

PODZIM 2016

CZECH TOP 100 FORUM

České
sportovní
HRY

Roman
Blažíček:
RAKO

je rodinné stříbro

Speciál
Mapa
úspěchu





**THE MORE YOU GIVE
THE WEALTHIER YOU BECOME**

#WIN THE RIGHT WAY

 **CHIVAS LIVE WITH CHIVALRY**

Pijte s rozumem

Vážení čtenáři!

Nejsem troškař, nebazírují na detailech. Víím, že je podzim, a je mi jedno, jestli astronomicky začal 22. září v 16 hodin, 20 minut a 41 sekund, nebo o týden, hodinu, minutu či sekundu dřív či později. Určitě si taky nevezmu na krk šálu a na hlavu čepici 21. prosince v 11 hodin, 44 minut, i když přesně v tuto chvíli oficiálně (tedy astronomicky) začne zima. Stejně ze všech čtyř ročních období je už poznat jen léto, podle dlouhodobých předpovědí mají být i podzim, zima a jaro 2016/17 teplotně a srážkově víceméně stejné. Můj kolega se těší, že mu zase vydrží muškáty na balkoně i přes Vánoce, a zároveň nadává, že vyhodil peníze za kožich, který před dvěma lety koupil ženě k výročí. Ode dne tohoto nákupu nezamrzlo a kolega utrácí stovky za preventivní přípravky proti molům.

Nechci diskutovat o globálním oteplování a jeho příčinách. Ale napadá mě, že příroda se přizpůsobuje globalizaci, při níž formálně i skutečně mizí hranice pohybu zboží a lidí, kdy u výloh obchodů nepoznáte, jestli jste v Kazachstánu nebo v Německu, kdy v televizních reklamách jsou stejné prací prášky v Číně jako na Slovensku, kdy na válčících bojují obránci i útočníci zbraněmi stejné značky... Nic na tom nezměníme! Nezbyvá, než se přizpůsobit, zvyknout si. Naštěstí existuje stát, který nám nedovolí zcela zdívočet a (troškař-netroškař) nás vede k jistému pořádku. Když už nemusíme hlídat dny začínajících ročních období, stačí, když zvládneme daňový kalendář obsahující od 11. ledna 2016 do úterý 27. prosince padesát termínů (dní), v nichž je třeba postupně splnit víc než osmdesát povinností. Připočtete si k tomu vlastní termíny placení nájemného, vodného, stočného, alimentů, různých pojistek a další, takže nějaké astronomické začátky a konce nejistých ročních období se už stejně jako nadbytečné do palice nevejdou!

Přeji vám hezké podzimní léto!

Jan Struž,
předseda CZECH TOP 100



partneři CZECH TOP 100



STŘÍBRNÝ LUKOSTŘELEC

Dne 3. listopadu 2016 budou v pražském Obecním domě poprvé vyhlášeni vítězové soutěže Stříbrný lukostřelec ČR, do níž je možné se přihlásit do 10. října. (www.lukostrelec-pr.cz)



Cena Stříbrný lukostřelec – ČR byla zřízena Dozorčí radou Národní ceny Ruské federace v oblasti rozvoje public relations Stříbrný lukostřelec, a to v rámci nominace Komunikace v globálním světě, a je samostatnou soutěží, která je zaměřena na projekty realizované na území ČR.

Cílem soutěže Stříbrný lukostřelec – ČR je ukázat, zapojit, povzbudit a podpořit projekty, které napomáhají rozvoji rusko-českých vzájemných vztahů. Posuzují se projekty, které prohlubují komunikaci mezi těmito dvěma státy. Reportáž z vyhlášení přineseme v příštím čísle CZECH TOP 100 FORUM.

Vážení přátelé!

Po dlouhých letech mění CZECH TOP 100 svoji adresu. Z levého vltavského břehu jsme se přesunuli Letenským tunelem na břeh pravý, abychom nové sídlo společnosti našli v Revoluční 25, ve funkcionalistickém paláci Merkur.

Budova slavného českého architekta Jaroslava Fragnera je nepřehlédnutelná. Věříme, že si do ní naleznete cestu.

Budete vždy vítáni!
Vaše CZECH TOP 100



www.czechtop100.cz, www.mapauspechu.cz
Revoluční 25, 110 00 Praha 1, tel. 233 313 963, mail: info@czechtop100.cz



CZECH TOP 100 FORUM

Magazín

Sdružení CZECH TOP 100
www.czechtopy100.cz



O ÚSPĚŠNÝCH PRO ÚSPĚŠNÉ ROČNÍK XII.

PŘEDSEDA REDAKČNÍ RADY

Jan Struž

ŘEDITEL PROJEKTU

Aleš Pospíšil
ales.pospisil@czechtopy100.cz

ŠÉFREDAKTOR

Petr Šlejmar
slejmar@deco-media.cz

GRAFICKÁ ÚPRAVA

Roman Martinka

MARKETINGOVÁ ŘEDITELKA

Ivana Kaucká
ivana.kaucka@czechtopy100.cz

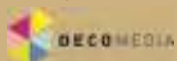
INZERCE

Robert Holý, Pavla Jungová,
Barbora Stuhlová, Roman Šlosr
prijmeni@deco-media.cz

TISK

Neografia a.s.

časopis CZECH TOP 100 FORUM vydává



Deco Media s.r.o.,
Lopatecká 1071/4, 147 00 Praha 4
tel. 778 496 900, www.deco-media.cz

JEDNATELKY Pavlína Blahotová

a Alexandra Roztočilová

VÝKONNÝ ŘEDITEL Petr Altner

Registrační číslo MK ČR E 18 527

ISSN 1214-6315

FOTO NA OBÁLCE: Michael Kratochvíl



Milí čtenáři,

myslím, že se mnou budete souhlasit, když řeknu, že ten, kdo už se dostal přes první okouzlení nekonečnými možnostmi byznysu, ví, že největším ziskem z podnikání může být i svoboda - stanete se pány svého času a začnete se konečně věnovat sami sobě a svému osobnímu rozvoji. Promarněný čas, který jste mohli věnovat sobě, rodině, blízkým, se nikdy nevrátí. Zkuste zpomalit, i kdyby to bylo jen na chvíli. Třeba s naším časopisem. Náš tým pro společnost CZECH TOP 100 s veškerou odpovědností a respektem připravuje business magazín, který se snaží být jiný. Věcný, praktický, ale přidáváme do něho navíc také emoce, splněné sny a touhy.

Na stránkách našeho magazínu budete pravidelně potkávat politicky známé a aktivní osobnosti, ale vždy napříč politickým spektrem. Politika je součástí našeho života a v žádné sféře podnikání se jí nevyhneme, proto to našeho magazínu patří, stejně tak jako podnikatelé. Dáváme prostor všem, kdo se snaží v této zemi vytvořit přátelské prostředí nejen pro podnikání, ale především pro život.

Proto se těšíme, že vás obohatí články o místech, která jste možná ještě nepoznali, a že aktivity, které nás zaujaly, mohou inspirovat i vás. Lifestyle již dávno není doménou modního a showbusinessového prostředí. Téma životního stylu je téma každého z nás...

Příjemné čtení!

Váš Petr Šlejmar, šéfredaktor



10



68



40



52



20

- 3 **Editorial předsedy CZECH TOP 100 Jana Struže**
- 5 **Editorial** šéfredaktora Petra Šlejmara
- 8 **Aktualizovaný žebříček CZECH TOP 100**
100 nejvýznamnějších firem ČR za r. 2015
- 10 **Rodinné stříbro** Rozhovor s Romanem Blažičkem, jednatelem společnosti Lasselsberger
- 17 **Koupelna i krize je víc než jen očista** Rozhovor s Jiřím Ježkem, majitelem české značky Sapho koupelny
- 20 **České sportovní hry 2016** Jaké byly?
- 26 **Jednou nohou v nebi** Na letišti s Martinem Šonkou
- 32 **Investice jdou do vývoje** ELKO EP Holding SE
- 34 **Svým klientům nasloucháme** BeeConsulting
- 36 **Regionální fórum** Tentokrát ve Vsetíně
- 38 **Klára Dostálová** Jaké má plány?
- 40 **Nejkrásnější místa pro konference** Architektura pro byznys
- 46 **Zásadní řešení** Výbava i pro vaši kancelář
- 48 **Hackeri jako zaměstnanci? To ne!** I.CA
- 50 **Šťastná golfová jedenáctka** CZECH TOP 100 GOLF TROPHY 2016
- 52 **Mallorca, země kontrastů** Ostrov pro vás!
- 58 **Cesta kolem světa** Dovolená, o níž všichni sníme
- 60 **Co potřebuje česká ekonomika** Rozhovor s ministrem průmyslu a obchodu Janem Mládkem
- 62 **Kovářovo žhavé srdce** Řemeslo pro muže
- 66 **Škola pro úspěch** Profit
- 68 **Bez hořkých chvil není sladkých úspěchů** Marlenka
- 72 **Nad Prahou a nad věcí** Občedvejte s CZECH TOP 100
- 74 **Manažer největšího vinobraní** Inspirace ze Znojma
- 76 **Pojďte s CZECH TOP 100 do ZOO!**
- 80 **Jídlo jako lék** Proč doporučujeme krůtu
- 82 **Máte oblíbené české značky?** GFK
- 84 **Tajemství úspěchu českých firem** Tip na knihu
- 98 **Designová tečka** Ton
- 96 **Nový web** www.czechtopy100.cz

Mapa úspěchu

- 88 **Je dobře, nejsou lidi** RPM Service CZ
- 90 **Elektro zboží se má recyklovat** Asekol
- 92 **Sádrokarton for ever** Knauf
- 94 **Učíme klienty dělat byznys online** FG Forrest

CESTA *Exclusive*

2017 KOLEM SVĚTA SOUKROMÝM LETADLEM



BAHAMY • KOLUMBIE • CHILE • VELIKONOČNÍ OSTROV
COOKOVY OSTROVY • NOVÁ KALEDONIE • AUSTRÁLIE
MALAJSIÉ - BORNEO • SINGAPUR • MYANMAR

23. 3. - 17. 4. 2017

ESO travel a.s.
Korunovační 22
170 00 Praha 7
cks@esotravel.cz

Pro bližší informace o Cestě kolem světa
kontaktujte Vašeho osobního poradce
tel.: 603 410 221 nebo 724 589 270

WWW.CESTYKOLEMSVETA.CZ



CZECH TOP 100

podle tržeb za rok 2015

Přinášíme aktualizovaný průběžný žebříček Nejvýznamnějších firem ČR.

TOP 100 DLE TRŽEB 2015

Pořadí	Firma	Tržby za rok 2015 (v tis. Kč)	Pořadí	Firma	Tržby za rok 2015 (v tis. Kč)
1	ŠKODA AUTO a.s.	314,897,000	26	Robert Bosch, spol. s r.o.	19,099,905
2	ČEZ a.s.	210,167,000	27	EUROVIA CS, a.s.	18,530,035
3	AGROFERT, a.s.	167,133,701	28	ŠKODA TRANSPORTATION a.s.	18,518,713
4	RWE Supply & Trading CZ, a.s.	142,006,699	29	Česká pošta, s.p.	18,488,000
5	FOXCONN CZ s.r.o.	126,904,216	30	Shell Czech Republic a.s.	17,195,146
6	Energetický a průmyslový holding, a.s.	124,720,633	31	Panasonic AVC Network Czech, s.r.o.	17,165,675
7	UNIPETROL, a.s.	108,907,000	32	Iveco Czech Republic, a.s.	17,145,191
8	BOSCH Group ČR	48,400,000	33	AT Computers a.s.	17,051,161
9	AHOLD Czech Republic, a.s.	48,300,000	34	Veolia Voda ČR	16,568,673
10	České dráhy, a.s.	37,834,721	35	ČGS HOLDING a.s.	16,304,783
11	O2 Czech Republic a.s.	37,797,000	36	Automotive Lighting s.r.o.	15,951,390
12	Lidl Česká republika v.o.s.	33,604,262	37	Pražská plynárenská a.s.	15,550,241
13	METROSTAV a.s.	31,627,141	38	Tank ONO s.r.o.	15,222,156
14	Siemens s.r.o.	31,249,320	39	ABB s.r.o.	14,000,000
15	GECO, a.s.	29,976,993	40	AGC Flat Glass Czech a.s.	13,291,348
16	MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	28,298,471	41	Ferona, a.s.	13,242,415
17	VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.	28,159,204	42	eD' system Czech, a.s.	12,735,000
18	Porsche Česká republika s.r.o.	25,414,699	43	OHL ŽS, a.s.	12,485,672
19	OKD, a.s.	24,139,710	44	Vodafone Czech Republic a.s.	12,322,000
20	T-Mobile Czech Republic a.s.	24,008,247	45	Imperial Tobacco ČR, s.r.o.	12,137,748
21	BOSCH DIESEL, s.r.o.	23,433,099	46	Lesy České republiky, s.p.	11,848,748
22	ARMEX GROUP s.r.o.	21,083,094	47	STRABAG a.s.	11,688,146
23	METALIMEX a.s.	20,089,658	48	AAA AUTO International a.s.	11,589,000
24	ARMEX Oil, s.r.o.	19,567,169	49	Veolia Energie ČR, a.s.	11,523,237
25	Pražská energetika a.s.	19,125,549			

Pořadí	Firma	Tržby za rok 2015 (v tis. Kč)
50	TRW Automotive Czech s.r.o.	11,487,313
51	Philip Morris ČR a.s.	10,865,757
52	SWS a.s.	10,859,966
53	CARBOUNION BOHEMIA, spol. s r.o.	10,851,814
54	PHARMOS a.s.	10,627,785
55	DEK a.s.	10,278,906
56	Severočeské doly a.s.	9,534,745
57	Toyota Tsusho Europe S. A., organizační složka v ČR	9,512,138
58	Witte Nejdeck, spol. s r.o.	8,958,059
59	KIEKERT-CS, s.r.o.	8,327,056
60	MITAS a.s.	8,188,672
61	FAST ČR a.s.	8,091,662
62	TRANSCARGO s.r.o.	7,988,968
63	CENTROPOL ENERGY, a.s.	7,933,825
64	DEZA, a.s.	7,801,000
65	Kofola ČeskoSlovensko a.s.	7,308,848
66	DHL Express (Czech Republic) s.r.o.	6,925,744
67	Benteler ČR s.r.o.	6,864,749
68	GRAMMER CZ, s.r.o.	6,583,182
69	BORGERS CS spol. s r.o.	6,555,967
70	Lumius, spol. s r.o.	6,500,000
71	Glencore Grain Czech s.r.o	6,429,569
72	Pražské vodovody a kanalizace, a.s.	6,122,913
73	Linde Gas a.s.	5,857,205
74	SWIETWELSKY stavební s.r.o.	5,760,373
75	SILON a.s.	5,683,251
76	Biocel Paskov a.s.	5,679,122

Pořadí	Firma	Tržby za rok 2015 (v tis. Kč)
77	Stora Enso Wood Products Ždírec s.r.o.	5,438,042
78	Spolek pro chemickou a hutní výrobu, akciová společnost	5,400,000
79	Edwards s.r.o.	5,334,039
80	SANDVIK CHOMUTOV PRECISION TUBES spol. s r.o.	5,252,996
81	SPOLANA a.s.	5,252,510
82	Advanced World Transport B.V.	5,174,115
83	HAMÉ, s.ro.	4,873,594
84	MANN + HUMMEL (CZ) s.r.o.	4,837,520
85	Severočeské vodovody a kanalizace, a. s.	4,784,780
86	PROMET GROUP	4,769,720
87	Fakultní nemocnice Ostrava	4,492,985
88	COLAS CZ, a.s.	4,470,156
89	THK RHYTHM AUTOMOTIVE CZECH a.s.	4,180,130
90	KOH-I-NOOR holding a.s.	4,005,157
91	TRCZ s.r.o.	3,986,370
92	AVX Czech Republic s.r.o.	3,971,154
93	SOR Libchavy	3,805,330
94	KAREL HOLOUBEK Trade Group a.s.	3,538,142
95	Faurecia Interior Systems Bohemia s.r.o.	3,521,727
96	ŠKODA JS a.s.	3,509,061
97	Ardagh Metal Packaging CR s.r.o.	3,370,471
98	L I N E T spol. s r.o.	3,334,348
99	Démós trade, a.s.	3,328,087
100	ENERGETIKA TŘINEC, a.s.	3,094,477



cover story



Rodinné stříbro

„Osobně si úspěch užívám velmi tajně a vůči svým kolegům jsem stále stejně tvrdý, stejně jako když jsme se kdysi hrabali z krize,“ říká Roman Blažíček, jednatel společnosti LASSELSBERGER, která pod značkou RAKO vyrábí keramické obklady a dlažby. Ve firmě pracuje šestnáct let a ve vrcholné funkci je od roku 2005.

TEXT: Petr Šlejmar FOTO: Michal Kratochvíl

V těchto dnech jste obdrželi významné ocenění. O co šlo?

Jedná se o soutěž pro výrobce stavebních hmot vypisovanou Ministerstvem průmyslu a obchodu, Svazem podnikatelů ve stavebnictví a Ústavem racionalizace ve stavebnictví. Letošní ročník byl zaměřený na nové technologie s ohledem na životní prostředí. Letos v březnu jsme zprovoznili v závodu Rakovník novou linku a podařilo se nám dosáhnout výrazných energetických úspor. Mimo jiné právě to významně přispělo k získání této ceny.

Jaké máte s novou linkou plány?

Jde o linku na výrobu obkladů využívající nejmodernější technologie. S ní přinášíme výrobu kalibrováných obkladů formátu 30×90 a 30×60 cm a tím se dostáváme do top segmentu keramických obkladaček. Neplánujeme dramaticky zvyšovat výrobní kapacity, mírný nárůst kapacit zde bude zase kompenzovat utlumování výroby v nejstarších provozech. Pro nás je důležité staré technologie nahrazovat novými, což s sebou přináší zásadní úsporu energií, u nás hlavně plynu.

Úspora energií je tedy tak zásadní?

Tento úkol si sami vnitřně stanovujeme už dlouho, ale také nám ho legislativně nařizuje Evropská unie. Bohužel ale z Bruselu od stolu. Dnes zatím neexistují technologie, které by dokázaly oproti starým linkám uspořit víc než 20%, přesto nám EU říká, že musíme do roku 2030 ušetřit 30%. Disproporcí mezi regulací a reálnými technickými možnostmi se ale evropští legislativci nezabývají. To nás velmi poškozuje v rámci konkurenčního boje s neevropskými výrobci.

Bojíte se této konkurence?

Svou nejsilnější stránku cítíme ve středním cenovém segmentu a snažíme se posouvat do vyššího. Takže levné konkurence se bojíme jen přiměřeně, jen v rámci našich nejlevnějších produktových sérií. Navíc existuje spousta dovozců, kteří jsou výrazně levnější než my a my si přitom stále udržujeme tržní podíl přes

40%, což ukazuje na to, že ne vždy si zákazníci vyberou to nejlevnější. Nebojíme se levné konkurence, která má nastavené stejné tržní podmínky. Existuje však spousta výrobců, kterým Evropská unie nenastavuje direktivně pravidla jak pro obchod, tak pro výrobu jako nám a ti mají konkurenční výhodu. Jedná se třeba o turecké výrobce, kteří v našem oboru patří k těm nejdynamičtějším právě proto, že nejsou zatěžováni mnohdy zbytečnými evropskými regulacemi.

Úspěch neznamená spát a těšit se z něj, ale připravit se na horší časy, které zase přijdou.

S hospodářskou krizí po roce 2008 jste se vyrovnali obdivuhodně.

Jakou jste zvolili cestu?

Krise snížila českému stavebnictví produkci o 30%. Dramaticky došlo k poklesu prodeje ve východní Evropě, kam jsme před krizí výrazně směřovali obchodní aktivity a věřili jsme východoevropskému boomu a rozvoji tohoto trhu. Ale Rusko a Ukrajina se najednou propadly o 80%. Krize tak totálně přehodnotila pohled na mapu našich trhů a rozhodla, že naše orientace musí být na stabilnější ekonomiky. Na západní Evropu a s tím hledání dalších alternativ na celém světě. Znamenalo to změnu obchodní orientace a postupné přebudování našeho sortimentu a zaměření na design, který se líbí více na západě. Bylo to téměř jako sázka na jednu kartu, kdy hrozilo, že nás noví potenciální zákazníci neakceptují a celé se to sesype. Během tří, čtyř let se

nám podařilo sortiment přebudovat. Mimo to se krizí také výrazně změnil poměr mezi tuzemským prodejem a exportem. Před ní jsme se pohybovali někde na úrovni 50/50%, nyní jsme na úrovni 70/30% ve prospěch exportu. Ale teprve až v současnosti jsme na stejných výrobních kapacitách jako před krizí.

Pomohla vám v té době dlouhá tradice značky RAKO?

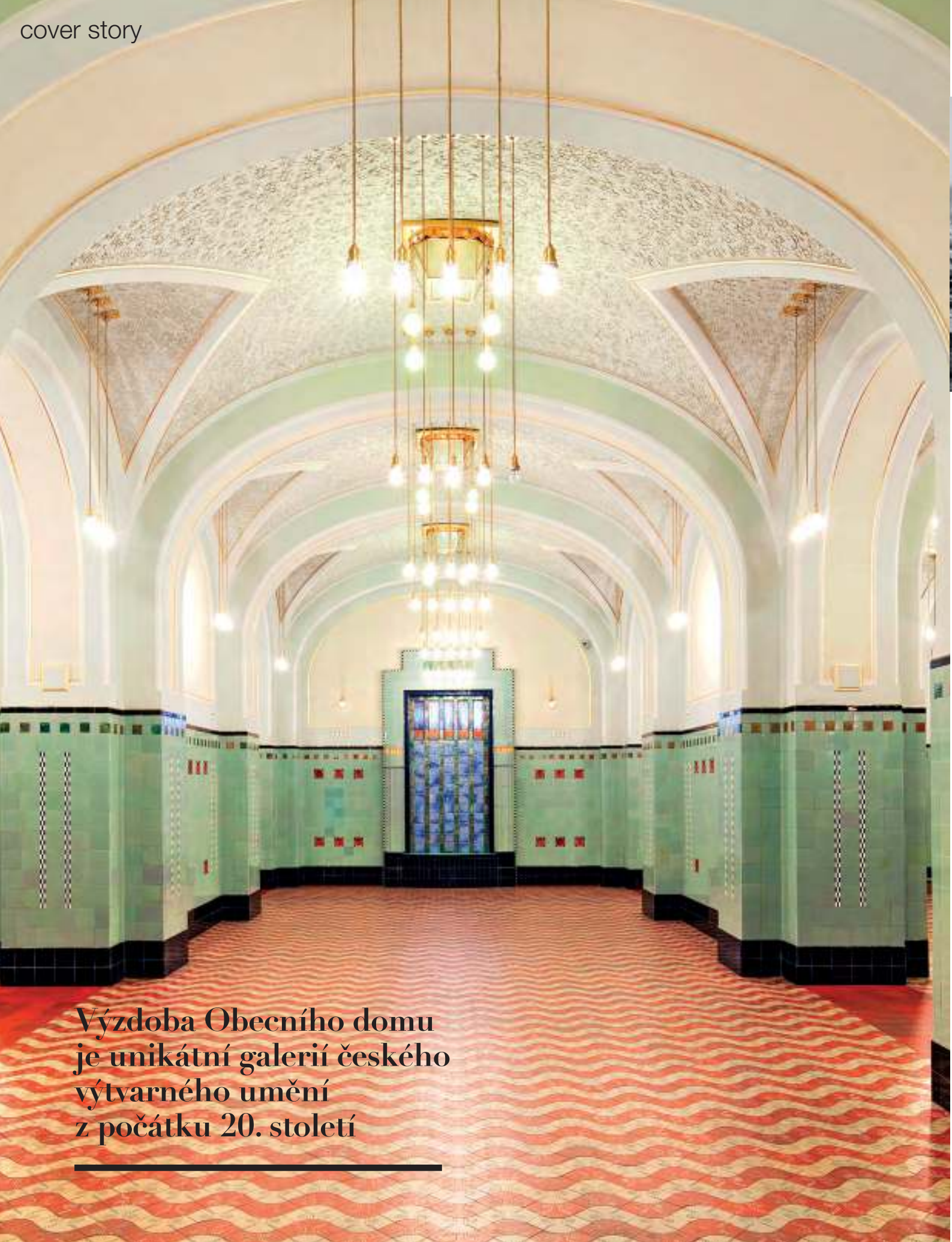
Určitě na lokálních trzích. Jsem přesvědčený, že značka tady historicky zanechala dobrou práci, je to takové rodinné stříbro této země a díky tomu se podařilo krizové období překonat lépe. Myslím si, že se budeme o tuto tradici značky významně opírat i do budoucna a že to pro nás bude minimálně na tomto tuzemském trhu argument, proč by si nás měli zákazníci vybrat. I v krizi naši koncoví spotřebitelé sice stále tíhli ke značce, ale kromě nich jsou našimi zákazníky třeba developeři a stavební firmy. U nich v době krize nehrála až tak roli značka, ale cena. Ten pokles 30% na českém trhu se prostě projevil.

Sáhne po vás dnes český zákazník častěji? Mění se jeho myšlení?

Určitě se zlepšuje, ale stále nedosahuje takové loajality, s jakou se lze setkat na rakouském nebo německém trhu.

Jak vnímáte úspěch?

Kdybychom nebyli úspěšnější, už bychom tady nebyli. Za naším úspěchem stojí 1600 zaměstnanců. Ze současného zvýšeného zájmu o naše produkty jsme se paradoxně dostali do polohy, kdy je úspěch pro nás až nebezpečný. Dnes máme téměř vyprodané výrobní kapacity, naši obchodní partneři by od nás chtěli kupovat víc a my to nejsme momentálně schopni vyrobit. Což je druhotný produkt úspěchu. Úspěch neznamená spát, těšit se z něj, ale být připravený na horší časy, které zase přijdou. Já osobně si úspěch užívám velmi tajně a vůči svým kolegům jsem stále stejně tvrdý, jako když jsme se kdysi hrabali z krize. ■



**Výzdoba Obecního domu
je unikátní galerií českého
výtvarného umění
z počátku 20. století**



Kachle, obklady a dlažba RAKO v kuchyni kubistického skvostu, Bauerovy vily v Libodřicích, postavené v r. 1914.



V Café Imperial hledí hosté fascinovaně do stropu už od roku 1914. Není divu... fascinující art deco výzdoba keramickými obklady RAKO patří k světovým unikátům.



Keramika RAKO v Obecním domě z r. 1912, to nejsou jen obklady, ale celé secesní obrazy!

Dojímají vás těžké začátky velkých příběhů? Pak čtěte dál, značka RAKO má právě jeden z nich: Když povodeň na Rakovnicku v roce 1882 zatopila a zničila celou soustavu nadějně se rozvíjejících kamenouhelných šachet, nikdo netušil, že se z katastrofy zrodí nejslavnější české keramické závody a nejvýznamnější průmysl Rakovnicka. V šachtách nebylo možné obnovit těžbu, ale zbylé budovy, vlečku a část technického vybavení se majitel dolů, uhelná společnost Moravia, rozhodl využít pro keramickou výrobu. Jako výchozí surovinu

bylo možné použít haldy lupků (hlušiny doprovázející těžbu uhlí) a místní jíly. V roce 1883 byla zahájena výroba žáruvzdorných cihel a režných dlaždic. Počátkem roku 1898 továrnu koupili pánové Kasalovský a Sommerschuh. Emil Sommerschuh byl synem známého pražského keramika a výrobce kachlových kamen a díky jeho schopnostem, znalostem a spolupráci s řadou malířů, sochařů a architektů se nabídka továrny brzy rozšířila o pórovité obkládačky, nové druhy kachlů a kachlových kamen, mozaikovitě obklady a la perské koberce i keramické obrazy a fasádové obkládačky. Velkolepý příběh začíná!



Bildungscampus, Vídeň,
r. 2015



Lappersdorf, Bavorsko,
r. 2016



Hodiny symbolizující
24 denních a nočních
barev RAKO

NEW 24 HOURS COLOR SYSTEM



Privátní koupelna,
r. 2015

V devadesátých letech přinesla změna hospodářsko-politických podmínek přeměnu národního podniku na akciovou společnost. V letech 1994–2002 se stal majoritním vlastníkem akcií Rakovnických keramických závodů německý výrobce stavební keramiky Deutsche Steinzeug Cremer and Breuer AG, kterého v r. 2002 vystřídala rodinná firma LASSELSBERGER z Rakouska, která začlenila RAKO do své společnosti. LASSELSBERGER, s.r.o. je v současnosti jediným výrobcem keramických obkladů v ČR a zároveň se řadí k největším evropským výrobcům obkladových materiálů. LASSELSBERGER, s.r.o. zachovává

a rozvíjí tradici české značky RAKO více než 130 let a díky značkám keramických obkladů RAKO HOME, RAKO OBJECT a stavební chemii RAKO SYSTEM nabízí komplexní řešení. Nyní zde pracuje 1600 lidí v pěti výrobních závodech: Chlumčany, Lubná u Rakovníka, Horní Bříza, Podbořany, Borovany. Společnosti LASSELSBERGER, s.r.o. se v roce 2015 podařilo prodat téměř 28 mil. m² keramických obkladů a dlažeb. Více než 2/3 celkové produkce činil v roce 2015 export, v tuzemsku zůstalo méně než 1/3 obkladů. Export výrobků RAKO byl do 65 zemí 5 kontinentů.



