

CEO

PREMIUM
GUIDE

Investice do umění:
zisky & pasti

Kolik berou
klíčoví čeští
manažeři?

Dělat věci jinak/

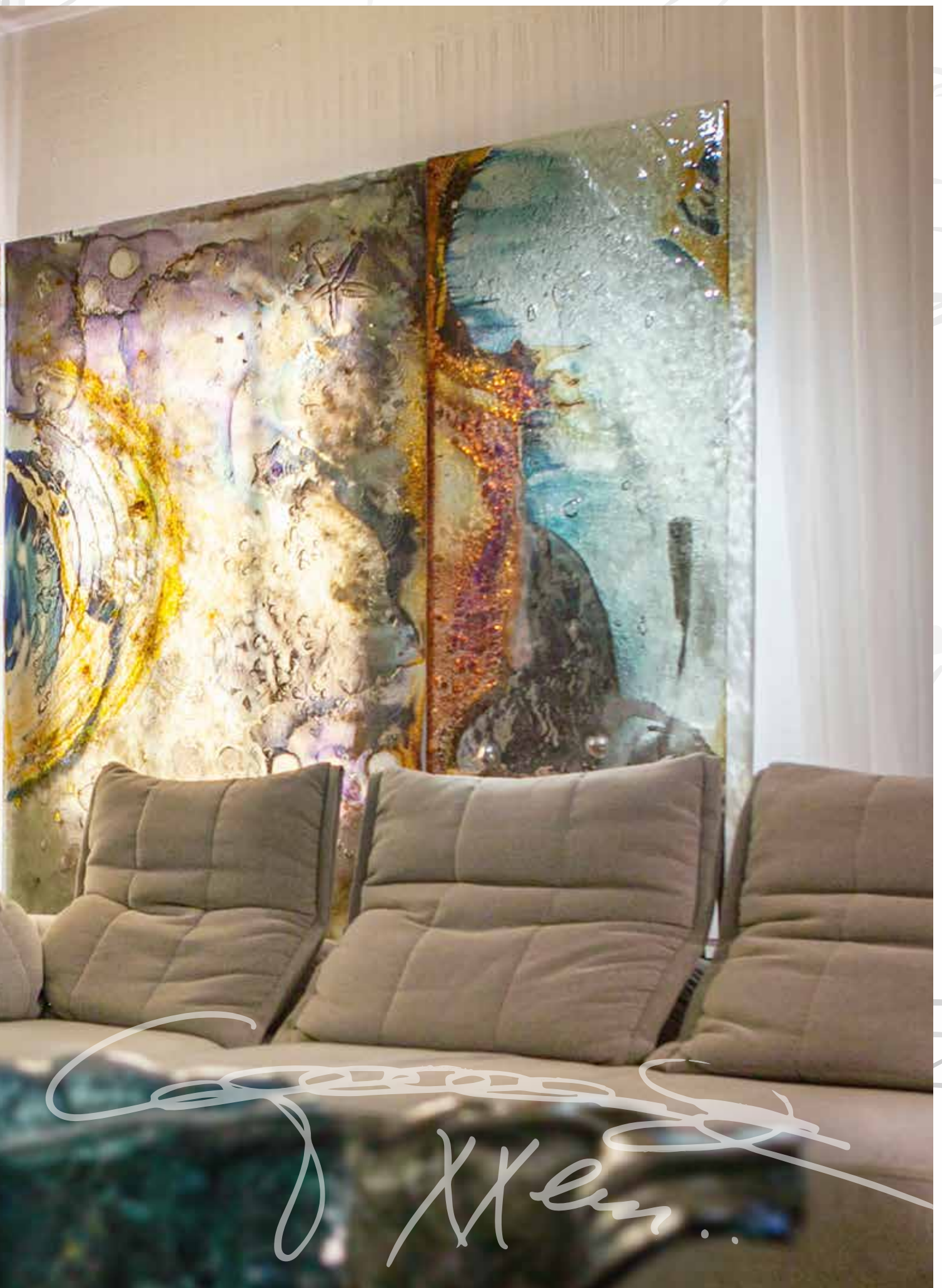
Marcel Soral



007 4537 78659347 43565 00



GORDANA GLASS®
WORLD GLASS DESIGNER



Trendy jaro-léto 2022

KÁVOVÁ DEKORACE V BYDLENÍ



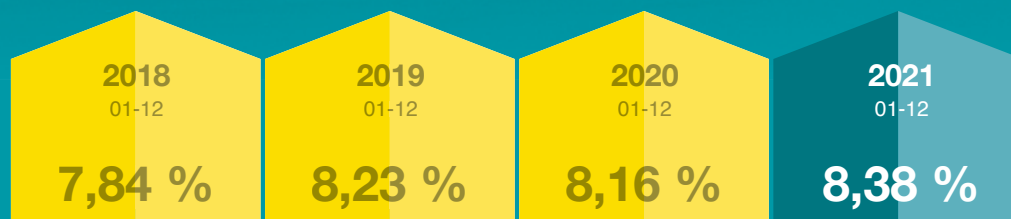
ABITIAMO

ITALIAN FURNITURE





PRÉMIOVÉ NEMOVITOSTNÍ FONDY



Zhodnocení investičních akcií třídy A (CZK růstová) fondu ZDR Investments SICAV a.s. Jedná se o historickou výkonnost, která nezaručuje budoucí výnos.

VYDAVATEL

A 11 s.r.o.
Ortenovo nám. 36
170 00 Praha
IČO: 271 20805
www.a11.cz

ŘEDITEL VYDAVATELSTVÍ

ALEŠ ZAVORAL

VÝKONNÝ ŘEDITEL

PAVEL HORSKÝ
pavel@a11.cz
775 940 614

ŘEDITEL REDAKCÍ

MARTIN BŘEZINA
martin.brezina@a11.cz
608 672 906

OBCHODNÍ ŘEDITEL

DAVID KORN
david.korn@a11.cz
725 729 877

ŘEDITEL STRATEGICKÉHO ROZVOJE A MARKETINGU

JAN KULICH
jan.kulich@a11.cz
605 227 541

REDAKCE

Šéfredaktor: MAREK BRODSKÝ
marek.brodsky@a11.cz

Grafické zpracování:
VÍT TOMÁŠ

Foto na obálce:
MICHAEL TOMĚŠ

INZERCE

inzerce@a11.cz
www.a11.cz/prezentace

PŘEDPLATNÉ A DISTRIBUCE

Předplatné objednávejte na
www.a11.cz/předplatné,
www.alza.cz/media
nebo na www.floowie.com

MK ČR E 24038

Vychází v Praze jako čtvrtletník,
číslo 1/2022, ročník 1,
den vydání 31. 3. 2022

Přetisk a jakékoli šíření
je povoleno pouze
s výslovným souhlasem vydavatele.



Milí čtenáři,

listujete prvním číslem nového časopisu, zaměřeného, jak už název CEO napovídá, na svět českých top manažerů. Jde o další z řady prémiových titulů, které společnost A 11 vydává a věřím, že bude úspěšný stejně jako magazíny Lawyers & Business, Premium Guide nebo Estate & Business. Magazín CEO je inspirovaný úspěchem všech, kteří ve svém životě něco dokázali. Je zdrojem informací, inspirace a motivace nejen pro nejúspěšnější manažery, investory a podnikatele, ale pro všechny, kteří se o oblast řízení, managementu, leadershipu, start-upovou či podnikovou sféru zajímají.

Na následujících stránkách tak najdete rozhovory s šéfy firem různých velikostí a oborů, které vám přiblíží nejen jejich pohled na vedení firem, ale i problematiku jejich odvětví. A to včetně jednoho z nejbohatších Čechů a špičkového developera Marcela Sourala, ředitele České pošty Romana Knapa, majitele hračkářského impéria Miroslava Kotíka nebo výkonného ředitele Asseco Solutions Jiřího Huba. Odbornější část časopisu vám přinese například zamyšlení nad obrovským tlakem, kterému v posledních - krizových - letech top manažeri musí čelit, a jaký má dopad na výběr vrcholového managementu.

Věříme, že se naše příběhy českých top manažerů i další informace z časopisu CEO stanou trvalou inspirací pro vaši práci či podnikání.

Přejeme příjemné počtení,
MAREK BRODSKÝ
šéfredaktor CEO

OBSAH



10 / **CHCI SI CESTU NAJÍT SÁM. SVOU VLASTNÍ.**

Marcel Soural patří k lídrům českého nemovitostního byznysu. V čele společnosti Trigema stojí už více než čtvrt století, z původně stavební firmy vybudoval silnou investiční skupinu. Jak sám říká, v řízení své firmy i v životě je spravedlivý, ale hlavně vytrvalý a nikdy se nevzdává.



16 / **KOLIK BEROU KLÍČOVÍ ČEŠTÍ MANAŽEŘI?**

Jak stanovit výši odměn klíčových manažerů, aby byly dostatečně motivační, konkurenceschopné a přitom dávaly smysl v kontextu hospodaření konkrétní firmy? To jsou neustále diskutované otázky, na něž není snadné odpovědět.



18 / **JISTOTA REGIONÁLNÍHO RETAILU**

Nemovitostní fondy, které generují stabilní výnos a poráží inflaci. O tom, jak se nápad zrodil, jak začínali a o jejich dalším směřování jsme si povídali s partnery skupiny nemovitostních fondů ZDR Investments Zdeňkem Prázdným, Radkem Hladkým a Romanem Latuske.



22 / **SBĚRATELSKÉ PŘEDMĚTY JSOU INVESTORSKÝM HITEM**

Výnosy z investic do sběratelských předmětů dokázaly za poslední dvě dekády překonat americké akcie. Umění nejen povznáší ducha a zkrášluje naše okolí, investoři od něj zase očekávají slušné zhodnocení. Jaké jsou plusy a mínusy takovéto investice?



26 / DÁT ŠANCI KVALITNÍM MOZKŮM

Vývoj znamená život, stagnace jistou smrt. Toto motto v oboru informačních technologií platí dvoj- i vícenásobně než kdekoli jinde. Již úctyhodných 32 let s tímto trendem drží krok společnost Asseco Solutions, tvůrce a dodavatel ERP systémů Helios.



30 / S HRAČKAMI V SRDCI

Výroba hraček a her je zábavný, ale v žádném případě jednoduchý obor. Především pro domácí výrobce, kteří čelí obrovské konkurenci z Asie i od velkých nadnárodních řetězců. Svě o tom ví i Miroslav Kotík, majitel předního českého výrobce hraček EFKO a od letoška i předseda národního Sdružení pro hračku a hru



42 / S ČESKOU POŠTOU V PRVNÍ LIZE

Ač byl vrcholným manažerem v privátním sektoru, svého přestupu do čela státního podniku nikdy nelitoval. „Česká pošta je jednička na trhu, zde hrajete opravdu první ligu,“ vysvětluje její generální ředitel Roman Knap. Přestože jeho firma čelí obrovským výzvám v podobě prudkého růstu nákladů, covidu, konkurenci i klesajícímu zájmu o listovní služby, ze svých rozvojových plánů neustupuje.



54 / ZLÍNSKÁ CESTA OD OCELI K FILMU

Zlínský podnikatel Čestmír Vančura založil na začátku 90. let kovárnu VIVA, která se postupně stala jedním z největších evropských podniků svého druhu. Následně koupil zlínský filmový festival a jako jeho nový prezident jej významně zmodernizoval a oživil. Nyní se pustil do záchrany slavné vily cestovatele Miroslava Zikmunda.

CHCI SI CESTU NAJÍT SÁM. SVOU VLASTNÍ.

TEXT Redakce FOTO Michal Tomeš

A portrait of Marcel Sural, a middle-aged man with short grey hair and glasses, wearing a black turtleneck and blue jeans. He is standing with his hands on two large, dark, circular objects in the foreground. The background is dark with a large, abstract, colorful artwork in shades of purple, pink, and red on the right side.

Marcel Sural, kterého časopis Forbes zařadil loni mezi 100 nejbohatších Čechů, patří k lídrům českého nemovitostního byznysu. V čele společnosti Trigema stojí už více než čtvrt století. Z původně stavební firmy vybudoval investiční skupinu, jejíž aktivity kromě stavebnictví a developmentu zahrnují i rekreační areál Monínec, vinařství Dog in Dock či realitní start-up Flat Zone. Jak sám říká, v řízení své firmy i v životě je spravedlivý, ale hlavně vytrvalý a nikdy se nevzdává.

Je někdo, koho v oblasti leadershipu považujete za svůj vzor? Někdo, komu byste se chtěl v řízení své firmy podobat?

Já se nechci nikomu podobat. Nechci dělat věci tak, jak jsem si přečetl, že to funguje, chci si tu cestu najít sám. Svou vlastní. Nicméně když jsem se začal o leadership zajímat, oslovil mě příběh Jacka Welche (legendární manažer, která stál 20 let v čele konglomerátu General Electric, pozn. red.). Četl jsem jeho knihy, ale pak jsem zjistil, že je sice dobré podívat se, jak to dělají jiní lidé a třeba se jimi zčásti inspirovat se, ale nejlepší je o řízení své firmy přemýšlet svým rozumem.

