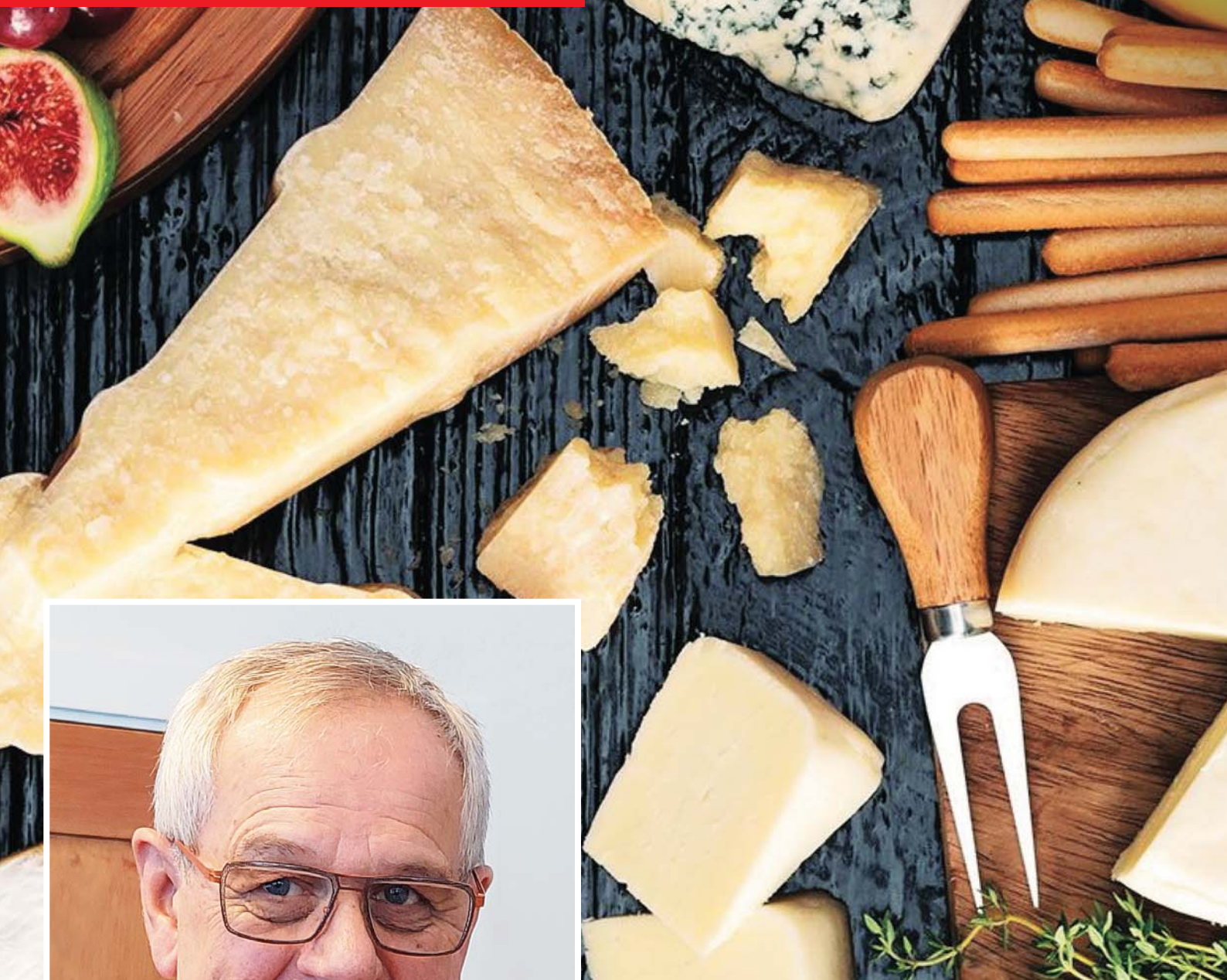


srpen 2024

fresh[®]
TIME
PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Jiří Kopáček
Michal Skořepa
Martin Hejl
Vladimír Fichtner
Jiří Jemelka
David Hůlka



Jiří Kopáček

Sýry jsou mojí
životní láskou

rozhovor na stranách 2-4

Sýry jsou mojí životní láskou



Je to jako z klasické české pohádky. Babička vytáhla pekáč buchet z trouby a ty ještě horké zmizely nenávratně v žaludcích rozpustilých strávníků. Určitě to ale z vlastních zážitků znáte

taky. Ta slast, ta sametová nadýchanost, ten pocit neskonalého blaha, když se pusa zaboří do hebce vykynutého těsta naplněného tvarohem s hrozkami a vanilkou, ta vůně pečení, která člověku dává jinou dimenzi bytí. Podobně je to se sýrem, který milujete. Vychutnáváte si jeho konzistenci, barvu i mámení vůně, již každý z nás pojmenovává jinak. Já osobně z těch běžných oslavuji každou chvíli romadur, nivu a tvarůžky, které se vlastně už jíst nemají, jimž prošla lhůta, do níž by se měly spotřebovat. Víím, že tuhle větu bych psát asi vůbec neměla, ale snad mi moje labužnické sklony Ing. Jiří Kopáček, CSc., předseda Českomoravského svazu mlékárenského a znalec sýrů nad jiné odpustí. Je to on, který mi kdysi daroval publikaci, již napsal právě o sýrech a která na našem knižním trhu nemá obdoby. Obdivuji jeho nekonečné znalosti nejen o sýrech, ale o všem, co s jejich výrobou, recepturami, zajímavostmi souvisí. A jak o nich dokáže vyprávět! Je to velké umění, všechno si totiž zapamatujete.



Ing. Jiří Kopáček, CSc.

Jste milovník a nepřekonatelný znalec sýrů. Proč se staly právě ony vašim profesním osudem?

Ano, je to skutečně pravda, že jsou sýry součástí mého života. Lásky k nim začala vlastně již při mých vysokoškolských studiích na tehdejší Katedře mléka a tuků Vysoké školy chemicko-technologické. Zájem o ně ve mně vzbudil můj profesor Jiří Doležálek, jehož přednášky, a hlavně jeho životní zkušenosti mě natolik naplňovaly, že jsem mlékárenství propadl. A pak jsem nastoupil jako technolog do jihočeské Madety a celý můj profesní život jsem se už od sýrů ne-

odchýlil. Sýry byly vždy součástí mé profese, mým koníčkem a asi skutečně také jednou z mých velkých „lásek“. Za více než 43 let mlékárenské praxe jsem se setkal s významnými českými, ale i zahraničními sýrařskými osobnostmi, učil se od nich a vlastně vše, co jsem se zase naučil já, se dnes snažím předávat dalším a zejména mladým lidem. Velice mě těší, že i mě si dnes mnoho lidí váží, a jsem upřímně hrdý na to, že jsem se jako vůbec první Čech stal nejprve čestným společníkem (Campagnon d'honneur), a dnes již i členem po právu (Garde et Jure) renomovaného Společenstva mezinárodních sýrařů – Bratrstva svatého Uguzona.

Napsal jste o nich také ojedinělou publikaci, která patří k pokladům mé knihovny. Přibýly v posledních letech další informace a poznatky o výrobě sýrů, které byste rád prezentoval?

Informace a nové poznatky přibývají dnes a denně a já je stále shromažďuji, studuji a zase rozšiřuji dále. Každý měsíc mám několik přednášek jak pro odbornou, tak také laickou veřejnost. V tom druhém případě mám na mysli tematické pořady s ochutnávkami sýrů, kterých uskutečnime s mým týmem ročně kolem pětadvaceti. Dále také stále publikuji v odborných i lifestyleových časopisech a snažím se čtenáře edukovat. A pokud se týká mé encyklopedické knihy Putování za sýry, která vyšla před třemi lety, tak už brzy nebude sama. Právě totiž pracuji na jejím druhém díle, který by se měl objevit před letošními vánočními svátky. Opět v této nové knize navštívíme řadu zemí, nově se podíváme například do USA, Indie, Norska, procestujeme Alpy i Středomoří, sýry budeme netradičně párovat s vybranými čínskými čaji a tak dále. No prostě, nechte se překvapit, co vše mám pro vás zase připravené.

Spočítal už někdo, kolik druhů sýrů se na světě dá sehnat?

To číslo by bylo asi hodně vysoké a dost dobře se to spočítat nedá. Odpověděl bych asi takto. Slavný charismatický francouzský prezident Charles de Gaulle svého času prohlásil, že „...je těžké vládnout zemi, která má 258 druhů sýrů“ (v encyklopediích se tento citát chybně interpretuje s číslicí 365 – tedy jako dnů v roce). Nicméně pan prezident se v tomto případě o své zemi mýlil. Když jsem se totiž v roce 2002 účastnil v Paříži Světového mlékařského kongresu Congrilait, připravili pro nás, účastníky, jeho organizátoři velkolepou výstavu nazvanou Francie z 1000 sýrů (La France aux 1000 fromages) a bylo zde skutečně do puntíku 1000 naprosto odlišných sýrů. Můj současný dodavatel sýrů z německého Mnichova, se kterým řadu let spolupracuji, má ve své sortimentní nabídce na 3000 různých

Velice mě těší, že i mě si dnes mnoho lidí váží, a jsem upřímně hrdý na to, že jsem se jako vůbec první Čech stal nejprve čestným společníkem (Campagnon d'honneur) a dnes již i členem po právu (Garde et Jure) renomovaného Společenstva mezinárodních sýrařů – Bratrstva svatého Uguzona.

ných druhů, a to nemám na mysli jenom tvarové odlišnosti. Sýrů po celém světě je skutečně velice mnoho a jejich počet se opravdu může pohybovat v jednotkách tisíc.

Jaké je největší know-how tohoto procesu?

Sýrařství je multidisciplinární záležitost a jeho know-how je opravdu velmi široké. Nestací vám jenom znalosti z potravinářské a mlékařenské technologie, musíte v určitém směru rozumět také zemědělské prvovýrobě, mít znalosti z mikrobiologie, organické chemie, biochemie, musíte mít zkušenosti z obchodu, ekonomiky a být také trochu manažerem, dnes musíte znát i oblast marketingu. Sýrařem se nestanete po pouhém vystudování odborné školy, sýraře z vás udělá až letitá praxe, získávání zkušeností a poznatků od kolegů, ale také neúspěchy, kterými si musíte projít, abyste jim příště mohli úspěšně čelit.

A kde se vzaly všelijaké ty kultury, které dávají těm či oněm sýrům příslušnou chuť, vůni, konzistenci?

To je ta správná otázka. Sýry se v dávné minulosti vyráběly ze syrového mléka, a mikroorganizmy, které se při jejich výrobě uplatňovaly, přecházely do mléka z travin a další píce, kterou zkrmovala dojná zvířata. Až později přišla věda s řadou důležitých poznatků, které přispěly k větší potravinové bezpečnosti, standardně vyrovnané a vysoké kvalitě, a které také znamenaly prodloužení udržitelnosti mlékařenských výrobků. Po Pasteurových objevech bylo zavedeno tepelné ošetření mléka (pasterace) a mikrobiologie se začala věnovat problematice čistých mlékařských kultur, které se do pasterovaného mléka přidávaly.



Hodně se v poslední době hovoří o osteoporóze. Z jakého mléčného výrobku získají naše kosti nejvíce vápníku? A jak to souvisí s vitamínem D?

Tak tady je odpověď jednoduchá. Tím mléčným výrobkem jsou zase sýry. Sýry jsou totiž koncentrátem základních mléčných složek, a to jak makronutrientů (v tomto případě mléčného tuku a bílkovin), tak také mikronutrientů, které reprezentují zejména minerální látky a vitamíny. Z minerálních látek je to

především vápník, a zde platí pravidlo, že čím tvrdší sýr je a čím je také vyzrálejší, tím je v něm vápníku více. Takže v extratvrdém parmezánu je přibližně 1250 mg vápníku ve 100 g sýra, v ementálu asi 1180 mg, v eidamu a goudě se obsah vápníku pohybuje na úrovni 780–840 mg, v nivě najdeme asi 500–600 mg, v hermelínu okolo 400–500 mg a v čerstvých sýrech a tvarohu je už jen 90–120 mg vápníku ve 100 g.

A pokud se týká vitamínu D, tak je potřeba zmínit, že právě vzájemné působení vápníků obsaženého v mléce s vitamínem D, ale také například s bílkoviny mléka, vytváří specifické účinky mléčného vápníku na lidské zdraví, což bylo potvrzeno řadou vědeckých prací.

Při každoroční oslavě Světového dne mléka se vyhodnocují nejzajímavější mléčné výrobky roku. Jak nahlíží Českomoravský svaz mlékařský na letošní ročník? Překvapil něčím?