Obytná hala
s krbem
v rodinném domě
v Domažlicích,
r. 2015



Obklady pražského
tunelu Blanka,
otevřeno v r. 2015



Rekonstrukce a přístavba
veřejného bazénu
v Klatovech, v r. 2015

**Příběh keramické mozaiky začíná
už ve 4. tisíciletí př. n. l.
v Mezopotámii a pokračuje dál...**



SVEZTE SE NA VLNĚ DIGITÁLNÍ TRANSFORMACE

Softwarová platforma **CIRCULARO** pro řešení moderní digitální kanceláře bez šanonů získala prestižní ocenění v kategorii Trendsetter inovace na mezinárodní Fujitsu ICC konferenci v Londýně. Toto ocenění podtrhuje důležitý trend dnešní doby, kdy manažeři a uživatelé hledají jednoduché a flexibilní webové a mobilní aplikace, které poskytují maximální pracovní komfort.

České společnosti **PALAXO** se daří tento trend naplňovat nejen povedeným designem **CIRCULARO** Platformy, ale zejména propojením tradičního světa digitalizace, vytváření a správy dokumentů s novou Google filozofií snadné navigace a okamžitého vyhledávání veškerých záznamů. To vše s plnohodnotným mobilním přístupem a přímočarou integrací do již existujících aplikací a systémů.

Digitální kancelář bez papírů, tak nemusí být jen vzdálenou fikcí. Právě jednoduché aplikace a systémy mohou být tím klíčovým katalyzátorem pozitivních změn.

Tři prestižní ocenění v oblasti inovace (2014 Berlin, 2015 Praha/Dubai, 2016 Londýn). Systém využívají velké korporace, finanční instituce, státní správa, ale i malé a střední firmy. To vše je Circularo.com



Koupelna i krize je víc než jen očista

Jiří Ježek je majitelem české značky Sapho koupelny, která se dokázala nejen úspěšně prosadit na českém trhu, ale expanduje i do zahraničí. Jak našel český podnikatel způsob být jedinečný? TEXT: Rostislav Zeman FOTO: Veronika Raffajová a archiv



Značka Sapho koupelny je synonymem designových koupelen. Kde se vzalo vaše podnikatelské zaměření?

Design mě vždycky bavil, ale to jsem zjistil až později. Podnikatelem jsem se stal ve dvaceti letech a hlavním impulsem byla touha podnikat. Ta touha byla silnější než nějaké estetické preference. Chtěl jsem

prostě něco dělat sám, protože jsem měl zkušenost s prací ve státním podniku... A protože v té době jsem se hodně věnoval hudbě, chtěl jsem půjčovat CD. V roce 1990 došlo k něčemu, o čem jsme celou dobu za komunistů jen snili – byla k dispozici jakákoliv deska jakéhokoliv žánru, což mě vedlo k tomu, že jsem chtěl nakoupit hudební nosiče a začít je půjčovat.

Měl jste kapitál na rozjezd podnikání?

Peníze mi půjčil táta. Pak jsem jel do Vídně za strýcem, který mi měl nákup CD zprostředkovat. Při té příležitosti mě seznámil se svým vnukem, který pracoval v koupelnové branži. Mimo jiné mi ukázal vodovodní baterie, jaké jsem do té doby neviděl, protože tady takové ani nebyly.

Jak to dopadlo s půjčovnou cédéček?

Ta se nakonec nekonala, z Vídně jsem odjížděl s novou vizí. V té době se už začínalo ukazovat, že i s ohledem na opatření ze strany OSA (Ochranný svaz autorský) bude hudební půjčovni byznys výhledově docela obtížný.

První prodejna Sapho prý měla rozměry jako dlaň - jak vznikala?

V Praze-Letňanech se v rámci uvolňování socialistické ekonomiky pronajímaly pidiobchůdky a otec kamaráda v jednom krámku končil s opravnou televizí, neboť šel do důchodu. Tak jsme si obchůdek po něm pronajali. Neměli jsme peníze, abychom něco nakoupili, ale i kdybychom je měli, stejně nebylo co nakoupit. Nějaké drobnosti prodával Technomat, ale jinak tady ani nebyla představa, že by se něco do koupelen mohlo prodávat proto, aby dobře vypadaly a nějak příjemně fungovaly. Místní výrobci žádné zboží neměli a když měli, tak ho prodali jen těm, k nimž měli vazby z dřívějšíka. A pokud jsme přivezli zboží zvenku, bylo zase drahé. Koupelen jsme se ale drželi od úplného začátku. Vzpomínám si, když jsem zkraje říkal tchánovi: pustíme se do koupelen, zareagoval: „A nechceš k tomu



Sídlo společnosti Sapho
v Praze-Libeznicích

prodávat třeba kytky? Aby tam vůbec přišli nějací zákazníci....“ Táta mě v té době podpořil a pak záhy přišel do firmy a její začátky jsme tak prožili spolu. Když jsme v lednu 1991 otevřeli ten pidiobchod, byli jsme jedni z prvních, pokud ne první, kdo v Praze udělal koupelnové studio, i když v miniprovedení a na koleně. Ale měli jsme už vystavenou koupelnu, komplet obloženou a s umyvadlem včetně mýdelničky. A návštěvníci ji celou taktó zbudovanou chtěli koupit. Necháпали, že někdo jen tak zbudoval koupelnovou kóji k prohlédnutí.

Když se ohlédneme za čtvrtstoletím, během něhož jste se stali jedním ze stěžejních tvůrců trhu s vybavením pro koupelny u nás, co byste z dnešního pohledu udělal jinak?

První desetiletí bylo velmi obtížné z hlediska financí, protože jsme se nechtěli zadlužovat, a tak jsme mnoho projektů nemohli uskutečnit; prostě na ně nebyly peníze. Z druhé strany vzato nás to naučilo mít k penězům jiný vztah a jinak hospodařit, než když si člověk půjčí velkou částku a pak to přepískne. Takže viděno dnešními očima, snažil bych se vzít úvěr, aby firma mohla expandovat rovnoměrněji.

Proč jste měl zábrany ohledně rozumného zadlužení? Vždyť v raném kapitalismu u nás si řada firem půjčovala ostošest.

Asi to bylo tím, že jsem založením spíš skeptik než optimista. A vždycky jsem byl větší skeptik z hlediska vývoje trhu. Ačkoliv mnoho lidí si po roce 1989 stěžuje, že se zase tak moc neudálo a že je to dnes podobně špatné jako kdysi, při svém skepticizmu jsem vlastně překvapený vším, co se událo a změnilo. Změny v mnoha

„Máme cit na věci i lidi, kteří jsou schopni nápad překreslit a dál rozvinout.“

ohledech překonaly moje očekávání. Kdybych však byl větší optimista, možná by mi to víc pomohlo při rozvoji firmy, který se tak v čase přece jen o něco protáhl.

Co vnímáte jako klíč úspěšnosti firmy SAPHO koupelny?

Hlavní myšlenka, které se při podnikání držíme bezmála čtvrtstoletí je, že to děláme jinak. Chceme to dělat jinak a chceme to dělat lépe, čímž se vymezujeme oproti konkurenci a získáváme zákazníky, kteří oceňují to, co a jak děláme.

Můžeme koncept vaší obchodní výlučnosti konkretizovat?

Dokážeme vše z katalogu o několika tisících položkách dodat do 24 hodin. Máme svůj vývoj, ze kterého vzejdou naše jedinečné produkty. Sážíme na to, abychom měli výrobky, které jsou vždycky jiné, překonávají konkurenci, což souvisí právě s vývojem a sledováním trendů. Máme cit na věci i lidi, kteří jsou schopni solidní nápad překreslit a dál rozvinout. Pak je samozřejmě důležité dostat výsledek k zákazníkovi, což jsme ale vždycky uměli, obchod byl odjakživa naše doména.. A když máte zajištěný odbyt, máte i zpětnou vazbu o tom, co by se asi

mělo dělat a výroba je pak jednodušší. Začít výrobou a nevědět nic o dopadu vaší nabídky pak totiž snadno vede k tomu, že vyrábíte pro sklad.

Obhájit si ve firmě složku vývoje, aniž mám nadbytek kapitálu, to chce dávku vizionářství, protože ekonomický zisk se dostaví až s prodlevou a napřed musím mít finance na vyplacení designéra...

Zpočátku jsme vyráběli vany, které jsme někde viděli. Pak už nás to ale nebavilo, chtěli jsme být jiní a docházelo k přerodu. Vždycky jsme chtěli budovat značku a při expanzi do zahraničí se to ukázalo ještě důležitější než na českém trhu. Neprodáváme nikoho jiného, nýbrž sebe, naši značku a na to je skvělá odezva. Vyvážíme přitom nejenom na Slovensko, do Maďarska nebo Polska, ale i do Skandinávie, Anglie, Německa, Francie... Tam všude nás berou jako značku, která nabízí něco jiného a cítím, že to je správný směr.

Když byste měl budoucím podnikatelům vymezit předpoklady úspěchu, které by to byly – kromě již zmíněné snahy o jedinečnost?

Vedle snahy přinést na trh něco nového je to i pokora v časovém rozmezí. Dnes se mnoho mluví a píše o firmách, které vznikly před rokem, dvěma - většinou jde o start-upy. Ale firma, kterou někdo buduje s vědomím, že příští rok si ještě nekoupí jachtu ani vrtulník, je nutné budovat s vizí a vírou, že firma bude na trhu déle. V tom případě je nezbytné odhodlání, že chcete ve zvolené branži působit a držet se nastoupené cesty a právě to by měl být motor úspěchu.

Mimochodem jaký z hmotných snů jste si podnikáním splnil?

Můj sen na začátku byl pragmatický a zároveň obyčejný, protože část mládí jsem prožil v paneláku. Takže jsem měl sen o zahradě a ten se mi splnil už dávno. Tím největším snem je ale rodina, aby byla v pořádku, abychom byli zdraví, měli jsme se rádi... Tento sen je pro mě důležitější než jakýkoliv sen hmotné povahy.

Jistě byly i krizové okamžiky, kdy jste zvažoval, zda podnikání nezabalit. Kdy to bylo nejnaléhavější?

Jediná krize, kterou jsem zažil a na niž vzpomínám rád i nerad, byla před asi osmi lety, než začala ta společensko-

ekonomická krize. Nedlouho předtím jsem totiž cítil obrovský tlak ze strany zaměstnanců na svoji osobu. Trh roku 2007 byl našlápnutý, všechno skvěle jelo, prodávalo se, ale v rovině personální bylo všechno hektické a už jsem toho začínal mít plné zuby. Říkal jsem si, že firmu prodám a budu se věnovat v tichu a v ústraní svým koníčkům.

Co vás z krize vyvedlo?

Shodou okolností přijel kamarád, který byl několikrát v Asii, v Thajsku, kde já jsem byl předtím jen jednou. Navrhl mi: pojď tam znovu, pojedeme spolu, ale aspoň tak na tři měsíce. Koukal jsem na něj vyjeveně, protože zkraje podnikání jsem dovolenou neměl žádnou a později nebyla delší než 2 až 3 týdny. A sbalit se a všechno nechat na několik měsíců... Přišlo mi to divné. Ale narodilo se nám dítě, tak jsme si se ženou řekli, že to zkusíme. Položí se to tady nebo to bude fungovat i bez nás? – tak stála otázka. Fakt je, že jsem tam duševně omládl asi o deset let, oprostil jsem se od problémů, co doléhaly předtím, byl jsem nabitý energií a velmi mi to pomohlo k tomu, abych mohl pokračovat dál.

A pak přišla ta společensko-ekonomická krize...

Nás se krize de facto nedotkla. V krizi jsme rostli. Trefně nám to říkal švýcarský odběratel, s nímž spolupracujeme 20 let a vždycky přesně dodržel to, co slíboval. Když krize začala, říkal: klid, to přejde, to je normální, krize skončí, ale po čase přijde zase další. Myslím si, že ta další bude pro nás Čechy čitelnější. My ve firmě už o ní mluvíme a i tím se na ni mentálně

taky připravujeme. Bylo by nenormální, kdyby nepřišla – asi nás musí i takové jevy doprovázet, je to svého druhu očista a zdroj posílení.

Jaké nejčastější chyby se lidi při zařizování nebo obnově koupelny dopouštějí?

Zapomínají brát v úvahu budovu, v níž se koupelna nachází. Ta by totiž měla být v souladu s budovou. Pro mnoho lidí je koupelna něco funkčního, kde se umyjí, ale už nemusí souviset s obývacím, chodbou, pláštěm budovy... A to je chyba. Ideální koupelna není jen ta, kde smyju nečistotu za celý den, ale i ta, v níž vládne přítmí, svítí jen světla ve vodě a užíváte si v bublinkách... Uskutečnit takový sen v prostorné koupelně není těžké. Ale aby malá koupelna byla maximálně funkční, to už je oříšek, který většinou umí rozlousknout jen odborníci. Bohužel často dochází k tomu, že lidé s malou koupelnou je ani neosloví, protože si říkají: Co budu vymýšlet s malou koupelnou... Jenže to je právě omyl. Právě malá koupelna je výzvou.

Zaobíráte se myšlenkou, co bude s firmou, až v ní jednou nebudete?

Snažím se zapojovat a vést k pokračování potomky, ale jde o dvě těžké váhy, které jsou poněkud v protikladu. Na jednu stranu, když je budu k firmě hodně přitahovat, může se stát, že k ní nebudou mít odpovídající vztah. A když je zase budu od firmy držet stranou, může hrozit, že nikdy nepřijdou a nikdy to ani nezkusí. Takže je to pro mě jisté dilema. Mám čtyři děti a je to moje obrovské přání, aby někdo z nich po mně otěže firmy jednou převzal.



O SPOLEČNOSTI SAPHO KOUPELNY

- Jiří Ježek – zakladatel, vlastník firmy a jednatel
Původní profesí technik, obchodníkem se stal coby samouk. V r. 1994 dospěl k důležitému rozhodnutí, že svoji firmu zaměří výlučně na velkoobchod. Má čtyři děti se dvěma ženami, dvě malé a dvě dospělé (20 a 23 let).
- Obraty firmy 1991 – 200 tisíc Kč měsíčně, v současnosti 50 milionů Kč/měs.
- Počet zaměstnanců – v r. 1991 tři osoby (Jiří Ježek s manželkou, po roce jeho otec plus jeden zaměstnanec). V současnosti, kdy firma rozšířila nabídku i o kuchyně, je zaměstnanců 150. Poměr vyrábějících a prodávajících je 1 : 1.
- V soukromí vlastní koupelny preferuje: „Spíš starší věci a doplňky, které se hned tak neokoukají.“
- Jako výraz TOP prestiže v koupelně vnímá: „Prostorný sprchový kout a vedle něj hydromasážní vanu. Právě tak to mám u sebe doma.“
- Dosud nesplněný podnikatelský sen: „Založení továrny na výrobu sanitární keramiky, která má v naší zemi velkou tradici.“



Pohled do výstavní expozice na brněnském veletrhu



ČESKÉ SPORTOVNÍ HRY 2016

V dnech 8. a 9. září se do sportovních areálů v Praze 9 sjelo z celé republiky více než 400 reprezentantů tuzemských společností. Firemní sportovce tentokrát doplnily i děti z pražských základních škol, které v rámci her měly samostatný atletický program. Letošní akce navázala na loňské hostivařské klání, které založilo tradici společného sportování zaměstnanců a zaměstnavatelů. Děkujeme všem partnerům a sponzorům, kteří umožnili konání her! Komu se v Praze líbilo, jistě své pozitivní zkušenosti přenesou i na své okolí.

Text: Aleš Pospíšil FOTO: Michael Kratochvíl, archiv

Poměřit svůj výkon s ostatními nebo si jen vyzkoušet úplně nový sport, to vše mohli účastníci ve sportovním areálu Podvinný mlýn, Sportcentru Prosek a dalších partnerských sportovištích na Praze 9. Soutěžilo se v těchto sportovních disciplínách: malá kopaná, stolní tenis, volejbal, tenis, nohejbal a minigolf. Jako bonus bylo možné si nechat změřit skladbu těla, vyzkoušet cvičení pro zdravá záda, kompenzační cvičení, využít výživového poradenství nebo si vychutnat masáž.





^ Pitný režim byl v horkém počasí velmi důležitý, stánek Bernard byl v neustálém obležení



^ Tradičním partnerem Českých sportovních her jsou odbory, díky nimž byl letošní počet účastníků rekordně vysoký - například oproti loňsku dokonce trojnásobný!



^ Všechny časy i výsledky detailně propočítávali přátelé z I.S.C. Sports



^ Sportoviště Prahy 9 se zaplnila nadšenými sportovci z celé republiky.



^ Soustředění a rozvičení před sportovními výkony brali všichni s plnou zodpovědností.



^ Za dávky vitaminů děkujeme společnosti Čeroz.



^ Pohár pro nejlepší tenistku putuje do rukou půvabné Jany Hnilicové



^ Pohár z rukou místostarosty MČ Praha 9, Adama Vážanského, má svou váhu!



^ Reportérka regionalnitatelevice.cz zpovídá viceprezidenta CZECH TOP 100 Aleše Pospíšila



^ Naším cílem bylo zapojit do sportovního zápolení i děti. Jak vidíte, podařilo se to skvěle!

^ Stejně jako loni, i letos patřilo zastoupení firmy Mitas mezi nejúspěšnější účastníky Českých sportovních her.





^ Fotbalový turnaj patřil mezi nejméně sledované sporty



^ V akci! Generální ředitelka AAA Auto Praha Karolína Topolová, jak ji neznáte...



^ Turnaje ve stolním tenisu jsou vždy plné napětí.

VÝSLEDKOVÁ LISTINA

Běh muži

1.	Jakub Coufal	Witte Automotive Nejdek
2.	Ondřej Schütze	Witte Automotive Nejdek
3.	Jiří Šilhan	Witte Automotive Nejdek

Běh ženy

1.	Hana Houšková	Mitas
2.	Klára Dudková	Equa bank
3.	Jana Zamazalová	Witte Automotive Nejdek

Běh štafetový

1.	Witte Automotive Nejdek	
2.	Mitas Praha	
3.	Würth	

Stolní tenis - dvouhra

1.	Martin Matějček	SPS Prezidium Praha
2.	Kamil Knybl	SPS Prezidium Praha
3.	Jiří Čížek	SPS Prezidium Praha

Stolní tenis - čtyřhra

1.	SPS Prezidium Praha_2	Martin Matějček, Kamil Knybl
2.	SPS Prezidium Praha_3	Petr Janoščík, Pavel Štěpánek
3.	SPS Prezidium Praha_1	Jiří Čížek, Petr Veselý

Minigolf

1.	Kamil Opelka	Multisport
2.	Jan Špaňko	Safina
3.	Tomáš Dedek	Multisport

Nohejbal

1.	TipSport.net	
2.	LL Jáchymov	
3.	AAA Auto	

Tenis muži

1.	Martin Emr	Čerozfrucht
2.	Jaroslav Pytlík	Bosch Diesel
3.	Karel Klusák	OS Echo

Tenis ženy

1.	Jana Hnilicová	Čerozfrucht
2.	Eva Růžičková	ČSOB
3.	Martina Talašová	ČSOB

Tenis čtyřhra

1.	Pavel Šírl, Dušan Joppa	Domansky / Mitas
2.	Karel Lenický, Jan Uhřík	TipSport.net
3.	Karel Jůn, Jaroslav Pytlík	Bosch Diesel

Volejbal

1.	Witte Automotive Nejdek	
2.	Mitas	
3.	Equa bank	

Malá kopaná

1.	Penny Market	
2.	Mitas Otrokovice	
3.	TipSport.net	



^ Firma Prominent se postarala, aby naši sportovci netrpěli hladem a měli po celý den dost sil.



^ V předvečer litéch bojů se účastníci her inspirovali a namotivovali v Síni slávy českého hokeje.



> Multisport, náš partner a spolupořadatel, připravil zajímavé doprovodné programy. Znáte někoho, kdo by odmítl masáže?

Partneři Českých sportovních her



TĚŠÍME SE NA ČESKÉ SPORTOVNÍ HRY 2017!

...Až na stupně vítězů

Místopředsedkyně
Českomoravské
konfederace odborových
svazů Radka Sokolová
o účasti ČMKOS na
letošním ročníku her.

Jak hodnotíte zvyšující se zájem zaměstnavatelů o participování na sportování a pohybových aktivitách svých zaměstnanců?

Žijeme v době, kdy stále většina z nás někam spěchá, roste stres, zvyšují se nároky na zaměstnance. Podporuje-li zaměstnavatel sport a pohybové aktivity svých zaměstnanců, dělá to nejen pro zaměstnance, ale také pro sebe. Podporu zaměstnanců v oblasti sportu považují za velmi důležitou a jsem velice ráda, že vznikl projekt České sportovní hry, který nabízí nejen výbornou příležitost společně si zasportovat, ale také poznávat nové lidi.

Podporuje ČMKOS v rámci svých organizací nějakým způsobem pohybové aktivity?

V odborech má podpora sportování velmi dlouhou tradici. Řada odborových svazů a odborových organizací pořádá sportovní hry či turnaje a paleta sportů je velice pestrá. Měla jsem možnost některé z odborářských sportovních klání navštívit. Například turnaje Odborového svazu zdravotnictví a sociální péče ČR v nohejbale, kuželkách či odbíjené a sportovní hry Odborového svazu ECHO, na kterých se setkává na 350 sportovců - odborářů z celé republiky a utkávají se v bowlingu, kuželkách, nohejbalu, fotbalu, stolním tenisu, tenisu atd. Protože pro nás je podpora sportovních aktivit důležitá, byla jsem od samotného počátku nadšená projektem Českých sportovních her, který má od ČMKOS velkou podporu.



Účastnily se některé konkrétní organizace ČMKOS letošního ročníku Českých sportovních her?

Nejen že se účastnily, ale řada z nich se probojovala na stupně vítězů. Výborné výkony podávali odboráři z Mitasu Otrokovice, Léčebných lázní Jáchymov, Odborového svazu ECHO, Diesel Bosch, či Odborového svazu hasičů. A tím není seznam rozhodně vyčerpán. Svě zástupce na sportovních hrách měla také Základní odborová organizace Chemopetrol a Odborová organizace při oblastním inspektorátu práce. Pro řadu lidí bylo překvapením, že sportují také profesionální hudebníci což dokazuje účast člena Unie orchestrálních hudebníků.

Jak hodnotíte coby partner CZECH TOP 100 letošní ročník Českých sportovních her?

Letošní ročník hodnotím velice kladně. Téměř celý den jsem strávila ve sportovním areálu na Podvinném mlýně. Měla jsem tak možnost nahlédnout mezi stolní tenisty, fandit kolegům nohejbalistům a podpořit fotbalisty. Velmi vhodnou formou bylo zvoleno občerstvení pro sportovce a nadšená jsem byla také

z doprovodného programu. Jedna věc mě však trochu mrzela, že nemohly probíhat všechny sporty v jednom areálu. Pokud by se v budoucnu podařilo najít sportovní areál, kde se mohou potkávat sportovci ze všech disciplín, bylo by to určitě bezvadné.

Myslíte, že se ze sportu stane v budoucnu ještě více celospolečenský fenomén?

To je těžké odhadnout, ale rozhodně akce typu Českých sportovních her dle mého jednoznačně přispívají k tomu, aby ke sportování motivovaly. Jsem přesvědčena, že zájem o další ročníky těchto her bude důkazem, že i ti, kdo se sportu nevěnovali, budou řady sportovců rozšiřovat.

Vy sama pravidelně sportujete?

Je-li příležitost, zahraj si bowling či kuželky, občas si zajdu zaplavat. Za pohybovou aktivitu beru také kurs salsy, který jsem v nedávné době absolvovala. Při různých příležitostech jsem se aktivně zapojovala i do sportovních míčových her jako nohejbal či volejbal, ale na to už mi dnes nezbyvá čas. Asi se budu muset zamyslet, abych se v příštím ročníku sportovních her mohla aktivně zapojit. ■

Jednou nohou v nebi

Martin Šonka patří do vybrané společnosti špičkových leteckých akrobatů, jako pilot Red Bull Teamu absolvuje prestižní závody Air Race po celém světě. Jako místo rozhovoru si ale určil miniletiště u Tábora.

TEXT: Rostislav Zeman FOTO: Red Bull Content Pool





Pan správce se divil, co tady budete dělat, že vás tu často nevidí. Přitom v Táboře přece bydlíte?

Začal jsem v Táboře s létáním, jsem tady doma, ale přes sezonu létám v Moravské Třebové, protože tam už roky trénuji leteckou akrobacii. Od 70. let je tam středisko vrcholového sportu, takže lidi jsou zvyklí na hluk a hlavně jsou tam prostory, kde se dá létat, kde nikde poblíž není dům, takže tam hlukem nikoho nerušíme. Tady v Táboře se snažím místní hluku ušetřit, aby mi nehrozili, ale spíš mávali, když sem čas od času přiletím na letecký den. A hlavně v Moravské Třebové je reprezentační trenér Stano Bajzík a s ním se snažím co nejvíc trénovat.

Ale to je trenér celé reprezentace, nejsem váš, nebo se pletu?

Dopadlo to tak, že prakticky je téměř můj osobní trenér, protože v dnešní době se reprezentace už tak moc nesoustřeďuje v Moravské Třebové, jako to fungovalo dřív, když akrobatická letadla byla vlastně jenom tam. Dnes má každý svoje letadlo, trénuje si na svém letišti, najímá si svoje trenéry kolikrát i ze světa...

Je to pro vás dobré řešení? Víc asi máte kontrolu nad svojí leteckou existencí, ale je s tím asi i hromada starostí navíc...

No právě. A je k tomu zapotřebí taky hromada peněz. Dřív to bylo rozhodně lepší v tom smyslu, že letecká akrobacie byla otevřenější pro širší skupinu lidí.

Dnes už je to sport v jistém smyslu elitářský, který může provozovat jen úzká skupina lidí. Dříve se létalo zadarmo a akrobacie byla podporovaná státem natolik, že se dalo létat i trénovat hodně. Najít talenty, dost s nimi nalétat, udělat výsledky na světových závodech bylo mnohem jednodušší než dnes, kdy je to už věc jen těch nejzapálenějších, kteří si k tomu dokážou sehnat peníze. A to už je obrovské síto. A i když takoví lidé jsou, vstupuje do hry ještě další faktor, že trénink vás stojí kvanta času a energie, často bolí a málokdo chce být večer tak moc rozlámaný, protože máte hlavu unavenou ze všech géček přetížení a rotací... A další den to samé nanovo. A do toho musíte jít oslovovat sponzora, aby vám dal miliony korun, abyste si mohl třeba taky koupit letadlo.

Kolik máte akrobatických letadel?

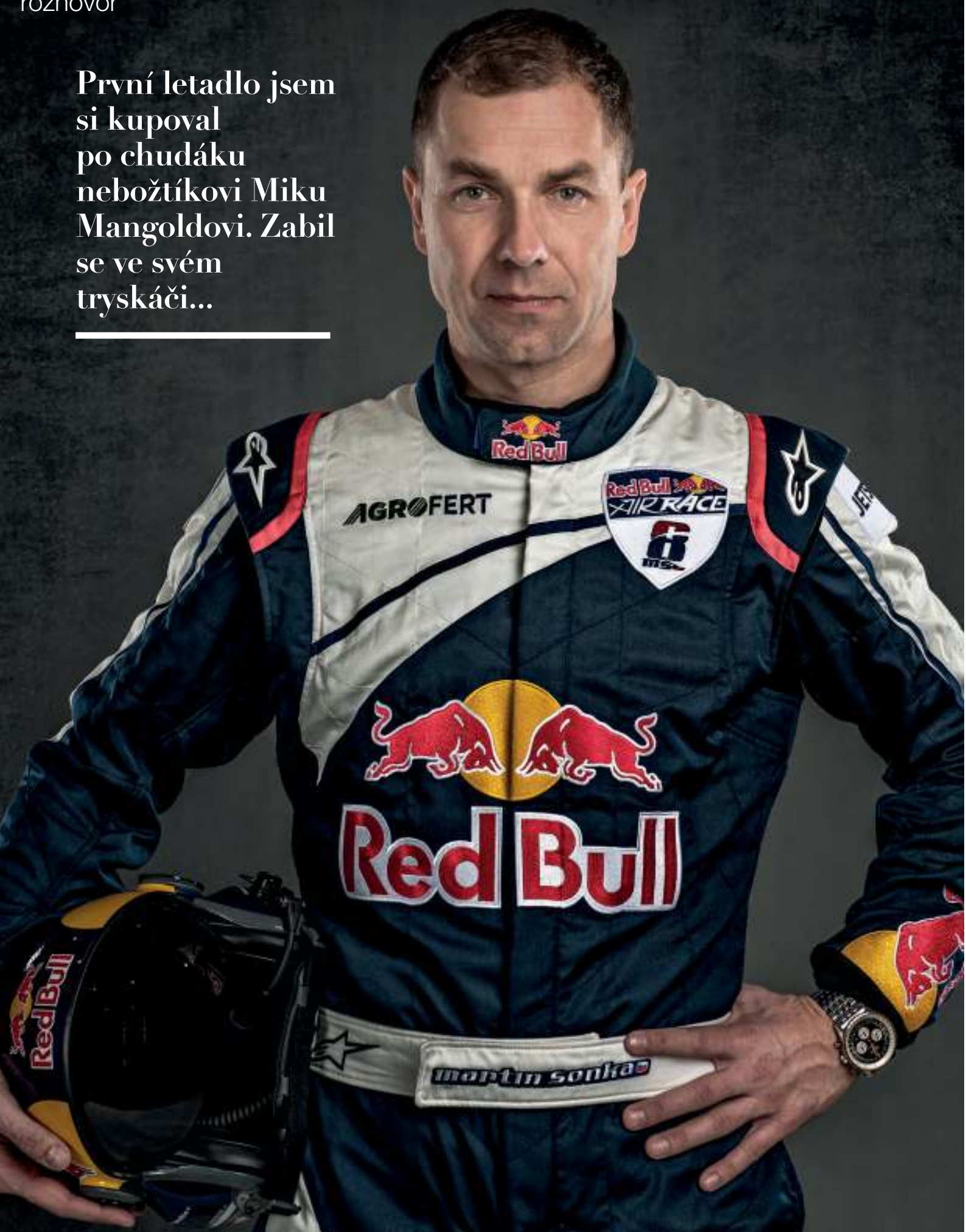
Používám tři letadla, z toho jedno je moje, což je závodní Edge 540 V3. Letadlo Extra 300 SR, s nímž se účastním akrobatických závodů, je sponzora Red Bull. A pak mám Zlín Z143, což je vlastnictví továrny z Otrokovic vyrábějící letadla, která mi ho coby sponzor dává k dispozici. Občas mi tedy stojí v hangáru tři letadla, ale jenom jedno mi říká pane a ještě ho splácím.