Přemýšlíte o tom, jak svou firmu vést, nebo dáváte na svou intuici?

Já o tom hodně přemýšlím. Vlastně pořád. Protože jak firma organicky roste, je potřeba vedení a řízení skupiny přizpůsobovat a měnit, využívat i jiné dovednosti. A intuice se sem tam také hodí.

Co je na leadershipu nejtěžší?

Těžké jsou jakékoliv změny. Ty jsou pro každého manažera výzvou, protože jakmile si řekneme, že jdeme něco měnit, tak polovina to okamžitě odmítne a ta druhá začne mít obavy. Nejde o to vymýšlet změny, ale posouvat věci kupředu. To samo o sobě změnu znamená. A těžší, než najít tu správnou cestu, je pro ní získat širokou podporu. Firma je o lidech, takže bez nich to úplně nejde.

Je pro vás těžké věřit lidem?

Je to těžké. Už mám za sebou pár zklamání, a to v člověku zůstane. A když se to stane několikrát, tak na to máte radary a jste ve střehu... Ale na druhou stranu bez důvěry to taky nejde. Je to jedno z témat, o kterých taky hodně přemýšlím.

Jaké bylo nejtěžší rozhodnutí, které jste z pozice lídra musel udělat?

Ono jich bylo několik a vždy byly spojené s tím, že jsem se musel pracovně rozejít s někým, protože se naše hodnoty už nepotkávaly. Já jsem poměrně velmi sociální typ a jednou z mých vlastností je snaha zajistit, aby se všichni měli dobře, aby se cítili integrovaní a spokojení. Když vidím, že je někde nějaká disharmonie, tak se snažím ji pořád opravovat a mám tendenci ostatní omlouvat. Proto jsou taková rozhodnutí vždy pro mne těžká.

Vyrostl jste k lidovství?

Vyrostl je vznešené slovo. Musel jsem se to naučit. Když jsem zakládal Trigemu, tak jsme byli tři a měli jsme dva zedníky. Dneska jsem sám a tým 300 kolegů.

Říkáte, že jste sám. Znamená to, že jste osamělý?

Ve své pracovní pozici do jisté míry ano, to vychází z pozice leadera. Čím je člověk výše v managementu, tím je svým způsobem osamělejší. Ale to neznamená, že bych se cítil sám. Já například strašně rád diskutuju se svým okolím, s rodinou, s lidmi ve firmě nebo s přáteli, kteří vybudovali nějaký obdobný byznys. Mě názory a zkušenosti ostatních lidí velmi zajímají, rád je poslouchám. Zajímá mě, jak o věcech přemýšlí, jak na ně nahlíží, co si vlastně myslí, jak co dělají. Zažité klišé v naší společnosti je nebavit se o práci, ale

Jakmile si řekneme, že jdeme něco měnit, tak polovina to okamžitě odmítne a ta druhá začne mít obavy. Nejde o to vymýšlet změny, ale posouvat věci kupředu.





o dovolené, o sportu, o tom, kde byl člověk na kole a podobně. Ale to mě nebaví, protože vás to nikam neposouvá.

Jste workoholik?

Ne. Mě práce prostě jenom baví. Takhle jednoduché to je.

Jaké tři vlastnosti vás charakterizují?

Jsem vytrvalý, nevzdávám se. Ono to někdy u mě sklouzne až do urputnosti, což není ideální stav, ale jinak si myslím, že vytrvalost je důležitá a dobrá vlastnost. Jsem spravedlivý. A jsem rád, když jsem potřebný, když mohu být užitečný. Rád pomáhám.

Jste oblíbený?

Věci nemůžete dělat kvůli oblíbě. To pak nejste s to dosahovat výsledků, protože děláte věci, které jsou populární, ale nikoliv funkční. Jako politici. Ti dělají spoustu rozhodnutí jen z populismu a proto, aby byli znovu zvolení. Já mám tu výhodu, že nemusím být znovu zvolen. Jsem takový „absolutní vládce“.

Je „absolutní vládce“ zárukou, že firma drží pohromadě?

Tak to vůbec ne, je to kombinace věcí. Je potřeba dobré řízení, jistá výjimečnost práce, v našem případě našich projektů, jsou to samotní lidé, kteří sdílejí stejné hodnoty a jsou podobně nastavení, je to dobrá firemní kultura a atmosféra. Například my si všichni ve firmě tykáme, jsem rád, že jsem to před lety zavedl. Když jsme totiž začali zhruba před deseti lety rychle růst, už jsem ztrácel přehled, s kým

Už mám za sebou pár zklamání, a to v člověku zůstane. A když se to stane několikrát, tak na to máte radary a jste ve střehu... Ale na druhou stranu bez důvěry to taky nejde.

si tykám a s kým vykám. A tak jsem si řekl, že nejjednodušší bude, když si budeme všichni tykat. No a teď, jak je nás hodně, tak občas tykám i návštěvám.

Umíte si představit, že až půjdete do důchodu...

Já nikdy nepůjdu do důchodu.

Dobře, tak až budete muset přestat pracovat naplno...

Když nebudu muset, tak nepřestanu pracovat. V tom mám jasno. Leda až mě k tomu okolnosti donutí...

Co tedy budete dělat, až vás k tomu okolnosti donutí?

To nevím. Moje idea je stále se vyvíjet a práce je toho součástí, je to život. Nedělím život na práci a ten „další život“. Věřím, že mám jen jeden život, tak jako my všichni, a nejde ho rozdělit na „tu nutnou práci“ a pak na „to ostatní, co si konečně užiju po práci“. Je potřeba si užít každou vteřinu života a je jedno, jestli jste zrovna v práci nebo na dovolené. Je to stejně hodnotné, stejně cenné.

Takže nemáte žádný plán B, co budete dělat, až budete muset přestat naplno pracovat?

Asi budu cestovat. Někdy mám takové sběratelské nálady, jeden čas jsem sbíral známky, teď sbírám víno, tak se třeba budu věnovat tomu. Možná přečtu knížky, na které jsem neměl čas. Možná bych mohl předávat své zkušenosti...

Mohl byste být kouč...? Máte pocit, že už jste nasbíral dost zkušeností, že byste mohl dělat kouče?

Spíš učitel. Ostatně já jsem z učitelské rodiny a mám jistotu míru „učitelství“ v sobě. Baví mě to. I když kolegy tím asi občas štvu. A ano, myslím, že už jsem nasbíral celkem dost zkušeností, ale kouče bych dělat nechtěl. To je trochu jiná rovina....

Pracujete v rychlém tempu, nedošly vám někdy síly?

Došly, protože já jsem občas urputný a někdy to zkrátka přeženu. Ale nerad se dívám zpět. Já na ty špatné věci umím rychle zapomenout a radši se dívám do přítomnosti a do budoucnosti.

Jak daleko vidíte?

Myslím, že s přehledem vidím tak deset budoucích let, ale chtěl bych vidět dál. Ale zase bych to nechtěl mít naplánované, nejsem síťový graf. Chci se nechat trochu překvapit.

Umíte odpočívat?

Umím, ale musím se nejdřív „zaparkovat“. Musíte nejdřív vypnout software a pak zpomalovat hardware. Když jsem na dovolené, tak se mi to podaří málokdy. Ale teď jsem zažil situaci, kdy jsem se donutil na 48 hodin odložit mobil. Zavázal jsem ho do takového pytlíku a ten jsem odevzdal a vážně jsem byl 48 hodin bez něj. Bylo to super! Ten první den byl náročný, divný, to je fakt. Ale druhý den už byl mnohem lepší. Zkuste to někdy!

A co jste dělal?

Nic. Četl jsem si.

Jste přísný?

Nejvíc sám na sebe.

Developer není zrovna nejoblíbenější povolání. Ve společnosti už od 90. let minulého století přetrvává určitý odpor k výstavbě a zášť vůči developerům, ačkoli množství dokončených projektů dokládá, že dominový efekt, který první projekt v dané lokalitě „rozjel“, v naprosté většině odstartoval pozitivní proměnu místa. Máte pocit, že je to stále stejné? Nebo jsme se v průběhu let už někam posunuli?

Za těch téměř třicet let, co na trhu působíme, mohu říci, že se situace bohužel spíš zhoršuje. V 90. letech a na přelomu tisíciletí jsme se s takovým odporem vůči výstavbě v takové míře jako nyní nesetkávali.....

Čím to je?

Nejspíš je to způsobeno tím, že občanská společnost se tehdy teprve formovala. Svoji roli ale určitě hrála i skutečnost, že volných pozemků, na nichž bylo možné stavět, bylo víc. Za současným stavem ale vidím i to, že od revoluce nás dělí už víc než třicet let a společnost postupně dospěla do stadia, kdy si spousta lidí vykládá demokracii a svobodu po svém. Není schopna a ochotna respektovat zájmy města či svého okolí. A fakt, že i svoboda má své limity.

Máte pocit, že v případě výstavby můžeme do všeho mluvit, případně proti všemu protestovat – a to bez jakékoli odpovědnosti? Neuvědomujeme si, že každé zdržení stavby, případně přepracovávání projektu pro investora znamená další nemalé výdaje?

Je to tak. A tomuto stavu bohužel napomáhají zákony, politický systém. Zákony jsou populistické, protože jak jsem říkal – zájmem politiků je být znovu zvolen.

Existuje na to nějaký lék? Například častější a otevřenější diskuse developerů s občany, kterých se nová výstavba týká?

Uvědomme si, že žijeme v zastupitelské demokracii, což pro mne zjednodušeně řečeno znamená, že jednou za určitý čas proběhnou volby, ve kterých si volíme své zastupitele, jimž dáváme svoji důvěru vládnout. Věříme, že díky politickému programu, který nám před volbami předložili a s nímž jsme se více méně ztotožnili, nás budou odpovídajícím způsobem zastupovat, budou za nás rozhodovat, jednat. Bohužel tomu tak je jen zřídka – zvolení zastupitelé se velmi často zříkají zodpovědnosti a developeři pak nad svými plány podstupují množství debat, diskusních setkání s různými nezvolenými uskupeními či občany, kteří si ale své zástupce/zastupitele ve volbách zvolili. Ti přece mají mandát rozhodnout o tom, zda a v jakém rozsahu a za jakých podmínek je nová výstavba či revitalizace určitého území vhodná a pro město přínosná. Nemají tuto zodpovědnost přenášet stále dokola na občany, případně referenda, a tvářit se, že to dělají v duchu všeobecného blaha. Když se potřebují neustále na něco ptát, tak proč jsou voleni?

Zdá se, že zastupitelská demokracie není zřízení, které byste preferoval?

Ne, není. Mně by vyhovovala osvětlená autokracie. Karel IV. je můj favorit.



Po revoluci byl v Česku cítit určitý společenský tlak na vlastnické bydlení. Kdo neovlastnil nemovitost, byl často svým okolím vnímán jako neúspěšný. Mění se to?

V 90. letech stát svůj bytový fond, čítající velké množství bytů, lidem doslova rozdál skoro zadarmo, protože se o něj nechtěl starat. Najednou se vlastníky nemovitosti stali i ti, kteří by za standardní situace celoživotně bydleli v nájmu. Následně stát nastavil masivní podporu hypoték a stavebního spoření a lidé byli „masírováni“ myšlenkou, že byt/bydlení je třeba vlastnit. Dejme tomu, že před lety to šlo, ale dnes už jsme někde jinde a musíme si připustit, že bydlet v nájmu rozhodně není nic špatného či dehonestujícího. V nájmu bydlí téměř polovina západní Evropy.

Takže se český rezidenční trh bude měnit na nájemní trh?

Zájem o vlastnické bydlení v Česku bude stále. Trh se ale začne stále více přiklánět právě k nájemnímu bydlení, a to hned z několika důvodů. Tím prvním, hlavním, důvodem je fakt, že kvůli zdražování hypoték bude vlastnické bydlení pro stále větší počet lidí cenově nedostupné. Právě proto nakoupí od developerů byty nebo rovnou celé projekty institucionální investoři, kteří je pak otočí zpět k nájemnímu bydlení. A právě proto si část developerů nechá některé projekty ve svém portfoliu jako ryze nájemní a de facto se z nich stanou institucionální investoři.

To je i případ vaší ikonického projektu nájemního bydlení Fragment?

Ano, ale ne jenom. My chceme stavět tři skupiny kategorií nájemního bydlení. Prémiové, což bude Fragment. Pak vyšší střední segment, což bude druhá etapa našeho projektu – Lihovaru na Smíchově. A třetí bude co-living, což bude třeba Top Tower tady v Nových Butovicích. V co-livingu ale připravujeme ještě další projekt. Princip co-livingu je takový, že základní bytová jednotka je relativně malá, takže pak i nájemné je nízké. Výhodou je také to, že v těchto projektech se věnuje hodně pozornosti společným a veřejným prostorům, kde mohou obyvatelé trávit čas. Tato vybavenost je zde tak vyšší a zajišťuje zajímavý standard bydlení.