To hlavní, co z letošní soutěže vyplynulo, a tak to také osobně vnímám, je skutečnost, že české mlékařství je skutečně vyspělé, zcela konkurenceschopné i v porovnání s dalšími mlékařskými zeměmi, a tedy, že se u nás nemusíme za nic stydět, ba naopak můžeme být hrdi. Soutěživost konkurenčních výrobců je velká, letos se nám do soutěže přihlásilo 72 výrobků, z toho 37 zcela nových, a to od 24 výrobců (z celkových 30). A vítězství v soutěži samozřejmě výrobce motivují, a jsou i předpokladem lepší prodejnosti našich výrobků. A to je to nejdůležitější. Letos mě potěšilo hned několik věcí. Jednak to, že většinou uspěli mí favorité (a to já sám ani nehodnotím, abych byl opravdu nad věcí.) Dále mě dobře naladilo i to, že nevyhrávají jen velké renomované společnosti,



Slavnostní mléčný přípitek na Oslavě mléka 2024



Jako člen Společenstva mezinárodních sýrařů – Bratrstva svatého Uguzona na zasedání v Rakousku

ale i malé mlékárny, jejichž výrobky patří skutečně často mezi ty nejlepší.

A ze všeho nejvíce, a nejenom mě, překvapily výsledky novinářského hodnocení, kdy jste jako nejlepší vybrali výrobek z Vyšší odborné školy potravinářské a Střední průmyslové školy mlékárenské v Kroměříži, sýrovou specialitu Štěchovický nález. Takže studentský výrobek uspěl nad výrobky i velkých globálních lídrů mlékárenského trhu. A to také potvrzuje skutečnost, že nám na kroměřížské škole vyrůstají další noví a skvělí mlékaři a sýraři.

Léto nám přineslo vysoké teploty a všichni jsme přemýšleli, jak se zchladit. Někdo k tomuto účelu popíjí kefír. Ochlazuje opravdu?

Jednoznačně, ale samozřejmě musí být dobře vychlazený. To osvěžení z kefíru není ale dáno pouze tím, že je chlazený, ale především tím, že je svěží a perlivý. Při fermentaci mléka nevzniká totiž jenom kyselina mléčná, která navozuje příjemně mléčné nakyslou chuť, ale přítomná mikroflóra dává vznik i oxidu uhličitému, kterého je ve výrobku sice jen několik málo setin až desetin procenta, ale který způsobí tu perlivost a osvěžující čerstvost při konzumaci. Podobnou službu jako kefír nám však poskytnou i další zakysané mléčné nápoje, i když v těch už oxid uhličitý nenajdete.

Tvaroh je jedinečná surovina v kuchyni. Dá se z něj připravit nespočet dobrot. Mám pocit, že zažívá velkolepý návrat do našeho jídelníčku. Ostatně, máte rád buchty s tvarohem?

Tvaroh je skvělý, chutný, a hlavně výživný produkt, a to především pro svůj vysoký obsah bílkovin. Tvarohové výrobky vzniklé na mo-

derních technologiích mívají bílkovin ještě více než výrobky tradiční. Jsou v nich často obsaženy i syrovátkové bílkoviny, které mají vyšší nutriční hodnotu, než má základní mléčná bílkovina kasein. Tyto výrobky mohou být sice v konzistenci mírně písčitéjší, nicméně i na to si moderní spotřebitelé zvykají, po tom, co jim mlékaři nabízejí stále více nových vysokoproteinových výrobků.

A pokud jde o buchty s tvarohem – tak to není třeba snad ani komentovat. Nejradši je mám ještě teplé z trouby, a když jsou v tvarohu i rozinky, tak to je „báseň od našich babiček“.

Vratme se zpět k sýrům. Dá se předvídat, jakou rychlostí budou firmy u nás inovovat právě sortiment sýrů? Nebylo vše již vynalezeno? Jaké jsou trendy?

Sýry se stále inovují. Výrobci dnes nejčastěji přistupují k reformulacím, tedy snaží se nám, spotřebitelům, nabízet výrobky „ještě zdravější“, tedy například se sníženým obsahem soli, bez přídavných látek, nebo také delaktózané, či naopak obohacené o mléčné proteiny, vápník, vitamín D a další nutrienty. V inovacích

Sýrů po celém světě je skutečně velice mnoho a jejich počet se opravdu může pohybovat v jednotkách tisíc.

se objevují často i nová ochucení, v zahraničí se praktikují stále zajímavější afinační techniky při zrání, při kterých je sýrům zvyšována jejich přidaná hodnota.

Výrobci se ale často vracejí k tradičním výrobkům, do průmyslové výroby přenášejí i regionální speciality, experimentuje se hodně s ambaláží a také se inovace zaměřují na pohodlí

a jednoduchost pro spotřebitele, tedy na takzvané konvenientní výrobky.

Kolik sýrů sníme za rok? Je to v porovnání s jinými Evropany méně, nebo více?

V České republice máme dlouhodobě poměrně vysokou spotřebu sýrů a tvarohů, která v roce 2023 dosáhla úrovně 18 kg na osobu a rok. Spotřeba nám sice za poslední dva roky trochu spadla, což bylo ovlivněno vysokou inflací, a tím sníženou koupěschopností obyvatel, nicméně letos je zase nastolen pozitivní růst. Více než my konzumují sýry Západoevropané a Seveřané. Ve Francii, Nizozemí, Itálii, Skandinávii se spotřeba pohybuje v rozmezí 23–27 kg na osobu a rok. Méně než my sýry konzumují například Slováci, kteří jich snědí asi o 6 kg nižší množství, stejně tak Britové a Španělé. Pokud se podíváme na země s nejnižší spotřebou sýrů, tak například v Japonsku snědí pouhých 2,5 kg sýra, a v Číně dokonce jen 0,4 kg.

Sýr může být také krásný a vítaný dárek. Souhlasíte? Reagují na to někteří naši výrobci třeba před koncem roku?

Rozhodně ano. Novým fenoménem se totiž stávají i gurmánské zážitky, což vede řadu sýrařských firem ve světě i u nás k tomu, že před Vánoci nabídnou buď osobitě exkluzivní sýr s vánoční etiketou, nebo připraví sýrovou kolekci s výběrem značkových sýrů, kterou doplní i o lahev dobrého vína či praktický nástroj na krájení a servírování sýrů. A takovéto dárky své příjemce často potěší více než jiné zbytečné zboží, které je často darováno. A osobně si myslím, že tento nový způsob předávání gurmánských dáreků bude v budoucnu ještě více posilovat.

otázky připravila Eva Brixí



Mezi holandskými sýry gouda



Mlýn Herlíkovice

Investicím na horách se daří

Fond kvalifikovaných investorů Aequitas Capital Investment SICAV, který se zaměřuje na investice do prémiových horských nemovitostí, dosáhl za rok 2023 zhodnocení 21 % u výkonnostních investičních akcií. Společnost také potvrdila pokrok ve svém vlajkovém projektu Residence Pod Portáškami ve Velké Úpě, který nyní úspěšně prošel posouzením vlivu na životní prostředí (EIA).

Navzdory pochmurným předpovědím pro rok 2023 většina tuzemských nemovitostních fondů dosáhla zhodnocení mezi 5 a 11 %. Nejlépe si přitom zpravidla vedly fondy kvalifikovaných investorů. To potvrzuje i Aequitas Capital Investment SICAV patřící do skupiny Aequitas Group, jehož výkonnostní investiční akcie přesáhly roční výnos 21 %, což představuje ještě o pět procentních bodů vyšší zhodnocení než za rok 2022.

„Pozorujeme, že o horské nemovitosti je velký zájem – ať již jde o prodej, či pronájem. V prosinci loňského roku jsme spustili hotelový provoz Apartmánů Mlýn Herlíkovice, a tím tak dále přispěli k navýšení zhodnocení investičních akcií investorů,“ komentoval výsledky Lukáš Weigner, Managing partner Aequitas Group. Na projekt zmíněného aparthotelu s 30 byty nyní skupina navazuje finalizací přípravných fází v nedalekém projektu ve Velké Úpě.

Ve srovnání s Prahou je nabídková cena za metr čtvereční vyšší i v deseti lyžařských střediscích Krkonoš a Jizerských hor. A vzhledem k omezenému množství nemovitostí v těchto lokalitách nemá ani krize na jejich ceny vliv,

na rozdíl od bydlení ve větších městech. „Horské nemovitosti v některých oblastech dosahují až dvojnásobných nabídkových cen ve srovnání s Prahou. A co je důležité, ty prémiové si svou hodnotu stále drží. V kontextu snižujících se úrokových sazeb a inflace je navíc investování (nejen) do těchto realit stále atraktivnější, a osobně se snažíme, aby se výnosnost fondu z dlouhodobého pohledu pohybovala kolem 10–15 %,“ sdělil Lukáš Weigner a dále dodal: „Oproti investicím do zahraničních projektů nabízí české hory velkou výhodu – blízkost a snadnou dostupnost, díky čemuž si své apartmány mohou investoři více užít, a to nejen v zimní sezóně.“

Aequitas Group má za sebou vedle dokončení Mlýnu Herlíkovice také projekt apartmánů Prkenný důl. Aktuálně skupina pracuje na svém vlajkovém projektu, aparthotelu Rezi-

dence Pod Portáškami ve Velké Úpě, který je v procesu finalizace stavebního povolení.

Komplex o celkové rozloze 7100 m² nabídne v šesti budovách více než 150 apartmánů. Dle čerstvě zveřejněného posuzování vlivů na životní prostředí se potvrdilo, že projekt nemůže mít významný vliv na životní prostředí, a nebude tak posuzován podle zákona EIA.

„Jednání s úřady i sousedy máme úspěšně za sebou a nyní již čekáme jen na udělení stavebního povolení. Ihned poté jsme připraveni pustit se do stavebních příprav,“ upřesnil detaily k jednomu z největších projektů ve Velké Úpě Lukáš Weigner. Na podobě rezidence se podílelo architektonické studio ABM architekti, které komplex budov citlivě zasadilo do krajiny a současného uspořádání města tak, aby vyhovělo jeho vedení i zvýšilo šance na získání zmíněného kladného stanoviska EIA. (tz)



Residence Pod Portáškami

Lepší povědomí o fungování světa financí pomůže každému z nás



Michal Skořepa

Jak opojné je každý den vidět pomaloučku přibývající peníze na osobním účtu! Jak márnivé je den co den, týden co týden se přesvědčovat, že z částky neubývá, že je stále stejná a spíš se zvyšuje, protože nám chodí výplata, sem tam třeba přeplatek za spotřebovanou elektřinu či plyn. Někomu štěstí v loterii přivane výhra, jiný něco málo zdědí po babičce. Jenže vidět svět v těchto rozměrech je ošidné, často prodělečné. To vzhlížení k částce XY a uspokojení z toho, jak si v bance naše finance pěkně sedí, je nepochopení situace. Naše peníze by totiž neměly být líné, neměli bychom jim to dovolit. Měli bychom je zapráhnout, ať na nás aktivně vydělávají. A nejen to. Měli bychom přemýšlet o tom, co a jak se děje, když... A podle toho reagovat. Namítnete mi, že vás to nezajímá, že na to nemáte čas nebo že se o vaše úspory, jmění, radosti stará finanční poradce. To vše je sice pěkné, ale není nic lepšího, než svým penězům a souvislostem, které se jich dotýkají, porozumět sami. Jestli k tomu hledáte motivaci, zkuste si přečíst novinku z nabídky Nakladatelského domu GRADA, publikaci Finanční jednohubky, kterou připravil odborník na slovo vzatý, Michal Skořepa, makroekonomický analytik České spořitelny. Zeptala jsem se ho:

Co vás přimělo k napsání další knihy, která by měla zacílit na finanční gramotnost lidí?

Stejně jako u Ekonomických jednohubek jde o mou snahu přiblížit lidem finanční a ekonomická témata, která se jich týkají, ale nikdy neměli příležitost se v nich stručně a přehledně zorientovat. Někomu baví vařit nebo pěstovat zeleninu, mě baví podávat odborná, a mnohdy ne úplně jednoduchá témata srozumitelnou, a snad i trochu zábavnou formou.

Měli bychom mít větší povědomí o svých financích? K čemu by nám to posloužilo?

Lepší povědomí o fungování světa financí pomůže každému z nás, aby se vyhnul některým průšvihům a aby zhodnocoval své případné úspory lepším způsobem. A pokud budeme líp hospodařit a víc rozumět fungování ekonomiky a financí, sníží se počet nespokojených občanů, kteří mají často tendenci volit politiky nabízející nebezpečná řešení. Lepší finanční gramotnost tedy prospívá i společnosti jako celku.