Jak takové splácení vypadá konkrétně?

Umožňuji dluh takovým způsobem, aby mi stále zůstávaly i prostředky nutné na vývoj letadla, na placení týmu a zajištění jeho provozu atd.



První letadlo jsem
si kupoval
po chudáku
nebožtíkovi Miku
Mangoldovi. Zabil
se ve svém
tryskáči...



Bavíme se o penězích, které vám sponzor týmu, firma Red Bull poskytne na každou sezonu za účast v závod Air Race? Četl jsem, že je to zhruba 30 miliónů Kč?

Ano, ale ta čísla jsou bohužel dost nadnesená, kéž by to bylo tolik.

A můžete si přivydělat dejme tomu nějakou prémie za nejlepší čas?

Tento sport má svá specifika, jsou to letadla a ne auta na uzavřené trati, kde pokud někdo moc tlačí na pilu, tak vyletí do kačírku a nic se nestane. Tady jde o letadlo létající třeba i v centru města, takže musíme mít čistou hlavu. Takto nám to aspoň vysvětlují, proč v našem sportu nejsou peníze. Naše odměna za umístění dle této teorie je, že člověk je vidět, tím pádem má co nabídnout sponzorům a dokáže jich sehnat víc a pak se to dejme tomu i vrací. Omezení jsou prostě z bezpečnostních důvodů, abychom před sebou neviděli jen měšec s dolary.

Ale na letadlo ho celkem nadržíte – za kolik a jak se nakupuje akrobatický speciál?

Letadlo se nakupuje téměř jako auto. Za život už jsem kupoval tři letadla, první v roce 2010, když jsem v soutěži Air Race začínal, než byla přerušena. Šlo o použité letadlo od Mika Mangolda, chudáka nebožtíka, který se loni na konci léta zabil ve svém tryskáči L-39 Albatros poté, co mu při vzletu hořel motor. Když jsem později tohle Mangoldovo letadlo prodával, už bylo splacené, takže jsem z něj měl prostředky na objednávku nového, aby mi ho vůbec začali vyrábět. A další část peněz, zhruba polovinu, platíte při přebírání letadla. Celkem to dělá kolem půl milionu dolarů...

Přebíráte je osobně, nebo vám ho přistaví na místo, které si určíte, když je to za takový balík?

Přebíral jsem ho osobně, musel jsem kvůli tomu do Ameriky a dokonce jsem si ho i sám zalétával. Takže úplně první let dotyčného letadla jsem s ním absolvoval právě já.

Je tak moc o co stát – není to přece jen riziko?

Jinak se to nedělá. U těchto letadel kategorie Experimental, kdy nejde o certifikovaný a sériově vyráběný stroj jako jsou jiná letadla, která jsou už zalétaná k tomu určeným pilotem, je to prostě tak. A celkem jsem si to užil, že jsem si mohl



zalétávat svoje vlastní letadlo. A jelikož to bylo krátce před začátkem sezony, tak jsem v Americe ještě týden se strojem zůstal a létal, aby byl motor zaběhnutý, než s ním začnu létat na plný plyn. Po nějaké době jsem letadlo prodal Petru Kopfsteinovi, který začal také létat závody Red Bull Air Race a letadlo, které mám teď, je shodou okolností po Peteru Besenyeim. Jde o jeho loňské letadlo, protože jsem měl z prodeje toho předchozího finance, které se daly

použít pro nákup dalšího. Ale stejně jsem si jeho pořízení rozepsal na splátky, neboť to je pro mě finančně výhodnější, abych měl na provoz týmu.

Cítíte se jako příslušník elity? Jako někdo výlučný?

Moc nad tím takto nepřemýšlím a doufám, že okolí mě vnímá a bere tak, jak mě vnímalo vždycky, protože například tady na letišti v Táboře si jdu občas vypít s kamarády kafe a samozřejmě se mě ptají na závody. Doufám, že neřeší, kolik peněz člověk točí a netočí. Protože když vyděláváte víc peněz, vyděláváte je obvykle i aktivitou, která taky víc žere. Když jsem byl státní zaměstnanec – voják a vydělával jsem relativně menší peníze, tak jsem taky mohl menší peníze utratit. Z každého platu jsem si vyšetřil 10 tisíc a odvezl jsem je do Moravské Třebové, abych je tam mohl prolétat. A teď najednou bum, nový motor, 1,5 milionu v háji, bum, nástřik letadla, půl milionu korun v háji... A takhle kolem vás létají cifry, které třeba pro mě dříve představovaly slušný plat za mnoho měsíců. A přitom se můžete stejně dostat do mínusu, ani nevíte jak, což by byl průšvih. Takže si nemyslím, že by mi bylo až tak moc co závidět.

A opravdu není nic, co by vám lidé mohli závidět?

Sám si velmi považuju toho, že dělám něco, co mě i po mnoha letech strašně baví, neskutečně naplňuje a čím si mohu vydělávat na živobytí.





Jednou už mi během kotrmelců za letu odkudsi z útrob kabiny vypadly kleště. A jindy z nádrže cákal benzín...

V jednu chvíli, když jste působil jako elitní armádní stíhač, jste musel přijít domů a říct ženě: už to tak nejde dál, musím z armády odejít a od jistoty pravidelného nadprůměrného příjmu jdu za nejistotou, která mi ale může vynést mnohem víc. Prozradíte, jak ta situace u vás probíhala?

V tom si s přítelkyní rozumíme; mimochodem Olga zatím není moje manželka – jsme ještě moc mladí na ženění a na vdávání, i když máme dvě děti. Olga ví, že při rozhodování vždycky vážím všechna pro a proti, protože nejsem typ pro hurá řešení. A zároveň vím, že mi do toho ani nechce povídat, neboť respektuje, že tato rozhodnutí si ve finále musím vyřešit sám. Taky ví, že jsem z armády odcházet nechtěl, ale

vytvořili mi takové podmínky, a postavili před tak ultimativní volbu, že jinak to řešit nešlo: buď zůstaneš 100% voják a na závody zapomeň, anebo tady nemůžeš fungovat. Takže jsem v časově velmi ohraničené době musel řešit, kolik let ještě budu v armádě, co se mnou bude, až v armádě skončím, o co přijdu, když v ní zůstanu a o co přijdu, když skončím se sportovním létáním. Doma jsem tedy předložil fakta a nic jsem nemusel složitě vyargumentovávat.

Hraje v tom, že nejste s partnerkou manželé, nějakou roli rizikovitost vaší profese? Prostě, že by nerada byla mladou vdovou?

Ne, kdepak, létání v tom nehraje roli, riziko mých aktivit si nepřipouštíme; respektive já o něm vím a ona o něm samozřejmě

taky musí vědět a ví, ostatně roky působila jako letuška. Ale na druhou stranu se snažím rizika minimalizovat a dokud člověk dodržuje všechno co má, myslím, že být řidičem autobusu nebo taxiku je rizikovější povolání než akrobatické létání.

Když byste měl procenty vymezit podíl techniky a lidský faktor – tedy šikovnost pilota – na úspěchu ve vaší branži, jaký je to poměr?

Když jsem vstoupil do závodů Air Race v roce 2010, bylo to zhruba 70 procent letadlo a 30 procent pilot. Protože tehdy jsme ještě mohli investovat do vývoje výkonnějších motorů. Takže čím měl člověk větší balík peněz a silnější sponzory, měl i silnější motor. Ve startovním poli pak byl rozdíl stovek koní, tedy i slabší pilot se silnějším motorem mohl být někde vepředu, neboť motor ho tam vytáhl. To dnes už naštěstí není. Máme standardní motory, 300 koní, všichni stejný výkon, motory jsou zapečetěné a nesmí se na ně sáhnout, takže v dnešní době je poměr naprosto opačný: 70 % pilot a 30 % letadlo.

Čili podíl techniky, kvality materiálu a preciznosti stroje hraje vždy docela významný podíl a technika kolikrát selhává. Nastávají situace, že si některé části letadla pro větší jistotu ještě sám zkontrolujete?

Rozhodně! Když sedám do letadla, potřebuji vědět sám, že něco je právě tak,



jak má být. To není můj přístup, takto se to učí v letectví obecně. V letectví platí: všechno pětkrát zkontroluj a po šesté to není navíc. Když můžeš, tak to prostě zkontroluj.

Vzpomenete na okamžik, kdy jste to po šesté neudělal a pak jste si to třeba vyčítal? Nebo jste i po mechanických odhalil nějakou nedotaženost?

I to se stává. Kromě toho, že na mě už během kotrmelců za letu odkudsi z útroby kabiny vypadly kleště, což je ale taky moje chyba, tak už dvakrát se mi stalo, že jsem ztratil víčko od nádrže. Nebo že mi uletělo za letu. Jednou to bylo při akrobacii na Su 31M a všiml jsem si toho, až když na mě za letu začal cákat benzín. Prostě při tankování jsem zapomněl zavřít nádrž. Což se normálně nestane. U leteckých nehod se někdy mluví o tzv. plátcích ementálu. Právě k nim se určité situace přirovnávají. Když máte deset plátků děravého sýra za sebou, nevidíte přes ně, protože každý plátek je jiný a otvor má jinde. Ale občas to opravdu zrovna vyjde tak, že vidíte otvorem uvnitř všech plátků takřkajíc skrz. A to je ten průšvih, který se stane. Každý plátek ementálu je nějaká skutečnost, která měla spolupůsobící příčiny. Takže ve zmiňovaném případě se se mnou někdo při čepování benzínu bavil a rozptýlil mě. To je jeden plátek ementálu. Další třeba je, že se rozbilo tankování, takže jsem to šel spravovat a říkal jsem si, pak to ještě dotankuju. A mezi tím se s vámi někdo začne bavit. Takhle se to poskládalo, až to vyústilo v to, že jsem nechal na křídle víčko a jak jsem se rozjel, sfouknul jsem si ho, odstartoval jsem, postavil první vertikálu a v tom okamžiku začal benzín cákat. Nezbylo než se vrátit na zem. Podruhé se to stalo, když jsem nádrž nechal zavřít kolegu, který mi pomáhal s tankováním.

Zneklidňuje vás pomyšlení, jak je lidský faktor omylný?

Dobře si uvědomuji, jak snadno může být moje zaměstnání nebezpečné. A například to neštěstí, co se stalo před 15 lety, když při letu se žákem zahynul kolega, špičkový pilot Martin Stáhalík, je obrovská škola pro nás ostatní. Tehdy nejspíš sehrála velkou roli okolnost, že sedl do letadla, které zase až tolik neznal, s nímž neměl tolik nalétáno a nevěděl, jak se stroj zachová při specifickém manévru. Zřejmě předpokládal, že to bude obdobně jako na desítkách jiných typů, na kterých tu plochou vývrtku předtím spolehlivě zvládal. A pak se už děl



Martin Šonka

Narozen v r. 1978 ve Dvoře Králové nad Labem, bývalý nadporučík Vzdušných sil Armády ČR a pilot stíhacích letounů L-29 Delfín, L-39 Albatros, L-159 Alca a JAS 39-Gripen. Je devítinásobným mistrem ČR v letecké akrobacii, z toho šestkrát v kategorii Unlimited, dále vicemistr světa ve Freestylu v r. 2011 a 2015. V Red Bull Air Race startuje od r. 2010. Tehdy byl druhým nejmladším pilotem v historii těchto prestižních závodů, které se létají jako velká divácká show v atraktivních lokacích po celém světě. Dosud nejlepších výsledků v nich dosáhl loni v chorvatské Rovinji a letos v japonské Chibě; v obou případech získal stříbrnou medaili.

sled událostí, z nichž nebylo úniku. Přitom možná stačilo jen před inkriminovaným letem zavolat kamarádům do Ruska, kteří se strojem Jak-52 mají nalétány spousty hodin a osvěžit si s nimi, na co si dát pozor při ploché vývrctce s Jakem. A oni by nejspíš řekli, hochu nedělej to, nebo musíš ještě o kilometr výš.

Která byla vaše nejkrkolomnější situace, kdy jste se ocitl v největším ohrožení na životě?

Naštěstí jsem neměl takovou situaci za letu, jako Martin Stáhalík. Chybu udělá každý, důležité je ale dokázat řešit danou situaci, která chybou vznikla, aby nepokračovala ke katastrofálnímu vyústění. Musíte včas rozpoznat, co se děje. Je to tak dva roky, kdy mi v Moravské Třebové chcipl motor při tréninku akrobacie ve visu na vrtuli ve sto metrech nad zemí. Pak to bylo hodně rychlé. Během pěti sekund jsem seděl zpátky na zemi, naštěstí se to stalo přímo nad letištěm. Jenom jsem stroj překlopil a doplachtil, i když plachtění to

v těch chvílích už moc není. Máte nulovou rychlost, takže po překlopení čumákem dolů už jenom čekáte do poslední chvíle, než nějakou rychlost nabere, aby to šlo vybrat na přistání. A když to v tak malé rychlosti začnete vybírat moc brzo, v horizontálním letu se ocitnete ještě vysoko nad zemí a pak už nestihnete nic. A když to začnete vybírat pozdě, tak se v jednu chvíli zaboříte do země. Ale bylo to všechno tak rychlé a řešení intuitivní, že nebyl čas si něco uvědomit o zrádnosti situace. Vše mi došlo až ve chvíli, když jsem z letadla vylezl. Od té doby už ten manévr létám ve větší výšce. A taky nemám bezbřehou důvěru k motoru Lycoming, o kterém mi vždycky mechanici říkali, že varuje dopředu a jen tak z ničeho nic nevysadí. Jenže tehdy vysadil.

Mají lidi vaší kategorie nějakou speciální životní pojistku?

Napřed nás před lety vůbec nechtěli pojišťovat. Dnes už jsem pojištěný, ale je to úplně obyčejná pojistka, spolu s komíníkem jsem v nějaké 4. rizikové skupině...

Největší investice jdou do vývoje.

Hlavní část našeho obratu i zisku tvoří stále relé, ve kterých jsme jednička na trhu nejen v ČR, ale i v Evropě, říká Jiří Konečný, předseda představenstva ELKO EP Holding SE. Kde pro svou firmu vidí další velké výzvy? TEXT: Petr Šlejmar FOTO: archiv



Co vás motivovalo začít podnikat?

Začátek byl spontánní. Jako elektronik jsem po vojně začal pracovat v elektromontážní firmě na pozici rozpočtář. Nejvíce jsme se zabývali elektrickými výtápěním, které tenkrát přišlo a zažívalo boom. Viděl jsem, jak velké, složité a drahé jsou rozvaděče, které se pro ovládání používaly. Proto jsem celý rozvaděč shrnul do jedné malé kompaktní desky, osazené miniaturními relé, které byly navíc skoro bezhlučné. Z počátku jsem je doma vyráběl jen pro svého zaměstnavatele, později pak už pro většinu výrobců elektrokotlů a pro dodavatele elektrovytápění.

Jak moc byly začátky těžké?

Začal jsem fakt v garáži a zapojil do toho celou rodinu, později pak i ulici u nás na vesnici. Byla to taková rodinná manufaktura. Později jsem se přestěhoval do nevyužité venkovské školy a pořídil tam první osazovací automat. Byl to vždy organický vývoj. Nejsem z těch, kteří si vezmou úvěr, utratí ho za stroje, nemovitosti a lidi a čekají, co se stane.

Vaše společnost se zabývá širokým spektrem produktů. Které jsou pro vás číslo jedna?

Záleží, jak se to vezme. Hlavní část obratu i zisku tvoří stále relé, ve kterých

jsme jednička na trhu nejen v ČR, ale i v Evropě. Máme velmi široký sortiment a většina relé má parametry na takové úrovni, že už není moc co vyvíjet. Proto také tyto relé vyrábíme pro 8 z 10 největších elektro firem světa. Nicméně hlavní pozornost je upřena do systému Chytré elektroinstalace iNELS – neboli dnes stále více používaný Smart Home, do kterého investujeme i značnou část zisku právě z relé.

Co považujete za milníky při cestě k dnešní podobě společnosti?

Nejdůležitější byl určitě technologický pokrok ve výrobě. Dnes máme ve vlastním výrobním areálu plně automatické linky pro osazování, testování i pájení a jsme ve fázi návrhu robotické linky na kompletování výrobků. Hodně jsme vylepšili i systém skladování, tisk lasery a logistiku expedice. V oblasti produktové to je již zmíněný systém inteligentní elektroinstalace iNELS, který nám přinesl nejen nové možnosti prodeje koncovým zákazníkům, ale i rozšíření vývojových kapacit s důrazem na software a aplikace.

Které roky a proč byly pro vás nejnáročnější?

To nedokážu posoudit. My rosteme každý rok, sice už to není 300 % jako kdysi, ale pořád jsou v zahraničí trhy, které jsme ještě nedobyli. V každém roce by se našlo i něco negativního, ale já se snažím vždy dívat hlavně na to pozitivní.

Jak u vás pociťujete současný stav vnímání řemesla?

Záleží na tom, o jakém řemesle mluvíme. Naše firma má různorodá řemesla: od vývojářů, přes technology, techniky ve výrobě, marketingové pracovníky až po prodejce. Jsou samozřejmě pozice, které lze naučit a dokonce i zdokonalovat. Máme i několik názorných příkladů,



Společnost ELKO EP HOLDING, a.s. se od svého vzniku v roce 1993 rozrostla na současných 300 zaměstnanců včetně 11 zahraničních poboček.

kdy autozámečnick je programátorem a nebo ekonom technologem. Vždy je podstatné, aby dotyčného práce bavila a viděl v ní smysl nejen pro firmu, ale i pro sebe.

Vaše společnost se prý podílí i na vzdělávání v odborném školství?

Ano, odjakživa, bez ohledu na aktuální stav nezaměstnanosti či nabídky absolventů na trhu práce. My samozřejmě sledujeme jak získávání absolventů pro uplatnění v naší firmě, tak i vklad know-how z našeho oboru pro jejich vzdělávání. Na vysokých školách provádíme pravidelné přednášky, právě z oblasti smart systémů. Předkládáme témata pro bakalářské a diplomové práce s tím, že studenti mohou spolupracovat přímo s vývojovým centrem u nás a nebo si vyrobit prototypovou sérii na profi lince. Pořádáme různé stáže a konference, školy umíme vybavit demonstračními panely a nebo například kufry na programování. Nezapomínáme však i na střední školy. Jsme partneři projektu „Muzespodnikat.cz“, kdy já se velmi rád osobně zúčastňuji workshopů se studenty.

Jak motivujete své zaměstnance?

Mimo klasické metody, jako jsou peníze, auta, dovolená, příspěvky

na bydlení či stravu, jsou to hlavně nehmotné motivace. Mezi ně patří například možnost něco dokázat, být nedílnou součástí „Firmy roku“ a nebo třeba vystoupit na prestižní zahraniční konferenci a podívat se při tom do Dubaje.

Kam směřují vaše největší investice?

Do vývoje.

Jak vidíte budoucnost trhu ve vašem oboru?

Jak jsem již uvedl, oblast „relé“ bude organicky růst, budeme je dodávat na nové zahraniční trhy a doufám, že se nám podaří vyrábět i pro ty dva zbývající OEM zákazníky, abychom byli světovou jedničkou. Důležitější je ale právě oblast chytrých domů, která dramaticky roste a za posledních 5 let jsme zaznamenali nárůst více než 300%. Je to dané samozřejmě nejen rozmachem chytrých telefonů, tabletů, hodinek, ale i rozvojem ostatních technologií v domě, které jsou už samy o sobě deklarované jako „smart“.

Co pro vás znamená úspěch?

Pokud se cokoliv podaří. Ať už je to první osazená deska na nové lince ve výrobě, první prototyp výrobku vývoje, nová aplikace a nebo první získaná zakázka v naší nové pobočce. Samozřejmě, že

pro většinu jsou úspěchem peníze či prestiž. Ale já věřím, že právě tyto malé věci na začátku úspěch později přinesou.

Jak relaxujete?

S dětmi a kytarou.



Výroba probíhá v moderních antistatických prostorech na dvou plně automatických SMD výrobních linkách ve dvousměnném provozu.



Svým klientům nasloucháme

Šárka Fričová ze společnosti BeeConsulting zaměřující se na poradenství v oblasti personálního managementu je názorným příkladem toho, že lze radikálně změnit směr kariérní dráhy. Její profesní začátky jsou ve znamení práce s čísly, kterou vyměnila za oblast řízení lidských zdrojů. V té působí dodnes a spolu se svým týmem pomáhá klientům opět najít místo na slunci v rámci pracovního zařazení.

TEXT: Petr Šlejmar, FOTO: archiv

Jaké služby zahrnuje vaše společnost?

Svým zákazníkům nabízíme zejména nábor pracovníků, kariérní poradenství, HR systémy – 360 stupňovou zpětnou vazbu a Learning Management system, outsourcing pracovníků, vedení Assessment Center, poradenství a koučink, psychodiagnostiku, odborná školení, nebo řešení krizových situací v oblasti lidských zdrojů.

Zaměřuje se BeeConsulting na specifická pracovní odvětví nebo vašich služeb může využít opravdu kdokoliv?

Našimi zákazníky jsou mezinárodní i české společnosti ze všech odvětví – hotelovým odvětvím počínaje, přes telekomunikace, FMCG, IT, bankovní sektor až po těžký průmysl.

Setkala jste se vy osobně během své praxe s kandidáty, kteří ve svých životopisech uvedli nepravdivé údaje? Dá se toto lhaní pochopit, řekněme alespoň z lidské stránky?

Bohužel ano, kandidáti se domnívají, že pro sebe takto získají jakousi konkurenční výhodu, jedná se však o velmi krátkozrakou úvahu, pravda vyjde velice rychle na povrch a následné řešení je ve většině případů radikální.

Další službou z vašeho portfolia služeb je varianta individuálního outplacementu. Komu je určená a o co přesně se jedná?

Jde o určitou formu kariérního poradenství, určeného odborníkům, kteří hledají nové pracovní uplatnění či novou zajímavou výzvu. Mezi hlavní přínosy této služby patří zvýšení hodnoty konkrétního jednotlivce na trhu práce a omezení rizik při hledání nového zaměstnání. Máme správné vazby na prestižní zaměstnavatele a ucelený přehled o trhu práce, ale také garantujeme důvěrnost veškerých informací. Ochranu osobních údajů uchazeče považujeme za jednu ze svých priorit, neboť nám napomáhá vytvořit dlouhodobý vztah, založený na vzájemné důvěře a úctě.

Pro společnosti organizujete i odborná školení. Je obecně známo, že prokletím většiny těchto školení je nuda, spojená s promítáním grafů a čtení ze skript. V čem tkví úspěch vašich prezentací?

Je to jednoduché – naši lektori jsou pouze z řad praktiků, mají tedy to co školí skutečně zažito, do školení vždy vnesou vlastní zkušenosti, znalosti a dovednosti.

Představme si, že vaše služby vyhledá do té doby vysoce postavený manažer, který přišel o práci. Má samozřejmě rodinné závazky, hypotéku, leasing a ztrátu zaměstnání bere jako tu největší osobní prohru, která kráčí ruku v ruce i se ztrátou jisté společenské prestiže. Ten člověk je psychicky zlomený. Jak v takovém extrémním případě probíhá pomoc z vaší strany?

Jedná se vždy o ojedinelý proces, připravený na míru pro konkrétního klienta. Musím však potvrdit, že největší odměnou je, když vidíte, jak se tento klient opět mění ve vyrovnaného profesionála, který se díky naší odborné pomoci vrací zpět na své místo na slunci.

Vaše profese je psychicky náročná, jak relaxujete?

Snažím se aktivně hýbat, věnovat čas svým blízkým a přátelům.

A jaké byly vaše profesní začátky?

Začínala jsem ve finanční účtárně a po roce 1989 jsem dostala nabídku do oblasti řízení lidských zdrojů, ve které pracuji dodnes.

Máte nějaké oblíbené motto, kterým se řídíte ať už v pracovním nebo soukromém životě?

Již mnoho let se v pracovním i soukromém životě řídím heslem Co mě nezabije, to mě posílí.

Je z personálního hlediska možné, aby klient, který strávil například patnáct let v hotelnictví, pak

„Největší odměnou je, když vidíte, jak se klient opět mění ve vyrovnaného profesionála, který se vrací zpět na své místo na slunci.“

radikálně změnil obor a začal působit například v odvětví telekomunikací?

Hotelnictví je obor, který vás pohltí. Mám ve svém okolí mnoho příkladů, kdy kolegové po několika letech odešli do jiné sféry, kde byli rovněž úspěšní, následně se však do tohoto oboru vrátili a působí v něm dodnes. Sama jsem v tomto odvětví v oblasti řízení lidských zdrojů působila 10 let.

Jaké jsou současné trendy v oblasti řízení lidských zdrojů?

V personálním řízení se stále častěji objevuje klíčové téma, a tím je koncept řízení talentů. Efektivní personální řízení je a bude jednou z podmínek, aby firma prosperovala a obstála v konkurenci ostatních společností.

Jaká je největší motivace kandidáta při hledání nového zaměstnání? Jsou lidé motivováni ve většině případů mzdou a dalšími benefity nebo berou ohled také na prestiž konkrétní společnosti?

Záleží na úrovni pracovní pozice. Jiný pohled priorit v tomto ohledu má začínající řadový pracovník, jiný pohled najdeme u vedoucího pracovníka, který v oboru na vedoucí funkci pracuje již řadu let.

Co je podle vás cennější? Zkušenosti, nebo vzdělání v daném oboru? Pomineme-li tedy specifické profese, jakými jsou například lékaři či právníci.

Řekla bych, že zkušenosti a vzdělání jsou na stejné úrovni. Jde to spolu ruku v ruce...

Ze senior manažera či ředitele se snadno a rychle může stát nezaměstnaný. Jak na ztrátu místa reaguje?

Většina společností již klade velký důraz na korektní a důstojné jednání, neboť všichni víme, že negativní informace se šíří podstatně rychleji než pozitivní.

Každý tuto skutečnost nese individuálně, někdo o ní potřebuje diskutovat, někdo potřebuje pouze nastartovat racionální úvahy co dál. Až v této situaci si řada manažerů uvědomí, kolik lidí s nimi bylo v kontaktu pouze z titulu jejich pozice, telefon přestane zvonit, pozvánky na akce různorodého charakteru nechodí, zájem o ně zmizí, zůstanou jen skuteční přátelé. Poradce mu pak pomáhá najít nový směr, radí, jak se v této situaci zorientovat a najít nové smysluplné uplatnění co nejrychleji. Stává se rovnocenným partnerem pro otevřené diskuse, které nejsou mnohdy jednoduché ani pro jednu ze stran.

Není náš pracovní trh již nasycen top manažery? Je pro ně v této době stále dostatek lukrativních pozic?



Trh zdaleka nasycený není! Řada manažerů zcela samozřejmě přichází o místa, ať již vlastní vinou či nikoliv a zdaleka ne všichni jsou připraveni se za novou funkcí stěhovat mimo Českou republiku či přijmout nižší pozici a potřebují se rychle zorientovat na současném trhu práce. Právě v těchto situacích vyhledávají kariéru poradce. Jestliže top manažer pracuje v jedné společnosti více než 10 let a společnost se s ním náhle rozhodne rozloučit, je pro něj odborná pomoc důležitá. Pomůžeme mu zorientovat se na trhu práce a konkrétně ho provedeme dostupnými možnostmi, včetně zvážení různých vhodných alternativ, například vlastního podnikání.

Aby bylo kariéru poradenství úspěšné, musí být založeno na bezmezném důvěře mezi oběma stranami. Klient se potřebuje ujistit, že pracuje se všemi dostupnými možnostmi a že pro další kariéru dělá maximum.

Říká se, že štěstí přeje připraveným. Komu podle vás přeje současný trh práce, jakým konkrétně kandidátům?

Trh práce vyžaduje v současné době od kandidátů mnohem větší flexibilitu než dříve, pracovní mobilitu a především ochotu neustále se vzdělávat a pracovat na svém profesním růstu. ■



REGIONÁLNÍ FÓRUM CZECH TOP 100

ZAVÍTALO DO ZLÍNSKÉHO KRAJE

Skvělým partnerem a hostitelem akce byla 22. září 2016 vsetínská společnost Galvamet, firma, která ví lépe, než kdokoliv jiný, jak se kalí ocel.