Trigema je mezi developery známá tím, že dělá věci jinak: do užitných staveb vkládá umělecké prvky nebo rovnou propojuje domy s uměním. Kdy se developer propracuje k tomu, aby dům nejen postavil, ale od ostatních projektů ho odlišil nějakým artefaktem?

Na to, abyste mohl v rámci projektu vybudovat i něco jiného, než jen domy samotné, musíte mít především prostředky. Zdroje jsou pro investora něco jako krev pro člověka. Bez nich to prostě nefunguje.

Řekněme tedy, že máte prostředky. Na čem pak ještě záleží?

Na vašem postoji k životu, filozofii. Je na vás, zda se primárně poženete pouze za penězi, nebo když už jste se někde dopracoval a posunul a máte tu možnost a prostředky, budete dělat věci trochu jinak. Třeba tak, abyste cítil uspokojení a hrdost, když se za sebou ohlédnete. A já chci věci dělat hezky, tak, jak cítím, že je to správné. Jsem rád, že mohu development posouvat dopředu. •

Když jsme začali rychle růst, ztrácel jsem přehled, s kým si tykám a s kým vykám. A tak jsem si řekl, že nejjednodušší bude, když si budeme všichni tykat.

Marcel Soural

Zakladatel, jediný akcionář a předseda představenstva investiční skupiny Trigema. Je členem správní rady Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí, členem dozorčí rady Centra Paraple, o.p.s., členem vědecké rady Fakulty stavební ČVUT Praha a členem ČKAIT činných ve výstavbě. Časopis Forbes ho řadí mezi 100 nejbohatších Čechů.

KOLIK BEROU KLÍČOVÍ ČEŠTÍ MANAŽEŘI?

Jak stanovit výši odměn klíčových manažerů, aby byly dostatečně motivační, konkurenceschopné a přitom dávaly smysl v kontextu hospodaření konkrétní firmy? To jsou neustále diskutované otázky, na něž není snadné odpovědět.

Jaká je skutečnost, to zjišťuje nejrozsáhlejší průzkum manažerského odměňování s názvem EXESS, jenž provádí společnost Executive Job s.r.o. ve spolupráci s Vissto Solutions s.r.o. Tento průzkum nejen popisuje výši manažerských odměn, ale sleduje i jejich trendy v závislosti na aktuální výzvy české ekonomiky, například otřesy způsobené koronavirovou pandemií, či zastoupení a výši odměn žen na nejvyšších firemních postech. Výsledky průzkumu EXESS21 mapují manažerské odměňování z perspektivy nastavení základních mezd a motivačních bonusů, problematiku leadershipu a kariérních změn českých seniorních manažerů a manažerek v loňském roce. Pro výsledky výzkumu posloužily odpovědi více než 1500 top manažerů a manažerek na úrovních Board až B-4 napříč všemi odvětvími české ekonomiky.

Pro porovnání uvedme, jak jsou finančně ohodnocovány manažerské pozice v zahraničí. V USA je průměrná roční mzda manažera na pozici CEO 156 170 dolarů, tedy zhruba 3,5 milionu korun, v Německu 135 308 eur (cca 3,4 milionu korun) či ve Francii 147 452 eur, tedy asi 3,7 milionu korun (zdroj: payscale.com). Pokud tedy z Tabulky 1 vezmeme jako průměrnou mzdu českého manažera (mužů i žen) zhruba 117 500 korun měsíčně a průměrný roční bonus 305 000 Kč, ročně si tedy průměrný český manažer přijde na 1,7 milionu Kč.

Průměrná mzda a bonusy manažerů v roce 2021

Typ pozice	Měsíční mzda v Kč	Roční bonusy v Kč
CEO generální ředitelé	151 636	540 112
CxO Chief Officers a ředitelé	126 396	322 817
MÚ manažer útvaru/oddělení	89 364	179 260
MT Manažer týmu	88 270	140 677

Průměrná mzda a bonusy manažerů dle velikosti (obratu) společností

Velikost firmy	Měsíční mzda v Kč	Roční bonusy v Kč
Mikro	81 230	215 344
Malá	87 574	190 733
Střední	109 491	270 806
Velká	127 018	322 628
Obří	147 743	453 041

PANDEMIE ODMĚNY VÝRAZNĚ NEZMĚNILA



EXESS21 také zkoumal, do jaké míry ovlivnila pandemie covid-19 příjmy top manažerů v ČR. V porovnání se světem tento segment zůstal klidný, 60 % manažerů vliv pandemické situace na svém příjmu vůbec nepocítilo. Necelých 30 % uvedlo, že došlo ke snížení jejich mzdy, přičemž nejčastěji se jednalo o snížení do 10 %. Pro více než 5 % manažerů nicméně došlo ke snížení o víc než 50 %. Desetina manažerů vedle toho uvedla, že v době pandemie došlo naopak ke zvýšení jejich mzdy. Dopady globální pandemie ovšem nejspíše budou patrné v manažerském odměňování i letos a nejspíš i příští rok.

MANAŽERKY BEROU MÍŇ

Zatímco průměrná měsíční mzda manažera je 121 200 Kč, základní mzda manažerky je 100 000 Kč, rozdíl mezi bonusy mužů a žen jsou také poměrně značné. Obdobná situace je podle průzkumu EXESS21 i ve výši ročních bonusů. Muži – manažeři si průměrně přijdou na 326 700 Kč, ženy jen na 201 300 Kč. V českém vyšším managementu je podle odpovědí v dotaznících 84 % mužů a 16 % žen.



DEMOKRATÉ, KOUČI A VIZIONÁŘI

Tabulka 1: Manažerský styl

Manažerský styl	Poměr responzí
Vizionářský styl	19,8 %
Koučovací styl	28 %
Sdílený styl	10,4 %
Demokratický styl	31,3 %
Výkonnostní styl	9,3 %
Příkazový styl	1,2 %

Zajímavé výsledky přinesla také část průzkumu, věnovaná manažerskému stylu klíčových mužů a žen české ekonomiky. Efektivní leadership v nejvyšších pozicích je totiž podle odborníků na oblast HR klíčový pro udržení špičkových pracovníků ve firmě. Ti údajně preferují příjemnou firemní kulturu a budování vzájemné důvěry oproti mikromanažerskému kontrolování zaměstnanců. EXESS21 zjistil, že čeští top manažeři se nejčastěji hlásí k demokratickému stylu řízení, pomocí něhož se snaží do rozhodování zapojit své podřízené a tím podporovat vzájemnou důvěru a spolupráci. Druhým nejčastěji používaným stylem vedení lidí je mnohem osobnější, tzv. koučovací styl. V odpovědích se naopak téměř nikdo nepřihlásil k tzv. příkazovému stylu.

Zdroj: www.executivejob.cz

JISTOTA REGIONÁLNÍHO RETAILU

TEXT Redakce **FOTO** Archív ZDR

Nemovitostní fondy, které generují stabilní výnos a poráží inflaci. O tom, jak se nápad zrodil, jak začínali a o jejich dalším směřování jsme si povídali s partnery skupiny nemovitostních fondů ZDR Investments **Zdeňkem Prázdňým, Radkem Hladkým a Romanem Latuske.**

Zdeňěk Prázdňý, Roman Latuske, Radek Hladký





Jak vznikl nápad založit společně skupinu ZDR Investments?

Zdeněk Prázdny: Celý život se pohybuji v oblasti komerčních nemovitostí. V rámci své rodinné firmy jsem vybudoval více než 50 projektů pro mezinárodní i české nájemce. Náš byznys model byl ale vždy krátkodobý, nemovitost se naplánovala, pronajala, postavila a následně prodala koncovému investorovi. Nebylo to dlouhodobě koncepční, omezený rámec financí rodinné firmy mi ale neumožnil developovat více projektů najednou. Tak vznikla myšlenka založit otevřený nemovitostní fond a umožnit investice do komerčních nemovitostí i dalším investorům.

Radek Hladký: Již 23 let se pohybuji v advokacii, v roce 2005 jsem spoluzaložil advokátní kancelář Z/C/H Legal a v roce 2010 začal působit i jako insolvenční správce. Jsem ale aktivní člověk a stále jsem přemýšlel, kam se posunout dále. Mezi mé klienty vždy patřili velcí hráči na nemovitostním trhu a viděl jsem, jaké úžasné projekty realizují. A měl jsem prostě pocit, že tohle chci - a dokážu - taky. Jedním z klientů naší advokátní kanceláře byla i firma Traxial Zdeňka Prázdneho. Slovo dalo slovo a v roce 2017 jsme se do toho pustili.

Roman Latuske: Po odchodu z médií jsem potřeboval nový impuls. Ještě z dob, kdy jsem pracoval v bankovníctví, jsem se znal se Zdeňkem Prázdny, jedním ze zakladatelů skupiny ZDR Investments. Zdeněk mě pak seznámil s Radkem. Hodně jsme si povídali o tom, jak fond zviditelnit a dále rozvíjet. Při jednom našem výjezdním zasedání jsme vyrazili do Rakouska na lyže. Finální rozhodnutí o tom, že se ke klukům přidám, padlo v sauně, kde nás při debatách nikdo nerušil.

Jaké byly začátky společného podnikání?

ZP: Koncem roku 2017 jsme založili náš první nemovitostní fond s cílem vybudovat portfolio kvalitních a dlouhodobě

pronajatých komerčních nemovitostí v České republice a na Slovensku. Jednalo se o fond pro kvalifikované investory, který se primárně zaměřuje na regionální maloobchodní nemovitosti. Následně jsme oslovili rodinu a kamarády, kteří nám věřili, protože nás znali z minulosti. Do fondu jsme ale samozřejmě vložili i naše prostředky. Podařilo se nám sehnat zhruba šedesát milionů a nakoupili jsme první 3 menší objekty. První rok fungování bez prokazatelné historie fondu byl pro získávání cizích investorů složitý. Po prvním roce jsme měli v portfoliu 11 nemovitostí za půl miliardy korun. Náš fond začal svým investorům generovat zajímavé výnosy vysoce nad úrovní inflace. To byly okamžiky, kdy si nás začali všímat finanční poradci a distribuční sítě. Postupně se nabídka možnosti investovat společně se ZDR dostala k širšímu potenciálnímu publiku.

Na trhu je řada nemovitostních fondů. V čem se ten váš liší?

RH: Chceme dělat věci, které dokážeme mít v maximální možné míře pod kontrolou. Proto jsme investiční strategii zaměřili především na prodejny potravin a regionální retail parky. Mezi nemovitostními fondy na českém trhu máme unikátní podíl nájemců z oblasti potravin, v České republice více než 70%. Většina ostatních nemovitostních fondů investuje do různých typů nemovitostí – kanceláře, obchodní centra, logistické parky i byty. Každý z těchto segmentů se ale v rámci ekonomických cyklů chová rozdílně.

Jak vaše fondy vzdorovaly koronavirové krizi?

RL: Naše investiční strategie se ukázala být krizi odolná. Naši nájemci jsou převážně bonitní nadnárodní maloobchodní řetězce ze segmentu zboží každodenní potřeby - potraviny, drogerie, domácí potřeby, lékárny, potřeby pro zvířata a další diskontní řetězce. Koronavirové uzavírky se nás dotkly jen minimálně, více než 80 % našich nájemců mělo i nadále



otevřeno. Zbývajícím nájemcům, kteří své provozovny museli na přechodnou dobu uzavřít, neměli problém platit nájem a ušlé zisky dohnali během pár týdnů.

Mluvili jsme o vašich začátcích, nyní se nacházíte v pátém roku působení skupiny. Co se změnilo?

ZP: Během čtyř let našeho působení jsme vybudovali rozsáhlé portfolio 50 nemovitostí v celkové hodnotě devíti miliard korun. Působíme v pěti evropských zemích. V rámci naší zahraniční expanze jsme nakupovali nemovitosti také v Rakousku, Německu i Chorvatsku. Vedle fondu pro kvalifikované investory jsme v roce 2019 založili i retailový fond a umožnili tak investice široké veřejnosti od malých investičních částek.

Proč zrovna nemovitosti v Rakousku a Německu?

RL: Jedná se o ekonomicky a politicky vyspělé a stabilní trhy. Řada našich nájemců zde má své centrály. Diskontní řetězce tady mají dlouhodobou tradici, fungující retail parky najdete ve všech regionech i v menších městech. Těžíme z našich obchodních vztahů, které máme vybudované s řetězci i na domácím trhu. V Německu jsem vyrůstal a studoval, pracoval pro německé banky. Radek jako advokát 23 let poskytoval poradenství zejména německy mluvícím klientům a německy mluvící trhy velmi dobře zná.