Když bychom například věděli, jak lépe zhodnotit své úspory, dělali bychom to? Nebo by nás uspokojoval pocit z toho, že vidíme na svém běžném účtu jistou sumu?

Jsem přesvědčen, že lepší znalosti v této oblasti nám nedovolí pokračovat v tom, co mnoho Čechů a Češek dělá: nechávají válet velké peněžní částky na běžném účtu. Vědomí, že naše peníze můžou vydělávat víc, aniž by to znamenalo nějaké fatální riziko nebo nejistotu, by nás tlačilo k tomu, abychom takové možnosti využívali.

A pokud budeme líp hospodařit a víc rozumět fungování ekonomiky a financí, sníží se počet nespokojených občanů, kteří mají často tendenci volit politiky nabízející nebezpečná řešení.

V čem chybujeme nejvíce?

Ve finanční oblasti je asi největší českou chybou právě to válení spousty peněz na běžném účtu. Přitom běžný účet není nic víc než jakási elektronická peněženka. Umožňuje snadné

placení v obchodech, ale pro zhodnocování úspor se hodí stejně málo jako třeba fyzická peněženka.

Investice jsou dnes velkým celospolečenským tématem. Bude rychleji přibývat těch, kteří nabydou přesvědčení, že bez investičních aktivit své peníze nezvětší?

Pokrok v této oblasti je vidět, ale je velmi pomalý. Mnozí z nás jsou extrémně konzervativní. Opatrnost je a vždycky bude jistě na místě, ale ve srovnání s většinou západní Evropy to trochu přeháníme.

Bude pro generaci dnešních dvacátníků za pár let investování už samozřejmostí?

Určitý posun tam skutečně asi nastane, a to nejen díky knížkám, jako jsou Finanční jednohubky. Jednak do škol nastupují noví učitelé, kteří bývají finančně gramotnější. Vedle toho je tu ale i vliv mobilních aplikací, přes které lze na pár kliknutí investovat.

Tyto umožňují uživatelům, aby si snadno, a třeba jen s několika stovkami korun, ohmatali svět akciových investic. Zjišťují, že tam samozřejmě rizika a poplatky existují, ale že to není žádné nesrozumitelné peklo.

Na obyčejných osobních bankovních účtech leží v České republice stále velké množství peněz. Kdy se to změní ve prospěch alespoň spořicíh účtů?

Ten posun už probíhá. Jde o první, i když jen velmi opatrný krok směrem k aktivnějšímu přístupu k našim úsporám. Mnozí z nás k tomu byli probuzeni vzednutím inflace a úrokových sazeb v minulých dvou letech, ale ten přesun pokračuje i teď, kdy už úročení spořicíh účtů zase klesá. Od konce loňského roku na běžných účtech ubylo 32 miliard korun, zatímco na spořicíh čtyřikrát tolik přibylo.

Jsou Češi v porovnání s ostatními Evropany hodně šetřiví, nebo spíše rozhozovační?

V letech před covidem jsme byli velmi blízko průměru. Po příchodu pandemie zvýšila svou míru úspor celá Evropa, protože kvůli uzavírání částí ekonomiky zmizela spousta možností pro utrácení. Avšak po odeznění těchto opatření v roce 2021 Evropané zase začali utrácet, kdežto Češi šetřili dál. Naše reakce na popandemické zdražování byla skutečně trochu zvláštní. Určitým vysvětlením může být prudký nárůst zdejších úrokových sazeb, a možná i snaha bojovat s naší hodně vysokou inflací.



Mnozí z nás k tomu byli probuzeni vzednutím inflace a úrokových sazeb v minulých dvou letech, ale ten přesun pokračuje i teď, kdy už úročení spořicíh účtů zase klesá. Od konce loňského roku na běžných účtech ubylo 32 miliard korun, zatímco na spořicíh čtyřikrát tolik přibylo.

Vzpomenete si, co jste udělal se svojí první výplátou?

Chodil jsem už od střední školy na různé krátkodobé brigády, takže moje

první výplata byla nejspíš poměrně malá. Jak jsem ji využil, to už si bohužel nepamatuju.

Máte informace o tom, jak firmy nakládají s relativně volnými prostředky?

To závisí na oboru a situaci firmy. V správně vedené firmě by měla platit zásada, že pokud firma působí v dynamickém odvětví, tj. má před sebou možnost se dál rozvíjet nebo ji ke změnám nutí konkurenční tlak, volné pro-

středky se využijí na příslušné investice. Oproti tomu dobře usazená firma ve stabilním odvětví by volné peníze měla v podobě dividend předávat vlastníkům, kteří je pak můžou použít v odvětvích prvního typu. V mezidobí můžou samozřejmě peníze být dočasně uloženy na bankovním účtu. V tomto ohledu se chování českých firem v posledních zhruba deseti letech nemění: objem peněz na firemních účtech v bankách neustále kolísá lehce nad 20 % HDP.

Měli by jejich majitelé, zejména malých a středních společností, promyšleněji s financemi hospodařit?

Myslím si, že valná většina podnikatelů umí se svými penězi zacházet velmi dobře. Občas se objevují kauzy, kdy se někdo z této sféry stane obětí investičního podvodu. Často ale jde paradoxně o lidi, kteří se ve vedení svých firem chovali velmi slušně, a tak je třeba ani nenapadne, že by někdo jiný mohl založit své podnikání na šmejdském chování.

A co poradit všem, kteří by rádi zbohatli?

Každý z nás zná ze svého okolí nebo z médií jistě aspoň pár příkladů lidí, kteří velmi zbohatli. Většinou v těchto případech – pokud se nebudeme bavit o podvodech nebo protekci – hraje velkou roli štěstí. Jinak řečeno, na těchto pár příkladech připadá mnohem víc podobných případů, kdy člověk nezbohatl, nebo dokonce dopadl velmi špatně. Ještě jinak řečeno: máme-li předem v úmyslu výrazně zbohatnout, musíme přijmout velkou dávku rizika a být psychicky připraveni na možnost, že to nevyjde. Pravděpodobnost úspěchu se ale samozřejmě dá citelně zvýšit tradičními nástroji: pílí, talentem, vzděláním a ochotou se pořád učit.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Obaly z vlnité lepenky můžeme recyklovat až pětadvacetkrát

Společnost THIMM Obaly vyrábějící obaly z vlnité lepenky letos slaví jubilejních 30 let na českém trhu. Za tu dobu posbírala desítky mezinárodních prestižních ocenění za inovativní obalová řešení i design a stala se jedním z průkopníků využití ekologických obalových materiálů a moderních technologií ve výrobě. Na českém trhu je dlouhodobě považována za jednoho z tahounů průmyslu 4.0. Zautomatizovala prakticky veškerou část výroby a podnikla řadu kroků k úspoře energií a udržitelnosti. Tímto směrem chce pokračovat i nadále.



Martin Hejl

Tržby české pobočky THIMMu se za posledních dvacet let zvětšily téměř o 300 %. V roce 2003 šlo o 569,2 miliónu korun, zatímco v roce 2023 to již bylo 1,7 miliardy korun. S rostoucími tržbami za posledních dvacet let vzrostl i počet prodaných metrů čtverečních vlnité lepenky, který od roku 2003 narostl o 225 %. Z původních 47 miliónů objem vyrostl v roce 2023 na 105 miliónů m². Za dobu své existence získala společnost desítky ocenění. V mezinárodní soutěži Worldstar Packaging byla oceněna celkem jedenáctkrát. Naposled získala cenu letos, a to v kategorii potraviny s obalem za její originální koncept Ready to bake and eat. Pravidelně se umísťuje také v soutěži Obal roku a POPAI Awards. Několik desítek ocenění tak dokazuje, že jde o světovou špičku v oblasti obalových materiálů. Martina Hejla, jednatele a generálního ředitele společnosti THIMM Obaly, jsem se zeptala:

Na českém trhu je společnost THIMM rovných 30 let. Co pro vás tento milník znamená?

Nutí mě to se zamyslet, jak jsme vlastně začínali, jak to tu před těmi 30 lety vypadalo a co vše se nám od té doby podařilo. Určitě jsme za tu dobu mnohem dál, naši fabriku jsme nasměrovali k digitalizaci, automatizovali jsme stroje a celkově jsme se změnili také v přístupu k práci. Pro mě osobně toto výročí představuje mnohé, jelikož jsem se společností většinu těchto let prožil, a je skvělé vidět, kam se všechno za poměrně krátkou dobu dokáže posunout. Více než kdy jindy jde vidět, že obaly jsou důležitou součástí výrobku, jsou to, co zákazník vidí první, a tomu jsme také museli přizpůsobit náš přístup k jejich výrobě. Jsou totiž dnes to, co prodává, a tak se pro naše klienty snažíme být partnerem a pomoci jim

díky našim obalům dosáhnout jejich marketingových cílů. Zatím se to daří.

Ano, obaly z vlnité lepenky mají dnes daleko větší využití než v minulosti, mají i své designové poslání. Vlnitá lepenka je prostě in. K čemu všemu vlastně slouží?

Prakticky ke všemu, co si zamanete. Hlavně je to ale skvělý materiál právě pro výrobu obalů. Je tvárný a lze z něj vytvarovat prakticky cokoliv. Od běžné krabice přes displeje, stojany, ale i deskové hry, skládačky nebo třeba cosplay zbroj. Navíc je to udržitelný materiál, který lze recyklovat a použít znovu, což je úžasný benefit.

Jaké nejmenší obaly se z ní dají vyrobit a pro jaký účel? A kde se uplatňují ty největší?

Jeden z našich nejmenších obalů na sýr Romadur od společnosti Madeta aktuálně vyhrál mezinárodní soutěž Worldstar Packaging Award. Tím, že se nejvíce pohybujeme v dodávkách do FMCG sektoru, tak náš největší obal bude rovněž na potraviny.

Kolikrát se dá vlnitá lepenka recyklovat? Jde to donekonečna?

Vlnitá lepenka je skvělým příkladem cyklického hospodaření. Lepenka je totiž jedním z nejrecyklovatelnějších materiálů. Vlákna papíru u obalů vyrobených z vlnité lepenky můžeme recyklovat až pětadvacetkrát bez výrazné ztráty kvality. V současnosti tak u nás tvoří nový obal z vlnité lepenky z více než 89 % recyklovaný materiál. Výrazně tak omezuje potřebu zdrojů. Vlnitá lepenka je navíc plně biologicky odbouratelná, protože její hlavní složkou je papír. Vlákna jsou velmi snadno a rychle přeměněna zpátky v biomasu.

Vaše firma má jednu z nejmodernějších hal na výrobu obalů na světě. V čem je jedinečná?

V THIMMU hrají „roboti“ skutečně stěžejní, velkou roli už od roku 2008. S každým jednot-

Pro mě osobně toto výročí představuje mnohé, jelikož jsem se společností většinu těchto let prožil, a je skvělé vidět, kam se všechno za poměrně krátkou dobu dokáže posunout.



livým segmentem výroby nám pomáhá plně automatizovaný stroj. Naším cílem je být ukázkou toho, jak by měl vypadat Průmysl 4.0 v praxi. Měníme pohled na to, jak nahlížet na zaměstnání ve výrobě. S těžkou manuální prací u nás člověk přijde do kontaktu opravdu jen výjimečně. Často se nám stává, že si u nás návštěvník přijde spíše jako ve výrobě nejpokročilejších mikročipů na světě. Výrobní hala je zaplněná nespočtem autonomně fungujících strojů

a linek. Jedineční jsme určitě s vlastním konceptem Internet of Packs. To znamená, že každá krabice má svůj „životopis“ a načtením QR kódu lze přesně zjistit, kdy a kde byla vyrobena, kudy poputuje a kde má své místo určení. Díky tomu mohou většinu logistiky obstarávat stroje. Myslím si, že s vývojem technologií se brzy dočkáme toho, že i lidé z výroby budou moct pracovat z domova a kontrolovat v reálném čase práci strojů.

S chutí jdete po stopě ekologie a udržitelnosti. Pořídili jste vlastní čističku vod, chystáte se na fotovoltaiku, odpadní teplo využíváte pro vytápění kanceláří, budete vysazovat stromy... Co byste rádi ještě udělali?

Je toho hodně, každopádně bych byl rád, kdyby se nám v budoucnu podařilo mít vlastní větrnou elektrárnu. Je to spíše takový sen, ale věřím, že to někdy bude možné, a budeme si tak vyrábět vlastní energii pomocí větru. Určitě bychom také chtěli rozšířit fotovoltaiku tak, aby nám pokrývala většinu střešiny výrobní haly a volné plochy v areálu.

Největší výzvou je vždy skloubit funkčnost a originalitu. Každá inovace musí hlavně obsahovat vlastnosti, které daná firma dříve neposkytla.

Získali jste desítky ocenění. Čím vás motivují a inspirují? Je to další energie pro vaše nápady?