TEXT: Aleš Popsířil FOTO: archiv CZECH TOP 100

Projekty CZECH TOP 100 zajišťují také zviditelnění menších a středních firem v jednotlivých krajích a představují platformu pro setkání zástupců společností a ostatních významných institucí. Akcí se též účastní představitelé místní samosprávy a státní správy na úrovni krajů a měst, zástupci vysokých škol, středních škol a učilišť.

Právě školství se stalo jedním z nosných témat diskuze v prostorách Galvometu. I na Valašsku totiž platí, že nedostatek pracovních sil na českém trhu práce je nyní největší brzdou dalšího rozvoje průmyslových společností. Pochopitelně nejcitelněji chybějí kvalifikovaní odborníci technických profesí. Mezi hosty zářijového fóra byli zástupci Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Silně početně zastoupená byla vsetínská Střední průmyslová škola strojní. Galvamet a další společnosti z tohoto regionu jsou příkladem dobře nastavené spolupráce s místními školami. Ta zajišťuje, že studijní programy jsou upraveny tak, aby vycházely vstříc reálným potřebám zaměstnavatelů.



↑
Hosty regionálních diskuzí jsou i společnosti s celostátní působností, které v krajích představují svojí unikátní nabídku služeb. Na Vsetíně s námi byla společnost Autocont a její manažerka Daniela Chvostková.

←
Galvamet najdete ve vsetínském údolí, v areálu bývalé Zbrojovky Vsetín. Fabriku založilo demokratické Československo těsně před vypuknutím druhé světové války. V dobách její největší síly zde pracovalo na deset tisíc lidí.

Ze spolupráce firem a škol vycházejí lepší studijní programy

➤ Vsetínského fóra se účastnilo na 60 besedníků. Je potěšitelné, že mezi nimi byli i mladí lidé, kteří se v místních školách připravují na svoji budoucí profesi.

▼ Neopomenutelnou součástí regionálních dostaveníček je i návštěva výrobních prostor hostitelské společnosti.



⤴ Galvamet vděčí za svůj úspěch panu Aleši Šlechtovi, který firmu založil v roce 1999, a jeho sehranému týmu. Na fóru nám představil své nejbližší spolupracovníky včetně kuchaře, který připravil nefalšované valašské pochutiny.

◀ Jak je dobrým zvykem, fóra navštěvují i významné regionální osobnosti. Na Vsetíně nemohl chybět dlouholetý starosta města a senátor Jiří Čunek.



KLÁRA DOSTÁLOVÁ

chce nabídnout své manažerské zkušenosti Královéhradeckému kraji

„Pokud budu zvolena hejtmankou, svou funkci na ministerstvu pro místní rozvoj opustím a budu se kraji věnovat na 100%.“ TEXT: Jana Kittová FOTO: archiv



Proč jste se rozhodla aktivně zapojit do souboje o nejvyšší post v kraji?

Musím přiznat, že chvíli jsem se nad nabídkou rozmýšlela. Celý život jsem sázela na svoji odbornost a kariéra politika mě nenapadla. O to překvapivější pro mě byla nabídka Hnutí ANO. Když jsem se pana Babiše ptala, co ho k tomu vedlo, odpověď mě potěšil. Řekl mi, že chce skutečné odborníky a to, že nejsem členkou ANO, mu vůbec nevadí.

To byl jediný důvod?

Ale vůbec ne. To hlavní je, že v Královéhradeckém kraji žiji, vychovala jsem tady své dvě děti a kraj je moje srdeční záležitost. V Hradci jsem deset let pracovala jako ředitelka Centra evropského projektování a pomohla jsem získat více jak 25 miliard korun mimo jiné na rekonstrukci Kuksu, výstavbu digitálního planetária v HK, opravu kláštera v Broumově, na opravu desítek kilometrů silnic a zateplení škol, nemocnic, sociálních ústavů. Takže jsem měla pocit, že mám lidem co nabídnout. Když jsem to všechno dala na pomyslné misky vah, kývla jsem.

A co tedy můžete kraji nabídnout?

Své obzory a zkušenosti jsem si rozšířila jako náměstkyně ministryně pro místní rozvoj. Lidem nabízím své manažerské zkušenosti a hlavně „tah na branku“. Chci kraj, který šlape a ne který přešlapuje na místě. A vím, jak a kde na to vzít peníze. Nechci politikařit, ale chci pracovat. Lidem začíná být zkrátka jedno, jestli jde o pravici nebo levici. Jde jim o to, jestli jimi zvolení zástupci pracují a řádně hospodaří nebo to jsou lenoši a korupčníci.

Jak vnímáte roli kraje v životě jeho občanů?

Krajský úřad je po zrušení okresů zásadním prvkem v komunikaci mezi vládou a obcemi. A navíc má nyní již spoustu svých vlastních pravomocí a může tak zásadním způsobem ovlivňovat kvalitu života obyvatel. Krajská politika musí být spojena s přímočarostí, selským rozumem a zbavena politikaření.

Jaké by byly vaše první kroky v případě, že byste byla zvolena hejtmankou?

Vzhledem k tomu, že kraj i krajský úřad znám velmi dobře, jsem připravena okamžitě začít pracovat, nebudu potřebovat tzv. čas na rozkoukání. Jako manažerka říkám: je na čase přestat říkat ono to nejde, protože ono to vždycky nějak jde. A je nutné zrychlit práci. A jako ekonomka tvrdím: je potřeba investovat a tím kraj rozvíjet. Moje první kroky povedou k rozpočtu a podívám se na poměr provozních a investičních výdajů. Budu se snažit využít všechny dotační možnosti, které se krajům a jeho obcím nabízejí, včetně zajištění potřebného servisu a pomoci. Prostě budu čerpat vše, co je možné a do poslední koruny.

Jaké jsou hlavní body programu? Co byste chtěla za ty čtyři roky ve funkci stihnout?

Náš kraj velmi dobře znám a vím, co občany i starosty trápí. Jako naprosto zásadní vidím dopravu a zdravotnictví. Stav silnic v kraji je katastrofální, zejména na komunální úrovni. Víím přesně, jak tomu pomoci a kde na to vzít dotace. Zároveň je nutné z pozice kraje urychlit výstavbu D11 a R35. A postavit důležité obchvaty jako je třeba obchvat Náchoda. V oblasti zdravotnictví je nutné zajistit adekvátní péči pro občany, nikdo nesmí mít strach o svůj život nebo svých blízkých. Je nutné v každé okresní nemocnici zajistit chirurgii a internu a v rámci celého systému pak dobře plánovat odborná pracoviště. Kraj jako provozovatel těchto nemocnic zároveň musí najít finanční zdroje, aby zajistil kvalitní lékaře a sestry. Ti nám utíkají za lepším. A také pohotovost. Zkoušela jste třeba v neděli (mimo fakultní nemocnice) najít zubaře?

A další priority? Co třeba školství, sociální oblast a bezpečnost?

V oblasti školství je velmi důležité propojit vzdělání s praxí zejména u odborných škol. Když se nám to podaří, budeme vychovávat studenty, kteří hned najdou uplatnění. Velmi důležité je i bojovat za změnu financování školství. Nerušíme školy, ale změňme systém. Dotace na žáka jsou nesmysl a vede to ke kvantitě na úkor kvality. V sociální oblasti je nutné zaměřit se na to, aby senioři i lidé s handicapem prožívali důstojnější a šťastnější život. A pozor! Včetně jejich rodin. Je nutné si uvědomit, že náš kraj má nejstarší populaci v ČR. Chci seniory více zapojovat do života, pro chronicky nemocné občany podpořím výstavbu

„Cestovní ruch zaměstnává více jak 250 000 lidí a rozvoj cestovního ruchu znamená větší prostor pro podnikání i nové pracovní příležitosti.“

stacionáře v režimu 24 hodin/7 dní v týdnu/ 365 dní v roce. Je nutné podpořit terénní péči. Ano, na to všechno musíte sehnat finance. Ale já vím kde. A rozhodně nepodcením bezpečnost. Bezpečnost na školách, na stadionech, bezpečnost na ulicích a ve vyloučených lokalitách. A mluvím také o bezpečnosti v kontextu uprchlické krize. Říkám ne dalším ekonomickým migrantům a lidem, kteří nechtějí respektovat naše pravidla. A říkám ano vnějšímu zabezpečení hranic Evropy.

Čemu se dosud nevěnovala patřičná pozornost? A jak myslíte, že by to šlo změnit?

Ale to je přece to všechno, o čem hovořím. Doprava, zdravotnictví, sociální služby, bezpečnost, školství. To vše má své rezervy. Ale podívejte se i na jiné oblasti. Třeba cestovní ruch. Náš kraj je pro cestování předurčen. Máme krásnou přírodu a úžasné památky a já jsem na to jako Východočech nemírně hrdá a chci o to pečovat. Cestovní ruch je ekonomické odvětví, které v ČR zaměstnává více jak 250 000 lidí a rozvoj cestovního ruchu znamená větší prostor pro podnikání a nové pracovní příležitosti. Přinese bohatší kraj. A to, co u nás v kraji jasně chybí, je propagace a marketing. Při vši úctě k úředníkům, tohle je věc kreativity a nových nápadů. Já sama ani nevím, kdy jsem něco zajímavého, co by mě vyzývalo k návštěvě Královéhradecka, viděla.

V poslední době se hodně hovoří také o boji se suchem. Máte recept?

Ano, patříme k nejsušším oblastem v Evropě a je potřeba s vodou začít řádně hospodařit. Musíme propojit vodárenské soustavy sousedních krajů a je potřeba



začít pracovat s dešťovou vodou a s přirozeným zadržováním vody v krajině. Je to velké celosvětové téma, kterého se ale může dobře zhostit i kraj. Chceme například zavést dotace na barely na zachytávání dešťové vody. To je zajímavé i pro obyčejné lidi. Není přece nutné zahrádky zalévat pitnou vodou. Zároveň rozhodně není možné, aby se poskytovatel pitné vody odměnil těm, kteří s ní šetří, tím, že jim ji zdraží. To přece nedává logiku.

Jste náměstkyní ministryně pro regionální rozvoj. V případě zvolení hejtmankou, budete zvládat vykonávat obě funkce?

Ne, to rozhodně ne. Naplno můžete dělat pouze jednu práci. Nelze sedět jedním zadkem na dvou židlích, respektive lze, ale brzy se to s vámi skácí. Takže pokud budu zvolena hejtmankou, svou funkci na ministerstvu pro místní rozvoj opustím a budu se kraji věnovat na 100%. ■



Nejkrásnější místa PRO KONFERENCE

Obchodní setkání, strategický meeting nebo oborová konference jako zážitek na celý život? Dopřejte si je nyní aspoň v představách. Je důležité vědět, že tyto stavby vznikly jako zázemí pro úspěch, pro potřeby podobných lidí, jako jste vy. Je dobré vědět, že někde na světě jsou a čekají na vás.

TEXT: Pavlína Blahotová FOTO: Shutterstock



Glasgow, Skotsko Na břehu řeky Clyde se ježí Pásovec (Armadillo), jak zde budově The Clyde Auditorium familiérně přezdívali. Podle návrhu architekta Normana Fostera byla postavena v r. 1995 a přestože lidem připomíná krunýř pásovice, tvarosloví je inspirováno segmenty trupů lodí, odkazujícími na zdejší tradiční loďařské řemeslo. Budova je propojena se skotským výstavištěm, konferenčním centrem a hotelem Crown Plaza.





Reykjavík, Island Konferenční centrum a koncertní síň Harpa se odráží v hladině Reykjavíckého přístavu od roku 2011. Fascinující skleněná fasáda přirozeně reaguje na změny světelných podmínek a je tak výrazným oživujícím elementem této části města. Projekt je společným dílem dánské architektonické kanceláře Hennig Larsen, inšlandského ateliéru Batterío a umělce Olafura Elíassona. Uvnitř je konferenční centrum, tři menší sály a obrovská koncertní hala pro 1800 diváků.

V roce 2013 byla Harpa zvolena nejlepší stavbou Evropy, cenou udělovanou jednou za dva roky.



Santa Cruz de Tenerife, Kanárské ostrovy, Španělsko Jednou z hlavních atrakcí Tenerife se stala architektonická báseň zkomponovaná v r. 2003. Auditorium Adán Martín navrhl španělský architekt Santiago Calatrava v postmoderním stylu a osadil je betonovou skořepinovou střechou, tyčící se nad ostatními budovami a tvořící novou dominantu ostrova.





Turín, Itálie Italský architekt Renzo Piano asi nemá rád nudné porady. Svou konferenční budovu Lingotto v Turíně usadil v r. 1994 do jen zdánlivě křehké bubliny ze skla a oceli, usazené na střeše bývalé továrny Fiat, hned vedle plochy pro přistávání vrtulníků. Nabízí luxusní výhled na Alpy i na kopce kolem města.

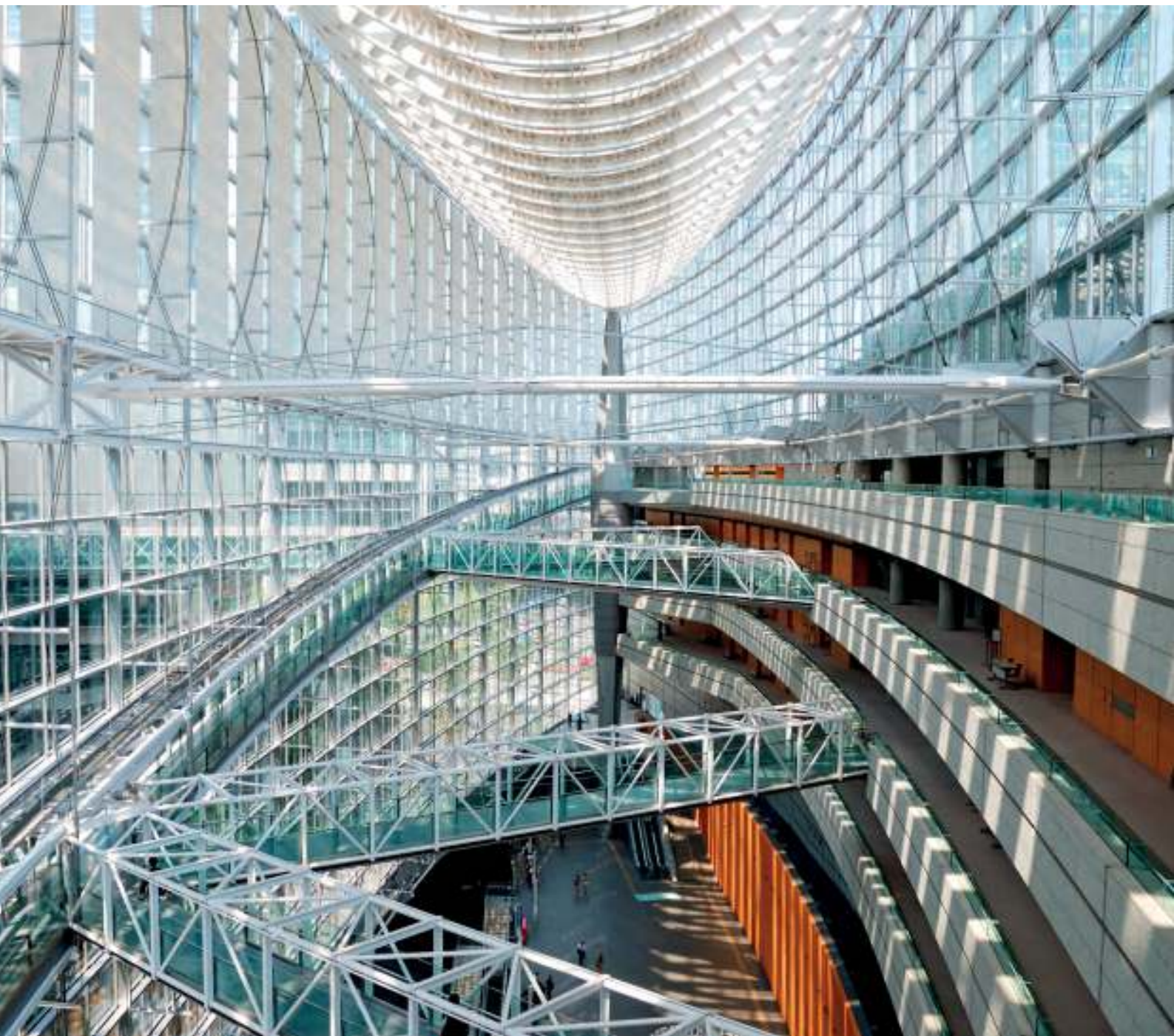


Gateshead Velká Británie Architektonické studio Norman Foster je podepsáno i pod realizací Sage Gateshead, multikulturního centra na břehu řeky Tyne. Stavba z roku 2004 skrývá tři sály a plášť ze skla a oceli působí, jako by se vzdouval proti blížícím se mrakům. Také máte pocit, že tato stavba je živá?



Rekonstrukce bývalé automobilky se stala symbolem svěží radosti ze změn probíhajících v tomto městě.





Tokio, Japonsko Kongresové a kulturní centrum International Forum bylo otevřeno v roce 1996. Uruguajský architekt Rafael Viñoly vytvořil vstupní část, která prý připomíná rentgenový snímek velryby. I tady si autor pohrál s možnostmi, které architektům nabízí kombinace kov a sklo. Uvnitř se kromě konferenčních sálů nachází 6000 m výstavní plochy, dvě divadla, restaurace i obchody.



Zásadní řešení

Významné projevy přednášejte v dokonalém křesle a podepisujte nejlepším perem na pracovním stole odpovídajícím vaší úrovni. Držte svůj styl!

STYLOVÉ PSANÍ

Plnicí pero Montblanc Andy Warhol, hrot z 14ti karátového zlata, www.deal-klenotnictvi.cz, 23250 Kč



JEDINEČNÝ RETRO STŮL

Psací stůl Müller TB 229, stolová deska z lamina nebo z přírodního linolea, www.modernista.cz, 104 550 Kč



KRÁLOVSKÁ RELAXACE

Lounge Chair & Ottoman Charles & Ray Eames, Vitra, 1956, www.vitra.cz, cena dle konfigurace

ELEGANCE, NOBLESA A KÁVA

Kávovar Elektra, www.lucacffe.cz 52 938 Kč



DOKONALÁ AKTOVKA

Manažerská aktovka Antorini, Markiario, telecí kůže, černá nebo tmavě modrá, www.arde.cz, 17 143 Kč





Stvořeno pro **zážitky** Výstaviště Brno

Plesy | Eventy |
Společenské a firemní akce



nejlepsi-prostor.cz

pronájem veletržních
hal a sálů

BVV



Veletřhy
Brno



Mimořádná nabídka prostor
v období září - prosinec 2016
Vyberte si z nabízených výhod

Připravujete firemní večírek,
seminář, společenské setkání
nebo konferenci?

Nejširší nabídka prostor v ČR
70 sálů a salonků

Podrobnější informace na
telefonu 261 172 222



**KONGRESOVÉ CENTRUM
PRAHA**

VÝJIMEČNÉ MÍSTO PRO VÝJIMEČNÉ AKCE

booking@kcp.cz | www.kcp.cz

Hackeri by pro nás jako zaměstnanci nebyli zajímaví

Před dvaceti lety se nadšený aťják rozhodl rozjet projekt certifikačních služeb. Z původně krátkodobého jednorázového podnikání dokázal Petr Budiš vybudovat stabilní byznys a společnost I.CA, která je evropským lídrem a její technologie využívají bankovní domy, ministerstva i velké organizace. TEXT: Michaela Kaňoková, FOTO: EPOCHA

Dnes už je běžné, že veškerou komunikaci řešíme přes internet. Společnosti I.CA se zaměřuje na poskytování služeb zabezpečení elektronické komunikace

a na vývoj nových certifikačních technologií. Jejich prvním projektem, který začaly české banky využívat, byl elektronický podpis.

Co vás přivedlo věnovat se zabezpečení elektronické komunikace? Byla to čistě zvědavost a touha vyzkoušet si nové IT technologie nebo jste už tehdy viděl podnikatelský potenciál certifikací?

Myslím, že od všeho trochu. Je to už dvacet let, kdy se tento obor v republice začal rozvíjet. IT je pro mě dodnes koníčkem, který mě před dvaceti lety ovlivnil do té míry, že jsem začal pracovat jako programátor a současně jsem hledal uplatnění v projektech, což mě nasměrovalo k problematice zabezpečení elektronické komunikace. A měl jsem to štěstí, že jsem byl ve správný čas na správném místě. Tehdy byla konkrétní poptávka na trhu po zabezpečení obchodování s cennými papíry, kterou jsem zkusil vyřešit. Začali jsme s mým týmem hledat technologii, která by internetové prostředí ochránila, a musím přiznat, že i v tom jsem měl znovu štěstí, protože jsme vybrali takovou technologii, která se o pět let později díky zákonu o elektronickém podpisu stala standardem.

Opravdu myslíte, že to byla jen klika? Mohla za správné rozhodnutí intuice? Dáte i v byznysu na tzv. šestý smysl?

Určitě šlo o intuici. Sice jsme v našem tříčlenném týmu hodně diskutovali o výběru a o věcných přínosech, ale nakonec jsem se musel spolehnout na šestý smysl. Neříkám, že kdybychom zvolili jiné řešení, bylo by špatné nebo horší, jen by se z něho později nestala standardizace jako právě v případě elektronického podpisu, díky kterému jsme mohli i dalším firmám nabídnout ověřené řešení.

Hned váš první projekt byl velmi úspěšný. Po dokončení práce pro Středisko cenných papírů se k vám zákazníci určitě museli hrnout.

Bohužel, to se pletete, bylo tomu právě naopak. Projekt po dvou letech skončil, vydali jsme naše první certifikáty, práce byla odvedena a nová prozatím v nedohlednu. Rok a půl jsem strávil tím, že jsem sháněl nové zákazníky. V roce 1998 ani banky neměly jasnou představu o tom, jak ochránit citlivá data. Tehdy se lidé ještě úniků dat neobávali a útoky hackerů byly zatím minimální. Česká mentalita funguje tak, že nejdřív musí nastat pořádný průšvih, pak se hledá viník a až nakonec řešení. Přesně v tomto pořadí. Naštěstí v IPB bylo osvědčené vedení, se kterým jsme začali pracovat na rozvoji technologie zabezpečení elektronického podpisu. V roce 2000 pak přišel zákon o elektronickém podpisu, pro který jsme už právě díky předchozím projektům měli standardizovanou technologii, což nám přivedlo nové klienty.

Znamená to, že vaši technologii používají všechny banky v ČR?

Víceméně. Neříkám, že by naše technologie byla převratná oproti těm ostatním, ale už před lety byla dotažena do úspěšného řešení a současně s tím měla legislativní oporu v době, kdy vešel v platnost zákon o elektronickém podpisu.

Působíte i na zahraničních trzích. Jaký je rozdíl mezi požadavky na vaše služby od klientů z ciziny oproti těm českým?

Zahraniční klientela vyžaduje vysokou míru kvality, ta naše naopak nejnižší cenu. Při výběrových řízeních v ČR je často jen jedno kritérium, a to je nejnižší cena. Nejlépe to charakterizuje úsloví: Chci to mít levně, ať to stojí, co to stojí. V zahraničí se dívají, jestli projekt jako celek bude funkční a ve finále tím pádem i levnější. Navíc zahraniční trh dá hodně na reference, což je štěstí pro naši firmu, a proto neustále portfolio zahraničních klientů rozšiřujeme.

Právě kvůli referencím je pro vás stále atraktivní práce pro veřejný sektor?

Určitě a těch důvodů je hned několik. V prvé řadě certifikační autorita neposkytuje jiné služby, než jsou služby důvěryhodného poskytovatele certifikačních služeb. Naše portfolio obsahuje hned pět produktů a přitom vývoj každého jednotlivého produktu je neskutečně složitý a finančně náročný. Devadesát procent ceny produktu tvoří vymyšlení systému, plán jak ho udělat, distribuovat nebo jak zajistit bezpečnost. Konečně vydání certifikátu

neskutečně složitý a finančně náročný. Devadesát procent ceny produktu tvoří vymyšlení systému, plán jak ho udělat, distribuovat nebo jak zajistit bezpečnost. Konečné vydání certifikátu nebo elektronického razítka je už to nejjednodušší a nejlevnější. Fixní náklady na produkt jsou velmi vysoké a vyplatí se při větším počtu klientů. Z toho důvodu komunikujeme se státní správou. Dnes vydáváme zhruba dvě stě tisíc certifikátů ročně, ale kdybychom jich vydávali dvakrát více, mohli bychom snížit i konečnou cenu produktu a být dostupnější i menším firmám. V druhé řadě je pro nás státní správa skvělou referencí. Přece když je naše filosofie zabezpečení dostatečně kvalitní například pro Ministerstvo financí nebo pro Řízení letového provozu, musí být stejně vyhovující i pro komerční firmu. Konec konců klíčové pro certifikační autoritu jsou dvě věci, know-how a důvěra zákazníků. A hlavní hodnota firmy je pak v lidech, tedy v jejich zaměstnancích.



CO JE TO I.CA

- První certifikační autorita je českou společností, která se bezpečností elektronické komunikace začala zabývat již před dvaceti lety.
- V roce 2002 získala I.CA jako první subjekt akreditaci pro výkon činnosti akreditovaného poskytovatele certifikačních služeb ve smyslu zákona o elektronickém podpisu, a zahájila poskytování služeb v oblasti kvalifikovaných certifikátů.
- V roce 2006 byla akreditace rozšířena o služby vydávání systémových certifikátů a elektronických časových razítek.
- I.CA několik akcionářů, mezi které patří Česká spořitelna, ČSOB nebo např. O2 Czech Republic.



Jako firma zabývající se potenciálním rizikem napadení nebo krádeže dat, musíte být pořád o krok napřed před možnými útočníky. Nenapadlo vás do svých řad přijmout i počítačové hackery?

Přemýšleli jsme i o tom. Vyšli jsme však z toho, že nápad na útok, který prolomí zabezpečení, napadne hackera zpravidla jen jednou za život. A když byste teoreticky koupil hackera, kterého už to jednou napadlo, je jen malá šance, že ho něco podobného napadne znovu. Navíc máme rozdělené pracovní skupiny vývojářů, analytiků a bezpečnostních pracovníků, kteří pracují na různých filosofických, čímž se minimalizuje riziko odhalení slabých míst systému z venku.

Je dostatek kvalifikovaných lidí pro tuto práci?

Ne. V dnešní době je vysoká přezaměstnanost a vysoká poptávka po IT pracovnících. Je problém udržet stávající lidi a sehnat nové je téměř nemožné. Proto je polovina mé práce založena na tom, že hledám pro své zaměstnance motivační schéma. Určitě neplatíme málo, ale ani ne nejvíce na trhu, zato si ale i v počtu padesáti

zaměstnanců zachováváme rodinné prostředí. Všichni se ve firmě známe, tykáme si. U nás není potupa přiznat, že někomu něco nejde a požádat pomoc, což je právě dáno přátelským kolektivem, kde mezi sebou kvalitní vztahy nepředstíráme. Například jednou z akcí je, že necháváme pro zaměstnance vyrobit firemní trička, a že má zaměstnanec k firmě opravdu vztah poznáte i podle toho, že je ochoten chodit či sportovat v tričku s logem.

Myslíte, že za třicet let už nebudeme muset chodit do banky, na poštu atd. a bude veškerá komunikace probíhat elektronicky? Kromě elektronických podpisů už existují i elektronická razítka, tak kam až tato digitalizace povede?

Nastane tzv. plná customizace služeb. Produkty budou postaveny na míru mně jako klientovi a já zřejmě ani nebudu vědět, kdo mi produkt poskytuje. Zákazníka bude zajímat pouze pohodlí, s tím, že vyskytne-li se nějaký problém, bude zajištěno jeho rychlé vyřešení. Jen takové služby mají budoucnost. A z důvodu rostoucích požadavků na úroveň služeb musí být zdokonaleno i jejich zabezpečení.

Šťastná GOLFOVÁ jedenáctka

Ve dnech uzávěrky tohoto vydání časopisu měli účastníci CZECH TOP 100 GOLF TROPHY za sebou čtvrté kolo turnaje v Karlových Varech na hřišti Olšová Vrata, a těšili se na finále v Golf Resortu Haugschlag v Rakousku. Jedenáctý ročník turnaje se mimo jiné vyznamenal pěkným počasím, takže optimismus všech hráčů do finále byl na místě.



Organizátorka Ivana Kaucká, fotbalový idol Pavel Nedvěd a předseda CZECH TOP 100 Jan Struž

Optimistkou je i organizátorka turnaje, ředitelka marketingu CZECH TOP 100, paní Ivana Kaucká, které jsme se zeptali:

Jste optimistkou vždy a všude?

Jsem optimistkou vždy, když vím, že jsem pro úspěch akce udělala vše, co bylo třeba – a ještě trochu navíc! Samozřejmě, počasí neovlivním, ale když je na hřišti, v klubovnách, v kuchyni a v zázemí vše dokonale připraveno, vím, že hosté budou spokojeni, i kdyby trakaře padaly.

Trakaře ještě nepadaly, takže to nemáte ověřeno!

Ale vím od účastníků některých jiných turnajů, že počasí je pro ně důležité, ale ke spokojenosti nestačí. Například loni v Haugschlagu byly mraky až na zem a lilo z nich jak při průtrži. Na hostech bylo vidět, že do toho nepůjdou. My, organizátoři, jsme museli – a nakonec se přidali všichni hráči. To je CZECH TOP 100 GOLF TROPHY!