Jakých výsledků jste docílili v loňském roce?

RH: Během roku 2021 jsme dále významně expandovali, přikoupili jsme 15 nemovitostí a naše portfolio se tak téměř zdvojnásobilo z 4,6 miliardy na 9 miliard korun. Když během koronavirové pandemie ostatní s akvizicemi spíše vyčkávali, my se rozhodli investovat. Letos plánujeme hodnotu portfolia navýšit na 13-15 miliard. Těžili jsme i ze zvýšeného přílivu nových klientských prostředků. Investoři chtějí své peníze ochránit před inflací a proto investují s námi. My jim generujeme každoročně stabilní zhodnocení. Oba naše fondy patří k nejvýnosnějším fondům ve své kategorii na českém trhu, fond pro kvalifikované investory dosáhl v roce 2021 zhodnocení 8,38% a náš druhý fond ZDR Public přinesl svým investorům zhodnocení 6,69%. Pro oba fondy to byly historicky nejlepší výsledky.

Jaký vliv budou mít na výnosnost vašich fondů rostoucí úrokové sazby v Česku?

RH: V současnosti se pohybujeme téměř na rekordní hranici ceny financování za posledních několik let. Na stávající portfolio to ale nebude mít vliv, jelikož drtivá většina našich bankovních úvěrů má dlouhodobé fixace úrokových sazeb. Nové akvizice v České republice budeme muset financovat úvěry v eurech. Vedle ČR expandujeme také na Slovensko a do dalších zemí eurozóny, kde je pohyb v sazbách prozatím mírný.

NORMA Kaznějov



Dokážete peníze vašich investorů ochránit před narůstající inflací dlouhodobě?

ZP: Prakticky každá naše nájemní smlouva, eurová i korunová, obsahuje inflační doložky. To v zásadě znamená, že se nám každý rok zvýší nájem o úroveň inflace. Pro dlouhodobost stabilního výnosu pro investory je klíčová délka uzavřených nájemních smluv. Při porovnání nabídky jednotlivých nemovitostních fondů na trhu je proto důležité porovnávat vedle výnosu také hodnotu WAULT, což znamená průměrnou zůstatkovou délku nájemních smluv. Ta naše je nad 7 lety a patří tak k nejdelším mezi českými nemovitostními fondy. •

Zdeněk Prázdňý (62)

Zdeněk se věnuje developerské činnosti více než 28 let. Prostřednictvím společností patřících do jeho developerské skupiny Traxial úspěšně zrealizoval 53 nemovitostních projektů pro nadnárodní i ryze české nájemce v celkovém finančním objemu přesahující 3,4 mld. Kč. Z jeho developerské a akviziční zkušenosti nyní profitují nemovitostní fondy ZDR Investments. V ZDR zastřešuje development nových projektů a vyhledává další akviziční příležitosti na trhu.

Radek Hladký (46)

Advokát s třidvacetiletou praxí, partner renomované advokátní kanceláře Z/C/H Legal a zkušený insolvenční správce. Své zkušenosti z poradenství v oblastech nemovitostí, M&A a insolvenčních řízení nyní zúročuje při vyhledávání a strukturování nových akvizic v rámci skupiny ZDR Investments, kterou současně řídí. V rámci své advokátní praxe poskytl poradenství při transakcích přesahujících 100 miliard korun.

Roman Latuske (48)

Roman studoval Bankovníctví ve Wiesbadenu a pracoval v oboru financování komerčních nemovitostí u DePfa-Bank a HYPO-BANK. Dvacet let působil ve vrcholných manažerských pozicích v mediální skupině MAFRA a jako CEO a předseda představenstva mediálního domu Economia. Řídí expanzi na západní trhy a rozvíjí vztahy s klíčovými obchodními partnery.

SBĚRATELSKÉ PŘEDMĚTY JSOU INVESTORSKÝM HITEM

TEXT Redakce **FOTO** archiv Martina Jaroše

Výnosy z investic do sběratelských předmětů dokázaly za poslední dvě dekády překonat americké akcie. Umění nejen povznáší ducha a zkrášluje naše okolí, stále častěji k němu upírají pozornost i investoři v očekávání slušného zhodnocení. Dokážou ale sběratelské předměty naplnit toto očekávání?



V určitém ohledu ano, jako investiční aktivum ale má svá specifika. Pokud nejste znalci nebo zkušení fanoušci, kteří se na trhu pohybují řadu let, svěřte investice do sběratelských předmětů raději odborníkům.

Rekordní rok alternativních investic

Vysoké ceny akcií a nemovitostí přiměly hledat řadu investorů jinde, a sběratelské předměty se tak v roce 2021 těšily rekordní poptávce. Tři největší aukční domy (Sotheby's, Christie's, Phillips) ohlásily prodeje za více než 15 miliard dolarů a po nejistém covidovém roce 2020 tak opět vytvářely historická maxima. Podle ředitele aukční síně Christie's rostly prodeje napříč celým spektrem a bořit rekordy se tak dařilo takřka ve všech kategoriích.

Společným hybatelem za růstem investic do sběratelských předmětů – od obrazů po tenisky – je především nástup nové generace investorů, často bohatých mileniálů. Někteří z nich získali peníze prací v technologických start-upech, jiní skrze nákupy kryptoměn nebo spekulací s akciemi.

Jejich zájem se ovšem neomezuje jen na digitální nákupy, ale skupují i luxusní kabelky, šperky nebo víno. To ostatně potvrzují i data z aukční síně Sotheby's, která hlásí takřka 200% nárůst účastníků aukcí mladších 40 let.

Příležitosti i pro drobné investory

„Od začátku tisíciletí jsou dokonce prvotřídní sběratelské předměty z hlediska výkonnosti při nulové korelaci silnější než americký akciový index S&P 500, když se ročně ceny unikátních sběratelských předmětů zvyšují v průměru o 8,5 %,“ vysvětluje Martin Jaroš, projektový manažer první české online investiční galerie Portu Gallery.

Ještě nedávno byly investice do uměleckých nebo sběratelských předmětů dostupné jen těm movitějším. Dnes se ale díky novým platformám určeným pro kolektivní investování může do nákupu cenného kusu zapojit i drobný investor s částkami v řádech jednotek tisíc.

Prostřednictvím zmiňované Portu Gallery například mohli investoři získat podíl už na více než šedesáti unikátních předmětech, počínaje automobilovými veterány nebo whisky, až po historické housle nebo vzácné poštovní známky či mince.

Právě z oboru numismatiky je i aktuální úpis Portu Gallery na medaili k 30. výročí založení pražské Obchodní a živnostenské komory z roku 1880 v hodnotě 2 500 000 korun. Dalšími úspěšně realizovanými úpisy podobného ražení jsou zlatá svatební medaile Ferdinanda V. z roku 1831 nebo unikátní zlatá 25dukátová medaile z 18. století věnovaná Františkovi Lotrinskému, která je jediným světovým exemplářem.

„V případě vzácných mincí a medailí jde většinou o raritní kusy, které byly již ve své době raženy v limitovaných sériích nebo jako originál. Specifická technika ražby, ale i unikátní příležitosti, ke kterým byly vytvořeny, činí z těchto předmětů sběratelsky atraktivní kusy s dobrým investičním potenciálem,“ doplňuje Martin Jaroš.



Martin Jaroš

„Čím dál tím více mladých lidí se díky moderním alternativám, jako jsou kryptoměny a NFT, zajímá i o klasické sběratelství. Rozhodně neplatí, že by se tyto trendy vzájemně vytlačovaly, naopak bych řekl, že se u investorů často doplňují.“

„Loňský rok nám ukázal, že zájem o alternativy roste. Nejvíce se Češi zajímají o investice do alkoholu, stále více je ale láká i umění nebo drahé kameny.“



Pro a proti investování do sběratelských předmětů

Jednoznačným argumentem, proč zařadit umělecké a sběratelské kusy do svého investičního portfolia, je podle Martina Jaroše fakt, že mají nulovou nebo jen minimální korelaci s běžnými aktivy, jako jsou akcie, dluhopisy či nemovitosti. Od začátku tisíciletí jsou sběratelské předměty z hlediska výkonnosti při nulové korelaci silnější než americký akciový trh.

Ruku v ruce s pozitivy je potřeba uvést i případné nevýhody investování do sběratelských předmětů. Jde především o nižší likviditu. Proto je vhodné, aby tyto předměty hrály v portfoliu spíše doplňkovou roli diverzifikačního a ochranného nástroje s podílem zhruba 5 – 10 %, u dynamičtějších investorů s delším investičním horizontem klidně i nižší desítky procent. •





DÁT ŠANCI KVALITNÍM MOZKŮM

TEXT Redakce FOTO Asseco

Vývoj znamená život, stagnace jistou smrt. Toto motto platí v mnoha oblastech života, v oboru informačních technologií pak platí dvojnásobně než kdekoli jinde. S trochou nadsázky by se dalo říct, že ubývá „kliků“ a uživatelský komfort je přímo úměrný maximální míře automatizace. Již úctyhodných 32 let s tímto trendem drží krok společnost Asseco Solutions, tvůrce a dodavatel ERP systémů Helios. O podrobnostech jsme hovořili s **Ing. Jiřím Hubem**, výkonným ředitelem a předsedou představenstva Asseco Solutions.



Co to vlastně znamená, když se řekne ERP systém? A jak takový systém pomáhá firmám a živnostníkům?

Zkratka ERP vznikla v 90. letech a znamená Enterprise Resource Planning neboli plánování podnikových zdrojů. My používáme nejraději výraz podnikový informační systém (IS), který je pro firmy srozumitelnější.

ERP systém byl původně definován jako integrovaný informační systém, který pokrývá alespoň tři ze čtyř základních firemních agend – finance, výrobu, logistiku či lidské zdroje. Správný systém může firmě či podnikateli ušetřit významné zdroje, a to včetně finančních.

Osobně si však myslím, že je cennější fakt, že může zajistit daleko vyšší produkci se stejnými zdroji a ve stejném čase. Kromě toho, že je dnes ve firmě dobrý IS samozřejmostí, může pro ně v některých odvětvích znamenat i výraznou konkurenční výhodu.

Vaše společnost se dnes mimo jiné zabývá též vývojem umělé inteligence a strojového učení. Jak tyto funkce lze využít ve firemním ERP systému?

Umělá inteligence a Machine Learning jsou zřejmě největším fenoménem dneška. Zatímco umělá inteligence je podle mého názoru trochu zneužívána jako marketingový výraz, Machine Learning je fundamentální věc, kterou by lidé na trhu podnikových procesů měli rutinně využívat. Firmám zásadně pomáhá s automatizací. Jednoduše řečeno, v rutinních procesech razantním způsobem eliminuje chyby způsobené lidským faktorem. Stroj přesně spočítá, které části procesů lze zautomatizovat, a nastaví a hlídá příslušné parametry. Od toho okamžiku může vše běžet, a být průběžně přizpůsobováno, zcela automatizovaně.

V dnešní době snad každá firma z technické či technologické oblasti bojuje s nedostatkem technicky fundovaných odborníků na trhu práce. Platí to i o firmách z oblasti informačních technologií?

Firmy ze všech oborů dnes bojují o specialisty na trhu práce – je jich málo. V IT je ovšem situace zřejmě nejhorší. Navíc v případě umělých inteligencí a Machine Learningu je situace složitější, protože se jedná o relativně nový obor. Obecně je nejen český, ale i evropský trh práce ve velmi špatném stavu. Zejména střední Evropa trpí dlouhodobě tímto vedlejším negativním dopadem nízké nezaměstnanosti.

Česko je v tomto ohledu nechtěným premiantem. Již pět let vedeme žebříček nejvyšší nezaměstnanosti v celé Evropské unii. Dva roky jsme se dokonce pohybovali na hranici 2 % a v posledních měsících jsme k ní opět nezadržitelně zamířili. Na konci roku 2021 činila míra nezaměstnanosti v ČR 2,2 %.

Proto je jednou z priorit naší společnosti umožnit kolegům a odborníkům podílet se na vysoce specializovaných a rozvojových projektech. Vnímáme to jako motivační faktor,



Jiří Hub

kteřý nám přiláká ty správné mozky. Samozřejmě kromě celé řady firemních benefitů, které už ale většina na našem trhu začíná považovat spíše za standard.

V posledních letech se v souvislosti s rozvojem (nejen) české ekonomiky často skloňuje termín Průmysl 4.0. Jak jsou pro rozvoj tohoto fenoménu důležité informační technologie?

Jsou naprosto klíčové. A nejde jen o českou ekonomiku, osobně bych hovořil minimálně o ekonomice evropské, která nás také významně determinuje. Často říkám, že výkladní skříň Průmyslu 4.0 je Německo. Tam je dokonce tato transformace ze strany vlády již dobré desetiletí podporována.

O tom si u nás zatím můžeme nechat zdát, nicméně české průmyslové podniky si význam této transformace velmi dobře uvědomují a nepodceňují ji. Spolupracujeme s nepřebornou řádkou firem, které do digitalizace a automatizace již mnoho let investují.