Každé ceny si nesmírně vážíme a rozhodně je nebereme jako samozřejmost. Patří více našim vývojářům než mně, které motivuje v jejich práci pokračovat a nadále vymýšlet originální pojetí obalů pro naše klienty. Takové ocenění určitě dokáže přilít novou energii do žil všem

v závodu, jelikož ví, že jejich práce je vidět a získává prestižní uznání také v zahraničí.



Potvrdil jste, že design hraje ve vývoji nových obalů velkou roli. Využíváte vlastní grafické studio?

Pro tvorbu designu obalů máme svou skupinu vývojářů, technologů a grafiků, jejichž práci je přímo přicházet s novými nápady, zkoušet inovativní řešení a tvořit neustále něco nového. Ano, dá se tedy říci, že máme i vlastní grafické studio.

Jenže skloubit nápaditost, krásu, účelnost a některé technologické požadavky s představou a zadáním klienta není asi úplně jednoduché. Co je na celém procesu opravdu nejnáročnější?

Největší výzvou je vždy skloubit funkčnost a originalitu. Každá inovace musí hlavně obsahovat vlastnosti, které daná firma dříve neposkytla. Proto je nutné, aby každý výrobce přesně znal potřeby svých zákazníků. Jedině tak můžete vytvořit produkt, který může spotřebitel plně využít a má pro něj skutečně přidanou hodnotu.

Uřídít fabriku, dát jí tvář, budovat image a dobrou pověst je úkol nadlidský a zvládne jej jen zdatný manažer. Máte svá vlastní pravidla, procesy, víte, co vždy zafunguje? Jak pomáhá štěstí, intuice, náhoda?

Určitě platí staré moudro, že štěstí přeje připraveným. Řekl bych, že naše branže je až na výjimečné situace velmi dobře predikovatelná. Zejména ta část, ve které my se pohybujeme, a to je FMCG. Proto nevěřím až tak na náhodu a štěstí, jako spíše na připravenost. Branže je cyklická, a zejména FMCG má velmi dobře předpověditelnou sezónu s píky na Velikonoce, letní dovolené, a následně vánoční sezónu. A co vždy zafunguje? Držím se jednoho základního pravidla, a to je, že neexistuje, že něco nejde.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Naučte své děti nakládat s majetkem a vybudujte úspěšné rodinné impérium



Vladimír Fichtner

Jak tedy pečovat o majetek, který za svůj život člověk vytvořil? Jak o něm mluvit s dětmi, aby je peníze nezakazily? Inspiraci nejen pro majitele firem najdete v rozhovoru s Vladimírem Fichtnerem, zakladatelem společnosti Fichtner Wealth Managers, která se tématu rodinného bohatství dlouhodobě věnuje. Tento muž začínal ve finančním světě v roce 1991, kdy nastoupil jako šestý člověk k Petru Kellnerovi do PPF. V roce 1995 se přesunul do Pioneer Investments, kde později působil jako generální ředitel. V roce 2003 opustil svět korporátu a založil se svojí ženou Radkou investičně poradenskou firmu, která se dnes jmenuje Fichtner Wealth Managers. Majoritu ve firmě se ženou prodali v roce 2020 a Vladimír Fichtner opustil pozici ředitele. Nyní je předsedou představenstva Fichtner a.s. a pomáhá manažerskému týmu zavádět u klientů principy family governance nezbytné pro úspěšné mezigenerační předávání majetku nebo efektivní nastavování filantropických projektů s důrazem na samofinancovatelné nadace.

Netajíte se tím, že při konzultacích s majiteli firem čerpáte nejen ze svých zkušeností, ale i z knihy Vypůjčeno od vašich vnoučat (Borrowed from Your Grandchildren), kterou napsal americký konzultant Dennis T. Jaffe. Jak se na rodinné bohatství díváte?

Napsal jsem na téma rodinného bohatství knihu a desítky článků, ale stále se v této ob-

Bylo tomu tak odjakživa. Generace střídá generaci. Podnikatelské rody s bohatou historií učí své potomstvo, jak zacházet s majetkem. Aby neubýval, ale naopak. Aby byl jasný princip budování hodnot, aby mladší pokračovatelé věděli, proč má jejich nástup do firmy smysl. Zachování majetku rodiny pro další generace je tedy velkou výzvou. Děti i vnoučata mají většinou jiný pohled na využití rodinného bohatství, a to může vést i k prudkým názorovým diskuzím, neuváženým krokům i narušení vztahů uvnitř rodiny. V takových případech je dobré vzít v potaz rady úspěšných lidí, jejichž zkušenosti více než například sto let dokazují, jaké postupy, jaká praxe funguje.

lasti vzdělávám od lidí, kteří mají více zkušeností. V knížce Vypůjčeno od vašich vnoučat je spousta praktických rad a tipů. Její autor Dennis T. Jaffe si jednoho dne řekl, že se zeptá rodin, které přežily více než sto let, jak to udělaly. Výsledek opravdu stojí za to a já mám radost, že jsme se s Dennisem domluvili, že za námi zajede letos v říjnu do Prahy. Budeme mít šanci se s ním tři dny potkávat, společně také s našimi klienty, což bude určitě nesmírně zajímavé. My, kteří jsme často první generace bohatství, potřebujeme jako sůl, aby se s námi bavil někdo, kdo má 40 let zkušeností v rodinách po celém světě. Dennis dal dohromady věci, o kterých i my s našimi klienty přemýšlíme, a trochu je systematizoval. To je vždycky příjemné, vidět před sebou nějaký systém, určité vodítko. Nejenom, že se učíme novinkám, učíme se od jiných rodových dynastií, které jsou třeba už třetí, pátou či osmou generací bohatství. Rozumný člověk by se dle mého měl poučit z moudrosti i chyb těch druhých.

Na co je tedy potřeba myslet, aby rodinné bohatství rostlo?

Dennis Jaffe toto složité téma rozděluje do čtyř oblastí. První je sdílený účel bohatství a identita. Odkaz rodiny, zjednodušeně. Druhá oblast jsou pečlivě opečovávané rodinné vztahy. Třetí oblast se týká nastávající nebo další generace, aby byla schopná a připravená převzít štafetový kolík. A poslední je, co rodina může dělat a jak může používat rodinné bohatství pro pomoc ostatním lidem kolem sebe.

Jak je to tedy s budováním a posilováním vztahů v rodině?

Dennis mluví o tom, že aby mohla fungovat rodina, je potřeba vytvořit rodinnou strukturu, ne majetkovou. Něco, co pomáhá rodinu

dávat dohromady. V první generaci vyrůstáme všichni v jednom domě. Přijde ale další generace, děti se odstěhují, mají nové partnery a názory, a jednotnost se začíná trochu drobit. Je potřeba mít organizovanou rodinnou strukturu. Někoho, kdo dává dohromady rodinná setkání. Kdo o nich přemýšlí, stará se, aby to jednotlivé členy bavilo, kdo tomu dává agendu. My se například dnes bavíme každý měsíc s naším rodinným koučem. Jako rodina tomu věnujeme pět hodin za měsíc. Když máme zasazená rodinné banky, tak k tomuto času přidáváme ještě čtyři hodiny. Vytváříme podhoubí společné komunikace. To je základ toho, aby bohatství mohlo fungovat mezigeneračně. Protože jinak 70 % rodin ztrácí své rodinné bohatství už ve druhé generaci. A po třech generacích dokonce 90 % rodin.

Jakou zásadní zkušenost jste udělal vy sám v tomto ohledu? Tedy v péči o rodinné bohatství?

Občas se v rodinách úspěšných lidí setkávám s tím, že v nich dlouho doutná nějaký konflikt, který pak jednoho dne vybuchne. Třeba hádkou mezi tvůrcem bohatství a jeho dětmi. Tomu se my chceme vyhnout. Společně s mou ženou Radkou jsme si již před lety řekli, že bychom chtěli, aby k nám naše děti (dva synové, kterým bude 30, a dcera, které bude 20) jezdily rády. Od té doby na tom intenzivně jako celá rodina pracujeme, jak jsem zmínil výše. Odměnou nám jsou

Je potřeba mít organizovanou rodinnou strukturu. Někoho, kdo dává dohromady rodinná setkání. Kdo o nich přemýšlí, stará se, aby to jednotlivé členy bavilo, kdo tomu dává agendu.

většinou pozitivní zkušenosti v podstatě každý měsíc. Například když jsme se synem jeli autem ze Španělska, tak jsme si celou cestu, 25 hodin, nepustili rádio a jenom jsme si povídali. Mně udělalo obrovskou radost, když mi na konci cesty řekl: „No hele, tohle bych ti před dvěma lety neřekl.“ Díky tomu, že se v rodině bavíme, máme šanci předat našim dětem zkušenosti a hodnoty, a zapojit je do správy rodinného bohatství.

Vztahy jsou jedna věc, ale také je zde majetek. Jak konkrétně o něm ve vaší rodině přemýšlíte?

Když jsme prodali majoritu v naší firmě, tak jsme si řekli: zhruba třetinu současného majetku budeme mít až do konce života sami pro sebe. Máme tři děti, potom každé zdědí desatinu. Tím, že se už o některých věcech bavíme dnes, budou patrně vědět co s tím. Druhá část majetku je pro rodinné účely, financování bydlení, zdravotní péče. Součástí tohoto balíčku majetku je i neformální institut rodinné banky, do které může každý z rodiny přijít a říct, že by chtěl půjčit na nějaký projekt. A následně v rodinném kruhu diskutujeme, jestli ano, nebo ne, jakým způsobem to zafinancovat. Konečně třetí část majetku vyčleňujeme na filantropické účely. Naším cílem je vybudovat samofinancující se nadaci, která bude pomáhat naplňovat hodnoty, které jsou pro naši rodinu důležité.

Nezdá se vám, že na rodinný majetek naše společnost nahlíží ještě příliš očima doby před sametovou revolucí? Že být bohatý, úspěšný je cosi neslučitelného s životem většiny?

Nemám takovou osobní zkušenost. Všiml jsem si ale, že Zdeněk Bakala říká: „Přestěhoval jsem se do Švýcarska, protože tady nikdo neřeší, jaký mám majetek.“ Podle mého, nahlížení na bohatství spíše souvisí s tím, jakým způsobem člověk své bohatství buduje a jak se chová k lidem kolem sebe. Naše cesta k bohatství v žádném případě nebyla zadarmo. Byla hodně těžká a dlouhá. Potkali jsme spoustu lidí, kterým to, co děláme, pomohlo k budování jejich bohatství. Už od roku 2003, kdy jsme s investičním poradenstvím začali, vím, že je možné stát se rentiérem, i když je člověk zaměstnancem. Jen na to musí myslet předem a něco pro to udělat. Myslím si, že mít peníze je normální, když je člověk schopen vyjít se svým platem a dávat si část peněz stranou. Spíš mi přijde divné, že to není tak běžná záležitost. Tady si myslím, že hrají roli finanční instituce a poradci, kteří bohužel spíše lidi obírají o peníze, než aby jim je nějak výrazně vydělávali. Kdyby finanční sektor dělal lepší práci, nemyslel tolik na sebe, ale více na klienty, tak by spousta lidí měla více peněz v první generaci. Natož pak ve druhé či třetí.

Intelektuální potenciál, lidský potenciál rodiny a jeho rozvoj. Jak je tohle důležité?

Dennis ve své knížce shrnuje spoustu věcí, které je dobré dělat ve vztahu k dalším generacím. Rodiny, které více než sto let rozšiřují své bohatství, identifikovaly následující hodnoty a vlastnosti, které podporují u svých dětí:

1. Štědrost neboli dávat zpět komunitě.
2. Respekt – vážit si lidí ze všech prostředí.
3. Pracovní morálka a dovednosti neboli schopnost rozvíjet, schopnost vydělávat si vlastní peníze, najít si práci, kde můžu uspět.

4. Sebeúcta a sebevědomí. Mít dobrý pocit ze sebe tím, že najdu svoji vlastní hodnotu nezávislou na materiálním bohatství.
5. Finanční gramotnost. Moudře zacházet s penězi.
6. Zodpovědnost za bohatství ve stylu: je mi to svěřeno a není to moje, ale je to půjčeno od dalších generací.
7. Šetrnost. Utrácení, ale obezřetně.
8. Ocenění ve stylu vážit si příležitostí, které bohatství nabízí.

Berte to prosím jako příklad. Podle mého by si každá rodina měla definovat své hodnoty. Tvrdí pravda je, že abychom našim dětem hodnoty předali, měli bychom je také sami uznávat a žít podle nich.



Podle mého, nahlížení na bohatství spíše souvisí s tím, jakým způsobem člověk své bohatství buduje a jak se chová k lidem kolem sebe.

