Flowtech burnished naturale se na dlažbách objevuje již od roku 1998, kdy jej představil Florim. Největším nabízeným formátem je rozměr 160 x 320 cm v síle střepu 6 mm, v nabídce jsou ale i dlažby se střepem 10 mm. Velmi často je tento typ materiálu v designu kovu používán do prostor v industriálním stylu, ale není potřeba se bát jej použít třeba právě i s okouzlujícím onyxem. Fantazii se meze nekladou. Série Onyx & More se vyrábějí v matném (satinato) a leštěném (glossy) povrchu, avšak s vlastnostmi slinutých dlaždic, které jsou dokonalou imitaci onyxu s neuvěřitelnou kresbou.
Za zmínku v tomto konceptu stojí i ručně foukaná světla od českých mistrů, která svým tvarem korespondují s celkovým designem koupelnového interiéru. Romantickou náladu umocňuje nadčasový a minimalistický skleněný paraván s jemným přírodním dekorem, navozující pocit lehkého zahalení se sklenkou sektu. Už si to jen užít. ■

MASTELLI PLINEST CARE

RECEPT NA KRÁSU A MLÁDÍ

Zabraňuje stárnutí pleti
Přispívá k obnově kůže
Obnovuje tonus, vyhlazuje vrásky
Hydratační i antioxidační účinky

ADRESÁŘ

ABF **22**
Beranových 667
199 00 Praha 9
www.abf.cz

ACCOM HOLDING **58**
Na Pláni 1997
150 00 Praha 5
www.accom.cz

ALFA 24 ..... **97**
Svornosti 958/8
150 00 Praha 5
www.alfa24.eu

AKADEMIE BEZPEČNĚ NA MOTORCE **92**
Za Mlýnem
147 00 Praha 4
www.bezpecne-na-motorce.cz

ASOCIACE RODINNÝCH FIREM **54**
Jugoslávská 620/29
120 00 Praha 2
www.asocicerf.cz

ASTON MARTIN LAGONDA **84**
Banbury Road, Gaydon
Warwick, CV35 0DB
United Kingdom
www.astonmartin.com

BABIČKÁŘSTVÍ **46**
Boleslavská 2211
252 28 Černošice
www.babickarstvi.cz

BEADESIGN INTERIÉRY **94, 96**
V Bytovkách
104 00 Praha 22
www.beadesign.cz

CARTEC **100**
Průběžná 76
100 00 Praha 10
www.cartecgroup.cz

EZ INVESTMENTS **78**
Severozápadní V 480/26
141 00 Praha 4
www.ez-investments.cz

GRANDBEDS **5**
Building DE
Palachovo nám.
625 00 Brno
www.grandbeds.com

GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA **70**
Spálená 75/16
110 00 Praha 1
www.generaliceska.cz

HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČESKÉ REPUBLIKY **66**
Florentinum
Na Florenci 2116/15
110 00 Praha 1
www.komora.cz

HUDEBNÍ DIVADLO KARLÍN **1, 8**
Křižíkova 283
186 00 Praha 8
www.hdk.cz

JEZ! KONCEPT **44**
Údolní 212/1
147 00 Praha 4
www.jezkoncept.cz

NANO2HEALTH **18**
Washingtonova 1599/17
110 00 Praha 1
www.nano2health.com

NEW LIVING CENTER **39, 96**
Šafránkova 1238
155 00 Praha 5
www.newlivingcenter.cz

NOBLESS CZECH **6, 20, 32, 52, 68, 82**
Sinkulova 329/48
140 00 Praha 4
www.nobless-czech.cz

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ **24**
U Prazdroje 64/7
301 00 Plzeň 3
www.prazdroj.cz

PIVOVAR PROUD **24**
U Prazdroje 64/7
301 00 Plzeň 3
www.pivovarproud.cz

PROCERAM **96**
Šafránkova 1238
155 00 Praha 13
www.proceram.cz

PROTECO NÁŘADÍ **57**
Podbřezí 63
518 03 Podbřezí
www.proteco-naradi.cz

PRVNÍ CHODSKÁ **58**
Sadová 636
344 01 Domažlice
www.chodska.cz

RESTAURACE ČERVENÝ JELEN **24**
Hybernská 1034/5
110 00 Praha 1
www.cervenyjelen.cz

ROS **2**
Poříčí 3
639 00 Brno
www.rosauto.cz

SEPOS **48**
Rantířovská 583/100
586 01 Jihlava
www.sepos.cz

SMARTWINGS **30**
K Letišti 1068/30
160 08 Praha
www.smartwings.com

TOURATECH **90**
Modletice 142
251 01 Modletice
www.touratech.cz

UNIVERZITA PALACKÉHO OLOMOUC **64**
Žižkovo nám. 951
779 00 Olomouc
www.upol.cz

ÚŘAD MĚSTSKÉ ČÁSTI PRAHA 5 ..... **36**
Štefánikova 236/13
150 00 Praha 5
www.praha5.cz