Když se už zmiňujete o dalších golfových turnajích, kterých jsou desítky, čím byste charakterizovala turnaj CZECH TOP 100?

Neformální, přátelskou atmosférou, humorem, dobrou náladou vítězů i poražených. Samozřejmě, všichni hrají podle svých sil a schopností, ale nikdo ne jako o život. V jiných sportech se užívá termín rekreační, tak ten náš turnaj je skutečně rekreační pro tělo i pro duši. Ale ve sportovním duchu a v radosti z výsledků.

Nebývá zvykem, že se do zápolení zapojí i hlavní organizátor turnaje. Ale vy hrajete!

Pochopitelně, přece se nebudu jen dívat na to, co jsem připravila? Než první golfisté vstoupí na green, mám už za sebou mnoho hodin práce. Tak to by mi bylo líto, abych si nezahrála.

A vyhráváte?

Na trávníku s golfovou hůl ani ne, ale jako organizátorka – alespoň podle toho, co mi účastníci říkají – ano!

Ještě jste nikoho nerozzlobila?

To ano! Zájem o náš turnaj je velký. Když se někdo přihlásí pozdě, když už máme plno, a musím ho zdvořile odmítnout. Ale když sport, tak sport! Na vodáckou osmu se taky nevejde víc než osm!

Tak šťastnou cestu do Haugschlagu a počasí bez trakařů!





GOLF TROPHY 2016 - Olšová Vrata



Vítězné kategorie HCP 37-54 Josef Hubáček,
Ladislav Vybíral, Radim Passer



Vítězné kategorie 0-18 HCP Pavel Křeček,
Petr Moravčík a Petr Rada



Labutí jezero v podání golfořek

Mallorca, země kontrastů

Mallorca má nejen krásné dlouhé písčité pláže, ale i divoké horské masivy, hory a dokonce i na výzdobu bohatou jeskyni. Potěšení budou jak milovníci kulturních památek a historie, tak milovníci nočního života. Tady se rozhodně nudit nebudete.

TEXT: Jana Hájičková Foto: CK Neckermann



Největší ostrov Španělska

Mallorca je nejen největší z Baleárských ostrovů, ale také největším ostrovem Španělska. Na délku měří 110 km, na šířku 90 km. Nejvíce návštěvníků sem míří od května do října, podzim a jaro patří spíše cyklistům a pěším turistům. Přestože je ostrov velmi slunečný (slunce zde svítí více jak 300 dní v roce), v zimě prší až 9 dní z měsíce. Nicméně teploty jsou příjemné po celý rok.



Nadchne vás osmikilometrová promenáda, kde to žije nonstop...

Gotická katedrála

Mallorca láká turisty nejen pro své středomořské klima, nádherné písčité pláže a divoké horské masivy, ale také pro svou zeleň, azurové moře a bujarý noční život plný dobré hudby, zábavy a vynikajícího vína z místních vinic. Hlavním a také největším městem na ostrově je Palma de Mallorca, jejíž dominantu tvoří velká gotická katedrála La Seu, neboli katedrála Světla. Odtud je to coby kamenem dohodil na rušné náměstí Placa Espanyol, centrum všeho dění. Právě v tomto městě se nachází letní sídlo španělské královské rodiny nebo nejstarší olivovník na Mallorce.

PARTY HOTEL

Toužíte-li po zábavě dlouho do noci, pak je nejlepší se ubytovat přímo v hotelu Paradise Beach Music v El Arenal. Party se zde konají každý večer a o zábavu se starají animátoři. Jedenkrát týdně je na programu speciální bazénová party. Děti do 16 let ale do hotelu nesmějí. Písčinná pláž se nachází 350 metrů od hotelu. Tento hotel má ve své nabídce CK Neckermann.



NÁŠ TIP



Kluby na El Arenal

Jestli hledáte opravdu živé prázdninové centrum, pak se vydejte do některého z letovisek v zálivu Palma Bay nedaleko hlavního města. Spojuje je osmikilometrová pláž, jež lemují promenáda s romantickými palmami. A právě na této promenádě život neusíná se západem slunce, ale skvělá nálada panuje 24 hodin denně. Nachází se zde největší koncentrace obchůdků, barů, restaurací, diskoték, večerních podniků a dalších zábavních zařízení. A jsou tu i další lákadla, jak se zabavit. Například v jednom z největších vodních parků na světě – v Aqualandu, nebo na minigolfu strážném prehistorickými dinosaury. Tato část Mallorcy patří k nejživějším a nejoblíbenějším lokalitám, kam přijíždějí ti, kteří se chtějí především bavit.

RADY NA CESTU:

- Mallorca je součástí EU, takže vám na cestu postačí občanský průkaz. Platí se eury. Mluví se zde španělštinou nebo katalánštinou, ale domluvíte se i anglicky nebo německy.
- Z technických památek se v provozu zachovala dráha starého vlaku, která vede z Palmy do městečka Sóller a zpět.
- Na Mallorcu se dostanete s CK Neckermann, která sem posílá turisty celoročně.

Palmanova – středisko zábavy

Dalším střediskem zábavy je Palmanova, oblast na jihozápad od hlavního města. Oblíbili si ji zejména angličtí turisté. Možná proto, že nespočet barů a restaurací vypadá, jako kdyby pocházely ze staré Anglie. Rušný noční život se zde odehrává jen kousek od krásných pláží s jemným bílým pískem. Milovníky hudby jistě potěšíme zprávou, že právě zde denně vyhrává největší a nejvyhlášenější diskotéka v Evropě BCM. Další zábavu nabízí Casino Paladium, Westernpark či Marineland s oblíbeným představením cvičených delfínů, lachtanů a papoušků. Komplex se nachází v zoologické zahradě s velkým akváriem.

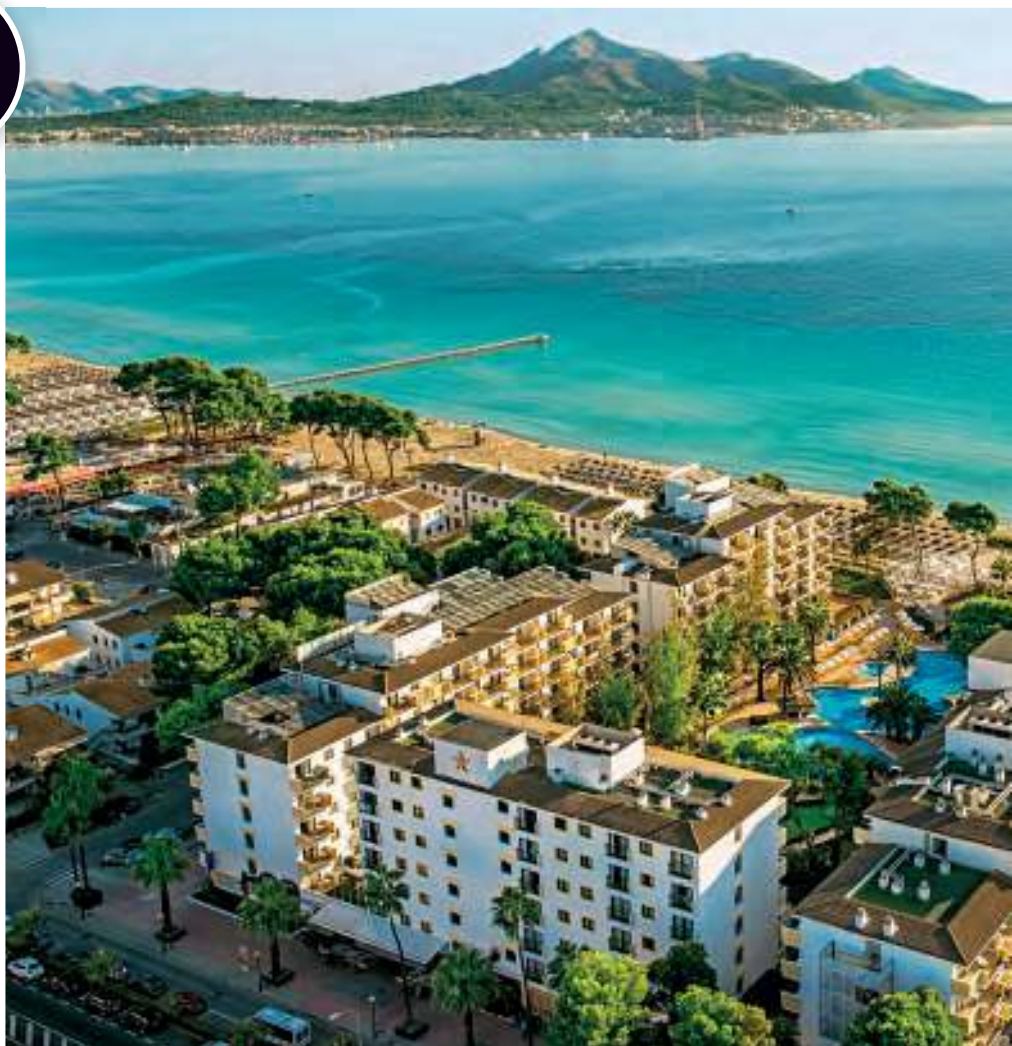


Zábava na katamaránu

Užijte si zábavu na katamaránu nebo na výletní lodi. Pravidelně vyplouvají z letoviska Alcúdia na severu ostrova u veliké zátoky. Právě tady se vine nejdelší pláž ostrova lemovaná palmami a piniemi. Nádherný bílý písek a pozvolný vstup do moře láká především rodiny s dětmi. Vybrat si zde můžete i ze široké nabídky vodních sportů, minigolfu, jízdy na koni, tenisu či squashe. Milovníci nočního života ocení množství kaváren, restaurací, obchodů a barů. V zachovalém historickém jádru městečka můžete objevovat romantické uličky a krásný přístav s řadou kaváren. Milovníky historie jistě potěší zříceniny amfiteátru a domů z římského období i zachovalé mohutné hradby lemující město, které byly v 16. století postaveny křesťany na obranu proti arabským pirátům korzárům.

**NÁŠ
TIP**

V letovisku Alcúdia se nachází krásný hotel Iberostar Alcudia Park, který leží přímo u písčité pláže. V rámci animačních programů si zde můžete užít řadu sportovních aktivit, jako je aerobic, boccia, šipky, stolní tenis, volejbal, nebo aquagymnastika. Za poplatek pak můžete vyzkoušet jízdu na banánu, nebo na vodních lyžích, půjčit si horská kola, šlapadla, kajak, surf, nebo se projet na koni. Hotel disponuje miniclubem pro děti od 4 do 7 let. Do tohoto hotelu se můžete vypravit v rámci dynamického balíčku s CK Neckermann.



Koncert na podzemním jezeře? Zážitek na celý život!



Dračí jeskyně

Určitě si nenechte ujít návštěvu Dračích jeskyní, které se nacházejí na východním pobřeží mezi městem Manacor a přístavem Porto Cristo. Nejenže oplývají bohatou krápníkovou výzdobou, ale také se tady ukrývá největší podzemní jezero na světě o délce 200 metrů a šířce 35 metrů. Konají se na něm koncerty klasické hudby, kdy hudebníci hrající Beethovena nebo Mozarta projíždějí na loďkách. Představení jsou v rámci prohlídky, která trvá asi hodinu, a zahrnuje rovněž projížďku po jezeře na loďkách. Teplota jeskyní se pohybuje kolem 20 °C, takže nepotřebujete teplou bundu jako u nás.





Soutěž pro vás! Týden v Kitzbühelských Alpách

1x voucher pro 2 osoby na 7 nocí v rodinném hotelu Rohregger** se snídaní a vlastní dopravou**

Chcete prožít týden v lyžařském středisku v Kitzbühelských Alpách? Pak si nenechte ujít naši soutěž! Hotel Rohregger leží v Neukirchen, 500 metrů od lanovky a 500 metrů od běžecké stopy Pinzgauer Loipe. Přesto jezdí od hotelu skibus. Hotel je obklopen nádhernou horskou krajinou. Do centra města dojdete po 700 m. V hotelu je v ceně wellness se saunou, infračervenou kabinou a vířivkou.

**Pobyt věnoval CK Neckermann, tel.: 800 700 780,
email: callcentrum@ckneckermann.cz,
www.ckneckermann.cz.**



Zrelaxovat tělo můžete v místním wellness, které je v ceně



**PLATNOST
VOUCHERU
DO 31. 3. 2017
(POBYT MOŽNÝ
PO PŘEDCHOZÍ
DOMLUVĚ PODLE
OBSAZENOSTI).**



Hotel leží na kraji obce Neukirchen

Soutěžní otázka:

Kolik turistů navštívilo Mallorcu v loňském roce se skupinou Thomas Cook, jejíž součástí je i CK Neckermann?

Kdo se nejvíce přiblíží správnému číslu, získá pobytový voucher. Stane-li se, že přijde několik tipů se správným číslem, výhru získá ten, kdo správnou odpověď odeslal jako první. Tipy zasílejte do 31.11. 2016 na adresu: marketing@ckneckermann.cz, heslo: **Konečně dovolená.**

CK Neckermann patří k leaderům na českém trhu. Nabízí stovky zájezdů a uvádí konečné ceny včetně letištních a bezpečnostních tax a palivového příplatku. Nabízí dovolené pro rodiny, pro single s dítětem, pro seniory i dvojice. Vydává katalogy Léto u moře, Eurovíkendy, Lyžování a relax a Autem Evropou. Nabízí dovolené s vlastním autem, zejména do Rakouska a největší ubytovací kapacitu v Bulharsku.

Cesta kolem světa

Uvažujete, jak nejlépe investovat peníze, které máte sami pro sebe? Pokud jste někdy snili o cestě kolem světa, tak byste možná měli vědět, že nejbližší letadlo odlétá už 23. března 2017. Organizátor této Cesty a zároveň majitel CK ESO travel, Tomáš Cikán, bude na palubě také. TEXT: Pavlína Blahotová FOTO: archiv



O Cestu kolem světa soukromým letadlem je určitě velký zájem. Stává se vám, že na někoho nezbude místo?

Cesta kolem světa soukromým letadlem od ESO travel je na českém trhu jediná a zcela unikátní, takže předpokládáte zcela správně, že zájem je značný. Každý rok odmítáme zájemce, kteří si vzpomenu v prosinci a chtějí Cestu kupovat jako vánoční dárek. Tito zájemci si však na splnění svého snu musí počkat o rok déle. V březnu 2017

poletíme již po šesté a očekáváme, že vyprodáno bude během listopadu.

Už jste nějakého zájemce odmítli?

Tento exkluzivní produkt je určen pro vysoce náročnou klientelu zaměřenou na poznávací zájezdy. Již několikrát jsme účast na něm rozmluvili zájemcům, kteří jsou zvyklí na pasivní pobyty v nejluxusnějších all inclusive hotelech v luxusních destinacích. Pro tento typ klienta by to bylo příliš náročné.

Jak vypadá váš typický klient, dnešní cestovatel kolem světa?

Nejedná se rozhodně o nějaké excentriky, celebrity nebo jiné mediálně frekventované osoby. Diskrétnost každého z klientů je pro nás prvořadou prioritou. Našími nejčastějšími klienty jsou manželské páry středního věku, kteří jsou majiteli středně velkých nebo velkých firem, nebo je již úspěšně prodali. V posledních dvou letech se naší Cesty zúčastňuje také velká množina manželských párů, které obdržely tento exkluzivní zájezd jako dárek od svých úspěšných potomků.

Kdybyste o někoho opravdu stál, jak byste ho přesvědčil, aby se na vaši Cestu kolem světa vydal?

Hlavním argumentem je jedinečnost této Cesty. Možnost užít si během 26 dní 10 exotických destinací na té nejvyšší úrovni cestování vám nikdo jiný nenabídne. Kdybyste chtěla navštívit všechna tato místa individuálně, tak strávíte spoustu času na letištích při čekání na letecké spoje, musíte stále něco organizovat, hlídat a ve výsledku si takovou cestu vůbec neužijete. Naše kombinace soukromého letadla, špičkového servisu, nejlepších hotelů v destinacích a profesionálních průvodců vám přinese nesrovnatelně větší zážitek a spokojenost.

Všechny již uskutečněné Cesty jste vždy absolvoval osobně se svými klienty. V čem byla každá z nich jedinečná?

První Cesta byla opravdu výjimečná a tento zážitek se již nikdy nebude opakovat, jako každé „poprvé“. Naše další Cesty jsou zcela jedinečné nejen měnící se trasou zájezdu, ale především lidmi, kteří s námi cestují. Samozřejmě, že pokaždé

navštívíme úžasné místa naší planety, ale společnost úspěšných lidí s nesmírně zajímavými životními příběhy mě velmi obohacuje a s mnoha našimi cestovateli se stáváme dobrými přáteli.

Byla nějaká nedokonalost, kterou jste při Cestě osobně prožil a zjistil, že to příště musíte určitě napravit?

Stává se nám, že v některých malých hotelech butikového typu například vytížíme celou kapacitu a je potřeba posílit personální obsazení při ubytování, ale na to jsme díky našim zkušenostem připraveni a veškeré nadstandardy máme zajištěné s předstihem.

Jak jste na tento koncept přišel? Je to váš splněný sen z dětství?

Jako majitel cestovní kanceláře mám samozřejmě sny spojené s cestováním, které považuji za tu nejlepší životní investici. Cesta kolem světa byl můj sen a když jsem před šesti lety začal naplňovat jeho splnění, poohlédl jsem se nejprve ve vyspělém světě, jak ho realizují tam. Narazil jsem na mnoho variant cestování kolem světa a uchvátil mě ten nejluxusnější a nejvyšší způsob, kterým se zabývá největší americká cestovní kancelář specializující se na luxusní poznávací zájezdy Abercrombie & Kent.

Dokážete předvídat opravdu všechny nenadálé komplikace, které se mohou stát?

Předvídat ano, předpovědět ne. Na většinu komplikací jsme připraveni a předcházíme jim. Jen pro příklad uvedu, že máme na palubě tři piloty, abychom v případě indispozice jednoho z nich měli stále plnohodnotnou posádku. Jako perličku mohu uvést, že s námi cestují například i náhradní pneumatiky. Samozřejmostí je pro nás přítomnost lékaře po celou dobu naší úžasné expedice.

Vzpomenete si, jakou nejkomplikovanější situaci jste museli během Cesty řešit?

Před dvěma lety zasáhl souostroví Vanuatu ničivý cyklón, takže jsme nemohli použít naplánovaný letecký koridor na Austrálii, a proto nám nezbylo, než si prodloužit pobyt ve Francouzské Polynésii. Pokud bychom neměli vlastní letadlo, byl by to neskutečný průšvih, který by nám zájezd v podstatě zničil a ukončil. Díky naší operativnosti jsme pouze zaparkovali letadlo, zajistili klientům nejlepší hotel na Tahiti a užili si prohlídku tohoto známého ostrova.

Když zavřete oči a vzpomenete si na některou z Cest, jaký nejsilnější zážitek nebo obraz se vám vybaví?

Narychlo si vzpomínám na naše unikátní přistání uprostřed rudé australské divočiny, jen několik kilometrů od nejúžasnějšího monolitu světa - obří rudé skály Ayers Rock. Úžasným zážitkem bylo, když jsme tuto horu obléтали naším soukromým Boeingem, aby si ji klienti mohli vyfotit z ptačí perspektivy. Obdobně jedinečné přistání jsme zažili i na souostroví Galapágy, kde jsme přistáli jako první velké dopravní letadlo z Evropy.

Co bude dál?

Vzhledem k tomu, že nabízíme poznávací zájezdy do 162 zemí světa a jsme bezkonkurenčně největším specialistou na tento typ zájezdů, je těžké dále rozšiřovat naše portfolio o nové destinace. V rámci našich Cest kolem světa bude jistě následovat šťastná sedmička. V tuto chvíli už intenzivně pracujeme na přípravě Cesty kolem světa 2018. Společně s týmem, který tyto cesty připravuje, nám jeden rok na přípravu nestačí a trasu na rok 2018 finalizujeme právě nyní, v říjnu 2016. Pro rok 2018 opět nabídneme novou trasu, která zkombinuje přírodní skvosty, historické památky, nádherné pláže i světové megapole k maximální spokojenosti naší klientely. Naši klienti se mohou těšit na další vylepšení, ač rád přiznávám, že jeden náš cestovatel, který absolvoval všech 5 našich Cest kolem světa, prohlásil, že to už lépe nejde. ■



CO JE ESO TRAVEL A.S.

- Největší český specialista na exotické poznávací zájezdy
- nabídka zájezdů do 162 zemí světa
- 22 let tradice
www.exotika.cz

Cesta kolem světa soukromým letadlem zahrnuje:

- 10 exotických dovolených za 26 dní
- privátní Boeing 737 v comfort class
- nejlepší catering v business třídě
- privátní terminály, přednostní odbavení
- 23 x ubytování v luxusních hotelech se snídaní
- zavazadla bez limitů
- 1 x slavnostní rozlučková večeře včetně nápojů
- 5* hotely v destinacích
- český lékař na palubě po celou dobu zájezdu
- nejlepší výlety v jednotlivých místech pobytu
- 3 profesionální čeští průvodci
- všechny vstupy a poplatky v ceně
- komplexní cestovní pojištění



CESTA *Exclusive*
2017 KOLEM SVĚTA
SOUKROMÝM LETADLEM

Má-li česká ekonomika dále růst, potřebuje technicky vzdělané lidi

Když se řekne technické vzdělávání, starší generace si jistě vzpomenou na kdysi povinné a mnohými nenáviděné „dílny“. Dnes, kdy se české ekonomice nebývale daří, ukazuje se jejich smysl a opodstatněnost. TEXT: Aleš Pospíšil FOTO: archiv

Otom, proč je důležité vrátit technickým předmětům jejich místo ve školních osnovách, jsme hovořili s **ministrem průmyslu a obchodu Janem Mládkem**.

Máme už řadu měsíců nejnižší nezaměstnanost v rámci celé EU. Blíží se čtyřem procentům, což však s sebou nese i negativní efekt – nedostatek pracovních sil na českém trhu práce. Které profese nejvíce chybějí a proč?

Musím přiznat, že při svých četných návštěvách moravských a českých podniků na vlastní oči vidím, jak stále více a citelněji chybějí kvalifikovaní odborníci některých technických profesí – zejména odborníci ve strojírenských a zpracovatelských oborech, ale také třeba kuchaři, řidiči kamionů a další. Starší generace techniků nyní odchází do důchodu a výchovu té mladé jsme v uplynulých letech značně podcenili, takže absolventů technických oborů na středních i vysokých školách je opravdu nedostatek. Firmy by rády expandovaly, rozvíjely se, o jejich výrobky je ve světě stále větší zájem, ale nemají s kým vyrábět. Tohle musíme změnit, aby mohla naše ekonomika nadále růst a být konkurenceschopná jak na evropské, tak světové úrovni. V této souvislosti je klíčovým faktorem skutečnost, že jsme vstoupili do 4. průmyslové revoluce, a k tomu, abychom v ní uspěli, je důležitý právě dostatek kvalifikovaných a technicky vzdělaných lidí.

Důležité tedy bude zvýšit atraktivitu technických oborů. Zatím se stále setkáváme

s předsudky, že řemeslo je prací tak trochu špinavou a jaksí méně hodnotnou. Dá se to nějak změnit?

Máte pravdu, stereotypy v tomto smyslu stále přetrvávají jak v hlavách dětí, tak rodičů, kteří jim pomáhají vybírat budoucí povolání. Přitom technické vzdělání dnes nabízí daleko jistější uplatnění, než mají třeba absolventi některých humanitních oborů. V této souvislosti bych chtěl zmínit i potřebu predikce trhu práce. Je potřeba, aby samotné firmy – řekněme v pětiletém předstihu – dávaly najevo, jakou strukturu absolventů budou potřebovat. Pocítili např. absolventi učňovských oborů, že je o ně skutečně zájem, obecné povědomí se postupně bude měnit. To také napomůže efektivnímu rozdělení peněz do jednotlivých oborů středních, ale i vysokých škol. Pomůže to i rodičům při jejich rozhodování, jaké obory budou pro jejich děti perspektivní. Touto cestou v posledních letech kráčí například českobudějovická Vysoká škola technická a ekonomická, která velmi úzce spolupracuje se zaměstnavateli v regionu a podle jejich predikce dokáže pružně uzpůsobovat své studijní programy. Je však potřeba, aby školství bylo takto nastavené systémově a komplexně.

S nedostatkem technicky vzdělaných pracovních sil se jistě potýkají i jiné státy. Které nám ale mohou být v systému vzdělávání vzorem?

Inspirací pro nás může být určitě Německo nebo Rakousko, kde se těží z tradice a dobrého jména tzv. Fachschule, odborných škol, a samozřejmě z kvalitního

propracovaného systému duálního vzdělávání. Jde o systém přednostně orientovaný na trh, kdy je odpovědnost za profesní přípravu žáků přenesena na průmyslové a hospodářské komory. K takovému systému, který přináší vysokou kvalitu odborné přípravy žáků, máme bohužel zatím teprve nakročeno. Zcela přenést do českých podmínek ho samozřejmě nelze, spíše se jen inspirovat a vytvořit funkční model přímo šitý na naše prostředí.

Ministerstvo průmyslu a obchodu sice nemá vzdělávání obecně ve své gesci, ale asi nejvíce ze všech resortů cítí jeho dopady ve výrobní sféře. Jaké aktivity tedy MPO vyvíjí, aby výuku technických oborů podpořilo?

Je zcela nepochybné, že vztah k technice musíme u dětí budovat od malička. Proto na obecné úrovni prosazujeme využívání různých důmyslných stavebnic k rozvíjení technického myšlení a motoriky již v mateřských školách a poté i na školách základních. Stejně tak se zasazujeme, aby se vrátilo povinné vyučování tzv. dílen do školních osnov. Mám-li hovořit o podpoře konkrétní, pak je naše ministerstvo partnerem řady soutěží a přehlídek odborných dovedností žáků hutnictvím počínaje, přes programování obráběcích CNC strojů až třeba textilním průmyslem konče. Aktuálním příkladem je výstava Accelerating Science v Českých Budějovicích, kterou vytvořilo Mezinárodní centrum pro výzkum elementárních částic CERN v Ženevě právě s cílem povzbudit zájem mladých lidí o vědu a techniku a my jsme její realizaci podpořili částkou 1,4 milionu korun. Co však chci zdůraznit, žádná

„Pocítí-li absolventi učňovských oborů, že je o ně skutečně zájem, obecné povědomí o řemesle se začne postupně měnit.“

výstava ani soutěž nenahradí naprostý základ, který technika vyžaduje, a tím je kvalitní výuka a znalosti studentů v matematice. Naše ministerstvo se proto aktivně zapojuje také do ankety Zlatý Ámos – vloni jsme poprvé udělili Matematického Ámose a budeme v tom pokračovat i v letech následujících.

Můžete spolupráci vašeho ministerstva s firmami přiblížit konkrétněji?

Se zaměstnavateli jsme v neustálém kontaktu a jejich názory se snažíme a budeme snažit prosazovat do nových vzdělávacích koncepcí. Naším cílem je, aby se výuka technických oborů co nejvíce přesunula do reálného prostředí firem. Aby se žáci neučili na zastaralých technologiích, ale měli možnost si osahat ty nejmodernější stroje, což jim školy samotné umožnit nemohou. Proto také MPO iniciovalo změnu zákona o daních z příjmů a zaměstnavatelé, spolupracující se školami, mohou od roku 2014 uplatňovat daňová zvýhodnění pro investice do vybavení určeného k výuce a pro samotnou výuku. V rámci námi zřízeného projektu Školící střediska, financovaného ze strukturálních fondů, jsou při výběru zvýhodněny ty projekty, jejichž součástí je smlouva se školami o možnosti využít školicího střediska pro odborný výcvik, praxe a stáže studentů. Zkrátka, snažíme se o systémovou podporu technického vzdělávání, od úrovně legislativní až například po vybavení jednotlivých škol, a já věřím, že výsledky našich snah budou již brzy znatelné i na trhu práce. ■



Kovářovo žhavé srdce



Zdeněk Legner z Řehnice si kovařinou přivydělával už jako student. Zároveň byl ale přesvědčený, že kovářem být rozhodně nechce. Dnes jím je a lidé mu rádi zaplatí, když jim uková něco, co potřebují. Vědí, že se to nikdy nerozbije.

TEXT: Rostislav Zeman FOTO: Robert Tichý





„Mohu sekát mříže jako Baťa cvičky. K uživení by to moc nebylo a hlavně by mě to nebavilo. Mám rád výzvy. V poslední době je to třeba nerez. Tvrdší, dražší, ale zajímavý!“



^
Kovařina není o bezduchém bouchání kladivem do žhavého kovu na kovadlině, ale o důvtipu a precizním řemeslném provedení. A taky o sváření pomocí kyslíčnicku uhlíčitěho.

M

ožná i vy žijete v zajetí představ, že práce kováře se odehrává v dílně, kde je to samá jiskra a ozývá se zvonění kovadliny.

Taky vidíte kovařinu až téměř pohádkově? Omyl! Ještě víc než kladivo dnes kovář Zdeněk Legner využívá buchar. Z kovu umí vykovat kde co: mříž, lunety nad dveře, stylizovaného byčka nebo třeba velkou plachetnici.