Co vnímáte jako nejčastější hendi-kep majetných rodin, a čím tedy začít, aby se situace zlepšila?

Začněte s finanční gramotností. Začněte sdílet svoje zkušenosti s tím, jak se starat o majetek a o peníze. Nebo podpořte děti v tom, že začnou investovat a pochopí, co svět finančních investic znamená a jak se můžou vyhnout různým průšvihům. S tím se dá začít klidně v deseti letech. Určitě bych se zaměřil i na šetrnost. Jestli si koupím každý druhý rok nové drahé auto, děti to samozřejmě vidí. A je to pro ně vzor toho, jak se asi má žít. Jestli si koupím auto rok ojeté, které má najeto 30 000 a je levnější, děti to taky vnímají. Důležité je také potomstvu zpřístupňovat možnosti, třeba prostřednictvím půjčky z rodinné banky. To, že jsme poskytli synovi kapitál z rodinné banky, aby mohl zahájit svůj developerský projekt, mu umožnilo začít možná o 20 let dříve, než by to udělal za běžných okolností. Protože by mu nikdo nepůjčil. Proto on může získávat zkušenosti už teď, když mu je 30, ne až ve chvíli, kdy mu bude 50. Když by sám třeba už měl kapitálu dost nebo by už

byl lépe úvěrovatelný prostřednictvím bankovní instituce.

V čem zakladatelé firem chybují nejvíce, když se snaží o to, aby jejich synové a dcery jejich společnosti převzali a úspěšně vedli?

Přestože se osobně převážně setkávám s lidmi, co své firmy prodali, tak zrovna nedávno jsem diskutoval o rodinném bohatství s jedním majitelem miliardové firmy a jeho dvěma syny. Synům už je skoro 40. Tátovi je sice přes 60, ale pořád má všechno pevně pod kontrolou. Nechce se této kontroly vzdát, protože nechce svým synům přidělovat starosti. Takový rodičovský syndrom je podle mého jednou ze zásadních chyb nás otců zakladatelů. V podstatě tím svým dětem říkáme, že nevěříme tomu, že by to zvládli. To může zásadně poškodit jejich sebevědomí a vést k tomu, že nějaké věci dělají „natruc“. Naštěstí z toho existuje cesta ven. Není rychlá ani jednoduchá, ale existuje a našim klientům s ní také pomáháme. Hlavně vyžaduje vůli udělat z členů rodiny skutečné partnery a silně jedince schopné vést.

Přibližte nám ještě, co je míněno tezí dávat zpět společnosti.

Dávat určité komunitě, někomu, kdo neměl třeba takové štěstí. V naší rodině jsme se hodně soustředili na podporu školních aktivit nebo vytváření dobročinných akcí v rámci škol. To není jen o tom, že by škola jednorázově posbírala nějaké peníze. Každý rok se to opakuje. Díky tomu všechny děti, které se toho zúčastnily v průběhu dvanácti let, vědí, že něco takového existuje, že je něco takového možné.

Proč je to tak důležité, kromě toho, že zlepšujeme

svět, ve kterém budou žít i nastupující generace?

Charita a filantropie je zajímavá v tom, že do ní lze vtáhnout děti, i když jsou velmi malé. Také pomáhá budovat rodinné bohatství a spojovat rodinu napříč generacemi. Vzpomínám si například, že jsme každému našemu dítěti přidělili nějaké peníze na to, aby je rozdělily podle svých preferencí někomu, koho chtějí podpořit. Dostaly zodpovědnost za hospodaření s finančními prostředky. Ale nepřemýšlely nad tím, za co je utratí, ale nad tím, kde mohou nejlépe pomoci. Takové zkušenosti jsou sdílené, protože se pak následně bavíme, jestli ten příspěvek dával větší nebo menší smysl. Každá rodina je samozřejmě jiná, ale jsem přesvědčen, a Dennis Jaffe to ve své knize Vypůjčeno od vašich vnoučat potvrzuje, že filantropie může mít pozitivní vliv na mezigenerační posílení rodinného bohatství.

za rozhovor poděkovala Eva Brixl

Nedostatek pracovních sil není problém, ale akcelerátor inovací

Koncem června Český statistický úřad zveřejnil čísla k přehledu vývoje počtu obyvatel České republiky za rok 2023. Přibýlo jich. Avšak lví podíl na tom měla migrace, počet živě narozených dětí se naopak o 10 % snížil, a je tak nejmenší za posledních 22 let. Řada firem, a především pak politiků, si klade otázky, zda budeme mít v České republice dostatek pracovních sil. Zda nejsou zjištění alarmující. A ona svým způsobem jsou. Avšak z mého pohledu více pro stát než pro firmy jako takové.

Proč si myslím, že business se s tím vyrovná líp

Podnikatelé se drží racionality a pragmatismu, jež umožňují další vývoj a kontinuitu. Firmy jsou také pružnější a lépe se přizpůsobují tomu, co se skutečně děje. Tedy za předpokladu, že jsou zdravé a mají kvalitní vedení. Operují s vizí, jež se nemění každé čtyři roky podle toho, kdo je momentálně u kormidla. Nemyslím si, že by musely do budoucnosti hledět skepticky. Právě komerční sektor stojí za vývojem a rychlým rozvojem nástrojů umožňujících inovace, ať už jde o robotizaci, internet věcí, nebo umělou inteligenci. Jen si představte, jak budou tyto nástroje zdokonalené za 20–30 let, kdy se bude muset Česká republika vyrovnat s vyšším počtem lidí v seniorním věku a nižším počtem jedinců v produktivním věku. Tou dobou tyto inovace taky radikálně promění trh práce.

Když nejsou lidé, musí se investovat jiným směrem. Zaměstnavatelé jsou si vědomi toho, že se na situaci musí připravit, aby eliminovali rizika. Jejich zájem je stát se hybatelem technologické transformace, která pomůže vyřešit něco, co se nyní jeví jako problém a s čím si stát sám od sebe nedokáže poradit, nemá na to možnosti. Nová technologická řešení tak některé pracovníky nahradí zcela, jiné částečně. Tím se ve firmách uvolní prostor pro to, aby lidé dělali práci, která je zásadnější a kterou stroje ani algoritmy nedokážou samy obsáhnout. Čísla o vývoji počtu obyvatelstva mě tedy nestraší. Určité riziko nebo krize jsou zkrátka akcelerátory pokroku. V důsledku toho zlepší pozici i výkonnost firem.

Migrace s otazníkem

Další cestou, jak řešit nedostatek vlastní ekonomicky aktivní populace, může být zaměstnávání pracovníků z dalších zemí. Je to oprávněný a racionální nástroj, jak se se situací vypořádat. V makroekonomických datech lze pozorovat, že to v určitém časovém úseku vždy pomohlo. Mnohým lidem to přináší zlepšení kvality života a podnikům prosperitu. Ale ani migrace nevyřeší vše, jednoho dne se její potenciál může vyčerpat. Příklady z Francie a Německa nám taky ukazují, že pozitivní ekonomický efekt může být vykoupen kumulujícím se napětím ve společnosti. Když ale zkrátka lidé v tuzemsku chybět budou, poptávka se bude muset nasytit jinde.

Když není ambice upřednostnit rozvoj

Nemám dojem, že by malým a středním firmám, které nyní řídíme, nedostatek lidí výrazně komplikoval život a přinášel existenční problémy. A to ve zhruba 70 % případů. Je to otázka efektivity. Správně personálně obsazené pozice dokážou výrazně eliminovat nákla-



dy a zvýšit produktivitu. Kde dříve museli být lidé dva, postačí jeden.

Ale existuje i řada komerčních subjektů, které nemají ambice ani chuť se rozvíjet. Pro ně bude nedostatek pracovních sil hořkou pilulkou. A to je mnohem větší problém. V měnících se podmínkách trhu, ekonomiky, legislativy je potřeba být kreativní a hledat řešení, která firmě umožní uspět i za nové situace. Jenže toho mnoho malých a středních hráčů není schopna, ne dokud trvá na dvacet let starém modu operandi. Každý podnikatel by měl mít na paměti svůj stěžejní závazek: Chtít ve své práci

vždy to nejlepší, včetně inovací. Je to něco, čím lidé z businessu slouží společnosti, protože inovativní aktivity ve firmě mají přímý dopad na obyvatelstvo i stav ekonomiky.

Nejdůležitějším kritériem bude spolupráce

Měli bychom si klást otázku, zda jsme připraveni přicházející pokrok morálně zvládnout. Ani podnikatelům by totiž nemělo zpětně přestat záležet na společnosti a místě, kde realizují své aktivity. Když se bude dobře dařit podnikům, může se dobře dařit i lidem. A naopak. Napomoci tomu jde i tím, že se v rámci firmy oddělí důsledně majitelská a exekutivní role. O to se v JPF Czech aktivně snažíme a věříme, že za 20–30 let dosáhneme toho, že si svůj podnik bude řídit pouze 60 % majitelů, místo dnešních 95 %. Firma pak funguje lépe a může také mnohem více dbát na rozvoj svůj, vlastních lidí, vztahů. Nejdůležitějším kritériem bude spolupráce.

Vývoj může přibrzdit polarizace společnosti

Budoucímu vývoji vždycky přitíží polarizace společnosti a zarputilý prosazování postoje „staré dobré časy“. Vytváří podhoubí, v němž se prosazují extremistické ideologie a populismus. Problémy se přestanou řešit a většinou vznikne množství těch nových. Jako příklad bych uvedl odliv kapitálu z Francie po nedávných volbách. Je na místě, aby se business extrémistických tendencí obával. To proto, že politici jednají ze zcela jiných pohnutek než podnikatelé. Zaměřují se nejprve na to, zda rozhodnutí nebo čin ovlivní jejich mandát pozitivně, či negativně. Proto se řada z dlouhodobého hlediska prospěšných rozhodnutí nedělá. Odkládají se.

Smysl by dávalo, aby naše vlády do svého rozhodovacího procesu za-

pojovaly více podnikatele, kteří nabídnou pragmatický pohled na věc. Politici jsou totiž mnohdy odříznuti od skutečné reality života – občanů i businessu. Jenže bez toho se udržitelné vedení a hospodaření státu neobejde. A platí to všeobecně. Ať už se bavíme o Green dealu, nebo nyní o akutní obavě, zda za 20–30 let bude mít kdo naplnit státní kasu a postarat se o naše starší spoluobčany. Řešení tak možná opět skončí u soukromého sektoru, který se s výzvami bude muset popasovat sám...

Ing. Jiří Jemelka, MBA
jednatel společnosti JPF Czech

Česká Daktela zrychlila dispečink britských sanitek o 20 procent



Tuzemská společnost Daktela přinesla na britský trh inovátorské řešení pro komunikaci zdravotnické dopravní služby, které zrychlilo zpracování objednávek transportu přibližně o 20 %. Společnost EMED Group, největší nezávislý poskytovatel zdravotnické dopravy a podpory ve Velké Británii, navázal spolupráci s Daktelou už v roce 2021. Po prvotní pilotní fázi pomohl český poskytovatel cloudového softwaru pro zákaznickou péči EMED konsolidovat a optimalizovat komunikační systémy řídicího centra. Zařadil se tak mezi české softwarové firmy, které svým know-how dokážou konkurovat i na vyspělém západoevropském trhu.

Společnost EMED patří mezi dynamické a rychle rostoucí firmy, aktuálně má přes 1500 zaměstnanců a více než 30 poboček. Pokaždé, když EMED akvíroval novou společnost poskytující zdravotnickou dopravní službu, přibral s ní zároveň její vlastní komunikační systém. Roztříštěnost různých komunikačních platform komplikovala práci britským operátorům a zpomalovala vyřizování zákaznických požadavků na transport. Zavedení systému Daktela Contact Centre nejen-

že sjednotilo různé komunikační platformy, ale také výrazně zlepšilo kvalitu služeb poskytovaných zákazníkům. Zefektivněním komunikačních procesů se zkrátila doba odezvy a zpracování objednávek přibližně o 20 %. Výrazný přínos implementace českého softwaru potvrdil Craig Smith, generální ředitel EMED: „Velmi si cením toho, jak rychle a plynule bylo řešení Daktela Contact Centre nasazeno do provozu, a to bez jakýchkoliv odstávek. Společnost Daktela byla po celou dobu k dispozici a zajistila proškolení všech našich uživatelů. Díky tomu mohli naši zaměstnanci okamžitě využívat všechny výhody nového systému, což se pozitivně odrazilo na kvalitě našich služeb. To vše potvrdovalo pochvalné reference, se kterými česká firma na britský trh v roce 2018 přišla a jak se postupně profilovala.“

EMED začal s využíváním Daktely s 280 zaměstnanci kontaktního centra. V loňském roce přidal dalších 80 a začátkem tohoto roku se do systému připojila i centrála společnosti. Předtím, než se kontaktní centra sjednotila na systému Daktela, fungovala všechna depa EMED na úložištích s různými systémy. To znemožňovalo generovat společné reporty, sledovat stav požadavků a získat celkový přehled o jejich vyřízení.