A já osobně bych je bez nadsázky označil za vysoce konkurenceschopné na vyspělém evropském průmyslovém trhu. V tomto ohledu je provázanost sousedních ekonomik Česka a Německa rozhodně ku prospěchu věci.

Nedávná „doba covidová“ zasáhla prakticky všechny oblasti podnikání. Jak se uplynulé dva roky projeví ve vašem byznysu?

Myslím si, že odvětví informačních technologií přežilo covidové období bez větších následků. A dobře se daří i naší společnosti, nemůžeme si stěžovat. Úplně na začátku, v březnu 2020, jsme všichni měli velké obavy o zdraví našich pracovníků a přijímali jsme i různá restriktivní opat-

ření. Nicméně v roce 2021 se již nikdo na covid vymlouvat nemohl, všichni dodnes jedeme na plné obrátky.

Avšak i na začátku, v obdobích, kdy nebyl lockdown, jsme fungovali v majoritním režimu osobně. Byť jsme IT firma, neprobíhá a neprobíhala u nás komunikace výhradně on-line. Jednou z našich základních firemních hodnot je totiž lidskost. Proto se vždy snažíme být ve styku s našimi zákazníky i kolegy osobně. A všichni to zatím oceňují. •

Ing. Jiří Hub (51)

je absolventem Fakulty mezinárodních vztahů VŠE v Praze. Ještě před dokončením studia působil v LCS International v oddělení marketingu, kde v následujících letech, na pozici ředitele marketingu, vytvořil plnohodnotný tým specialistů. Po jmenování do pozice ředitele finanční divize vedl v roce 2000 vyjednávací tým během první akvizice, společnosti Softprofes. Ve stejnou dobu se stal členem představenstva společnosti LCS. Po integraci do nadnárodní Asseco Group se společnost přejmenovala na Asseco Solutions. Jiří Hub následně získával mezinárodní kompetence, byl členem představenstva dalších firem ve skupině Asseco na Slovensku. Od roku 2013 řídí české Asseco Solutions z pozice výkonného ředitele pro Českou republiku. Jiří Hub je ženatý a má dvě děti. Ve volném čase se věnuje rodině, miluje motorsport a je též sběratelem francouzských vín.

Jednou z našich základních firemních hodnot je lidskost. Proto se vždy snažíme být ve styku s našimi zákazníky i kolegy osobně. A všichni to zatím oceňují.

CO JE NOVÉHO V „KOKPITU“ CEOs ?

TEXT Lucie Teisler FOTO Archív Lucie Teisler

CEOs v posledních letech čelí mnohem většímu tlaku společnosti a také širší paletě nepředvídatelných událostí. Jakou roli ve zvládnutí tohoto tlaku hraje schopnost sebereflexe a kontroly emocí, se zamýšlí Lucie Teisler, CEO společnosti Anderson Willinger.

Dynamika změn posledních let, kterým čelí CEOs, nabrala rychlost a šíří podobající se řízení v pilotní kabině. Společnosti a jejich CEOs dnes čelí mnohem komplexnější roli a očekává se, že se nejen zapojují, ale mají přímý vliv v sociálních, environmentálních či geopolitických otázkách.

CEO tak činí rozhodnutí, která se projeví na mnoha úrovních, a žádoucí je, aby si byl všech těchto úrovní předem vědom. Aktuálním příkladem jsou rozhodnutí CEOs opustit, zmrazit či naopak ponechat byznys v Rusku. Rozhodnutí, která mají nejen ekonomické dopady, ale navíc silný sociální vliv.

V posledních dekadách, v nichž se délka existence firem zkracuje, přichází radikální fokus na flexibilitu, digitalizaci, transformaci a efektivitu. Sociální či environmentální tlaky nutí společnosti a jejich CEOs věnovat se tématům diversity, well-beingu či udržitelnosti. A aby toho nebylo málo, přidejme kapku neplánované dvouleté zkoušky z pandemie či současné války.

Budoucnost je pro CEO stále více v mlze, o to více na něj míří světla reflektorů, jelikož jeho „kvalita“ je dnes brána jako jeden z klíčových nástrojů predikcí vývoje a výkonu společnosti z pohledu akcionářů, trhů či zaměstnanců. To může eskalovat k nerealistickému očekávání a z pohledu CEO ještě k většímu pocitu osamocení pro důležitá rozhodnutí.

Tento fakt má přímý dopad na častější výměny CEO ze strany akcionářů či vlastní odchod z důvodu pocitu vyhoření. Například v západní Evropě se funkční období CEOs z 10 let zkrátilo na 6,5. V České republice je dnes „životnost“ CEO v průměru 3,7 let. Ve světě startupů 1,2 roku.

Co je nutnou podmínkou zvládnutí velmi dynamických změn. Jak se změnil profil CEO?

Hlavní parametry úspěchu CEO byly donedávna postaveny především na analýze nastavení mysli a v jeho osvědčených postupech řešení.

Nyní, ať už při náboru nebo rozvoji, je dobré věnovat pozornost schopnosti, jak daný ředitel řídí, činí rozhodnutí a dosahuje výsledků mezi dvěma protipóly – okamžitý profit pro akcionáře a dlouhodobá udržitelnost. Jak řídí a rozhoduje

vzhledem k emočnímu tlaku a nejistotě z toho, co bude, viz například současná pandemie a válka. Jak řídí a rozhoduje, aby se zkušenosti a mono oborové vazby nestaly překážkou neotřelých inovací.

To vše nereflexuje jen stav inteligence, racionálního uvažování, logiky, charakterových vlastností, emoční inteligence, ale především schopnost neustálého systematického úklidu svého vnitřního „myšlenkového a emočního neklidu“.

Proces vnitřního emocionálního vybalancování – emoční stabilita, resistance vůči stresu, řízení stavu současných pocitů, pochybností, přeceňování, nálad či emocí – vychází ze schopnosti sebereflexe. Pozorování sebe jako nástroje změny trvá léta, lépe řečeno celý život.

Stav uvědomění, kde se CEO na své cestě nachází, uniká často pozornosti, i přesto, že má přímý dopad na prokázání míry odvahy CEO činit důležitá rozhodnutí.

Ze studie Couragues Leadership, na které jsem pracovala s prestižní školou INSEAD, plyne, že odvalu často přisuzujeme charismatickému a optimistickému leaderovi. Výzkum však ukazuje, že před plánovaným odvážným činem čelí ředitelé hlubší emocionální paletě pocitů, nálad a myšlenek. Ti, kteří je dokážou přijmout a vědomě s nimi pracovat, mají vyšší schopnost úspěšně dosáhnout cíle a ovlivnit pozitivně celý tým. To má přímý dopad na výkon společnosti a lepší predikci potenciálně dosažitelných výsledků.

Pokud CEO tyto emoce vědomě potlačuje, aby posílil dojem optimismu či charismatu, riskuje ztrátu kontroly či neadekvátní reakce a nedůvěru okolí z důvodu ztráty autentičnosti. Míra emoční rovnováhy má dopad nejen na samotného vůdce, ale i na jeho schopnost načasovat správný okamžik akce a emočně balancovat samotný tým.

S čím větší odvahou a emocionální rovnováhou CEO přistupuje k týmu, tím více tým posílí. Tato energie se šíří a pozvedává emoční rovnováhu celé skupiny. Tým má u takového vůdce kotvu, která zbavuje pochybnosti a dodává sílu.

Anderson Willinger je poradcem při výběru a rozvoji vrcholového vedení a správních rad. Lucie Teisler je jejím CEO.

Celkovou analýzu dat naleznete na www.andersonwillinger.com



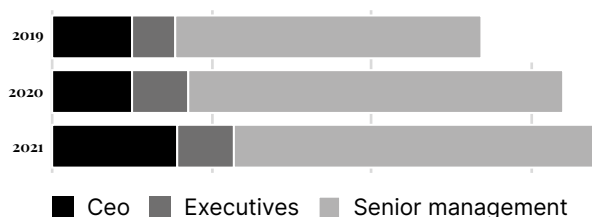
TRENDY NÁBORU CEOs V KOSTCE

ZDROJ Anderson Willinger

1. Nárůst počtu změn generálních ředitelů

Změny v rolích generálních ředitelů zaznamenaly meziročně nejvýraznější růst – oproti roku 2020 se jejich počet **navýšil o 37 %**.

Proměna ročního počtu manažerských změn dle seniority



2. Interní povyšování

► Generální ředitelé jsou nejčastěji **interně povyšováni**. V případě externího náboru pak zůstávají v odvětví svého dosavadního působení. Ke změně oboru dochází z 25 %.

► K povyšování do rolí generálních ředitelů dochází zejména z **obchodních a business development pozic** (26 % podíl), **provozních** (10 %), marketingových a **finančních rolí** (každá v zastoupení 5 %).

3. Zkrácení doby v roli

► Doba ve funkci CEO se zkracuje. V roce 2021 se délka **snížila na 3,7 roku** oproti 4,2 v roce 2019.

4. Obory s nejčastějšími změnami

► Odvětví, která mění své CEO nejvíce, jsou **E-Commerce, FMCG, komunikační a reklamní agentury** a nově také **strojírenství**, které bylo dříve více konzervativní.

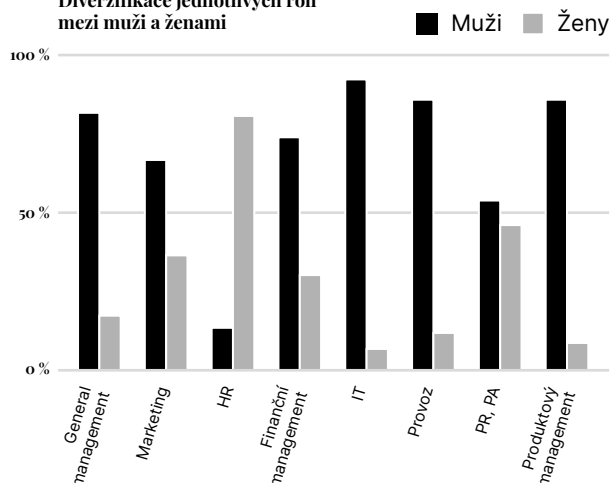
5. Nárůst CEO expatů

► Na pozicích generálních ředitelů dochází k **nárůstu expatriotů**. Jejich počet se v roce 2021 zvýšil na 17 % oproti 10 % v roce 2020. Tento nárůst reflektuje obvyklý tříletý cyklus expatriotů v dané roli z roku 2018.

6. Zvýšení počtu žen

► Ve funkci generálních ředitelů rovněž dochází ke **zvýšení počtu žen**. Nárůst žen v CEO rolích dosahuje 15 %. Z hlediska oborů jsou ženy nejčastěji nabírány či povyšovány v **E-Commerce, FMCG, IT, bankovníctví a komunikačních a reklamních agenturách**.

Diverzifikace jednotlivých rolí mezi muži a ženami



HRAČKY MÁM V SRDCI

TEXT Redakce FOTO Archiv EFKO

Výroba hraček a her je zábavný, ale v žádném případě jednoduchý obor. Především pro domácí výrobce, kteří obrovské konkurenci hraček vyráběných v Asii i velkých nadnárodních řetězců čelí především kreativitou a kvalitní obchodní rozvahou. Svě o tom ví i **Miroslav Kotík**, majitel předního českého výrobce hraček EFKO a od letoška i předseda národního Sdružení pro hračku a hru. „Musíme vycházet z toho, co máme,“ říká muž, který českým dětem vrátil například legendárního Igráčka nebo autodráhu Ites.



Jak se daří výrobě společenských her a hraček v dnešní době?

Přibližně poslední dva roky registrujeme zvýšený zájem o společenské hry, který byl určitě částečně daný i dobou, kdy lidé museli trávit více času doma. Zájem byl takový, že kapacity výrobců, tedy i naše, nestačily poptávce. V minulém roce přišlo rapidní navýšování cen vstupních surovin a nakupovaných materiálů. Tento trend, bohužel, nadále trvá a v současné době se z důvodu válečného konfliktu velmi vyhrocuje. Znamená to daleko složitější plánování nákupu materiálů, jejichž ceny se doslova mění pod rukama. Momentálně začínáme pociťovat ochladnutí zájmu o výrobu, a to převážně z důvodu dlouhých dodacích termínů a vysokých cen vstupních materiálů. Tato nejistota určitě neprospívá obchodu.

Vzkřísil jste několik retro značek – například Igráčka a českou autodráhu Ites. Považujete to za dobrý obchodní krok?