VINAŘSVÍ VAJBAR **99**
U Vily 480
691 05 Zaječí
www.vinarstvivajbar.cz

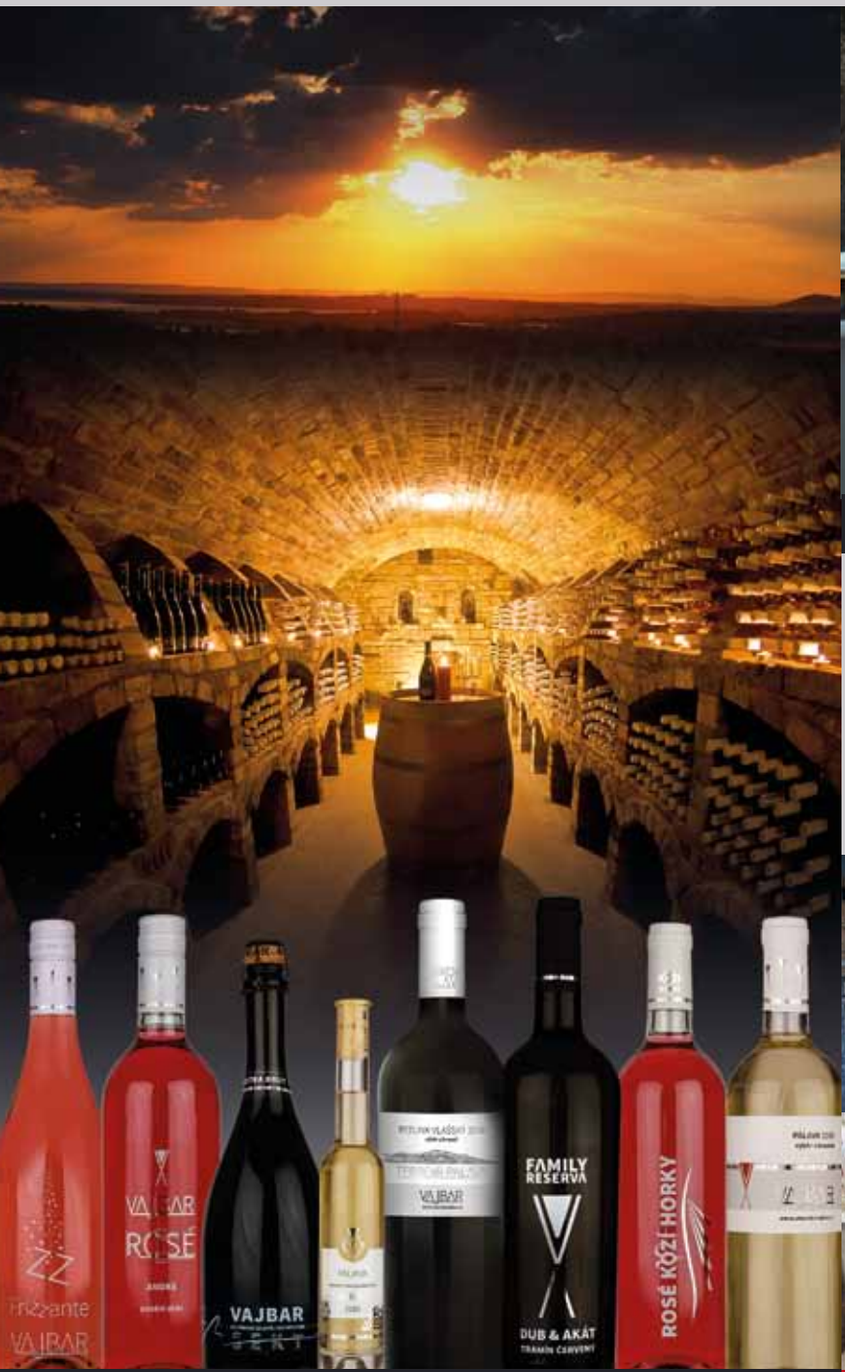
WIENERBERGER **40**
Plachého 388/28
370 01 České Budějovice
www.wienerberger.cz