Přechod z několika zděděných nástrojů na jednotný systém umožnil společnosti EMED řídit své hovory mnohem efektivněji. Nový systém zároveň poskytuje větší provozní odolnost. Po integraci Daktely přicházejí všechny

přepravní rezervace po telefonu na základě lokalizace, takže jsou směřována k příslušným týmům kontaktního centra. To je podporováno pokročilými funkcemi volání, jako je řazení hovorů do fronty, inteligentní směřování a monitorování klíčových informací v reálném čase pomocí přehledných grafů.

Spojené království představuje pro Daktelu unikátní výzvy a příležitosti, současně není ale jediným trhem mimo Evropskou unii, na kterém slaví úspěch. Britský trh se vyznačuje vysokou konkurencí a očekáváním profesionálních služeb. Angličtina jako univerzální jazyk přitahuje širokou škálu dodavatelů z celého světa.

Vzhledem k expanzi Daktela vybuodovala lokální tým deseti pracovníků, kteří se zabývají prodejem, marketingem a dodávkami. Ředitelka britské pobočky Daktely Samantha Haylor vystihla obecné přínosy: „Lokální tým má skvělou znalost místního prostředí. Po vzoru české Daktely pomáháme britským firmám snižovat náklady, zvyšovat prodeje a zlepšit zákaznickou péči, a to díky jedné aplikaci pro všechny druhy komunikace.“

Jiří Havlíček, generální ředitel společnosti Daktela, k tomu dodal: „Jsme rádi, že můžeme spolupracovat s tak významným zákazníkem, jako je EMED Group. Naše řešení je navrženo tak, aby se přizpůsobilo specifickým potřebám každého zákazníka a poskytovalo maximální kvalitu služeb bez ohledu na zemi působnosti nebo jeho zaměření. Je to jednoznačný důkaz toho, že rosteme spolu s našimi klienty.“ (tz)

INZERCE

VYBER SI SVŮJ SÁČEK PODLE NÁLADY A CHUTI!

WWW.BRAMBURKY.CZ

B ORIGINALNÍ BRAMBURKY

Like chips

KOTLÍKOVÉ BRAMBURKY

BRAMBURKY CHIPS

KROUŽKY JADRE EDULKA

Ideální místo pro rostlinné řeznictví je určitě na pražské Letné

Řeznictví s pultovým prodejem i s hotovkami, to je klasika, na kterou jsou Češi zvyklí už desetky let. Provozovna v Praze na Letné ale vítá návštěvníky i kolemjdoucí netradiční zelenou barvou, protože prodává vlastnoručně vyrobené uzeniny, hotová jídla i chlebičky pouze z rostlinných zdrojů. Jde totiž o Bezmasnu, kterou s cílem usnadnit život veganům a ukázat možnosti bezmasé stravy všem ostatním otevřeli teprve letos v květnu David Hůlka a Diana Kahleová. Jak se prvním rostlinnému řeznictví v Česku daří? A navštěvují ho i „masožravci“? O tom vyprávěl David Hůlka:



Je bezmasé řeznictví vaším prvním podnikatelským počinem? A co si pod ním vlastně představíte?

První projekt to není. Před zhruba pěti lety jsme na stejném místě otevřeli salátovnu. Restaurace vedle patří otci, takže jsem měl ke gastru vždycky blízko. Bohužel pak přišel covid a vlastně nás ani nebyl ten koncept. Měli jsme nějaké saláty v nabídce a lidem jsme je namíchali podle jejich chuti, to ano, nějaký prostor pro kreativitu tam byl, ale pro inovace už tolik ne. Časem se nedalo nic moc nového vymyslet a náročná byla i práce se zeleninou, nejen kvůli kvalitě, ale i omezené trvanlivosti a cenovým výkyvům. A mně osobně začala víc

bavit druhá práce, kterou jsem si našel během covidové pandemie. V září 2023 jsme tedy zavřeli a rozhodli se zkusit jiný projekt, který nám bude dávat větší smysl. Původně jsme hledali i nový prostor, ale pak jsme si řekli, že jen zrekonstruujeme ten původní, protože pokud někde Bezmasnu otevřít, tak asi na Letné.

Co vás vedlo k otevření tak nezvyklého konceptu? Být první na trhu je skvělé, ale neměli jste obavy o přijetí českými zákazníky?

Prvotní inspiraci jsme našli v zahraničí, konkrétně v Německu, Nizozemsku a Španělsku, kde už podobné projekty fungují. A Bezmasna nás už od začátku baví, a tak nějak všechno skvěle vychází. Oba se už nějakou dobu stravujeme vegansky. Dobře tedy víme, že neustálé vymýšlení receptů s ohledem na chuť i vyváženost je poměrně náročné a spousta lidí si to chce zjednodušit. Můžete si samozřejmě koupit polotovary, které dnes už prodávají i supermarket, ale nikdy přesně nevíte, co ve skutečnosti obsahují. Často se navíc prodávají v malých plastových obalech a dovážejí ze zahraničí, což není ekologické ani ekonomické. U nás ale vše vyrábíme ručně a z kvalitních lokálních surovin. Jde opravdu o naše originální recepty a vše vzniká přímo tady na místě.

Otevřeli jste teprve letos v květnu. Jak hodnotíte první měsíce z hlediska počtu prodeje i zákaznických recenzí?

Než jsme otevřeli, měli jsme samozřejmě nějaký business plán, ale už první den jsme ho

překonali. Ten den jsme si říkali, že se všichni těšili na začátek, ale nyní máme otevřeno dva měsíce a stále jsme nad průměrem, což nám dělá velkou radost. Počítal jsem, že na aktuální úrovni budeme tak za půl roku. Nejde jenom o tržby, ale také o pozitivní ohlasy zákazníků a o to, že máme i přesah za hranice.

Psaly o nás různé zahraniční weby nebo nás sdílely instagramové profily zaměřené na veganskou stravu. Zrovna nedávno přijeli nějakí Američané, kteří se o nás dozvěděli ze sociálních sítí. A myslím, že je moc hezké, jak velký může mít tak malá prodejna přesah. Čekal jsem, že v tuto chvíli snad pokryjeme náklady, ale moje odhady na začátek už převyšujeme dvakrát až třikrát. Nyní je tedy potřeba zefektivnit výrobu, abychom stíhali plnit zájmy zákazníků. Pořizovali jsme si ale různé vybavení, a samozřejmě jsme museli nabrat také další personál, takže to jde pomaleji.

Jaké produkty jsou nejoblíbenější? A liší se nějak sezónní nabídka?

Hotovky jdou nejvíce a plánujeme je pravidelně měnit, aby zákazníci neustále bavily. Stejně tak chceme různě obměňovat celý sortiment. Máme spoustu nápadů a malý pult, takže nám nezbyvá než výrobky točit. Jen tak mohou zákazníci stále ochutnávat něco nového. Zaměřujeme se hlavně na rostlinné verze old school klasiky, ideálně tak, abyste si mohli produkt vzít do ruky. Vede určitě holandská, sekaná v housce nebo vínná klobása s bramborovým salátem. Z pultového prodeje se pak kromě vínné klobásy hodně prodává i tlačěnka či mortadella.



Hodně lákavé a fotogenické jsou naše chlebičky, které se skvěle hodí na narozeniny, teambuildingy, svatby apod. Navíc jsou pro nás o dost jednodušší na přípravu. Máme syrový, vajíčkový, s bramborovým salátem, lososový atd. A také jsme se je snažili připodobnit klasickým chlebičkám, aby si je vyzkoušeli i nevegani a nevegetariáni. Zatím máme víceméně jen pozitivní ohlasy a moc si jich ceníme, zvlášť od „masožroutů“.

Tvoří vaši klientelu výhradně vegani a vegetariáni? Nebo si na bezmasém masu a uzeninách pochutnávají všichni?

Všichni. Nechtěli jsme se zaměřovat jen na vegany a jsme rádi, že k nám chodí i lidé, kteří běžně jedí maso, většinou proto, že chtějí zkusit něco nového. Nebo si dělají pauzu od masa, třeba den, týden, případně víkend. Od začátku jsme se snažili být, řekněme, nenásilní. Nechceme nikoho přemlouvat k omezení masa a jsme opravdu otevření všem. I brand jsme kvůli tomu pojali mírumilovně a až trochu hipísácky. Nikoho nesoudíme. Volili jsme tedy formu, která zaujme i lidi, kteří by se k veganským produktům jinak nedostali, a věříme, že k nim díky tomu budou otevřenější i v budoucnu a občas maso za něco vymění. Chceme tedy spolupracovat také s neveganskými restauracemi a být tu pro všechny. Rádi bychom tedy v blízké budoucnosti dělali i větší gastro baleň a maximálně jim zjednodušili práci, stejně jako to děláme u koncových zákazníků.

Odkud k vám lidé nejčastěji přicházejí? Je to z ulice, na doporučení, nebo například ze sociálních sítí?

Jediné, co jsme udělali, bylo, že jsme během rekonstrukce vyvěsili ceduli o otevření Bezmasny. Jinak si udělala reklamu vlastně sama. Nemuseli jsme investovat do žádného marketingu. Myslím si, že veganské alternativy masových jídel jsou v Česku stále docela ožehavé nebo řekněme kontroverzní téma. Rychle nás tedy lidé začali rozebírat ve všech skupinách na sociálních sítích! Buď to jsou vegani a vegetariáni, kteří nás nadšeně podporují, nebo jde naopak o skupiny zajímající se o jídlo, kde nás třeba i trochu hejtí, ale tomu se nedá vyhnout. Navíc výlučně řeší celkový koncept, ne že by jim u nás nechutnalo. Lidé si však s námi rádi povídají a jsou naší nabídkou otevření. Ať už jedí maso, nebo ne, tak chtějí zkusit nové věci a chutě.

I naše vlastní sítě tedy dobře fungují bez jakýchkoli reklam. Zákazníky zajímají novinky a často přijdou s tím, že nás viděli na Instagramu nebo Facebooku a chtějí si daný produkt rezervovat na zítřek. Pozitivně s námi tedy interagují i takto online. Nyní máme třeba

4800 sledujících, aniž bychom museli někoho aktivně oslovovat ke spolupráci. Zároveň i influenceři přišli sami, primárně vegani, ale také foodies jako Adam Rundus, který u nás před pár dny natáčel video. Zatím jsme neměli žádnou placenou spolupráci ani reklamu, sami od sebe nás zájemci sdílí. Dostáváme se tedy i mimo vegan komunitu, ale ta je stále velmi podporující, a cítíme i podporu z gastro businessu a z okolí. Místo soupeření je tu takové příjemné prostředí. V blízkosti máme třeba Chutnej, kam zase my rádi chodíme na jídlo.

S restauracemi nebo cateringovými službami ale zatím asi nespolupracujete...

Momentálně už domlouváme několik spoluprací ohledně distribuce našich produktů do veganských i neveganských restaurací. A v budoucnu bychom rádi zajišťovali i stánek na farmářských trzích nebo catering na festivalech a dalších akcích. Přemýšleli jsme o tom i letos, ale časově to budeme stíhat spíš příští rok. Dělá nám obří radost, že jsme si na začátku psali seznam, koho bychom chtěli oslovovat, a místo toho nám ty restaurace a organizátoři akcí sami píšou.

Chystáte do budoucna i další pobočky, online prodej nebo jiné související projekty?

Aktuálně hledáme větší prostory, kde budeme mít výrobu. Připravujeme poměrně hodně produktů a možná jsme si vzali moc velké sousto, ale chceme, aby nabídka byla rozmanitá. Předpokládali jsme, že budeme řešit, co dělat s neprodanými věcmi, ale občas řešíme

opačný problém, a to ten, že nemáme co prodávat. To je samozřejmě podstatně milejší. Nebudu lhát, že jsme se nebvili třeba o pobočkové síti, ale to je zatím daleko. Hlavním cílem je větší kuchyň, respektive výroba, zjednodušení a zefektivnění procesů. Dále jsme se bavili o foodtrucku nebo zmiňovaných akcích. Další prodejna je ale už vyšší level a vyžaduje větší investice. Do budoucna je to ale určitě možnost a vidíme, že by zájem byl. Lidé nám třeba často píšou, jestli budeme mít pobočku v jejich městě. Dřív ale určitě chceme otevřít e-shop. Do té doby věříme, že se situace ustálí. Teď je všechno poměrně složité a hektické, tedy i finančně náročné.