Dnes to každý hodnotí jako skvělý nápad a skvělé rozhodnutí. Málokdo si však uvědomí, jak náročné je pustit se do vzkříšení takovýchto věcí. Je to spojené s velkým rizikem. U projektu Igráčka jsme odkoupili více než 150 forem na jednotlivé díly postaviček a doplňků. Některé formy nebyly v dobré kondici a potřebovaly další investici. Navíc bylo třeba vymyslet nový obchodní koncept a tomu přizpůsobit vývoj nových doplňků. U autodráhy byl zase problém s tím, že na tom byla původní firma vyrábějící autodráhy ekonomicky velmi špatně. Udržet Igráčka i autodráhu Ites není úplně snadné. Vývoj novinek je spojen s velkými investicemi. Řádově se bavíme o milionech korun. Musíme tedy zvažovat, do jakých investic se pouštět, aby byly rentabilní. U těchto „retro“ výrobků se spoléháme převážně na český a slovenský trh. Do zahraničí jsou tyto projekty velmi obtížně přenositelné.



Jak se těmto staronovým značkám daří v moderní době?

To je problém, který jsem zmiňoval. Odbytově se můžeme spoléhat převážně jenom na český a slovenský trh. Konkurovat zahraničním globálním firmám, které desítky let investovaly do svého rozvoje a tím získaly obchodní výhodu a náskok, není dost dobře možné. Musíme vycházet z toho, co máme. Ale to si nestěžuji. O to víc je český zákazník věrný těmto značkám a starost o tyto výrobky se nám vyplácí.

Igráčkovi jste nasadili v době covidu roušku.

Když přišel covid, byl to pro nás obrovský šok a určitá obava, jak bude obchod vypadat dál. Vedle toho byl akutní nedostatek téměř všech ochranných prostředků pro zdravotníky a lidi v takzvané první linii. Velmi rychle nás kolegou Jiřím Dvořákem napadlo na tuto situaci reagovat, dát Igráčkovi roušku a část vybraných peněz z prodeje figurek použít na potřebnou věc. Podařilo se nám to v naprosto rekordním čase. Od první myšlenky do realizace výroby stačilo necelých 10 dnů. Šlo to hlavně díky tomu, že se celá firma ještě více stmelila a každý se nadstandardně do projektu „Pomáhej s Igráčkem“ zapojil. Projekt se setkal s takovým ohlasem, který jsme ani v těch nejbujnějších představách neočekávali. Mimo to, že dal práci našim lidem, pomohl postupně vybrat téměř jeden a půl milionu korun. Za vybrané prostředky jsme nakupovali u českých výrobců důležité ochranné pomůcky, a ty jsme rozdávali zdravotníkům a charitám. Mělo to i obrovský význam pro firmu, pro motivaci lidí pracujících v naší firmě. Projekt „Pomáhej s Igráčkem“ byl tak populární, že jsme se dostali

do mnoha světových médií. Byl to obrovský úspěch, na který jsme patřičně pyšní.

Dnes je Igráček začleněn do dalšího projektu Uklidme Česko. Jak podobné projekty hodnotíte z pohledu byznysu?

S myšlenkou projektu Uklízej s Igráčkem jsem přišel já. Nikdy mi nebylo lhostejné, jak se někteří naši spoluobčané chovají k přírodě, a doslova mě nadzvedává ze židle, když vidím nepořádek a vyhozené odpadky ve volné přírodě. Vždy kroutím hlavou a nechápu, jak to může vůbec někdo dělat. Sám se aktivně snažím odpadky z přírody odstraňovat. A tak mě napadlo tuto iniciativu podpořit nějakým zajímavým projektem. Spojili jsme se s organizací Uklidme Česko, která pořádá pravidelné úklidové akce. V tomto projektu začaly figurovat známé knižní a seriálové postavičky Mimi a Líza, tak jsme figurkám Igráčka dali podobu těchto dvou kamarádek a vytvořili speciální edici Uklízej s Igráčkem. Pro holčičku Lízu jsme vyrobili sběrací kleště, Mimi dostala do ruky kbelík na odpadky. Z každé prodané figurky věnujeme 10 Kč na pořízení skutečných sběracích kleští na odpadky, kterými budeme vybavovat dobrovolníky projektu Uklidme Česko. Uvědomujeme si, že je důležitá jak skutečná činnost úklidu, tak i osvěta.

Stal jste se předsedou Sdružení pro hračku a hru. O co se tento svaz snaží, a co to pro vás a pro hračkářský byznys znamená?

Sdružení pro hračku a hru zde působí již téměř 30 let. Má za sebou spoustu dobrých aktivit, které však nebyly vždy dobře publikovány a viditelné. Když jsem dostal nabídku stát



se předsedou Sdružení pro hračku a hru, nejdříve jsem to odmítl z důvodu mého velkého pracovního vytížení. Potom jsem si ale uvědomil, že se tím pádem dostávám do řady těch, kteří pouze kritizují to, že by aktivity Sdružení měly být více vidět, že by Sdružení mělo daleko více pracovat pro své členy a pro obor hraček. Když budeme všichni jenom kritizovat, nikam se nepohneme. A tak jsem tuto výzvu přijal. Cílem je pozvednout Sdružení tak, aby se stalo největší profesní oborovou organizací pro všechny výrobce a prodejce her a hraček na území České republiky. Chci, aby se zároveň stalo silným a důvěryhodným partnerem státním i mezinárodním institucím. Ale cesta k tomuto cíli nebude vůbec jednoduchá. Hlavně z toho důvodu, že je třeba zajistit organizaci personálně, na což momentálně naše Sdružení nemá prostředky. Je to velká výzva. Věřím, že se mi ji podaří naplnit.

Lze v dnešní době něco plánovat?

Plánovat musíte stále. V dnešní době je pochopitelně plánování velmi složité a plány musí být krátkodobější. Vedle toho je ale třeba zajistit materiál a vstupní suroviny s předstihem. V tomto se musí najít nějaký konsenzus. Není to vůbec jednoduché. Dá se velmi snadno udělat chyba, která potom může finančně hodně bolet. Věřím, že se s tím nějak vypořádáme.

Chystáte novinky?

Zakoupili jsme práva na výrobky s licenci Harryho Pottera. V současné době máme ve schvalovacím procesu již několik originálních her, které vyrobíme a uvedeme na trh ještě do prázdnin. Další zajímavou novinkou bude nová kolekce pohádkových Igráčků. Pro každou takovou postavíčku bude vytvořený a namluvený pohádkový „podcast“. Igráček letos také konečně dostane dlouho slibované dítě – malého Igráčka. S tím budou na trh postupně uváděny nové produkty.

Co vše předchází tomu, než je nová hra uvedena na trh?

U každého nového výrobku musí být dobře naplánováno jeho uvedení na trh. I když má naše firma již dobrou dlouhodobou pozici na českém trhu, musíme přesto každý výrobek dobře odprezentovat a uvést do prodejní sítě v dobré podobě a načasování. V dnešním obrovském konkurenčním prostředí to jinak, bohužel, ani nejde.

Je hračkářský průmysl složitá a těžká disciplína? Nebo se jen dobře bavíte?

Vždy mě rozesměje, když k nám někdo do firmy přijde a řekne: „To je bezva. Vy si všichni v práci hrajete.“ Určitým způsobem to samozřejmě pravda je, třeba když výrobky testujeme. Ale 99 % času trávíme výběrem vhodných materiálů, technických a technologických řešení, optimalizací výroby a také marketingu, obchodu a dalších procesních činnostech. Jestli je hračkářský průmysl složitý a náročný? Mám ve svém týmu více než čtyři roky obchodní ředitelku, která dříve pracovala v několika firmách s jiným sortimentem. Sama přiznává, že si nikdy nemyslela, že je segment hraček tak náročný. Možná se to nezdá, ale v hračkářském oboru je obrovská konkurence, převážně hraček vyráběných v Asii. I většina velkých nadnárodních hračkářských firem má svoji výrobu v Asii a vyrábějí v sériích o několik řádů větších, než realizujeme my. Výroba v Asii pro celý svět a obrovské výrobní série těmto firmám snižují výrobní cenu, se kterou se musíme potýkat. Ale není to jenom cena, je to hlavně ta sériovost, která umožňuje velkým firmám investovat nemalé prostředky do vývoje novinek.

Hračky jsou ale vedle toho obrovský kreativní segment, a to je to, co mě, ale i ostatní baví. Baví mě také to, že naše výrobky slouží dětem nejenom pro zábavu, ale i pro jejich rozvoj. Je cítit čím dál větší zájem o edukativní hračky, které mají tuto přidanou hodnotu. Hračky jsou prostě obor, který je mou srdcovou záležitostí. •



Miroslav Kotík

S hračkami začal podnikat už v roce 1990, kdy ve Žďáru nad Sázavou otevřel první prodejnu. V roce 1995 jeho firma EFKO zahájila výrobu společenských her a hraček, která se kontinuálně rozvíjí i v nových prostorách v Novém Veselí. V roce 2010 odkoupil původní formy i vlastnická práva na značku Igráček. Zatím poslední akvizicí je výroba původní české autodráhy (Ites, Gonio, EuropaCup, Faro). V roce 2020 se stal předsedou Sdružení pro hračku a hru.



***PalmApp* = firemní benefit k nezaplacení**

Zjednodušte život svých zaměstnanců. Aplikace *PalmApp* umožňuje svobodný přístup k výplatě – kdykoli je třeba. Propojte se s námi a získejte (bez)konkurenční výhodu, u které nenajdete žádné proti.

- + jednoduchá implementace,
- + žádné provozní náklady,
- + nulový dopad na firemní cashflow,
- + mocná podpora spokojenosti zaměstnanců,
- + zvýšení finanční gramotnosti ve firmě,
- + snížení fluktuace zaměstnanců.

Ozvěte se nám. Rádi si s vámi o principu naší mise a detailech služby *PalmApp* popovídáme osobně.

AŽ ŽIJE PÓLO!

TEXT Redakce FOTO archiv Jana Průchy

Koně. Adrenalin. Týmuvost. Strategie. Jedinečnost. To jsou atributy, které se pojí s fenoménem póla. Sportu, který se hraje po celém světě, ale u nás velkou tradici nemá. „Já mu ihned propadl a stal se pro mě vášní,“ přiznává **Jan Průcha**, jeden z největších propagátorů póla u nás a mimo jiné i majitel skupiny Insight Home.



Kudy vedla vaše cesta ke koňskému pólu? V České republice nemá přece velkou tradici...

Jsem majitel skupiny Insight Home a děláme takové ty „chytré domy“ pro nejbohatší české klienty. K nim není snadné najít cestu, a tak jsem si v roce 2011 řekl, že by právě pólo mohlo být jednou z cest. Sešel jsem se tedy s královnou českého póla, Lady Martinou Lowe – v té době ještě Martina Lewis. Ta mi řekla, že mám vyhledat Achima Jähnekeho, zakladatele jednoho z nejstarších klubů u nás – Aviator Polo Club. Tenkrát hráli na letišti v Letňanech. Šel jsem v obleku z výstavy For Arch a Achim mne ihned posadil na koně, ať si polo zkusím. A já mu ihned propadl a stal se pro mě vášní.

Co vás na pólu nejvíce baví?

Koně. Adrenalin. Týmuvost. Strategie. Jedinečnost. A v neposlední řadě lidé, kteří se českému pólu věnují. Všichni se osobně známe a máme více než jen sportovní vztahy.

Jaká je vlastně historie tohoto zajímavého sportu?

Pólo je nejstarším kolektivním sportem na světě. Začalo se hrát před téměř třemi tisíci lety v Persii (dnešním Íránu). Odtud se hra postupně dostala do Indie. V 50. letech 19. století se pólo od indické šlechty naučili hrát britští kolonizátoři, kteří importovali hru do Velké Británie a do Spojených států. Následně se rozšířilo do celého světa – v současné době se hraje ve více než 80 státech. Od roku 1900 do roku 1936 bylo olympijskou disciplínou – a všichni pólisté si přejí, aby se na Olympiádu vrátilo.

Do České republiky se koňské pólo dostalo naopak relativně nedávno. V roce 2007 jej do Česka přivedla Lady Martina Lowe, tehdejší PR manažerka luxusních značek. Bohužel za první republiky nevznikla u nás potřebná tradice, na rozdíl třeba od golfu. Po revoluci tak nebylo na čem stavět. Což je škoda, Češi jsou „koňský“ národ, spousta lidí má koně, jezdí na nich sportovně nebo rekreačně. Přesto se tady koňské pólo nehrálo.

Můžete přiblížit pravidla?

Pólo se hraje na góly. Dva týmy po čtyřech jezdcích proti sobě nastupují na travnatém hřišti 274 × 146 metrů. Zápas je rozdělen na několik úseků. Jeden úsek, tzv. „čaka“ trvá 7,5 minuty. Zápas se obvykle skládá z 6, někdy jen ze 4 nebo až z 8 úseků. Na užších stranách jsou umístěny branky široké 7,63 metru bez příčného břevna. Hráči pomocí pátky zvané mallet se snaží do branky dostat míček velikosti tenisáku. U každé branky jsou dva brankoví rozhodčí, kteří sledují, zda míček prošel brankou regulérně. Hru řídí jeden rozhodčí, kterému sekundují čároví. Kromě travnatého povrchu se pólo hraje také na písku – beach polo – a na sněhu (ledu) – snow polo.