„Zvonění kovadliny, jak ho znáte z filmu, z toho fakt šílím – přišel bych o uši a sousedi by ze mne taky neměli radost,“ říká. Kolem kovářského řemesla se vytvořila řada mýtů. Třeba ten, že je v dílně teploučko. „Blbost! Poodejděte pár metrů od pece a přesvědčíte se, že v zimě je tady zatraceně chladno!“ vpravuje nás do reality muž, jehož secesní pohled zdobí dům Viola na pražské Národní třídě. Vzpomínkou z New Yorku, kde dělal kovaný plot u vily jednoho Čechoameričana, přibližuje, že zákaznická přání jsou někdy zvláštní. „Chtěl bránu tak širokou, aby se v ní mohla mýjet dvě auta, i když řidiči budou opilí na mol. Udělal jsem ji snad osmimetrovou.“ „Na téma kovaných objektů většinou jedním se ženami a dnes už mě naštěstí netlačí do žádných kudrlin, často ocení i moje podněty,“ říká Zdeněk. Připouští, že to je pak v ohni nejen kovaný předmět, ale i jeho kovářské srdce. ■



▼
Kovařina je dřina. Ale prý krásná, říká Zdeněk Legner.



ŠKOLA PRO ÚSPĚCH

Střední odborná škola podnikatelská v Praze dává ročně příležitost přibližně devadesáti chlapcům a dívkám, kteří se rozhodli v budoucnu postavit na vlastní nohy jako podnikatelé, nebo být úspěšní na významných postech v ekonomické, manažerské, organizační a řídicí činnosti. Za dobu existence to je cca 2 000 připravených lidí. TEXT: Antonín Fischer FOTO: archiv

Zřizovatel a jednatel PhDr. Josef Svoboda našel dobrou cestu k vysoké úrovni výuky a výchovy díky úzké spolupráci s partnerským Bankovním institutem – Vysokou školou v Praze.

Hovořili jsme v duchu aktuálních diskusí o českém školství.

Pane doktore, sám jste studoval na státních školách. A jak vidno, připravily vás pro život a práci velmi dobře. Proč jste se tedy rozhodl pro zřízení soukromé školy?

Školu jsem zřídil z důvodu neschopnosti státního školství vnímat žáka jako osobnost. Pro nás je každý student důležitý a každému se věnujeme zcela individuálně. Respektovat individuální zvláštnosti, udělat si čas na komunikaci s rodiči, zajistit jednotu výchovného

přístupu, zvýraznit pozitivní psychosociální klima ve škole, to je úkol dne. Naše škola je školou rodinného typu. Nabízíme kvalitní alternativu na trhu vzdělání především svým přístupem k žákům a progresivními metodami výuky.

Ve vzdělávacím procesu působí profesionálové, psycholog, právní poradce, samozřejmostí je vybavení moderní vyučovací technikou.

Některé střední a vysoké školy pečlivě sledují úspěšnost svých absolventů v praxi.

A samozřejmě se chlubí tím, že x procent studentů je v takových či jiných postech. Jaký je váš názor na tento způsob vytváření image školy?

Na procenta úspěšnosti příliš nevěřím. Velice problematická jsou nejrůznější kritéria posuzující úspěšnost, nejčastěji například přijetí na vysokou školu. My

si neklademe ambice tohoto typu.

Připravujeme hlavně pro praxi. Dbáme na to, aby výuka byla těsně provázaná s praxí. Naši pedagogové mají přímé dlouholeté zkušenosti z oborů, které vyučují. To všechno využíváme k tomu, abychom sestavili skutečně efektivní studijní programy a vychovali absolventy, kteří nebudou mít problém uplatnit se na pracovním trhu.

Vaše škola působí na neziskovém principu, veškeré finanční prostředky využíváte pro její rozvoj. Školné zřejmě patří k nejnižším v České republice a ještě přispíváte na stravování ve školní jídelně a vyplácíte sociální a prospěchové stipendium, takže studentům prakticky část školného vracíte. Ale cílem podnikání je přece zisk! Jak to vysvětlíte studentům, budoucím podnikatelům?

Pro nás zisk není pouze ve vyjádřených finančních hodnotě. Reinvestice do rozvoje školy nás posouvá na dobrou úroveň ve vybavení, společnost je bohatší. Zisk jako investice do budoucna je ale také o stabilizaci a zvyšování kvalifikovanosti zaměstnanců, využití jejich pedagogických schopností a v tom, že se vytváří jakési transendentum školy.

Kritici soukromých škol tvrdí, že na tyto školy se dostane každý bez ohledu na dřívější prospěch, a každý na nich odmaturoje, protože si to zaprvé zaplatil, zadruhé na školu s propadlíky by rodiče děti neposlali. Co vy na to?

Rád bych tyto kritiky pozval do školy. Dnes, v době jednotných maturitních zkoušek nepřipravený student neuspěje. Kritéria jsou pro všechny studenty stejná. Školu ale nelze hodnotit pouze podle úspěšnosti u maturit. Faktem zůstává, že naše škola, která přijímá žáky s průměrem ze základní školy do 2,5, se těžko může srovnat s přijatými studenty z gymnázia. Jiné srovnání ale může být v porovnání s úspěšným začleněním se absolventů do praktického života. Průběžnou kontrolu úrovně přípravy provádějí soustavně sami platící rodiče našich studentů.



Moderní vyučovací technika a metody jsou samozřejmostí



PhDr. Josef Svoboda, 68 let

- Studoval pedagogiku a psychologii na UP Olomouc, řízení na VŠE, působil v různých organizacích jako pedagog a psycholog.
- V roce 1993 založil Střední odbornou školu podnikatelskou PROFIT v Praze.
- Spolupřítelkou a ekonomkou školy je jeho žena Pavla rozená Strachvicová.
- Ve volném čase začal hrát golf, maluje a věnuje se psychoterapii.



V USA nebo ve Velké Británii během století získaly soukromé školy punctelity, důvěryhodnosti, dokonalosti, jejich absolventům se otvírá do života víc dveří, než absolventům škol státních. Jaká je, dle vašeho názoru, situace u nás?

Postupným zvyšováním úrovně soukromých škol se brzy dostaneme na úroveň zemí, kde soukromé školství nebylo na dlouhou dobu přerušeno. Důvěryhodnost, dokonalost soukromé školy se samozřejmě nezíská okamžitě. Je to dlouhodobý proces, který mohou výrazně ovlivnit rodiče. Rodič, který platí školné, si více hlídá, zdali za jeho peníze škola splňuje předsevzaté cíle a může očekávat, že na jeho požadavky bude brán zřetel. Škola je díky školnému držena v neustálé snaze plnit svá předsevzetí, protože jinak by přišla o žáky a potažmo o peníze a svou prestiž. A jako všude jinde na hospodářském trhu je jistě velikou hnací silou konkurence. Soukromá škola zkrátka musí dbát na spokojenost rodičů. Rodiče jsou hlavním nebo velmi výrazným zdrojem financí. Mají lepší možnosti a motivaci školu či program

v dané třídě a též přístup k tomu kterému žákovi ovlivňovat.

Na trhu práce chybí tisíce lidí kvalifikovaných v technických oborech, mnohé školy – zejména humanitního zaměření - připravují do života budoucí nezaměstnané. Našel byste způsob, jak to změnit? Měl by školství v tomto směru regulovat stát?

Regulace státu asi ne. O regulaci by se měl postarat trh práce. Podnik může motivovat například stipendiem, příslibem zaměstnání, stabilizačním příspěvkem atp. Na druhou stranu nelze vše ponechat pouze na škole. Vzdělávání je celoživotní, permanentní, nikdy nekončící proces. Významnou roli sehrává další příprava a rekvalifikace. Škola by měla své studenty naučit učit se a být připraveni na další celoživotní vzdělávání.

Kdyby vám dnes bylo patnáct let, jakou školu, jakou profesi byste si zvolili?

Samozřejmě SOŠP Profit a povolání, na které tato škola dorost připravuje. ■

Bez hořkých chvil není sladkých úspěchů

Na začátku byli dva arménští sourozenci, kuchyňský sporák a velký smaltovaný hrnec. Dnes se vyrobí ve firmě Marlenka přes 6 milionů dortů ročně a vyváží se do 40 zemí. Jak se začíná podnikat od nuly, bez kapitálu a v cizí zemi? Na to jsme se ptali Gevorga Avetisyana, majitele společnosti. TEXT: Anna Čermotová, FOTO: archiv

Do Prahy přišel v roce 1995, když v jeho rodné Arménii byla válka. Usadil se v Ostravě s představou, že v průmyslovém městě se bude dařit podnikání. Ale nedařilo. Poslední zbytky úspor dal za hospodu, která, místo aby vydělávala, několik let peníze jen požírala. „Neuměl jsem takové podniky provozovat a směřovali jsme ke krachu. Tehdy jsem měl chuť sebrat se a vrátit se domů,“ říká Gevorg Avetisyan. Postupně se mu začalo přece jen trochu dařit, ale opravdový úspěch přinesla až Marlenka.

Jak vás myšlenka na výrobu dortů vůbec napadla?

Když jsem už měl v Čechách vybudovanou určitou zázemí, přijela za mnou z Arménie sestra Hasmik. Chtěla tu také pracovat a hučela do mne, že chce něco dělat. Zrovna tou dobou jsem v kavárně ochutnal medovník, který se tehdy těšil velké popularitě jako novinka. Vzpomněl jsem si, že moje maminka, babička i sestra dělávaly lepší, podle starého rodinného receptu. Řekl jsem tedy sestře, ať ho upeče, že ho zkusím nabídnout několika obchodním partnerům. Dobrý výrobek se šíří rychle, lidem chutnal, a tak za chvíli sestra nestíhala péct. Od rána do večera se otáčela v kuchyni, se zastaralým vybavením, nejedla, nespala. A objednávky přicházely a přicházely. Poznal jsem, že tohle je příležitost, a pronajal jsem první výrobu. Do půl roku jsem pronajímal další, větší,

a zaměstnával deset lidí. Poptávka rostla a my postupně zvětšovali prostory a přibírali stále nové lidi. Tak je to v podstatě dodnes.

Do kterých zemí dnes vyvážíte? Mají různé národy své specifické požadavky, co se týká chuti?

Naše výrobky v současné době vyvážíme do 40 zemí celého světa. MARLENKA má tak originální chuť, že si našla své oblíbence všude. Držíme se původní receptury a tu také nikdy nezměníme. I díky tomu mají naše výrobky takový úspěch.

Je v Arménii tenhle typ dortu tradičním dezertem? A liší se od sebe výrazně recepty v jednotlivých rodinách?

Medový dort pochází historicky z Arménie. MARLENKA je ovšem i tak v Arménii zcela originální a výjimečná. Její recept si v naší rodině předáváme z generace na generaci.

Vy jste původní profesí designér a bytový architekt. Co má společného dobrý design, pěkný interiér a kvalitní jídlo?

Vše, co dělá člověk dobře, kvalitně a srdcem, má za výsledek kvalitní produkt. A je jedno, o jaký jde obor. V našem případě se nebojím říct, že MARLENKA je ukázkové spojení dobrého výrobku a kvalitního designu obalu. Jeho vývoj tak, aby byl maximálně praktický a funkční a zároveň dobře vypadal, je také velmi zásadní věc.

Domácí vaření a výroba v tisících kusů za den je přece jen něco jiného. Museli jste původní recepturu nějak modifikovat, nebo vzniká přesně ve stejném postupu a ze stejných surovin, jako u vás doma?

Ingredience při výrobě používáme stále stejné. Na jejich kvalitu klademe velký důraz, protože naše produkty jsou vyráběny bez konzervačních látek a syntetických barviv. Veškeré suroviny velice přísně kontrolujeme tak, aby zákazník dostal maximálně kvalitní výrobek. Vzhledem k přechodu výroby na automatickou linku jsme museli způsob výroby trochu změnit, ale jen k lepšímu.

„Všechno, co člověk dělá dobře a srdcem, má za výsledek kvalitní produkt. A je jedno, o jaký jde obor.“



5 SLADKÝCH ZAJÍMAVOSTÍ

■ Dorty Marlenka jsou vyráběny bez použití umělých konzervantů a barviv; jediným konzervantem je med. Dort vydrží čerstvý při teplotě do 24°C až 90 dní. Při teplotě do 8°C dokonce až 8 měsíců.

■ Jméno Marlenka má firma po majitelově mamince a dceři, obě jsou Marlen. Dceřina fotografie zdobí také obaly výrobků.

■ Luxusní dort Marlenka s věrnou replikou královské koruny dostala k 90. narozeninám Její Výsost královna Alžběta II. v rámci oficiálních oslav jejich narozenin na britské ambasádě v Praze.



■ Gevorg Avetisyan získal cenu v mezinárodně uznávané soutěži EY Podnikatel MS kraje a také Zvláštní cenu poroty v soutěži EY Podnikatel roku České republiky.

■ Společnost MARLENKA je certifikovaná dle nejpřísnějších celosvětově uznávaných norem bezpečnosti potravin BRC a IFS na nejvyšší úrovni.



^ V roce 2014 získal Gevorg Avetisyan zvláštní cenu poroty v soutěži Podnikatel roku ČR.



Jak vaše výroba teď vypadá?

V současné době zahajujeme další etapu inovací. Začínáme výstavbu plně roboticky řízeného chlazeného skladu, který bude v České republice patřit k výjimečným stavbám. Jeho výška bude 33 m a bude plně automatický. Součástí výstavby jsou také centrální šatny pro 350 zaměstnanců. Po jejich dokončení budeme mít možnost průběžně nabírat další zaměstnance. Předpokládáme přijetí dalších až 130 zaměstnanců. Zároveň bude v roce 2017 probíhat instalace nové výrobní linky na medové dorty. Celková výše investice dosáhne asi 400 milionů korun.

Jací jsou Češi jako zaměstnanci a spolupracovníci? Liší se nějak od Arménů?

Arméni jsou zcela určitě více podnikaví, ale chybí jim ve většině případů česká

organizovanost a odpovědnost.

S českými zaměstnanci, kteří jsou velmi pracovití, a také s českými firmami se mi spolupracuje velmi dobře.

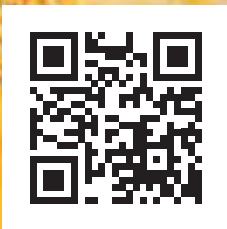
A v čem podle vás spočívá jádro vašeho úspěchu na trhu? Mnoho podnikatelů by mohlo namítnout, že měli stejně dobrý produkt nebo záměr, ale neuspěli – ten očekávaný nával zakázek se prostě nekonal...

Jenom dobrý produkt nebo nápad je málo. Člověk musí mít dobrý organizační a řídicí systém a obchodního ducha. Nesmí se nechat odradit dílčími nezdary a hlavně musí tomu, co dělá, věřit a dělat to srdcem. ■



LAHODNÉ EXKURZE

Marlenka má v Ostravě i své návštěvnické centrum, kde se splní sen mnoha milovníků sladkých chutí. Můžete zde nahlédnout do výroby a spatřit v procesu unikátní výrobní linku. Během prohlídky vás průvodce seznámí s historií a vývojem společnosti a ochutnáte všechny výrobky, včetně originální kávy Marlenka Café. A to nejlepší – na závěr si za zvýhodněnou cenu můžete medové výrobky také koupit. Exkurze probíhají celý týden od 8:30 do 17:00, více informací na www.marlenka.cz.



NAD PRAHOU A NAD VĚCÍ

Na žižkovské vysílací věži, na stejném místě, na kterém Václav Moravec ve svých Otázkách často přivádí hosty k nevrlosti, moderátor a předseda CZECH TOP 100 v jedné osobě Jan Struž dokáže při setkáních Obědy nad Prahou během několika minut smýt vrásky z ustaraných podnikatelů a manažerů a odvázat je natolik, že o sobě a dokonce o své práci dovedou vyprávět s chutí a vesele. **A o to jde!**

TEXT: Antonín Fischer FOTO: autor



Jan Koukal (bývalý pražský primátor), Martin Veselý (CS CARGO)



Barová mixologie a vanilkové a čokoládové profiterolky

Obědy nad Prahou, jejichž organizátorem a hostitelem je CZECH TOP 100, jsou především o tom, že se účastníci povznesou nad problémy všedního dne, a ve výšinách nad Prahou jsou i nad věcí. Když po Stružově talk show usedají k obědu připravenému restaurací Oblaca, jsou už nad problémy a následně v baru se zmrzlinou z baileys a s plnými tácy obdivuhodných dezertů se již druží zcela bezprostředně, bez pohledu na hodinky. Jak nám napsala paní Monika Christová z BH Securities: „...jedna z nejlepších akcí k vytváření kontaktů.“



Po obědě pokračuje debata v kuloárech.



ZLEVA: Tomáš Pardubický (Finep Holding), Barbora Večerková (GfK), Monika Christová (BHS), Hana Nylander Kaloudová (European Investments Bank), Jan Pirich a Martin Košárek (BHS), Tomáš Janeba (Carollinum), Marta Nováková (U&SLUNO)



Tomáš Pardubický (Finep Holding), Jan Jirchář (Pražská čokoláda)



**POZVĚTE SVÉ OSOBNÍ I OBCHODNÍ PARTNERY A SPOLUPRACOVNÍKY
NA NEJKRÁSNEJŠÍ PRAŽSKÝ OSTROV**

DO PALÁCE ŽOFÍN



DO SÁLU, JÍMŽ PROŠLY HLAVY A PREMIÉŘI MNOHA STÁTŮ, K PÓDIU, NA NĚMŽ PO BEDŘICHU SMETANOVĚ, ANTONÍNU DVOŘÁKOVĚ, ZDEŇKU FIBICHOVĚ, HECTORU BERLIOZOVĚ, FERENCI LISZTOVĚ, PETRU ILJIČI ČAJKOVSKĚM, RICHARDU WAGNEROVĚ A JANU KUBELÍKOVĚ VYSTUPUJÍ HVĚZDY SOUČASNÉ ČESKÉ I ZAHRANIČNÍ VÁŽNÉ I POPULÁRNÍ HUDBY, NA JEHOŽ PARKETU TANČILA BOŽENA NĚMCOVÁ, JAN NERUDA A DALŠÍ OSOBNOSTI ČESKÉ HISTORIE.

PŘIJĎTE SE UKÁZAT, POBAVIT A SEZNÁMIT SE

S PŘEDNÍMI OSOBNOSTMI SPOLEČENSKÉHO A EKONOMICKÉHO ŽIVOTA A PRAŽSKÉHO DIPLOMATICKÉHO SBORU, KTERÉ SE JIŽ TRADIČNĚ ÚČASTNÍ PLESU CZECH TOP 100!

TAM NEMŮŽETE CHYBĚT!

MOŽNÁ PRÁVĚ TENTO STŮL BUDE VÁŠ

NA SHLEDANOU NA

PLESE CZECH TOP 100

21. LEDNA 2017 V PALÁCI ŽOFÍN!

INFORMACE NA WWW.CZECHTOP100.CZ A U ŘEDITELKY MARKETINGU CZECH TOP 100
PANÍ IVANY KAUCKÉ (IVANA.KAUCKA@CZECHTOP100.CZ)

Manažer největšího VINOBRANÍ



Znojmo s necelými 34 tisíci obyvatel (včetně připojených obcí) navštívilo ve dnech 16. -18. září kolem 90 tisíc milovníků vína a velkorysé zábavy při Znojmském historickém vinobraní probíhajícím na necelém čtverečním kilometru ohraničeném zachovanými nebo již jen pomyslnými hradbami. To je náročné pro radnici, obyvatele centra města, dopraváky, technické služby a samozřejmě pro organizátora, kterým je příspěvková organizace města Znojmská Beseda, v jejímž čele stojí František Koudela. TEXT: Antonín Fischer Foto:autor



Mgr. František Koudela (37 let)

Vystudoval Masarykovu univerzitu, obor obchod, služby
Od roku 2014 je ředitelem Znojmské besedy
Mezi jeho koníčky patří víno a historie

Pane řediteli, poprvé organizoval Znojmské historické vinobraní v roce 1965 autor projektu František Koukal. Po několikaleté

nucené přestávce od roku 1974 vinobraní znovu ožilo až v 90. letech. Ze Znojma si vzalo příklad několik vinařských měst, ale rozsahu a úrovně Znojmského vinobraní nikde nedosáhli. Čím to?

Nemohu hovořit za jiné pořadatele, jelikož neznám jejich pracovní postupy ani priority. Ty naše jsou jednoznačné – především velmi pečlivá příprava mých kolegů ve

spolupráci s mnoha lidmi a institucemi, bez kterých bychom vinobraní nemohli dělat. To je samotné město Znojmo, městští strážníci, policie, hasiči, záchranáři, pracovníci dopravy, Městské zeleně, majetkového odboru, Správy nemovitosti a další.

V samotné akci je to pak o obrovském nasazení všech zainteresovaných.

S nadsázkou bych to přirovnal ke známému rčení: Těžko na cvičišti, lehký na bojišti.

Jde o celoroční práci týmu lidí, kteří za léta praxe mají perfektně zvládnutou logistiku náročných příprav. Samozřejmě je stále co zlepšovat. Znojmské historické vinobraní je největší akcí svého druhu v České republice a jako organizátoři děláme maximum proto, aby bylo také nejlepším pro obyvatele města i jeho návštěvníky. Vždyť jen vloni ho vidělo přes 82 000 lidí! Do každého ročníku proto zařazujeme novinky cílené na bohatou historii Znojma a jeho vyhlášené víno, které dělají pro diváka vinobraní ještě atraktivnějším.

Znojmská beseda je nevelké městské kulturní zařízení. Jak zvládáte množství dalších velkých akcí? Spravujete a provozujete památkové objekty, městské divadlo, vydáváte měsíčník Znojmské listy... Na takovou agendu by v Praze postavili budovu a zřídili ministerstvo. Jak se to dá zvládnout?

Řečeno hodně obecně: s velkým entuziasmem a častokrát ignorací osmihodinové pracovní doby a víkendového volna. Praxe je taková, že každý můj kolega má ve své gesci produkci konkrétní akce nebo i více akcí, které během roku připravuje. Ostatní mu jsou nápomocni, ale hlavní tíha odpovědnosti vždy leží na produkčním. Mnohé činnosti - od příprav smluv až po finální propagaci - jsou vzájemně propojeny a tak i přes podporu kreativity si rozhodně nikdo nemůže hrát na vlastním písečku. Děláme

pravidelně krátké, večerní porady, na kterých se navzájem informujeme, v jaké fázi je příprava té či oné akce a kde je třeba ještě pomoci, aby v určené datu akce vše klaplo. Správa a provoz památkových objektů, jakým jsou nejen samotná budova Znojemske Besedy, ale také radniční věž, vyhlášené Znojenské podzemí, Vlkova věž, Městské divadlo atd. jde o nekončící proces, kdy mě často napadá, že jakmile skončí opravy na jednom konci, mohou hned na druhém konci začít znovu. Vše je to o nemalých investicích, kde nezastupitelnou úlohu hraje město Znojmo. Nicméně mě velmi těší stále stoupající křivka zájmu turistů o znojenské památky. Návštěvnost podzemí je již několik let obrovská a třeba Vlkova věž se podruhé dostala do hledáčku prestižní soutěže TOP vinařský cíl. Podle průběžných informací si vede velice dobře a má reálnou šanci na umístění dokonce mezi TOP 3 cíle v tomto roce.

Kolik tedy řídíte vlastních zaměstnanců, kolik externích a kolik dobrovolníků z řad lokálních patriotů a aktivistů?

Na šesti objektech pracuje devětadvacet stálých zaměstnanců. Externisty využíváme během roku, kdy u nás vykonávají praxi studenti vzdělávající se v cestovním ruchu, jelikož Znojemska Beseda se stará o celkovou propagaci města Znojma.

Zastavme se u dobrovolných spolupracovníků. Protože žijeme v době, kdy ani zahradník zadarmo nehrabe, nabízí se otázka, proč právě Znojemští jsou tak ochotní přiložit ruku k dílu ve prospěch města?

Dobrovolníky nemáme, takže práci bez odměny pro nás nikdo nedělá. I studenti nebo lidé pomáhající na našich akcích, třeba jako účinkující v historickém průvodu během vinobraní, dostanou odměnu, byť ne velkou.

Letos jste musel dát dohromady průvod v počtu 550 historických postav od královského dvora po ženštiny povětrné. Našlo se dost zájemců, nebo jste museli přesvědčovat?

Na nezáměr si nemůžeme stěžovat. Zvlášť do průvodu se hlásí více lidí, než je třeba. Největší zájem je mezi dětmi a ženami. Trochu problém jsou muži, ale jak říká režisér průvodu Václav Beran, když přijde na nábor s dítětem tatínek, skoro nikdy neodejde bez kostýmu. Na historická



ZNOJEMSKÉ HISTORICKÉ VINOBRANÍ

- ZALOŽIL A POPRVÉ ZORGANOZOVAL V ROCE 1967 FRANTIŠEK KOUKAL
- DOSUD NEJVĚTŠÍ POČET HOSTŮ Z ČESKÉ REPUBLIKY I ZE ZAHRANIČÍ PŘIŠLO NA VINOBRANÍ V ROCE 1967, KDY PODOBNÁ AKCE BYLA ZCELA OJEDINĚLÁ, TEHDY BYLO ZAZNAMENÁNO 110 TISÍC TURISTŮ. NA DVA DNY PŘIJEL I TEHDEJŠÍ PREZIDENT REPUBLIKY, ANTONÍN NOVOTNÝ. LETOS PŘIJELO KOLEM 90 TISÍC NÁVŠTĚVNÍKŮ.
- LETOS BYLO VINOBRANÍ SOUČÁSTÍ OSLAV 790 LET POVÝŠENÍ ZNOJMA NA MĚSTO
- NA 12 SCÉNÁCH VYSTOUIPO 100 SÓLISTŮ A KAPEL S HISTORICKÝM I SOUČASNÝM PROGRAMEM
- OCHUTNAT VÍNO, BURČÁK A MÍSTNÍ SPECIALITY BYLO MOŽNÉ VE 24 MÁZHAUZECH
- NA HISTORICKÝCH TRŽIŠTÍCH BYLO MOŽNÉ NAKUPOVAT ŘEMESLNÉ ZBOŽÍ A REGIONÁLNÍ SPECIALITY U 250 STÁNKŮ

tržiště se účinkující vybírají a kolega, který je produkčně připravuje, má zkušenost jen s těmi nejlepšími. Právě ti na vinobraní do Znojma přijíždějí.

Kam se po vinobraní uskladní kostýmy, kdo o ně celý rok pečuje?

Město Znojmo je majitelem pouze historických kostýmů krále a královny, které nechalo před třemi lety ušít zcela nové podle návrhů Kláry Vágnerové. O ty pečujeme ve Znojemske Besedě. Ostatní kostýmy si půjčujeme od tří majitelů – ze Znojma od paní Rakušanové, z filmového fundusu Barrandova a z fundusu Městského divadla v Českém Krumlově. Ihned po vinobraní kostýmy vracíme a jejich majitelé se o ně po celý rok starají.

Máte při tolika aktivitách Znojemske besedy kdy si vybrat dovolenou? A když už si ji vyberete, vypnete mobil a notebook a práci pustíte z hlavy?

Mnoho volného času opravdu nemám, ale pokud ho mám, trávím ho rád s rodinou, se kterou jsme si letos užili společnou

dovolenou. Snažím se věnovat hodně synovi, i když se přiznám, že tak úplně práci z hlavy nedostanu a mobil nevypínám ani na dovolené.

Předpokládám, že jako každý občan Znojma máte rád víno. Kolik dní před vinobraním se kvůli práci vínu vyhýbáte, kdy si poprvé dáte aspoň burčák?

Víno je moje „druhá“ práce a nevyhýbám se mu ani před vinobraním. Ale v práci nepiji nikdy, a jsem v této oblasti nekompromisní i vůči zaměstnancům. Po práci si víno rád dám se ženou nebo ve společnosti přátel.





Pojďte s CZECH TOP 100 do ZOO za zvířátky!

CZECH TOP 100 má velkou radost z dlouholetého partnerství se Zoologickou zahradou Praha, která je jednou z nejobdivovanějších evropských zoo. To nám umožňuje pořádat pro naše přátele z řad firemní komunity dny otevřených dveří a vytvářet programy, které vycházejí vstříc potřebám našich partnerů. Je logické, že na své si přijdou především děti! TEXT: Antonín Fischer FOTO: archiv CZECH TOP 100, ZOO Praha a Shutterstock





◀ Atraktivní program v sedmé nejkrásnější zoologické zahradě světa, to je něco, na co rádi vzpomínají malí i velcí.



Víte, že prsknutí tygra není opovržlivé ušklíbnutí, ale přátelský pozdrav, kterým vítá svého chovatele?



◀ Pohládit si hada? Lákalo by vás to? A věříte, že některé děti s tím nemají vůbec, ale vůbec žádný problém?



Máte-li i vy zájem využít naši spolupráce se ZOO Praha, nerozpakujte se nás kontaktovat! Plně k dispozici vám bude Ivana Kaucká Ivana.kaucka@czechtop100.cz



Jídlo jako lék



PROČ BYCHOM MĚLI ČASTĚJI JÍST KRŮTÍ MASO?

O krůtím masu se všeobecně tvrdí, že má devět druhů a zároveň i mnoho chutí. Běžný spotřebitel zná z obchodů většinou jen dva druhy krůtího masa, a tím jsou prsa a stehýnka. Znalci objevili i další lahůdky, jako je například opomíjený krůtí krk. V dřívějších dobách dávaly hospodyňky krůtí krk pouze do polévky či ho obíraly do rizota. Dnes se kupuje krk na vaření, ale i na pečení. Ano i na pečení, protože zákazníci, velcí labužníci, dobře vědí, že když se krůtí krk upeče, je to opravdová delikátní dobřůtka. Upečenému šťavnatému masu s červenou křupavou kůžičkou totiž odolá málokdo.