A jedna osobnější otázka, jak zvládáte podnikání ve dvou? Vyhovuje vám to na sto procent? Nebo vnímáte i nějaké nevýhody?

Výhodu vidím hlavně v tom, že nejsme sami na rozhodování. Občas je dobré si poslechnout názor toho druhého, a podnikání je opravdu do velké míry o rozhodnutích, což si třeba zaměstnanci často neuvědomují. Je tedy super mít další pohled, aniž byste se museli ptát někoho zvenčí. A pak jde samozřejmě i o to, že práce je stále hodně a vy si ji můžete rozdělit.

Do podnikání většinou jdete s člověkem, kterému věříte. Často ale i prosperující projekty krachují na tom, že se důvěra vytratí. Občasné výměny názorů jsou běžné a myslím, že je zvládáme dobře, možná i proto, že máme rozdělené své oblasti působení. Diana má na starost spíš kreativní činnosti a provoz a já zase víc řeším administrativní práci. Navíc záručí je i zkušenost z minula. Občas jsme samozřejmě všim zhlacení, ale ve dvou se to lépe táhne a celkově je sdílení příjemnější.

ptala se Dana Halušková





foto: Schmeidý

Hokejový šampionát pomohl malým hospodám

Zákazníci mění pravidla české gastronomie. Tradiční večerní vysedávání v hospodách nahradily spíše výpravy do kaváren v odpoledních hodinách. Návštěvníci si tam vedle kávy leckdy dopřejí i jídlo nebo míchaný drink. Podniky orientované na noční život tak v uplynulém roce přicházely o zákazníky i tržby. Dočasně to změnilo pouze nedávné hokejové mistrovství světa. Vyplývá to z analýzy společnosti Dotykačka, jejíž pokladní systém využívá v České republice nejvíc gastro podniků.

Za prvních pět letošních měsíců stouply gastro podnikům meziročně souhrnné tržby o pouhé 1 %. „Po započtení osmiprocentního meziročního zdražení se ukazuje, že reálně v tržbách došlo spíše k poklesu. Nebýt hokejového šampionátu, byl by propad o dost významnější,“ komentoval ředitel Dotykačky Petr Menčík.

Dlouhodobě se daří růst především kavárnám. Ty si meziročně polepšily v tržbách o 6 %. Naopak diskotéky a noční kluby si oproti loňsku vydělaly skoro o pětinu méně. V mínusu jsou i bary. Hospody a restaurace se drží kolem celotržního průměru. Výjimku však tvoří prémiové restaurace, jejichž obliba v posledních měsících stále stoupá a nárůstem tržeb poráží i kavárny.

„Zejména v odpoledních a večerních hodinách lidé hledají kvalitní gastro zážitky. Za ty jsou ochotní i připlatit. Do restaurací už proto nechodí tak často jako dřív, ale vybírají si prémiové podniky. Vyrážejí tam při různých speciálních příležitostech a rádi se tam více odmění,“ odvodil z dostupných statistik Petr Menčík.

Hokejové fandění vrátilo lidi do hospod

V květnu se zpravidla naplno rozjíždí letní sezóna, která pro gastro tržby představuje vrcholné období. Letošní rok se však žádný „nájezd“ zatím nekonal. Významnou měrou ho brzdilo květnové deštivé počasí a zmíněná proměna spotřebitelských návyků. Na ní se podepsala i nedávná změna DPH u nápojů. „Poptávka je slabší, než bývala. Kvůli levnému pivu z obchodů lidé často popijejí doma nebo v garáži,“ konstatoval Luboš Kastner, člen

představenstva Hospodářské komory ČR a provozovatel několika restaurací. Hokejové mistrovství dokázalo popsaný trend zmírnit. Alespoň na chvíli vrátilo hosty do sportbarů, restaurací i klasických hospod. „Šampionát trval 17 dní, a zejména s postupnými úspěchy českého týmu bylo s každým dalším zápasem vidět, jak v gastro podnicích roste návštěvnost,“ argumentoval ředitel Dotykačky.

Graf ukazuje, jak moc se mistrovství odrazilo na tržbách jednotlivých gastro konceptů. Nejvíce návštěvníků přilákaly sportbary a hospody. Oproti tomu bary se propadly víc než obvykle. Zajímavé je, že návštěvnost stoupla zejména v malých obcích. Tradiční vesnické hospody tak z úspěchu hokejistů profitovaly nejvíce. U velkých a dražších podniků se tak výrazné změny neprojeví. Stejně tak byl patrný podstatný rozdíl mezi regiony. Zatímco v Ostravě a celkově v Moravskoslezském a Olomouckém

Vývoj gastro tržeb podle segmentů srovnání období leden až květen 2024 vs. 2023



kraji vzrostly tržby během mistrovství opravdu markantně – v Ostravě dokonce téměř o 20 %, v Praze a ostatních krajských městech se událost projevila méně. I tak ale během šampionátu podniky v centru Prahy i na vesnicích zaznamenaly nárůsty tržeb kolem 10 %. Za zmínku rozhodně stojí pohled na gastro tržby po nedělním úspěšném finále, kdy se oslavující fanoušci ve velkém nahrnuli do otevřených gastro podniků. Tam často slavili až do ranních hodin. Například v hospodách a sportbarech ten den až 40 % tržeb tvořily útraty zaplacené mezi 22. hodinou večerní a čtvrtou hodinou ranní. „Ve vesnických hospodách se podle dat, která vidíme, slavilo nejintenzivněji. Zatímco v pražských podnicích z neděle na pondělí k žádnému extrémnímu nárůstu tržeb nedošlo, ve vesnických hospodách vyskočily noční tržby o neuvěřitelných 730 %,“ řekl Petr Menclík.

„Hokejové mistrovství českému gastru přineslo celkově možná 10 % souhrnných tržeb navíc. Podařilo se mu tak vykompenzovat negativní vlivy deštivého počasí a obecné snížení návštěvnosti v důsledku zdražování. Kdyby se tu šampionát nekonal, pravděpodobně by české gastro bylo v květnu ve výrazném mínusu – což je naprosto v rozporu s tím, jak by naběh letní sezóny měl vypadat,“ zhodnotil Luboš Kastner. Jakmile však opadla hokejová horečka, celé gastro se začalo opět vracet do normálu.



„Ani výkon českých hokejistů neposunul české gastro do reálného růstu. Pod pokličkou ho drží vyšší míra inflace způsobená růstem DPH a související slabší poptávka ze strany hostů. V létě proto očekávám v gastru spíš slabší výsledky, respektive zásadním způsobem bude záležet na počasí. Nemyslím, že by podobným způsobem jako hokej zacvičila s tržbami letní olympiáda,“ uzavřel Luboš Kastner.

„Ani výkon českých hokejistů neposunul české gastro do reálného růstu. Pod pokličkou ho drží vyšší míra inflace způsobená růstem DPH a související slabší poptávka ze strany hostů. V létě proto očekávám v gastru spíš slabší výsledky, respektive zásadním způsobem bude záležet na počasí. Nemyslím, že by podobným způsobem jako hokej zacvičila s tržbami letní olympiáda,“ uzavřel Luboš Kastner.

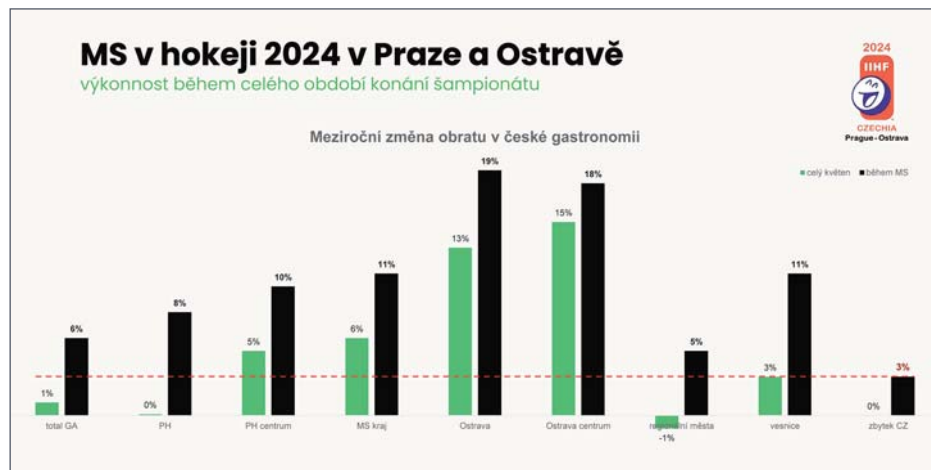
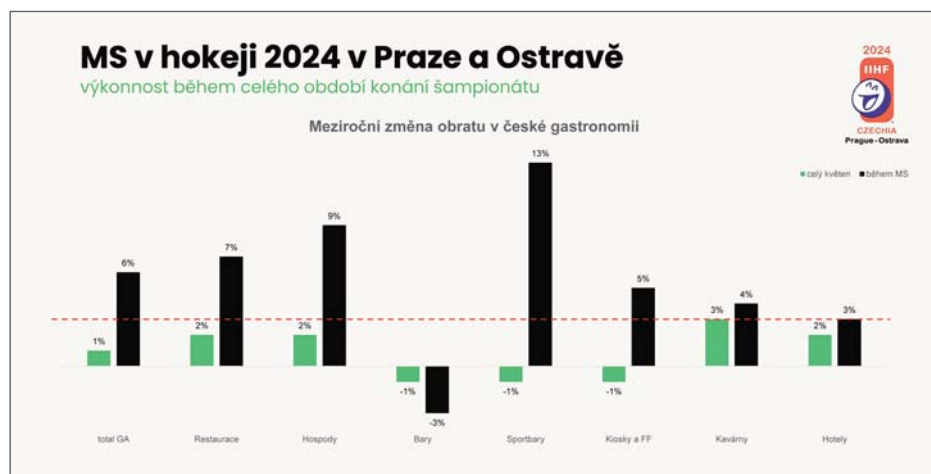
Co dalšího ovlivňuje gastro tržby?

Zajímavé vlivy na gastro tržby popsal ještě Petr Janeček, vedoucí institutu turizmu z Czech Tourism. Podle dat společnosti VISA mají velký vliv na útraty v restauracích a dalších konceptech zahraniční turisté. Jejich bezhotovostní platby se v období letošního ledna až dubna podílely na celkových gastro tržbách v Moravskoslezském kraji 15 %, a v Praze dokonce 26 %. „Nejvíce u nás za jídlo utrácejí Němci, Britové, Francouzi a Američané,“ vypočítal Petr Janeček.

Potenciál toho, co u nás můžou zahraniční turisté utratit, ilustruje také Jan Kubinec z České eventové asociace: „Velkou výhodou Prahy i celé České republiky je to, že tu máme ideální podmínky pro odbavení hromadných akcí typu velké konference nebo sportovní a kulturní akce – jak z pohledu ubytovacích kapacit, tak z pohledu množství gastro podniků, kam mohou hosté zavítat, i s ohledem na atraktivitu celé lokality. To nás odlišuje například od Polska a Maďarska. Ve Varšavě je dostatek podniků, ale není to tam tak krásné. Budapešť je naopak nádherná, ale zas nemá dostatečné kapacity na pořádání mimořádně velkých akcí,“ doplnil Jan Kubinec.

Luboš Kastner má však jasno: „Vzato kolem a kolem, největším manažerem českého gastru je stejně sluníčko.“ To potvrdil i Petr Menclík z Dotykačky: „Obecně lze říct, že během slunečných dnů dosahují gastro podniky v průměru třeba o 30 % vyšších tržeb než ve dnech, kdy je zataženo. U konceptů typu stánek na cyklostezce to můžou být i násobně vyšší rozdíly.“

(tz)





Nejtěžší krok v podnikání

Jak skončit svou profesní dráhu? Umíme to? Někdo možná, ale znám spousty osobností, které si s novou životní výzvou neumí poradit. Je to věc bytí, prestiže, obav, otázka rozkoše z businessu a děs věku důchodového. Najít vhodnou chvíli pro takový krok je nezbytné. Ale kdy se rozhodnout? Když jste nemocní, když vyhoříte, když zjistíte, že mladší generace je sto mil před vámi a že toho umí

násobně více než vy? Co na tom, že jste lídri, příklady odvážných šéfů? Že máte co nabídnout, historii, peníze, zkušenosti? A pak – jak krásné je firmu založit, rozvíjet, dávat jí smysl! A jak šílené je pustit ji k vodě! Vymazat firmu z hvězdného nebo úspěchu je nejsložitější prvek v podnikání.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtete s námi

Letní vedra nás ohrožují

Spolu s nastupujícími letními teplotami roste důležitost systematické regulace teploty na pracovištích. Při lehké fyzické námaze člověk dosahuje stoprocentního výkonu při teplotách do 22 °C, při teplotě 27 °C pak dochází k poklesu výkonu o 25 % a při teplotě kolem 30 °C dosahuje pouhých 50 % původního výkonu. Vhodné podmínky k práci, i ty teplotní, stanovují hygienické a BOZP předpisy.