ZÁMEČNICTVÍ HOLÁNEK **58**
Okružní 142
289 37 Loučeň
www.zamecnictvi-holanek.cz

ZÁMEK LITEŇ **16**
Zámecká 1
267 27 Liteň
www.zamekliten.cz

VINAŘSTVÍ VAJBAR

VYCHUTNEJTE SI DOTYK SLUNCE A PŮDY V NAŠICH MODERNĚ POJATÝCH VÍNECH



VINNÝ BAR S VÝHLEDEM NA PÁLAVU

V BAR J

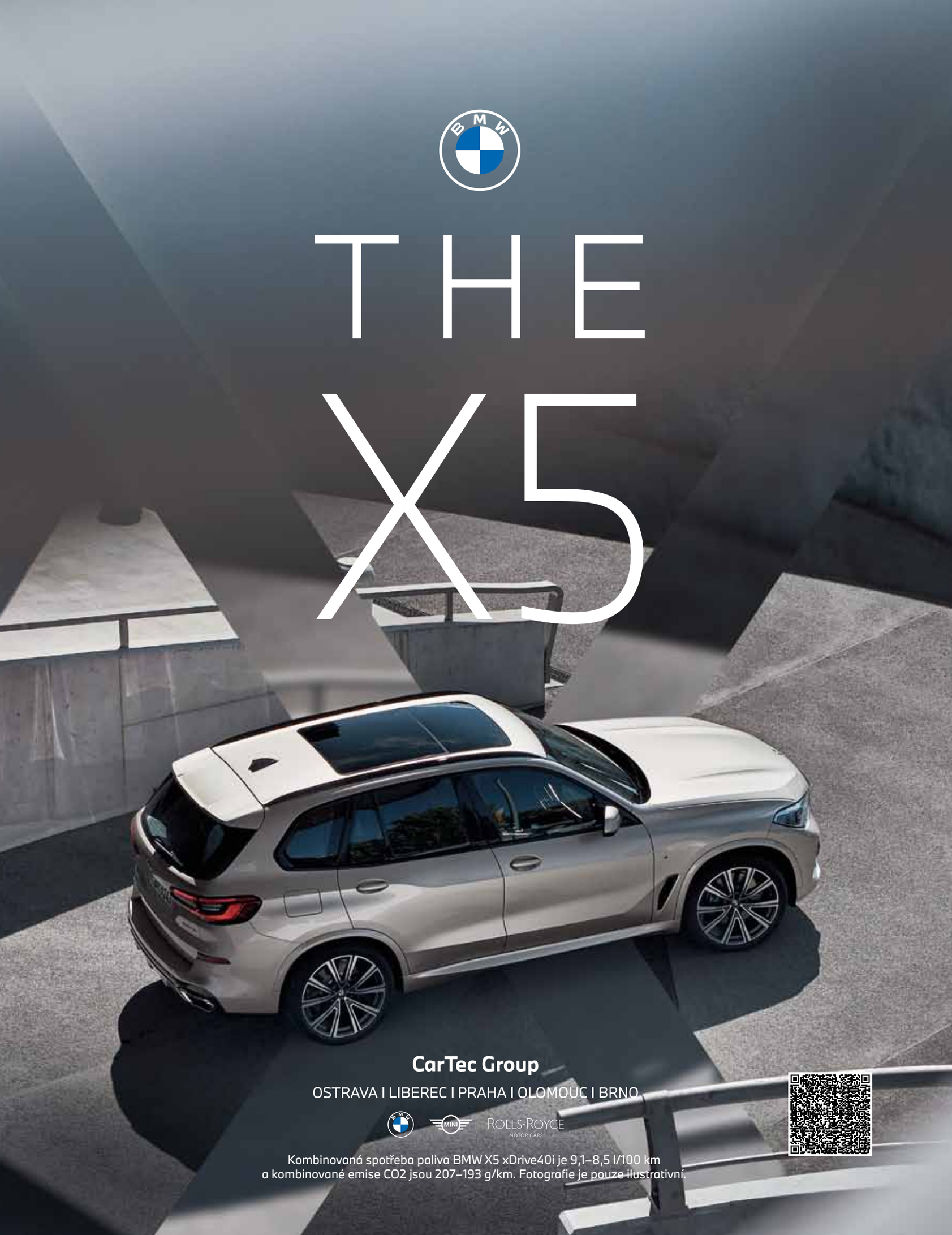
Víno nejlépe chutná v místě svého vzniku. Přijměte proto naše pozvání do Vinného baru Vinařství Vajbar v Zaječí. Kromě moderního prostředí, usměvavé obsluhy a velkého výběru vín tu najdete i speciální vinařskou kávu, speciální pokrmy a pochutiny a také terasu s výhledem na Pálavu.

ROMANTICKÝ SKLEP
V MODERNÍM VINAŘSTVÍ

degustace a posezení u krbu | komentované prohlídky vinařství | degustační sklep až pro 80 hostů

U Vily 480, 691 05 Zaječí
Telefon vinařství: 725 441 048
Telefon vinný bar: 721 657 475

www.vinarstvivajbar.cz


THE
X5
CarTec Group
OSTRAVA I LIBEREC I PRAHA I OLOMOUC I BRNO
ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS
Kombinovaná spotřeba paliva BMW X5 xDrive40i je 9,1–8,5 l/100 km
a kombinované emise CO2 jsou 207–193 g/km. Fotografie je pouze ilustrativní.