Které země patří ke světové špičce v pólu?

Vzhledem k tomu, že kvalita koně určuje až 80 % hry, a vzhledem k tomu, že nejlepší podmínky pro chov pólo koní jsou v Argentině, tak právě Argentina dominuje světovému pólu. Další skvělí hráči jsou z Anglie a Spojených států.

Kolik lidí se pólu v Česku věnuje?

V roce 2016 jsme založili Asociaci hráčů koňského póla, která je součástí mezinárodní asociace – Federation of International Polo (FIP). V současné době máme v Česku čtyři kluby – Aviator Polo Club v Praze – Chuchli, Noe Polo Club v Křtinách, La Republica v Levíně a Polo Club Slušovice.

Sdružujeme celkem 68 hráčů. Já jsem členem Aviator Polo Clubu a zároveň viceprezident této Asociace.

Jakých největších úspěchů jste v pólu dosáhl?

V Česku asi vítězství na Noe Polo Masters v roce 2020. Ze zahraničních turnajů pak třetí místo na německém turnaji Riviera Polo Cup v roce 2019, který se konal v jedinečném areálu hotelu Heiligendamm přímo u moře.

Kde se konají zápasy či turnaje?

Nejvíce turnajů se odehrálo na farmě Noe. Já jsem v roce 2018 založil sérii turnajů TAXIS POLO. Jak z názvu vyplývá, hrajeme turnaje na Dostihovém závodišti Pardubice. Snažíme se co nejvíce hru přiblížit divákům, proto hrajeme tzv. aréna pólo. Hrajeme na prostoru cca 100 × 70 metrů, aby měl divák bezprostřední kontakt s koňmi i hráči a byl do hry vtažen. Navíc, o přestávkách diváky posadíme na koně, aby si pólo vyzkoušeli. V Pardubicích hrajeme jak na písku, tak trávě.

V roce 2019 se nám povedla asi největší výzva českého póla vůbec. Tehdy před hlavní tribunou v Pardubicích postavili venkovní hokejovou plochu. A protože skutečné snow polo se nehraje ve sněhu, ale na ledu s tenkou vrstvou zhutněného sněhu, napadlo mě, že bychom ho mohli na této ledové ploše uspořádat. Vše šlo skvěle, získali jsme sponzory, byl velký zájem od diváků, hráči celkem sedmi evropských zemí se do Pardubic strašně těšili. Měli jsme nachystaná i sněhová děla, kdyby nebylo dost sněhu. Nikdo však nečekal, že na přelomu února a března bude 17 stupňů. Ale nerad se vzdávám. Nakonec díky šéfovi TAXIS POLO turnajů Karlovi Knetlovi se nám podařilo navozit snůh v cca 30 nákladních autech z Nového Města na Moravě, kde mají obrovské podzemní zásoby sněhu připravené pro mistrovství světa v biatlonu. Bylo to tehdy fakt „rodeo“, ale vše klaplo. Byl to pro všechny jeden z nejsilnějších zážitků, který se zapíše do „pólo historie“.

Kde jsou u nás hřiště?

Hřiště musí být rovné, travnaté, a hlavně je velké jako deset fotbalových hřišť. Takových míst není tolik a z mého pohledu je to největší brzda rozvoje tohoto sportu. V České republice má „full-size“, tedy správně velké hřiště, jenom Noe Polo Club. Ostatní hrajeme na menších. Právě Farma Noe v Křtinách u Brna má pro koňské pólo nejlepší zázemí v Česku. Vděčí za to nadšení jejího majitele Marka Polana a jeho rodiny, který je zároveň prezidentem České asociace hráčů koňského póla.

Je to vůbec dostupný sport? V obecném povědomí asi bude představa, že je velmi drahý.

Náklady se neliší od jiného jezdeckého sportu. Ustájení koně stojí stejně, registrační poplatky taky. Problém je, že když se snažíme oslovit lidi z jiných jezdeckých sportů, už jsou v té své disciplíně moc dobří – nebo jí věnovali dost času – a nechťejí se učit nic nového. Proto většina nových českých hráčů koňského póla nemá předchozí sportovní zkušenosti s ježděním na koních.

To mě přivedlo za myšlenku založit Akademi koňského póla, do které chceme přilákat především děti a mladé lidi, aby začali hrát. Všechny výtěžky za turnajů TAXIS POLO dáváme právě na tuto Akademii.



A není nebezpečný?

Pravidla jsou nastavena tak, aby byla zaručena absolutně maximální bezpečnost pro hráče a koně. Jeho nebezpečnost bych asi srovnal s dostihovým sportem, kde může také dojít k těžkým pádům a zranění koní. Ale za celou dobu existence póla v Česku se nestal žádný případ vážného zranění hráče, a to ani na mezinárodních turnajích, které se u nás hrály.

Co pólo a byznys? Je to jako golf, kde se projednávají obchody mezi jamkami?

Stále více značek a firem začíná vnímat koňské pólo jako jedinečnou příležitost ke svému zviditelnění, prezentaci produktů nebo setkání se svými klienty a kolegy. Pro drtivou většinu lidí u nás je pólo stále sportem, který viděli jen ve filmu Pretty Woman. A podobně, jako v 90. letech byl golf něčím výjimečným, teď je to právě pólo.

V současné době je asi Insight Home největším českým sponzorem póla, ale TAXIS POLO má už své stálé partnery, kterými jsou například ERSTE PREMIER, Česká mincovna, VOIX, Advantage Cars a další.

Jak byste chtěl pólo u nás rozvíjet?

Můj osobní cíl je, aby se pólo v Česku rozšířilo a dostalo se do povědomí široké veřejnosti. Pólo má to kouzlo – podobě jako třeba golf nebo tenis – že pokud jste zdraví, tak se dá hrát do velmi pokročilého věku. Já osobně chci po odchodu z aktivního businessu v maximální míře učit hrát děti tento krásný a ušlechtilý sport. Vždyť už Winston Churchill říkal: „Polo handicap je pas do celého světa“ •

ZVUK I DESIGN BEZ KOMPROMISŮ

TEXT Alice Mikulášová FOTO Michael Tomeš

David Hauerland neustále rozšiřuje nejen své portfolio, ale i pole působnosti. K realitní společnosti Fidurock připojil před třemi lety showroom s prémiovou audiotechnikou VOIX a letos vinařství Zlati Grič, vinařskou perlu Slovinska. Co mají víno, hudba a byznys společného? Překvapivě hodně.



Na začátku byl Fidurock, čím se vlastně tato vlajková loď vašich byznysů zabývá?

Fidurock je realitní firma, investor do komerčních a rezidenčních nemovitostí, která se soustředí na maloobchodní detail parky a rezidenční nemovitosti v centrech klíčových měst. Víze do budoucna je taková, že vždycky chceme vytvářet přidanou hodnotu. Nejsme investiční fond, jsme developer a asset manager. Stavíme, a pak provozujeme. Cílem je rozšiřovat portfolio, ale přitom zachovat kontinuitu projektů.

Vášim core byznysem jsou retail parky. Proč jste se zaměřili zrovna na ně?

Retail parky byly dřív takovým zapomenutým ošklivým káčátkem, které všichni přehlíželi. Když jsem začínal v nemovitostech v roce 2007, přišel jsem s retail parky do styku a rozpoznal jejich zajímavý potenciál. I předchozí realitní krize ukázala, že toto aktivum je rezistentní a udržitelné.

Retail parky jsem vnímal jako bezpečný přístav pro peníze, protože „když na chleba nebude“, tak nepůjdete nakupovat

módu, ale půjdete za základními potřebami. Máte děti, zahradu, bydlíte na vesnici nebo na malém městě, potřebujete jíst, potřebujete drogerii, sekačku na trávu. A děti rostou, takže potřebujete základní oblečení a hračky. Ten segment mi přišel sexy a výnosově to dávalo smysl. Dnes máme 12 projektů v celkové hodnotě okolo 3,5 miliardy korun.

K Voixu, tedy showroomu s prémiovou audiotechnikou v centru Prahy, je ale od retail parků na první pohled poměrně daleko.

Mně to k byznysu, který děláme, sedí. Nemovitosti jsou pomalý byznys a Voix je taková relaxační záležitost. Propojuje se to v tom, že developéři, architekti a obecně lidé, co si umějí užívat života, k nám do Voixu chodí a dovedou kvalitní audio docenit.

Kvalitní hudba je zážitek, do kterého se vyplatí investovat. Není snad nic víc, než když si člověk může dopřát ten luxus poslechové místnosti, kam si dá vinotéku, gramofon, desky a kvalitní audiosestavu, a pozve si kamaráda, dá si k tomu

Chceme učit lidi jít po lepším zvuku, který u nás můžou najít, a projít s námi cestu od learning až po enjoying.

skleničku vína, pustí si desku... Je to vlastně takový návrat ke kořenům, protože dřív hudbu lidé konzumovali úplně jinak než dnes. Hudba byla spjata s rituály a sdílením.

Voix má mnoho lidí zafixovaný jako obchod s prémiovou audiotechnikou. Vy se však specializujete i na realizace ozvučení nemovitostí.

Byznys byl vymyšlen tak, že menší část prodeje půjde přes prodejnu a e-shop a větší část do budoucna přes realizace. V tomto segmentu však není snadné ani rychlé vybudovat stabilní pozici. Chvilku trvá, než si vybudujete na trhu důvěru a kredibilitu. Protože ten trh funguje extrémně na doporučení. Prostě, když jste noví a nemáte reference, nikdo vám nevěří. Po třech letech si troufnu říci, že důvěru architektů, developerů i designérů máme. Naše projekty totiž hovoří za nás.

Na jakých projektech aktuálně pracujete?

Často řešíme návrhy a realizace poslechového místnosti nebo domácích kin, ale většinou preferujeme být u celého projektu už od začátku a navrhnout komplexní řešení. Pracujeme na nich buď s koncovým zákazníkem, nebo s jeho architektem či designérem.

Spolupracujeme i s developery – teď například děláme velký rezidenční projekt v Pařížské, kde připravujeme základ pro rozvod audia ve všech bytech. Kabeláž a příprava pro poslechové místnosti, privátní kino či multiroom řešení se v projektech stává novým standardem, a to zvláště u luxusních nemovitostí, které kupuje náročná klientela. Aktuálně máme rozdělaná i dvě privátní kina. V součtu je v běhu dalších 15 projektů.

S kým na projektech spolupracujete?

Snažíme se kolem Voixu vybudovat komunitu, v rámci které se můžeme vzájemně edukovat, inspirovat, sdílet a společnými silami přinášet klientovi to nejlepší řešení. Díky tomu u nás můžete potkat opravdu zajímavé lidi, kteří mají obrovské zkušenosti. Jde o špičky ve svém oboru. Spolupracujeme například se studií Mimolimit, Olgoj Chorchoj a spoustou dalších významných českých architektů.

Jak náročné je do projektu esteticky audio zabudovat?

Náročné to není, když se na to myslí hned na začátku. Existují řešení, která jsou absolutně přiznaná. Kdo má rád čistý design, může si například nechat všechny reproduktory zabudovat do zdí tak, že nejsou vůbec vidět. Záleží na preferencích klienta, ale možné je téměř všechno. Razíme heslo „Zvuk i design bez kompromisů“.



INSPIRACE

A opět jsme u té edukace – lidé většinou ani netuší, jaké možnosti existují. Audio může v celém interiéru hrát stejně tak dobře zcela submisivní jako absolutně dominantní roli. Může atmosféru interiéru jemně doplnit, podtrhnout, nebo ho naopak naprosto definovat.

Ve vašem podání to skoro zní, že jste se pustil do průkopnické činnosti...

V podstatě máte pravdu. Přišlo mi zajímavé spojení hudby jako jisté formy meditace či zklidnění prostřednictvím soustředěného poslechu, s tím, že Česko bylo nepolíbený trh. Když jsem vnímal ostatní segmenty trhu, jako je nábytek, světla, záclony, postele, viděl jsem, že lidé jsou schopni a ochotni si dopřát kvalitní zařízení a do sebe a svého domova chtějí investovat. A pak jdou a koupí si online levné audio, protože je to jediné, co znají.

Zjistili jsme, že problém není v tom, že by nechtěli do kvalitního zvuku dát peníze. Naopak. Lidé jenom nevědí, jaké jsou možnosti, co na trhu vlastně existuje. Jdou jenom po tom, co znají, modelově například po značce Bang and Olufsen.

Ve Voixu je poslední dobou poměrně živo, organizujete dost akcí. Má to co do činění s onou edukací?

Ano. Snažíme se vzdělávat, rozšiřovat obzory, ukazovat, jaké jsou v ozvučení možnosti. Proto pořádáme snídaně s architekty, developery a designéry, proto u nás v showroomu děláme prezentační večírky a zveme influencery, abychom světu řekli, jak je audio důležité. A že by na to lidi měli myslet, protože jim to zprostředkuje tu emoci.