Přílišné horko přináší nepohodlí, negativně působí na náš zdravotní stav, kdy může dojít k přehřátí organismu, dehydrataci a vyčerpání. Vnější projevem dehydratace organismu a přehřátí mohou být křeče, průjemy, bolesti hlavy, ztráta orientace či nekoordinované chování, což může individuálně nastat již při teplotách nad 28 °C. Vysoké riziko je pak při 36 °C a vyšších teplotách.

„V moderních kancelářských a výrobních budovách je řízení teploty díky vzduchotechnice a klimatizačním jednotkám jednodušší. Často ale není snadné se shodnout na ideální teplotě pro všechny zaměstnance, někteří si totiž naopak stěžují na chladné prostředí. Ideální je najít kompromis,“ sdělil Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

Odborníci doporučují nastavit centrální vzduchotechnický systém nyní tak, aby bylo udržováno vnitřní prostředí budovy na 22 °C a relativní vlhkost vzduchu kolem 50 %. Pro zdravé prostředí je nutné měnit filtrační vložky do vzduchotechniky, na což se zapomíná. (tz)

partneři www.freshtime.cz



Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 13, srpen 2024

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

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

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,
e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

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

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

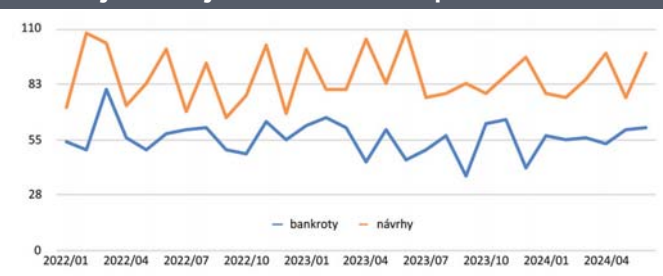
Počet bankrotů obchodních firem v Česku stagne

Za první pololetí letošního roku bylo v České republice vyhlášeno celkem 342 bankrotů obchodních společností, což je o čtyři více než ve stejném období roku 2023. Zároveň bylo podáno 511 návrhů na bankrot, což je meziročně o 46 méně. Počet firemních bankrotů v ČR tak prakticky stagnuje. Vyplyvá to z analýzy dat portálu www.informace-ofirmach.cz, kterou provedla společnost CRIF. „Za šest měsíců letošního roku se počet bankrotů firem meziročně zvýšil o 1 %, zato počet návrhů na jejich bankrot se o 3 % snížil. Jejich počet byl v letošním roce nižší než ve stejném období roku 2022 a 2021. Podíl nevýkonných úvěřů i nadále klesá. Firemní sektor stále vykazuje vyšší objem úspor než dluhu. Výrazné zvýšení bankrotů nečekáme,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

V červnu bylo vyhlášeno 61 bankrotů obchodních společností, což je o jeden více než letos v květnu a o 16 více než v červnu 2023. Návrhů na bankrot bylo podáno 98, to je o 22 více než v květnu a o 11 méně než loni v červnu. V červnu byl vyhlášen bankrot na dvě velké společnosti s obratem nad 1,5 miliardy: veřejně známý je případ společnosti Liberty Ostrava, další je potom společnost BIS Czech s.r.o., která se specializuje na opravy strojů a je dceřinou společností holdingu BIS Holding International, který je v konkurzu od letošního dubna. Jde již o čtvrtou společnost ze skupiny, která je v konkurzu. „Podnikatelé by měli v rámci svých dodavatelských a odběratelských vztahů sledovat i ekonomické zdraví subjektů v provázané skupině firem. Bankrot jedné obchodní společnosti ve skupině je důrazné varování, že i u dalších subjektů může dojít k problémům,“ podotkla Věra Kameníčková.

Nejvíce firemních bankrotů bylo v červnu vyhlášeno v Praze (30) a v Jihočeském kraji (10). V Pardubickém kraji nebankrotovala ani jedna firma a ve čtyřech dalších krajích došlo pouze k jednomu bankrotu. Bankrotem jsou i nadále nejvíce ohroženy společnosti se sídlem ve třech krajích. Nejvíce je to v Karlovarském kraji, kde za posledních 12 měsíců zbankrotovalo 22 z 10 000 aktivních subjektů. V Moravskoslezském kraji to bylo 20 společností a jako poslední do této skupiny patří Praha s 18 bankroty na 10 000 aktivních společností. Nejlépe jsou na tom firmy v Pardubickém kraji, kde zbankrotovalo jen osm firem na 10 000 aktivních, v kraji Vysočina, kde připadlo 9,1 bankrotů na 10 000 fungujících obchodních společností, a rovněž firmy ve Středočeském kraji s 11 bankroty na 10 000 aktivních subjektů.

Bankroty a návrhy na bankrot obch. spol. 2022–2024



Z hlediska odvětví byl červen nepříznivý pro firmy v obchodu, kterých zbankrotovalo 13, a firmy v odvětví nemovitostí, které zaznamenalo 11 bankrotů. Pouze 1 bankrot zaznamenalo odvětví zásobování vodou, plynem a elektrinou a žádný bankrot se nevyskytl v odvětví vzdělávání, poskytování zdravotní a sociální péče. Dlouhodobě vykazuje nejvyšší míru bankrotů obor doprava a skladování, kde za posledních 12 měsíců dospělo k bankrotu 19 subjektů z 10 000 registrovaných. Dále je to odvětví ostatní, kam patří poskytování osobních služeb (kadeřnictví, kosmetika, praní a chemické čištění a rovněž opravy výrobků pro osobní potřebu). Nejnížší míru bankrotů má odvětví poskytování vzdělávacích, zdravotnických a sociálních služeb, kde připadlo pouze tři bankroty na 10 000 registrovaných firem, a odvětví informační a komunikační technologie s šesti bankroty na 10 000 firem. (tz)

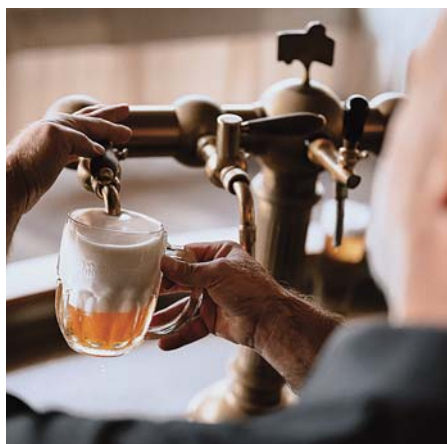
Prazdroj vyvinul úspornější chladič pro hospody

Projekt Chytrý výčep od Plzeňského Prazdroje, který má hospodám přinést podstatné snížení spotřeby energií, má první výrazné výsledky. Prazdroj vyvinul ve spolupráci se společností Sinop CB zcela nový a úsporný systém chlazení piva, u kterého očekává zhruba třetinovou úsporu spotřebované elektřiny. Nový chladič nyní experti instalují v prvních deseti hospodách v Česku. Po otestování v praxi a detailních měřeních by ho měl pivovar začít nabízet svým partnerským gastroprovozům. Výhodou je, že nový chladič lze využít i ve stávajících výčepích.



Prazdroj se dlouhodobě zaměřuje na kvalitu piva v hospodách. Před více než rokem si pak přidal další úkol: pustil se do projektu, kterým chce tuzemským gastropodníkům pomoci snížit náklady na energie. V souladu se svým zaměřením se soustředil na úspory související s pivem a jeho čepováním. Vznikl tak projekt Chytrý výčep, na kterém spolupracuje s Českým institutem informatiky, robotiky a kybernetiky ČVUT a technologickými firmami Microsoft, Adastra a Smart Technology. Experti do více než padesátky hospod v Česku a na Slovensku instalovali více než 1800 senzorů, které měří spotřeby energií při celé cestě piva ze sudu nebo tanku, přes chladič až po výčepní pult. Senzory poslaly již přes miliardu záznamů měření, které průběžně analyzují odborníci z Adastry. Zaměřují se jak na možné snížení spotřeby elektřiny, ale i na úspory vody. Zásadní je při tom zachování kvality čepovaného piva. První využitelné údaje z měření se týkají elektřiny. „Data nám potvrdila, že nejvíce elektřiny se spotřebuje v chladičích systémech, které jsou energetickým centrem každého výčepního pultu. Zjistili jsme, že průměrná spotřeba na vychlazení a načepování jednoho hektolitru piva je 15,93 kWh a vlastní chlazení se na ní podílí z více než 92 %. Po analýze naměřených údajů i prověrce aktuálně dostupných chladičích systémů jsme navrhli nové chladičové zařízení. To spotřebu elektřiny hospodským výrazně sníží,“ řekl Jakub Zaoral, vedoucí projektu Chytrý výčep z Prazdroje. Nový chladič vznikl ve spolupráci vývojového týmu Prazdroje a společnosti Sinop. Obsahuje několik nových nebo inovovaných komponentů, díky kterým má i výrazně vylepšené izolační vlastnosti. Díky technologickým a nižším energetickým ztrátám má nové zařízení zajistit úsporu elektřiny mezi 30–40 %. Jaké reálné

úspory by tedy nový systém chlazení měl hospodským přinést? „Průměrná česká hospoda vyčepuje ročně 107 hl piva a na samotné chlazení spotřebuje 1568 kWh elektřiny. Úspora by tak měla být od 470 kWh za rok. To představuje zhruba jednu osminu roční spotřeby běžné české domácnosti, nebo roční spotřebu čtyř domácích ledniček,“ doplnil Jakub Zaoral. Nové chladiče budou instalovány do deseti hospod. Ty budou opět osázeny měřicími senzory. V praxi tak experti už s novým zařízením budou ověřovat to, co zjistili v laboratorních podmínkách, vypočtou konkrétní úspory, a případně navrhnou ještě dodatečná vylepšení. Následně začne Prazdroj nové chladiče nabízet svým partnerským provozovatelům. Projekt Chytrý výčep ale přinesl i další zjištění. „Největší vliv na spotřebu elektřiny při chlazení piva má celková výtoč piva v hospodě. Překvapilo nás, že čím více piva se vyčepuje, tím je průměrná spotřeba elektřiny chladiče nižší. Naopak teplota v místnostech, kde je pivo uskladněno a která je zásadní pro kvalitu piva,



na spotřebu energií zásadní vliv nemá. I tato data nám poslouží k tomu, abychom dokázali přinést další dílčí vylepšení výčepního zařízení,“ uvedl Martin Rys, competency leader Adastry. Chladič je první inovací v rámci projektu Chytrý výčep. Data, která měření toků elektřiny v tomto zařízení přinesla, totiž byla dostatečně průkazná, aby umožnila vytvořit jeho nový, úsporný typ. „Zároveň se při měřeních ukázalo, že vysoké procento energetických ztrát jde na vrub nedostatečné péče o chladičové zařízení. Proto se vedle vývoje nových technologií zabýváme i edukací personálu hospod a restaurací. I drobné změny v péči o chlazení mohou přinést výrazné úspory,“ doplnil Jakub Zaoral. Na základě průběžně získaných dat experti analyzují spotřebu elektřiny v dalších částech pivního vedení v hospodě a také spotřebu vody, kde je k analýzám ale zapotřebí delší časový úsek. „Už nyní víme, že se v dalších krocích zaměříme na mytí sklenic, zchlazenou vanu na pivní sklo, nebo třeba i cestu piva ze skladu k výčepu. Přičemž pořád platí, že primární je pro nás zachovat maximální kvalitu čepovaného piva,“ potvrdil Jakub Zaoral. Projekt Chytrý výčep je zároveň investicí Prazdroje do snižování uhlíkové stopy v rámci celého dodavatelsko-odběratelského řetězce. „Máme ambici do roku 2030 snížit emise v celém řetězci o 30 %. I proto jsme sami iniciovali projekty, jako je právě Chytrý výčep, které pomohou snížit emise u našich partnerů. Chlazení piva v obchodech, hospodách a restauracích tvoří 19 % našich celkových emisí, které zahrnují pěstování surovin, výrobu, balení, distribuci a skladování piva. Jde přitom o druhou největší položku hned po obalech. Naše iniciativa kromě snížení nákladů pro hospodské napomůže také k výraznému snížení uhlíkové stopy piva,“ komentoval Jakub Zaoral. (tz)

Papuče.

Houpací křeslo.

Pravidelná
dovolená v Itálii.

Důchod může vypadat i jinak.
Objevte nejspolehlivější způsob,
jak se zajistit na stáří.