K vůbec nejchutnějším masům krůty nepatří ani prsíčka ani krk, ale dvě malé kuličky nejjemnějšího masa, které se nacházejí u krůty pod páteří. Je to jen hrstka svalů, která se běžně zvláště v obchodech neprodává. Připravují se z nich vynikající citlivě okořeněné medailonky, které jsou vyhledávanou pochoutkou kulinařských restaurací.

Další znamenitou lahůdkou, určenou pro venkovní grilování, je krocán nebo krůta vcelku.

Druhy masa	Kalorie	Množství tuku	Proteiny
Prsa s kůží	194	8 g	29 g
Prsa bez kůže	161	4 g	30 g
Křídla s kůží	238	13 g	27 g
Stehno s kůží	213	11 g	28 g
Tmavé maso s kůží	232	13 g	27 g
Tmavé maso bez kůže	192	8 g	28 g
Pouze kůže	482	44 g	19 g

3 otázky

Odpovídá Pavel Voves, ředitel společnosti Prominent:

Je pravda, že krůty nejsou moc inteligentní?

To je velký omyl, a nevím vlastně, jak vznikl. Krůty jsou stejně inteligentní jako podobné živočišné druhy.

Co máte na krůtě nejraději?

Osobně dávám přednost krůtímu hornímu stehnu. Jedná se o tmavé maso vhodné k přípravě steaku nebo na pečení.

Jaký je váš nejoblíbenější recept s krůtím masem?

Mým nejoblíbenějším receptem je krůtí plněná rolka z naší produkce. Jedná se o horní stehno bez kosti naplněné sekanou.

Druhy masa:

- 1 Prsní svaly**
Vhodné na grilování, uzení, pečení, vaření a na řízky.
- 2 Spodní stehno**
Maso nejtmaší - hutnější, vhodné k uzení, k pečení i k vaření - krůtí ovar.
- 3 Horní stehno**
Vykostěné s odstraněnou kůží má charakter telecího - vhodné na řízky, pečení a světlé omáčky.
- 4 Křídlo**
Přechod mezi telecím a kuřecím masem. Vynikající upečené na cibuli a česneku - možnost odkostění - malá roláda.
- 5 Letky**
Největší část kůže. Výborné jsou opečené nebo grilované.
- 6 Krk**
Dlouhé maso, využití v polévce, či v rizotu.
- 7 Biskup**
Tučná část, specialita pro gurmány - uzený, nebo pečený.
- 8 Krůtí játra**
Pevnější než kuřecí. Vynikající jsou restovaná.
- 9 Žaludek**
Pevně svalnatý - výborný do polévky nebo na guláš.

Krůta má cca 70% bílého masa a 30 tmavého masa. Jednotlivé druhy masa se od sebe liší nutriční hodnotou. Bílé maso obsahuje méně tuků a je méně kalorické.



JE KROCÁN TUŽŠÍ NEŽ KRŮTA?

Není. Většina veřejnosti dává ze zvyku přednost krůtě. Krůty jsou celkově menší a tedy i porce jsou menší a lépe zpracovatelné. Krocáni se pro svoji velikost a váhu hůře porcijí a dlouho žijící jedinci mohou mít tužší svalovinu. Na náš trh přichází maso jak krůt, tak i krocánů. Na pultry se dostává drůbež mladá, porážená před tím, než se u její svaloviny projeví tzv. nevýhody vyššího věku. U krůt to bývá větší procento tuků a u krocánů tuhost. Rozdíly tedy v kvalitě sice existují, ale po opracování jsou tak nepatrné, že je běžný zákazník nepozná.



V Úněticích nabízí tradiční **PIVNÍ ZÁŽITEK** s vesnickou atmosférou



Únětický pivovar má za sebou bohatou sládkovskou historii, pivo se zde vaří už od 18. století. Ve 20. století byla pivovarská tradice v tomto kraji přerušena historickými událostmi. Pivo se začalo vařit až v roce 2011 a od té doby se dováží do mnoha podniků v blízkém okolí.

V pivovarské restauraci jsou v nabídce klasická desítka a dvanáctka, kterou můžete dostat i v tuplákové variantě. Pivovar drží krok s tradičními svátky, vaří například masopustní speciál. Kuchyně je výhradně česká, nechybí pivovarský guláš, bůček, kachna nebo víkendové a sezonní speciality.

www.unetickypivovar.cz



Máte oblíbené české značky?

Mezinárodní společnost GfK je jednou z předních globálních společností v oboru výzkumu trhu a veřejného mínění. O novém přelomovém průzkumu jsme si povídali s manažerkou GfK, Lenkou Harmon. TEXT: Michaela Kaňoková FOTO: archiv

Ještě nikdy se u nás nezkoumalo, které ryze české značky jsou podle veřejnosti ty, které se svými reklamami a mediálním obrazem vryly lidem do paměti. Z toho důvodu realizujeme vůbec první žebříček českých společností, ve kterém bude široká veřejnost hlasovat o svých sympatiích ke značkám,“ prozrazuje Lenka Harmon, Sector Leader Consumer Goods ze společnosti GfK, k plánované anketě pro CZECH TOP 100.

Z jakého důvodu přišel nápad spojit se s žebříčkem CZECH TOP 100?

Vnímáme naše propojení jako možnost oboustranných příležitostí. CZECH TOP 100 může díky nám využít oficiální hodnocení podle toho, jak to vidí Češi a mít zpětnou nezávislou vazbu od Čechů 15+, což určitě osvěží jejich pravidelné akce spojené s vyhlášováním žebříčků úspěšnosti o další pohled - o pohled obyčejných lidí. Pro nás je čest pomáhat českým společnostem rozvíjet obchodní aktivity i díky našim výsledkům a vnímáme tento projekt jako krásnou výzvu a zajímavou práci.

V čem bude tento výzkum pro unikátní oproti běžně zadávaným požadavkům vašich klientů?

Vůbec poprvé se zaměříme jen na mediální obraz české značky. Anketa proběhne na reprezentativním vzorku 1000 lidí internetové populace ve věku 15+. Studii odhalíme, které české značky spontánně i s podpořenou znalostí Češi znají a jaký mají k vybraným českým značkám vztah, emoční pouto. Zjistíme, které značky vlastně Češi považují za ryze české, které jsou pro ně synonymem tradiční české značky a jaký je jejich potenciál. Tím pádem vznikne pořadí, populace bude rozhodovat svou vlastní znalostí, zkušeností, oblíbeností o umístění, čímž vytvoříme nezávislý žebříček, jehož výsledky vyhlásíme na setkání CZECH TOP 100 24. listopadu. Navíc se chceme zaměřit kromě již velkých etablovaných značek na střední, malé a rozvíjející se podniky. Ty se většinou nemají šanci dostat do u nás běžně vyhlášovaných žebříčků, ale protože chceme výzkum rozdělit do několika kategorií, budou mít šanci i firmy bez miliardových obrátů. Při našem výzkumu použijeme značkovou metodiku CBR (Customer Brand Relationship), kterou využívá GfK celosvětově pro hodnocení vztahů mezi značkou a spotřebitelem. Tato metoda je založena na lidských metaforách, kdy si lidé i k nehmotným věcem vytváří

vztah. Dnes jsou značky více o emoci než praktičnosti a racionalitě.

Jak dále budete s výsledky výzkumu pracovat? Můžete například zájemcům pomoci lépe zaměřit jejich cílovou skupinu nebo změnit prodejní strategii?

Určitě uděláme tiskovou konferenci a slavnostní vyhlášení v rámci tradičního večera CZECH TOP 100. Tiskovou informaci poskytneme médiím a bude dostupná na našich webových stránkách i na stránkách www.czechtop100.cz. Dále bychom chtěli se společnostmi zmíněnými v anketě navázat bližší komunikací, a pokud budou mít zájem, rozklíčovat pro ně podrobněji jejich hodnocení a třeba jim i ukázat, jak si v rámci konkurenčního boje stojí, kde jsou případná úskalí a příležitosti pro jejich rozvíjení. Možností je spousta. Někdo může chtít analýzu šitou na míru, jiný poskytnutí odborných služeb na podporu rozvoje marketingových, obchodních nebo distribučních aktivit.

To znamená, že byste své služby chtěli nabídnout i menším značkám, které nemají takový rozpočet jako mezinárodní korporáty, se kterými běžně spolupracujete? Dokážete predikovat, o jaké služby z vašeho portfolia mohou mít menší a střední značky největší zájem?

Myslím si, že jejich potřeby budou hodně podobné. Pohybují se na stejném trhu, potýkají se s podobnou konkurencí. Všechny společnosti řeší otázku, jak přesvědčit zákazníka, aby si koupil jejich výrobek či jak jim říct o novince na trhu nebo jak komunikovat benefity produktu. Téměř 95% společností se potýká se stejnou výzvou a chtějí ji uchopit co nejlépe.

Spatřujete ve vaší profesi nějaký trend, který se v posledních letech projevuje při požadavcích klientů? Existuje zvýšená poptávka po určitém druhu vašich služeb?

Poslední dva roky je kladen důraz na kvalitu služeb, komunikace a inovace. Společnosti mají zájem, aby jejich propagace rezonovala s tím, co zajímá jejich cílovou skupinu a byla pravdivá. Přece jen získávat nové klienty je v dnešní době velice obtížné, proto se firmy hodně zaměřují na inovace a právě na základě zjišťování potřeb zákazníků se pak rozhodují o tom, co a jakým způsobem budou inovovat. Dále spatřujeme zvýšený zájem o sledování kvality služeb, více

děláme kontroly na prodejnách nebo tzv. mystery shopping, pretestujeme (??) koncepty, reklamy, identifikujeme nové kategorie a prostor pro inovace.

Jak vy vnímáte módní vlnu retra? Jsou Češi stále většími patrioty a podporují tuzemské značky?

Ano, je to pravda. Máme několik studií, které ukazují, že za poslední dva roky vzrostla poptávka po českých věcech a navracejících se starších, mnohdy zapomenutých značkách. Země původu je pro české zákazníky ohromně důležitá. A vidíme, že tento boom neustále roste a rozvíjí se. Například mnohem více podporujeme regionalitu a místní živnostníky. Zároveň se posunulo i vnímání českých výrobků, které nyní považujeme za velmi kvalitní.

„Zajímá nás nejen zákazník, ale i jeho reakce a osobní prožitky.“

Když už jste zmínila jako horký trend inovace na straně vašich klientů, tak co je nyní přímo ve vaší práci?

Na vzestupu jsou určitě etnografie, čili pozorování na prodejnách nebo přímo v domácnostech, kde se dostáváme co nejbližší zákazníkovi a detekujeme i ty nejmenší nuance a podněty, jinak těžko postřizitelné. Pozorujeme lidi, jak například nakupují, po jakých jdou výrobcích, jak se orientují v obchodě nebo jak zkoumají obaly. Poté sledujeme, jak doma vybalují, kam zboží ukládají, jestli nakupují na týden nebo na měsíc, atd. Poznáváme status rodiny a její návyky. Vybraní lidé s námi třeba vaří, perou nebo si barví vlasy a my pozorujeme jejich bezprostřední reakce. Určitě je to mnohem více vypovídající, než kdybychom s nimi vedli pouze dialog v imaginárním prostředí, kde se většinou každý snaží nějakým způsobem stylizovat. Dále v současné době „frčí“ třeba uživatelské UX testy (anglický název je User eXperience, uživatelský prožitek, který není jen o používání produktu, ale i o prvním dojmu), samozřejmě studie mapující současný stav společnosti, vyhlídky do budoucna, testování kvality služeb, pretestování komunikace a vůbec směrů či myšlenek, kterými se má v dnešní době klient vydat.

O GFK:

- GfK Czech bylo založeno v roce 1991 a je dodavatelem služeb v oblasti výzkumu trhu a poradenství v České republice.
- GfK má své ústředí v Norimberku (od roku 1934) a národní společnosti ve více než sto zemích po celém světě.
- Klienti využívají služby ze všech oblastí trhu k plánování a řízení marketingových aktivit, a to jak na lokální a regionální, tak i na mezinárodní úrovni.
- Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.



To zní opravdu zajímavě. Sama si nedokážete představit, že bych si k sobě pozvala štáb lidí, aby mě pozoroval. Máte dostatek kandidátů, kteří nemají zábrany vás nechat bedlivě prozkoumávat jejich život?

Samozřejmě právě toto je jedna z těch těžších oblastí naší práce, ale máme síť recruiterů, kteří jsou po celé republice a ti podle našeho zadání vybírají účastníky. A jak už jsem řekla, výrazně roste poptávka po tomto typu výzkumu a GfK je schopné vhodné respondenty zajistit. Řekla bych, že etnografie patří mezi velmi všestranný typ výzkumu pro klienty z různorodých sfér podnikání, a proto můžeme očekávat i její další progres. Je logické, že lidé z marketingu žijí v určitém vakuu a je pro ně velmi obtížné cílit komunikaci na nesourodivé cílové skupiny, s čímž právě může pomoci etnografie. ■

Jaké je tajemství úspěchu ČESKÝCH FIREM?

KNIHA MAPA ÚSPĚCHU PŘINÁŠÍ MNOHÉ ODPOVĚDI

Knihu Mapa úspěchu vydává letos na podzim nakladatelství Mladá Fronta a společnost CZECH TOP 100. Poutavě vypráví příběhy převážně českých podnikatelů a firem, kteří dosáhli úspěchu ve svém oboru. TEXT: Kamil Miketa FOTO: archiv Bosch, archiv Česká mincovna

K úspěchu se propracovali po létech tvrdé dřiny, někdy i přes nepřízeň osudu... A bohužel dost často i poté, co jejich majitelé museli čelit byrokratické zvlášti úředníků, atakům tunelářů či dokonce skutečné hrozbě organizovaného zločinu.

CO JE VLASTNĚ ÚSPĚCH

Podle někoho je to dosažení důležitého a smysluplného cíle, který pro nás

znamená naplnění našeho života. Úspěch je proces, který vlastně nikdy nekončí, pokud ho dosáhneme jednou, v tu chvíli se před námi vynoří nové obzory, jež nám byly dosud skryty. Ale samozřejmě, že na každém rohu na nás číhá jeho dvojče - neúspěch. A záleží většinou jen na nás, zda vůbec a na jak dlouho si i s ním podáme ruku.

Úspěch má pro každého jinou vůni. Pro někoho to je majetek, pro jiného popularita, skromnějším stačí spokojený a naplněný život s milovanou osobou po svém boku a šťastnými dětmi.

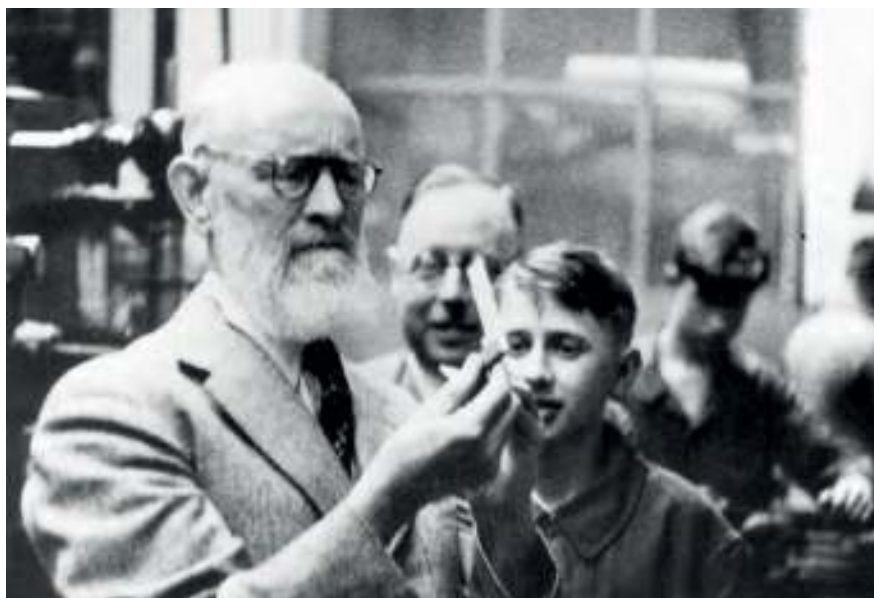
„LEPŠÍ JE ZTRATIT PENÍZE, NEŽ DŮVĚRU“

V roce 1921 Robert Bosch řekl: „Vždy jsem jednal podle zásady, že je lepší ztratit peníze než důvěru. Dodržení mých slibů, víra v hodnotu mého zboží a osobní čest měly pro mě vždy vyšší prioritu než pomíjivý zisk.“ Tento vizionář, který mimochodem otevřel svou první zahraniční pobočku v roce 1920 v Praze, vybudoval z maličké dílny pro jemnou mechaniku celosvětové impérium 300 dceřiných a regionálních společností ve více než 50 zemích světa. Zde si můžete přečíst o dvou z nich, působících u nás. Společnosti Bosch Diesel a Bosch Rexroth patří v Česku mezi největší regionální zaměstnavatele. A dozvíte se, že každé druhé diesellové čerpadlo této značky, vyrobené na světě, pochází právě z dílen jihlavského Bosch Diesel.

KDE NÁM TO DNES SKŘÍPE

Jenže, a to je dalším sdělením této knížky, u Bosche, stejně jako v dalších českých podnicích, dnes marně shánějí vyškolené specialisty, ale i kvalitní řemeslníky.

„Když se podíváte, jak strojírenství ukazuje většina medií, získáte chybný a nelichotivý obraz. Člověk v helmě u vysoké pece a hlavně ať je tam vidět hodně ohně. Žádný kluk, kterému je dvacet, nechce říct své holce: ‚Hele, podívej, co dělám, jsem od rána do večera špinavej jako mouřenín.‘ Strojařina je ale poctivé řemeslo, ve



Robert Bosch je jednou z mnoha stop české průmyslové slávy. Už od konce 19. století obchoduje s firmou Laurin & Klement, v roce 1920 otevírá v Praze svou první zahraniční pobočku



Budoucnost už vstoupila do našeho života. Nenápadně, ale o to rychleji. I o tom vypráví kniha Mapa úspěchu, která právě přichází na pulty knihkupectví

VÍCE O KNIZE

Kniha Mapa úspěchu je doplněna bohatou fotovýbavou a přehlednou infografikou, zachycující klíčové okamžiky historie popisovaných firem. Publikace přináší i odpovědi na otázku, co se skrývá za tajemstvím podnikatelského úspěchu těchto společností.



„kterém dáváte svým plánům život.“ To jsou slova Petra Diviše, zakladatele a majitele TGS. Energického muže, který z nuly vytvořil strojařskou firmu, oceněnou jako nejlepší v oblasti inovace. Velmi trefně vystihl, co dnes trápí tolik českých podnikatelů. Nedostatek mladých a kvalitních zaměstnanců.

JAK VYŠTRÁŠIT BRITSKÉHO PREMIÉRA

Mnoho z nich utíká do finančně stále lákavějšího prostředí nových technologií. A není proto divu, že v této knížce popisujeme příběhy hned několika firem, patřících dnes do evropské špičky v oblasti IT. Například První certifikační autoritu, která chrání naše osobní data a bankovní účty před kyberzločinci, ostravskou U & Sluno, jejichž řešení dnes využívají největší obchodní řetězce u nás i v Evropě, a společnost Unicorn. Vladimír Kolář, svérázný majitel Unicornu, před časem dokonce vystrašil i bývalého britského premiéra Davida Camerona. Ten se ho při setkání byznysmenů zeptal, čím se jeho firma vlastně zabývá. „Tak

treba Velká Británie má svoji elektrickou energetickou soustavu propojenou s kontinentem šesti podmořskými kabely. A to, kdy a kolik elektřiny teče z kontinentu na ostrovy nebo naopak, řídí náš software, odpověděl jsem mu. Premiér se nervózně usmál a zeptal se mě, jestli náhodou nejsme pro Velkou Británii strategickým rizikem,“ vzpomíná šéf Unicornu.

PÝCHA NA ČESKÝ UM

Buďme tedy pyšní na um českých podnikatelů a firem. Ať už jejich software hlídá, aby Velkou Británii neochromil energetický black-out, nebo na ty, kteří se dokázali prosadit v Japonsku či v USA českými ovesnými vločkami. Tak jako Zdeněk Jahoda, nekorunovaný král svého oboru, který začal péct doma v troubě a dnes své müsli exportuje do 40 zemí světa. Tato kniha by těžko vznikla bez nápadu, který dostala společnost CZECH TOP 100 již před 23 lety. Začít mapovat a sofistikovaně měřit úspěšnost firem, působících v Česku. Díky jejím

žebříčkům a projektu Mapa úspěchu, který odstartoval před třema lety, by mnohé z těchto příběhů, vyprávějících o firmách, které změny tvář české ekonomiky a snaží se jí vrátit její dobré jméno, možná nebyly nikdy napsány. ■



Ražba zlaté mince s portrétem Karla IV. Váží celý kilogram a je již beznadějně vyprodána. I příběh České mincovny si můžete přečíst v knize Mapa úspěchu

FORUM KARLÍN

PERNEROVA 53
PRAGUE 8 - KARLÍN, 186 00
CZECH REPUBLIC

WWW.FORUMKARLIN.CZ

Forum Karlín is a new art venue, which was opened at the beginning of June 2014. The venue is located in the close proximity to the city center of Prague - Karlín, a fast-expanding quarter of the city.

Forum Karlín is a multifunctional venue suitable for organising congresses, gala dinners, culture and social events.

QUICK FACTS

Venue Type	Multifunctional hall
Location	Prague - Karlín, close proximity to the city center
Style	Modern art venue
Capacity	Galadinner (250-1100 pax) Party (250-2000 pax) Concert (standing up to 3000 pax, seating up to 1800 pax) Several small meeting rooms
Area	Indoor 3000 sqm, Outdoor 1000 sqm
Accessibility	5 minutes drive from the city center 1 station by tram or underground from the city center



Co mají
Google, Seznam, L'oreal, ČT, Prima TV, Jan Becher atd.
tito všichni společného?

ROYAL

THEATRE & CLUB CHIC

PRAHA 1929

Nejlepší místo pro váš firemní či soukromý event

Vinohradská 2165/48, Praha 2
info@leroyal.cz www.leroyal.cz
tel: +420 224 211 444



Projekt Mapa úspěchu vytváří galerii významných českých firem

Projekt se zaměřuje na úspěšné firmy a sleduje jejich vývoj a působení od roku 1989.

„Záměrem Mapy úspěchu je důkladně shrnout proměny české ekonomiky za posledních 26 let prostřednictvím silných příběhů. Popisem důležitých událostí chceme ukázat na vše důležité, co se tu událo v uplynulém čtvrtstoletí,“ vysvětluje viceprezident CZECH TOP 100 a ředitel projektu Mapa úspěchu Aleš Pospíšil.

Úmyslem projektu, který vznikl pod hlavičkou CZECH TOP 100, je historicky a geograficky zmapovat události, osobnosti a firmy za poslední čtvrtstoletí, a tím poukázat na dynamicky rozvíjející se ekonomické projekty.

CZECH TOP 100 neslaví úspěchy jen těch největších a nejmocnějších. „Odbornou, ale i tu nejširší veřejnost upozorňujeme na podnikatelské subjekty a osobnosti, které si úctu a vážnost vysloužily svojí kreativitou, spolehlivostí, vztahem k místu, ve kterém působí, a sounáležitostí s komunitou, ze které vzešly,“ dodává k projektu Mapa úspěchu předseda CZECH TOP 100 Jan Struž.

Od října 2014 bylo natočeno 55 příběhů úspěšných českých firem, které odvysílala Česká televize. CZECH TOP 100 by do projektu rádo zapojilo i další subjekty, které jsou nositeli zajímavého příběhu a mohou se hrdě ohlédnout za svou minulostí. Na velikosti společnosti nezáleží, může jít o firmy rodinné, státní i nadnárodní. Tematické diskuze o dosažených úspěších jsou dále vedeny prostřednictvím zpravodajských pořadů České televize, prostor pro vyprávění zajímavých příběhů vytváří i regionalnitemeliveze.cz, regionální Deniky společnosti Vltava-Labe-Press.

CZECH TOP 100 připravilo i knižní podobu Mapy úspěchu. První díl obsahující příběhy 25 společností se na pultech objevil na podzim loňského roku. Další díl bude připraven v nakladatelství Mladá fronta letos v říjnu. Informace o projektu lze průběžně sledovat na www.mapauspechu.cz, zájemci o spolupráci se mohou hlásit u Aleše Pospíšila, ales.pospisil@czechtop100.cz. Organizátoři se těší na účast dalších úspěšných partnerů!



www.mapauspechu.cz



JE DOBŘE, NEJSOU LIDI

Spolumajitel společnosti RPM Service CZ Pavel Kubánek zakládal úklidovou firmu jako jednu z několika svých aktivit. Nakonec se ukázalo, že o úklid byl největší zájem, který vlastně trvá dodnes.

TEXT: Michaela Kaňoková, FOTO: Michael Kratochvíl

Začínali jste krátce po revoluci. Jak vás napadlo, že v této zemi bude o úklidové práce zájem?

Kdo pamatuje dobu těsně po revoluci ví, že tehdy byl zájem o téměř vše. Nicméně zaměření na úklid byla trochu náhoda. S ohledem na naše vzdělání jsme se původně chtěli zaměřit na stavařinu a jako nadšení mladíci i spoustu dalších projektů, kromě jiného i foto a videoslužby. Úklid jsme pak v rámci inzerce přidali až

jako poslední. Jenže o ten byl nakonec zájem největší. Postupně jsme ostatní směry utlumili a soustředili se na úklid jako takový. Svým způsobem to byla neuvěřitelná doba, lidé volali sami od sebe, nestíhali jsme, takže velmi rychle následoval nábor prvních zaměstnanců, nákupy prvního strojního vybavení. Mimochodem, někteří z tehdejších prvních zaměstnanců jsou u nás stále. Na to jsem dost pyšný.

Co bylo ve vašich začátcích nejtěžší?

V úplných začátcích vlastně nebylo nic těžké. V podstatě se dá říct, že největší problém nám dělalo, jak přesvědčit zástupce zákazníka, většinou ve středním věku, že zrovna firma zastupovaná několika mladými kluky, je dostatečně spolehlivá, aby splnila jeho požadavky. S naší expanzí do úklidu obchodních řetězců vyvstalo ještě jedno těžké rozhodování a to o poměrně vysokém zadlužení naší společnosti v souvislosti s nákupem nových úklidových strojů.

A první zákazníci?

Opravdu prvním zákazníkem, u kterého jsme prováděli pravidelný úklid i generální úklidy ve všech objektech, byla dnes již neexistující Tesla Vršovice v Praze 10. Následovala Pražská Plynárenská se všemi svými pražskými externími pracovišti, Matematicko-fyzikální fakulta Univerzity Karlovy, kterou uklízíme i v současnosti a areál Balíren Douwe Egberts v Praze 9.

A jakým způsobem jste o sobě dávali vědět? Stačila inzerce?

Ano, v kombinaci s přetlakem poptávky, osobním přístupem. Z dnešní doby plné internetu, mobilních aplikací, interaktivního marketingu to zní až prehistoricky. Na druhou stranu některé prvky z tehdejší doby se snažíme zachovat dosud. Například osobní přístup a snaha o maximální komunikaci se zákazníky funguje a věřím, že fungovat bude vždy. Počínaje prvním osobním setkáním obchodníka až po pravidelné návštěvy provozních manažerů, kteří mají za úkol znát zákazníka a jeho potřeby co nejlépe a nikoli jen v tabulce. Tehdy byl však obchodník, provozní manažer a majitel v jedné osobě.

V jakých lokalitách jste začínali?

V Praze a nejbližším okolí. Vycházeli jsme z logiky, kde každý z nás bydlel. Logistika byla v té době pro nás slovo neznámé a základem bylo – rychle reagovat a být včas u zákazníka. Zlomem pak byla spolupráce se společností Ahold, s tímto klientem jsme se pak rozrostli do dalších krajů, do celé ČR a nakonec i na Slovensko.

Je rozdíl v požadavcích zákazníků v jednotlivých regionech?

Dobrá otázka. Domnívám se, že nikoli. Většina z klientů chce lidově řečeno

„mít uklizeno“. Na nás jako profesionální firmě pak je s nimi projít celou logiku úklidu, doporučit správné frekvence, tedy jak často a jaký rozsah úklidu bude prováděn. Úklid 5 x týdně může stejně tak znamenat 5 x týdně vysypat koše, stejně jako to může být téměř generální úklid, kdy se denně luxuje, stírá prach, desinfikuje, atd.

Zpět k vaší otázce. Samozřejmě rozdíly ve službách podle jednotlivých regionů jsou. Na horách se více dbá na zimní servis, tedy odklizení sněhu, posyp komunikací apod. Stejně tak se může lišit služba úklidu podle demografického hlediska. V Praze a středních Čechách je téměř stoprocentní zaměstnanost a tak se automaticky služby outsourcejí. V lokalitách s vyšší nezaměstnaností je naopak logicky větší snaha uklízet si sami.

Provazujete služby i na Slovensku?

Ano, na Slovensku fungujeme od roku 2001. Dokonce si dovolím říci, že jsme jednou z mála českých úklidových firem, které se daří dlouhodobě fungovat a rozvíjet u našich východních sousedů. Z hlediska expanze na další trhy jsme zatím opatrní. Pořád věříme, že jsme ještě nevyčerпали potenciál ČR a SR.

Proč máte vlastní servis úklidových strojů? Není to zbytečně nákladné?

Já náš servis považuji za jednu z velmi zajímavých konkurenčních výhod. Spousta našich klientů je do určité míry závislá na kvalitě provedeného úklidu. Špinavý supermarket, špinavá recepce kancelářské budovy, špinavý interiér autobusu hromadné dopravy. Mohl bych pokračovat. Tam všude dojde, pokud není uklizeno, ke snížení komfortu jak našeho zákazníka, tak i jeho konečných klientů.

Po jak dlouhé době jste vytvořili aktuální síť poboček?

Rozšíření po republice probíhalo v několika etapách. Rozrůstali-li se naši zákazníci, pak jsme s nimi rostli logicky i my. Jednoduchá věc, nejlepší službu zajistíte, pokud máte veškeré personální, provozní i technické zázemí poblíž klienta a neztrácíte tak čas cestováním. Nesmíme ustrnout, vždy je potřeba reagovat na vývoj trhu, změnu požadavků našich zákazníků. Na zavírání některých jejich lokací a opačně otevírání jiných. Nicméně, řádově se dnes bavíme o více jak 450 klientských lokacích, ve kterých v rámci ČR poskytujeme služby úklidu.

Zakládáte si na odpovědném přístupu k životnímu prostředí včetně pracovních podmínek. Jak se snažíte tuto politiku dodržovat?

Jako firma jsme držiteli hned několika ISO certifikátů. ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 27001. Pro vysvětlenou – nejde o hezky zarámovaná lejstra pověšená pro ozdobu v zasedací místnosti. Dbáme na to, aby byly při úklidu používány v maximální možné míře ekologicky šetrné čisticí produkty. Stejně tak využíváme i nové technologie čištění, které mají za úkol šetřit chemii a tak být šetrnější k životnímu prostředí. Služby typu úklid jsou řehole a zachovat při nich dobré pracovní podmínky pracovníkům, vybavit je odpovídajícími pracovními pomůckami, dobře je zaplatit a přitom zachovat tržní cenu, to je největším úkolem, se kterým se denně pereme. S ohledem na víc jak 25 let existence si mohu dovolit říci, že úspěšně.

Cítíte, že by vám mohlo něco výrazně usnadnit podnikání?

Možná právě otevření trhu práce. Povídáme si spolu v době ekonomické konjunktury. V době, kdy se výrazně snižuje nezaměstnanost. Lidově řečeno, nejsou lidi. Máme za sebou několikeré zvyšování úrovně minimálních mezd a sociálních dávek. To vše při stlačených cenách našich služeb znamená, že se velmi těžko hledá schopný pracovník. Ten šikovný již práci má, nebo jde dokonce za lepší. Ten neschopný preferuje nepracovat a čerpat benefity státní podpory. Pro trh služeb obecně a pro nás rovněž – patová situace. Proto by uvolnění prostoru pro nové pracovníky z východu mohlo být jedním z řešení, jak nedostatek pracovních sil ošetřit.

Kdy jste si řekl, tak teď na sebe můžete být pyšný?

Úspěch je koktejl, který namícháte z několika ingrediencí. Vezmete zákazníka, který s vámi spolupracuje delší dobu a je spokojený. Přidáte spokojené pracovníky, kterým pravidelně a včas zasiláte jejich výplaty, máte poplacené faktury vašich dodavatelů, přidáte přiměřenou míru zisku, který vám umožňuje investovat, přemýšlet kam se rozšiřovat do budoucna. Navrch pak dozdobíte dobrým jménem na trhu a naštanou konkurencí, která vás zdravě nemá ráda.

Mám-li být na někoho pyšný, pak to rozhodně nejsem já. Jsou to všichni naši pracovníci, od paní uklízečky, která pro nás denně poklízí kanceláře, přes

skladníky, servisní techniky, provozní manažery, obchodníky, účtárnu až po administrativu a vedení společnosti. Je to klišé, ale každý přispívá k tomu, že jsme stále na trhu a zdravě fungujeme, a že vám tu mohu povídat o úspěchu.

Jaká strategie v obchodu se vám osvědčila?

Nelhat. Neslibovat nereálné. Být tím, kdo se, mnohdy i na úkor rychlého úspěchu, stane pro zákazníka spíš partnerem než jen dodavatelem. Zažíváme situace, kdy se zákazníkovi omluvíme, že skutečně za debatované ceny nebudeme schopni zajistit jim očekávanou službu co do kvality a funkčnosti. Tedy krátkodobě „prohráváme“. Po čase se však zákazník vrací a otevírá diskusi o službách znovu. Většinou proto, že se s původním vítězem a levnou cenou rozloučil z důvodu nespokojenosti. Je to bohužel dlouhodobá cesta, která někdy nebere konce. Ale věřím, že je jediná správná, pokud chceme i do budoucna fungovat. ■

PILÍŘE ÚSPĚCHU

- 1991 počátek podnikání, založení společnosti RPM Service jako sdružení fyzických osob
- 1998 první regionální pobočka - Brno
- 1999 transformace společnosti na RPM Service, s.r.o.
- 2001 založení dceřiné společnosti Servis, s.r.o. na Slovensku
- 2003 regionální pobočky pokrývají celé území České a Slovenské republiky
- 2004 založení vlastního servisního oddělení (dílny Praha, Pardubice, Bratislava)
- 2008 transformace společnosti na RPM Service CZ a.s.



SÁDROKARTON FOR EVER

Mgr. Martin Beer, obchodní ředitel společnosti KNAUF Praha říká, že sádrokarton je odrazem našeho životního stylu ve stavebnictví. Čím si firma prošla od začátku existence na našem trhu?

TEXT: Rostislav Zeman FOTO: archiv Knauf



V příštím roce to bude čtvrtstoletí, co se značka Knauf objevila na tehdy ještě československém trhu. Jak tu dobu hodnotíte?

Na začátku devadesátých let byla doba nejen na českém stavebním trhu v mnoha směrech přelomová, kdy se privatizovaly stavební podniky, objevovaly se nové materiály a technologie a brzy poté přišly i první investice zahraničních výrobců stavebních hmot.

Byla to doba velkých očekávání, prezentací, školení nových zákazníků a přesvědčování investorů. Mnoho tehdy navázaných kontaktů a vztahů přetrvalo více než čtvrtstoletí a tehdejší novinky se staly naprosto standardní součástí stavebnictví.

Můžete vymežit přelomové fáze působení v ČR?

Především to bylo rozhodnutí mateřské společnosti KNAUF o zakoupení státního podniku Pražský stavební servis v rámci velké privatizace (maltna Praha Kbely) a posléze o výstavbě nového závodu na výrobu sádrokartonových desek v Počeradech a jejich kontinuálního rozvoje. Tím se zajistil inovativní výrobní program zohledňující specifika českého stavebního trhu.

Knauf Group zahrnuje několik divizí, ta specializovaná na materiály pro suchou výstavbu vstoupila na náš trh výrazně dříve než Knauf Insulation zaměřená na izolační materiály. Co bylo důvodem otálení v druhém případě, když se dalo předpokládat, že tady bude hlad/poptávka po materiálech hned zkraje 90. let?

Investice do výrobního závodu v Krupce byla především ovlivněna koncernovými plány a finanční náročností investice.

Jaké jsou vaše silné stránky a přednosti?

Značka Knauf na českém trhu mimo tradičních výrobků suché výstavby nabízí rovněž vysoce kvalitní produkty v segmentu maltových směsí a stavební chemie. Společně s profesionální technickou podporou nabízí řešení pro každého stavebníka. Knauf zároveň investuje nemalé prostředky do vývoje produktů, které mají pro zákazníka vysokou přidanou hodnotu.

V čem jste lepší než vaše konkurence?

Konkurenční prostředí nás inspiruje neustále zlepšovat a inovovat výrobní postupy, sortimentní nabídku i práci s jednotlivými zákaznickými skupinami. Naše aktuální tržní podíly nás jednoznačně předurčují do role lídrů, kteří udávají inovační směr.

Před nedávnem jistá stavební společnost vznesla na Knauf stížnost – byli jste nařčeni z toho, že na český trh vědomě dodáváte šizený materiál. O co šlo? Platí v takovém případě rčení, že i špatná reklama je vlastně reklama?

Tato kauza především ukázala, jak dokonale a podrobně necháváme naše výrobky testovat a kdykoli je možné každou jejich vlastnost zpětně doložit. Kontrola prokázala kvalitu výrobků i firmy. To samé se bohužel nadalo říci o zmiňované stavební firmě. Takže máte pravdu. S jistotou nadsázkou můžeme říci, že oproti stavu před stížností máme kvalitu výrobků soudně ověřenou. Existuje lepší reklama?

Spor dokonce inicioval aktivitu na Ministerstvu průmyslu a obchodu, kde se začal připravovat zákon, kdy by podobné kauzy měla do budoucna rozetnout tzv. stavební policie. Je to podle vás reálné a jak hodnotíte takové řešení?

Státní dohled nad dodávanými výrobky už existuje, na to stavební policii nepotřebujeme. Kdokoli může dát v případě pochybností nad kvalitou výrobku podnět již existující ČOI a ta kvalitu prověří. A tady si neodpustím poznámku. Všechny naše výrobky jsou a vždy byly na trhu volně dostupné a kontrolovatelné i kontrolované. Takže minimálně v našem případě nevím, co by stavební policie přinesla nového.

Ovšem jinou věcí, všeobecně známou, je masivní nedodržování technologických postupů, skladeb a kázně na stavbách společně s nedostatkem kvalifikované pracovní síly. Zatímco výrobce je velmi pečlivě státem kontrolován, kontrola toho, že jeho výrobky jsou použity v souladu s dokumentací, je limitně blízka nule. Plánovaný nový úřad by stál navíc daňově poplatníky další prostředky a jeho možná efektivita by byla minimálně diskutabilní.

Kinosál v Paláci Lucerna dokonale odhlučněn deskami Knauf Diamant a Knauf Silentboard



Akustické podhledy Knauf Cleaneo v Digitálním planetáriu v Hradci Králové



Galerie Šantovka v Olomouci, jedno z řady obchodních center s opláštěním sádrokartonovými deskami Knauf



Oblastní galerie v Liberci, bývalé městské lázně, se sanačními omítkami Knauf

Stavební materiál Knauf, konkrétně sádrokartonové desky, byly nejednou využity při rekonstrukcích na prestižních zakázkách jako např. pražský Palác Lucerna, Palladium, nebo při výlučných novostavbách, jako jsou pražský City Tower, Corso Karlín, brněnské Sonocentrum a řada dalších. Jaké zkušenosti jste udělali při takových zakázkách?

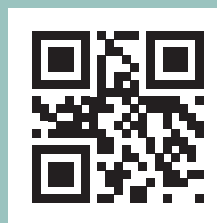
Poskytujeme nadstandardní technickou podporu a servis našim zákazníkům od projektantů přes realizační firmy až po distribuční síť. Tato synergie vytváří společně s našimi kvalitními výrobky a systémy přidanou hodnotu pro investory, kteří si jsou toho vědomi. Je pro nás velice prestižní podílet se na stavbách, které tvoří v mnoha případech novodobé mezníky české architektury.

V loňském roce jste na trh uvedli sádrokartonovou desku Knauf RED Piano, která chrání nejen před požárem, ale i výrazně tlumí hluk. V letošním roce desku Knauf Drystar... Co budou umět sádrokartonové desky za deset let?

Sádrokarton je stále více obrazem našeho životního stylu ve stavebnictví. Rychle, kvalitně, bez čekání a s možností rychlých změn. Lze tedy očekávat zlepšování akumulace energie, stínění nejrůznějších záření, snižování hmotnosti, zvyšování pevnosti, rozmanitost povrchových úprav a designu a zjednodušování montáže. Stále více je uvidíme na fasádách, očekáváme další zlepšení jejich výkonnosti v požární ochraně a akustice.

PILÍŘE ÚSPĚCHU

- Smysluplné plánování investic do výroby a surovin. zdrojů.
- Budování know-how a investice do vývoje a výzkumu.
- Technická podpora na stavbě a ucelený systém školení.
- Duch tradičního rodinného podniku, do jehož rodiny patří zaměstnanci, zákazníci a spotřebitelé.



ELEKTRO ZBOŽÍ SE MÁ RECYKLOVAT

Podle průzkumů je v českých šuplících poschováváno až 8 milionů starých mobilních telefonů. Jejich místo je však jinde – v červených kontejnerech, o nichž jsme mluvili s **Karlem Krejsou, ředitelem ASEKOL**. TEXT: Rostislav Zeman FOTO: archiv



Dá se nějak kvantifikovat, kolik vysloužilých elektrospotřebičů u nás stále končí tam, kde nemá, tj. u popelnic na ulici, na divokých skládkách?

Podle průzkumů z let 2014 a 2015 se lidé naučili z 80% až 90% správně odevzdávat velké spotřebiče, jako jsou televize, pračky nebo ledničky. Ty předávají na sběrných dvorech nebo využívají nabídky obchodních řetězců na dopravu a výměnu formou starý kus za nový. V čem ale máme hodně co zlepšovat, je zpětný odběr drobného elektrozařízení, jako jsou mobilní telefony, notebooky, klávesnice, herní konzole, DVD a audio přehrávače ale i elektronické hračky nebo nářadí. Těchto malých spotřebičů se dostane k ekologické recyklaci pouze 25%. Přitom jsme schopni je recyklovat a znovu využít materiálově až z 90%.

Čím si lze vysvětlit, že běžný domovní odpad jsme si už třídili docela zvykli, ale s elektronickým to nějak vážně?

Je to o naší přirozenosti, konkrétně lenosti. Děláme to, co je pro nás snadné a tak pokud máme kontejnery na plast, papír a sklo přímo před domem, naučili jsme se je postupně využívat. Donedávna jsme museli s každým vysloužilým spotřebičem chodit na sběrný dvůr a pro mnoho z nás bylo daleko snazší ten fén nebo rádio vyhodit do směsného odpadu. Za důležitou proto považují osvětu a informační kampaně. Již deset let učíme firmy i veřejnost od předškoláků po dospělé, že se elektro má odevzdávat a ekologicky recyklovat. Nejen, že se tak nedostávají škodlivé látky obsažené v elektrozařízení volně do životního prostředí, ale nemusíme ani

přírodní zdroje znovu těžit či vyrábět. I proto jsme přišli pro veřejnost se snazším řešením a tím jsou speciální červené kontejnery na drobné elektrozařízení. Umísťujeme je ke stávajícím recyklačním stáním na plast, papír a sklo.

Co vlastně hrozí, když dejme tomu starou televizi nebo monitor odložíme k popelnici na ulici?

Některé spotřebiče obsahují i nebezpečné látky, které v případě úniku negativně ovlivňují životní prostředí a tím i nás samotné, navíc vysloužilá elektrozařízení jsou zdrojem materiálů, které se nemusejí znovu těžit či vyrábět.

Legislativně pak nakládání s odpady upravuje samotný Zákon o odpadech z roku 2001 a jeho následné novelizace. Samotní výrobci a prodejci elektrozařízení mají zákonnou povinnost zajistit systém zpětného odběru pod sankcemi ve výši několik milionů korun. I veřejnost je povinna s vysloužilým elektrozařízením manipulovat podle zákona. V případě nesprávného odložení elektrozařízení mimo místa tomu určená hrozí fyzické osobě obvinění z přestupku a sankce až do výše 20 000 Kč. Navíc pokud po jejich předání na sběrné místo bude s nimi dále manipulováno, vystavuje se taková osoba nejen přestupkovému řízení, ale také pokutě až do výše jednoho milionu korun.

Kde se iniciativa s červenými kontejnery zrodila?

Mít speciální červené kontejnery na vysloužilá elektrozařízení je náš český unikát. Vycházeli jsme z principu, že pokud chceme zajistit, abychom všichni správně odevzdávali i drobné spotřebiče, musí to být pro nás jednoduché. Inspiraci jsme našli v zahraničí, kde umísťovali interiérové nádoby do obchodních center. Nikde jsme ale nenašli samotný kontejner na elektro v ulicích určený pro širokou veřejnost.

Pilotní projekt jsme spustili v roce 2009. Díky snadnému přístupu ke kontejnerům a jejich postupnému doplnění po celé republice se nám každým rokem daří zvyšovat sběr a ekologickou recyklaci drobného elektrozařízení. S problémem jeho sběru se potýkají po celé Evropě. Nejen za to, ale i za naši podporu charitativního projektu spojeného se zaměstnáváním osob s handicapem jsme v letošním roce uspěli v celoevropském soutěži European Business Awards. V oblasti Environmentálního a udržitelného rozvoje nás ocenila odborná komise mezi početnou konkurencí 32 000 firem.

Co se děje s elektroodpadem, který skončí v červených kontejnerech?

Obecně platí, že zpětně odebraný elektrospotřebič je nejprve zbaven nebezpečných nebo potenciálně nebezpečných komponent, jakými jsou například baterie, kondenzátory nebo tonery tak, aby nebyly těmito látkami kontaminovány další obsažené a využitelné materiály. Následně výrobek postupuje do recyklačního procesu, kde také prochází přes řadu třídících a separačních procesů za účelem co nejvyššího využití. Materiály jsou technologicky zpracovány a konečným výstupem je několik různých materiálových frakcí – plasty, kovy, vzácné kovy apod. Ty se pak buď dále třídí, nebo jsou použity zpět ve výrobě. Můžeme říci, že recyklací lze využít 90% materiálů obsažených ve spotřebiči.

Kolik kontejnerů je aktuálně v terénu po celé ČR a je předpoklad, že se jejich síť bude ještě rozšiřovat?

Tento rok jsme měli za cíl rozmístit 1000 nových stacionárních červených kontejnerů a to se nám s výhledem tří měsíců do konce roku daří. Na začátku příštího roku budeme tedy s počtem červených kontejnerů atakovat hranici 3000. V rámci naší střednědobé strategie chceme do roku 2020 rozmístit ročně tisíc nových kontejnerů. Ten nejbližší ve vašem okolí si můžete najít na mapě, najdete ji na www.cervenekontejnery.cz.

Nehrozí nakonec, že životní prostředí bude poněkud zamořeno ne úplně vzhlednými kontejnery?

V roce 2014 ASEKOL vypsal výběrové řízení na návrh nového modelu červeného kontejneru. Designéři měli za úkol navrhnout nejen novodobý vzhled, ale i plnou funkčnost podléhající přísným kritériím na bezpečnost.



Podarilo se nám vyvinout moderní kontejner, který je moderní a zároveň splňuje přísné bezpečnostní standardy. Kromě toho je přece vždy lepší mít kontejner, než mít povalující se odpad na ulici nebo volně v přírodě.

Co se v kontejnerech objevuje nejčastěji?

Nejvíce lidé vyhazují drobné domácí spotřebiče – rychlovarné konvice (počtem odevzdaných kusů získaly pomyslnou zlatou příčku), rádia, DVD a video přehrávače, DVB přehrávače, topinkovače, žehličky, fény a kulmy, domácí pekárny i vysavače. Mobilní telefony, tablety nebo specializované, jako jsou notebooky, počítačové komponenty (např. motherboards, grafické a zvukové karty) se v kontejnerech téměř nevyskytují. Přitom právě mobilní telefony nám často končí doma schované. Podle průzkumů jich doma schováváme až 8 milionů.

Dá se konkrétně přiblížit, kolik peněz, energie aj. se v ČR za r. 2015 ušetřilo tím, že se do červených kontejnerů dostalo právě tolik odpadu?

Výpočet je poměrně jednoduchý. Občan vyprodukuje zhruba 0,5 t směsného odpadu ročně. Jedna tuna likvidace směsného odpadu stojí obec v průměru 2 612 Kč ročně. Náklady na likvidaci starého či vysloužilého elektrozařízení vyhozeného do červeného kontejneru jsou oproti tomu pro obec nulové. V celorepublikovém měřítku tak úspora za správnou recyklaci starého elektrozařízení dosahuje částky v řádu několika milionů.

Z jakých zdrojů je vaše neziskovka financovaná?

ASEKOL je tvořen největšími výrobci a prodejci elektrozařízení, kteří tak splňují

**ZPĚTNÝM ODBĚREM
ELEKTROZAŘÍZENÍ A JEHO
RECYKLACÍ S ASEKOLEM
V LETECH 2005-2015 SE
PODAŘILO UŠETŘIT:**

ENERGII

1 594 740 KWH

Stačilo by na běžný chod všech domácností v Českých Budějovicích na 98 měsíců

ROPU

73 674 158 l

Množství by stačilo na 20 letů letadlem kolem Země

VODU

7 142 639 m³

Celkový objem jezera Malawi



svoji zákonnou povinnost v zajištění systému zpětného odběru elektrozařízení. Činnost systému je financována prostřednictvím recyklačních příspěvků výrobců a je výhradně použita na jeho provoz a rozvoj. Hospodaření společnosti je čtvrtletně kontrolováno dozorcí radou z řad výrobců, dozorcí rada také schvaluje rozpočet společnosti.

UČÍME KLIENTY DĚLAT BYZNYS ONLINE

Zatímco v minulosti plnily weby převážně prezentační funkci a byznys probíhal mimo internetové prostředí, v současnosti jsou součástí e-commerce, tržního prostoru, který v některých oborech pomalu převažuje nad klasickým obchodem. Mnoho firem, které vyrostly v kamenných prodejnách, výzvam online byznysu neumí čelit, tvrdí **Radovan Jelen, ředitel internetové agentury FG Forrest.**

TEXT: Petr Šlejmar FOTO: archiv

Jaké jsou podle vás nejzásadnější rozdíly mezi tím, jak se pracovalo s weby dříve a jak to je dnes?

V začátcích internetové éry ve druhé polovině 90. let fungoval web jako leták překlopený na internet. Jednou jste web postavili a tím vaše práce webmastera skončila. Nyní se s webem pracuje jako s živým organismem, který se neustále vyvíjí. Práce na dnešních webech je kontinuální proces a servis.

Jak tento fakt firmy akceptují?

Existují dvě skupiny firem, které se snaží začlenit do online prostředí. První z nich tvoří společnosti, jež vznikly přímo se záměrem dělat svůj byznys kompletně online. Rostly raketově, protože rovnou naskočily do jedoucího vlaku. Letité firmy musí naopak přesunout alespoň část svého byznysu z pobočky do online prostředí, aby nezakrněly. Web vidí převážně jen jako svou prezentaci, nikoliv jako komerční prostor. Často se setkáváme s odborníky, kteří jsou špičkami ve svém oboru, ale nevědí, jak dělat byznys online, protože to dosud nepotřebovali. Proti nim stojí dnešní nastupující generace, odkojená moderními technologiemi, která jim šlape na paty právě tím, že celý svůj byznys realizuje rovnou online.

Nahrazujete tedy ve firmě částečně marketingové oddělení?

Naším cílem je naučit naše klienty dělat byznys online, naučit je, aby nevnímali svůj web jako prezentaci, ale jako obchodní příležitost. Vysvětlujeme jim, že web je místo, kde se odehrává byznys, další komerční kanál, s jehož pomocí zlepšit své obchodní výsledky. Jádro problému

„Je třeba, aby klienti nevnímali web jen jako nutnou marketingovou prezentaci, ale jako další skvělou obchodní příležitost.“

nespočívá ve vytvoření funkčního webu nebo e-shopu, ale v tom, jak celý byznys převést do online prostředí. Internetová agentura funguje jako detašované pracoviště spravující online provoz firmy. Úkolem agentury je, aby se cokoli, co se odehrává na webu, který spravuje, dalo měřit a analyzovat. Tyto metriky se musí neustále zlepšovat, což se následně pozitivně projeví v obchodních výsledcích.

Myslíte, že firmy nepracují s daty? Analytické nástroje jsou dostupné i nejmenším firmám...

Všichni naši klienti disponují obrovským množstvím dat a nějakým způsobem s nimi pracují. Dvě třetiny z nich ale data pouze shromažďují a neví co s nimi. Jedna třetina firem, většinou jde o ryzí online podniky, data měří i vyhodnocuje. Na základě takových analýz pak dovede klient lépe pracovat s návštěvníkem svého webu a může lépe vytipovat obchodní příležitosti.

Když firmy zvládnou data měřit, i vyhodnocovat, co je čeká dál?

Další velký prostor pro vývoj vidím v personalizaci obsahu a nabídky online.

Analýzou uživatelských dat (kdo, co a jak často na webu dělá...) se dá web přizpůsobit tak, aby sám konkrétního návštěvníka poznal, pamatoval si, co tam předtím dělal, a nabízel mu adekvátní obsah včetně produktů. Návštěvník musí získat dojem, že je pro firmu středobodem vesmíru, a toho firma může dosáhnout právě personalizací obsahu na svém webu. ■

PILÍŘE ÚSPĚCHU

- 1999 - start v garáži v Hronově
- 1999 - otevření pobočky v Praze
- 2001 - první velcí klienti: Komerční banka, McDonald's
- 2003 - změna názvu z Forrest Gump na FG Forrest
- 2006 - otevření pobočky v Hradci Králové
- 2011 - stěhování do Machine House v Karlíně
- 2015 - rozjezd startupů: letenkysnadno.cz, monkeytracker.cz
- 2016 - investice do projektu clevermonitor.cz





www.czechtopy100.cz

s novým designem i strategií

Firemní web czechtopy100.cz se už v říjnu 2016 oblékne do nového kabátu. Koncepti a realizaci nové prezentace jsme svěřili firmě FG Forrest, která u všech projektů důsledně dbá na to, aby plnily obchodní cíle. Tedy aby především přiváděly nové zákazníky. Co vše se tedy mění a proč?



PŘEHLEDNÁ DATABÁZE FIREM

Všichni partneři dostanou na webu prostor pro svou vlastní prezentaci. Návštěvníci stránek dokážou ty nejlepší společnosti z daného oboru snadno vyhledat, protože je budou moci filtrovat nejen podle názvu, ale i podle oboru a regionu. Databáze firem bude jednotná a pro potenciální klienty přehledná.





VÝBĚR VARIANTY FIREMNÍHO ZÁPISU

Každý partner CZECH TOP 100 bude mít možnost prezentovat se ve třech variantách, a to Basic, Advanced a Exclusive. Přednostní výpis půjde objednat v rámci oboru i celého webu. Důležitou novinkou bude výrazná medializace celého webu, čímž se zvýší šance na to, aby vás vaši zákazníci opravdu našli.

CZECH TOP 100 BUDE FUNGOVAT ONLINE

Každý partner CZECH TOP 100 obdrží do konce roku 2016 e-mail s žádostí o aktualizaci dat v databázi firem. Aktualizované údaje se na novém webu objeví ihned. Online komunikace nahradí dřívější papírové dopisy. Web bude mít celkově funkčnost moderních stránek, jejichž hlavním úkolem bude prezentovat naše partnery jako špičky ve svém oboru.



KUDY VEDE DALŠÍ ŽIVOT STROMU



Nová kolekce židlí a stolů Leaf, které představil český výrobce nábytku Ton na veletrhu v Miláně, je návratem k přírodě. Výběrem materiálů, způsobem jejich zpracování i designovými prvky. Inspirací autorů této kolekce, designérů ze studia e-ggs byly stromy a listy, jejichž tvary se odráží například v zádové opěrce. Zaujmu vás však i další detaily, funkčnost a ergonomické vlastnosti. Celý set zahrnuje židli, barovou židli a stůl ve dvou variantách.



DVOULETÝ KURZ INTERIÉROVÉHO DESIGNU

duben 2017 - červen 2019

interiérový designér dokáže změnit život klienta k lepšímu

interiérový designér studoval dobrou interior design školu

interiérový designér je odborník

interiérový designér je kreativní a cílevědomý

interiérový designér spolupracuje s architekty i odbornými řemeslníky

interiérový designér má teoretické i praktické zkušenosti

Získejte novou profesi jako interiérový designér a udělejte z hobby kariéru. Naše kurzy navštěvují dospělí lidé s touhou zkusit něco nového a začít další kapitolu jejich profesního života. Absolventi interior design školy intermezzo se skvěle uplatňují na trhu, zařizují bydlení soukromým klientům i spravují veřejné zakázky a hlavně dělají to, co je opravdu baví a naplňuje.

www.interierdesignskola.cz
(+420) 605 234 524
Ječná 1, Praha 2





Security Expert Center

Více než 80 % lídrů v oblasti IT dnes považuje bezpečnost za nejvyšší prioritu. Většina českých společností a organizací zvažuje významný nárůst aktivit v oblasti ochrany svých aktiv. Na druhé straně stále existuje mnoho společností a organizací, které mají v řešení bezpečnosti IT prostor ke zlepšení.

Security Expert Center (SEC) je služba, která pomáhá eliminovat rizika spojená s kybernetickými hrozbami a se ztrátou, zneužitím nebo zcizením dat a informací. Je založena na kombinaci expertní znalosti s podporou moderních bezpečnostních technologií a přistupuje k řešení kybernetické bezpečnosti jako ke komplexní disciplíně. Spojuje v sobě řešení bezpečnostního monitoringu, analýz, reportingu a dalších bezpečnostních služeb, a tak chrání IT prostředí jako celek.

SEC umožňuje identifikovat klíčová aktiva společnosti (např. informační aktiva, lidské zdroje, procesy nebo systémy) a nastavit optimální model jejich ochrany. Vzájemné propojení znalosti klíčových aktiv s jejich ochranou přichází na český trh jako nový standard v přístupu k bezpečnostním službám. Implementace služby SEC zajistí soulad s požadavky zákona o kybernetické bezpečnosti 181/2014 Sb., zákona o ochraně osobních údajů apod.