Proč si myslíte, že je hudba tak důležitá?

Hudba každého z nás svým způsobem formuje, protože nás provází od dětství, přes pubertu až po pokročilejší věk. Jen potom už zevšední, protože hudba dnes hraje v podstatě pořád a všude. Jsou konzumenti hudby, kteří jdou po něčem, jako je svatý grál hudby, chtějí co nejpřesnější, nejkvalitnější, hi-fi zvuk. A pak jsou lidé, kteří jdou víc po emoci než po přesnosti. Každý slyší jinak a každému sedí něco jiného.

Proto se snažíme nabídnout co nejširší škálu produktů, aby mohl každý poslouchat různé varianty a najít si to, díky čemu může hudbu prožívat co nejintenzivněji. Teď čerstvě jsme naše portfolio rozšířili i o značky jako McIntosh, Bowers Wilkins, Marrantz nebo třeba Sonus Faber. Chceme učit lidi jít po lepším zvuku, který u nás můžou najít, a projít s námi cestu od learning až po enjoying.

Vaše investiční portfolio jste nedávno rozšířili o slovinské vinařství Zlati Grič. Co vás k tomu vedlo?

Láska k vínu. A samozřejmě to byla skvělá investiční příležitost. Máme se Zlatým Gričem velké plány. Existuje plán na rozvoj, chceme vybudovat nadstandardní ubytovací kapacity a rozvinout cestovní byznys, který má obrovský potenciál a kvalitu. Stejně jako Voix. A navíc je to další věc, která mi v kombinaci s dalšími aktivitami dává smysl – k dobré hudbě i k byznysu dobré víno prostě patří.

A já mám obrovskou radost, že se kolem Voixu tvoří komunita nesmírně kvalitních, úspěšných, ale především podobně smýšlejících lidí. Obchod je o kontaktech, propojování a vzájemné inspiraci. A právě to Voix reprezentuje. •





**David Hauerland, spolumajitel
společností Fidurock, VOIX a Zlatí Grič**

David Hauerland se v oblasti realit pohybuje už od studií na vysoké škole, kdy nastoupil do mezinárodní realitní společnosti JLL. Spolu s dvěma společníky před pěti lety založil investiční boutique Fidurock, který investuje především do nákupních parků a rezidenčního nájemního bydlení. Před třemi lety rozběhli showroom s prémiovou audiotechnikou VOIX a letos přidali vinařství Zlatí Grič.

*Ted', po třech letech si troufnu říci,
že důvěru architektů, developerů
i designérů máme. Naše projekty totiž
hovoří za nás.*

PALMAPP: PROTISTRESOVÝ BENEFIT

TEXT Alice Mikulášová **FOTO** Michael Tomeš

Moci si vybrat peníze za odpracované hodiny kdykoli ve svém mobilu, nikoli jen 15. dne v měsíci, kdy je výplatní termín. Tak zní zjednodušeně myšlenka, kterou do zajímavého firemního benefitu převedl start-up PalmApp. „Zaměstnanec, který není ve finančním stresu, je spolehlivější, výkonnější, spokojenější. A spokojený zaměstnanec zůstane déle,“ popisuje výhody PalmAppu jeho zakladatel **Petr Ladžov**.

Jak funguje PalmApp?

PalmApp je zaměstnanecký benefit v podobě výplaty kdykoli. Zjednodušeně řečeno je to aplikace a online služba umožňující okamžitý a transparentní přístup k penězům za již odpracované hodiny. Jeden výběr stojí 49 Kč a je jen na firmě, jestli ho hradí zaměstnanec nebo zaměstnavatel.

Je to firemní benefit, který zvyšuje motivaci a angažovanost zaměstnanců, snižuje fluktuaci a je atraktivním argumentem při náboru nových talentů do firmy. A v neposlední řadě pomáhá snížit stres na pracovišti. Jak řekl spisovatel Jules Renard – „to hlavní, co nás odlišuje od zvířat, jsou finanční starosti“. Zaměstnanec, který není ve finančním stresu, je spolehlivější, výkonnější, spokojenější. A spokojený zaměstnanec zůstane déle. Navíc, obyčejný zaměstnavatel se stává najednou tím pečujícím.

Kde se vzal nápad založit fintech, který pomáhá zaměstnancům dosáhnout na výplatu kdykoli?

Inspirace přišla z USA, kde je podobných hráčů již několik, kteří obsluhují firmy s desítkami tisíc zaměstnanců. Postupně jsem ve světě objevil podobné start-upy, a to zejména v JV Asii nebo Jižní Americe.

Říkáte, že je to zaměstnanecký benefit, co z toho tedy vlastně zaměstnanec má?

V základu především to, že si může na svoje odpracované peníze sáhnout dříve než 15. v měsíci. To je podstatné především v situaci, kdy přijde nečekaný výdaj. Podle průzkumů je procento lidí, kteří nemají rezervu 10 tisíc korun na náhlé výdaje, obrovské. Když se člověk ocitne v situaci, že mu do výplaty chybí peníze, nemá moc variant, jak to vyřešit. Ten paradox, že máte vydělané peníze, ale nemůžete si na ně

„sáhnout“ PalmApp právě řeší. PalmApp je alternativa k mikro půjčkám, které jsou často branou do dluhové pasti, ze které není úniku. Konečně výplatu předem nelze nesplatit a tak nehrozí sankční poplatky a úroky z prodlení.

Když už jste zmínil dluhovou past...Obrovským tématem je nízká finanční gramotnost Čechů. Jak zabráníte tomu, aby zaměstnanec nevybral každý den odpracované peníze a neutratil je v restauraci nebo v herně?

Nad tím jsme se s týmem samozřejmě také zamýšleli. Je to vždy o debatě s majitelem firmy a HR. Oni vědí, kolik jejich zaměstnanců je v exekucích a jak na tom zaměstnanci z pohledu finančního zdraví jsou. Vedeme otevřený dialog, a když zjistíme, že hrozí vámi popsané riziko, doporučujeme zapojit program finanční gramotnosti. To znamená, že službu může zaměstnanec začít používat jen v případě, že projde školením. Hned na začátku jsme zavedli ještě jednu „prevenční brzdu“. Po dohodě se zaměstnavatelem – jako zaměstnanec nikdy nemůžete vybrat více než 40–60 % toho, co jste odpracoval. Nikdy tak nenastane situace, že byste v den výplaty dostal nula korun.

Na nedávné konferenci Fenomén Zlín jste čelili připomínce z publika, že vybírat 49 Kč poplatek od lidí, kteří nemají ani na chleba, je neetické. Jak byste na tento argument zareagoval?

Pořád je lepší varianta zaplatit 49 Kč za to, že si může sáhnout na vlastní peníze než si tři dny před výplatou vzít lichvářskou půjčku s likvidačním úrokem. Poplatek má i psychologický efekt – člověk si uvědomí, že dělá určitou finanční transakci. Nad výběrem přemýšlí jinak, než kdyby byl zadarmo. Právě z tohoto důvodu doporučujeme ve firmách,

kde není v průměru příliš vysoká finanční gramotnost, aby poplatky hradili sami zaměstnanci.

Jaké jsou výhody PalmApp pro firmy?

Začneme s tím, co to firmu stojí. Nestojí ji to nic. Implementační náklady hradíme my, není potřeba zasahovat do firemního cash-flow, protože Česká spořitelna je připravena nabídnout seniorní dluhové financování na tento druh služby, pokud o to společnost požádá. Poplatky za službu si může zaměstnanec hradit sám, pokud se společnost tak rozhodne. Vstupní onboarding a kontinuální školení ohledně finanční gramotnosti v aplikaci je také zdarma.

Průzkumy v Americe nám dále ukazují, že firmy, pokud zavedou tento benefit, mají daleko spokojenější zaměstnance. Tím, že umíme obléknout aplikaci do firemních barev, včetně loga, umíme vytvořit i starostlivého zaměstnavatele. Tento benefit funguje nejen u stávajících zaměstnanců, ale jako kompetitivní výhoda i při náboru nových.

Ohledně časování jsme připraveni onboardovat zaměstnance obvykle do 2–3 měsíců od podpisu smlouvy o spolupráci.

Zainvestoval do vás Seed Starter České spořitelny, v kulodárech se šeptá, že budete implementovat PalmApp právě do ČS a tím vstoupíte do enterprise segmentu.

Proces stále trvá a je nesmírně složitý. Právě jsme prošli penetračními testy, finančním a nefinančním compliance, mzdovým oddělením, oddělením benefitů, právním oddělením atd. Pevně věříme, že se nám produkt podaří dotáhnout a spustit v 3. kvartále tohoto roku. Tedy abych odpověděl, vůle je, spuštěno ještě není, ale míříme tam. Obrovská výhoda je, že se náš produkt managementu skutečně líbí.

Jak dosavadní spolupráci se Seed Starterem vnímáte?

Naprosto pozitivně. Překvapila mě míra profesionality a osobního nasazení nejen v Seed Starteru, ale také v České spořitelně jako takové. V posledních pěti měsících jsme procházeli obsáhlou a časově náročnou technickou analýzou systému – tzv. penetračními testy, které u nás prováděl ESET, plus compliance procedurou banky. Finálním výsledkem byl podpis obchodní smlouvy mezi PalmApp a Seed Starterem, kde Seed Starter, jakožto dceřiná společnost ČS, a.s. nám bude do budoucna zprostředkovávat kontakty od bankovních poradců banky týkající se využití naší služby pro společnosti v segmentu SME a Large Corporates. Jsme ve skvělé synergii, banka nabídne společnostem dodatečné financování a PalmApp zase svůj inovativní produkt.

V současné době školíme bankovní poradce na dané segmenty – plán banky je pak nabídnout dodatečné financování až 1000+ společnostem. První společnosti oslovené touto cestou se ozývají již samy se zájmem zjistit více informací.

Má už PalmApp nějaké klienty?

V současné chvíli jsme dohodnutí čtyřmi společnostmi, které mají dohromady více než 4000 zaměstnanců. Pokud se nám podaří dotáhnout tento benefit pro Českou spořitelnu, tak to bude dalších 9000 zaměstnanců. V naší pipeline máme v tuto chvíli více než 50 – 60 firem, a to bez klientů ČS. Reálně jsme začali produkt nabízet od ledna tohoto roku, po předchozím přechodném období. S prvotním ohlasem trhu jsme spokojeni.



Petr Ladžov

Studoval Právnickou fakultu UK a MBA získal na UNYP Praha. Kariéru zahájil jako student ve White&Case, poté byl partnerem v investičním butiku zaměřeném na NPL's ve střední Evropě. Prošel firmami jako Zoot, Natland či Solek. Do je start-upové firmy PalmApp investoval Seed Starter České spořitelny a Broker Trust celkem 28 milionů korun v lednu tohoto roku.

Hovořil jste o expanzi na další trhy. Jak je na růst PalmApp připraven?

Překvapivě to jde rychleji, než jsme si mysleli. Navázali jsme diskusi s rumunskou ERSTE BCR, která je druhou největší bankou v Rumunsku. Koncept jsme také představili v Rakousku. Tady jsme sami zvědaví na další vývoj, protože máme pocit, že skupina ERSTE se začíná poměrně intenzivně dívat na náš produkt.

Nicméně, náš tým má teď plný fokus na Českou republiku na spolupráci s Českou spořitelnou.

Jak se vlastně dostal Petr Ladžov k fintech startu-pu?

Během studia na právnické fakultě jsem začínal ve firmě White&Case. Byly to skvělé časy, protože v 90. letech zde bylo mnoho expatů a bylo inspirující učit se v takovém prostředí. Dále jsem byl partnerem v investičním butiku, který coinvestoval společně s velkými hedge fondy do portfolií špatně vymahatelných úvěrů (tzv. NPL's) ve střední Evropě. Poté jsem prošel Zootem a Natlandem, ve kterém jsem přefinancoval realitní projekty. Před založením PalmAppu jsem byl v Soleku, kde jsem vyhledal projektové financování na výstavbu cca 150MW solárních elektráren v Chile, a to od amerických bank. To samé jsem pak uskutečnil v Rumunsku.

Po tom všem jsem už ale nechtěl být zaměstnancem nebo společníkem s minoritním podílem, který nemůže rozhodovat o strategii firmy. Jediná logická cesta byla poprvé v životě si založit na zelené louce svůj vlastní byznys. V současné době jsme tedy tři zakladatelé, tedy my dva parťáci Mirek Koudelka a Vojta Pihrt. •

S ČESKOU POŠTOU V PRVNÍ LIZE

TEXT Redakce FOTO Česká pošta

Ač byl vrcholným manažerem v privátním sektoru, svého přestupu do čela státního podniku nikdy nelitoval. „Česká pošta je jednička na trhu, zde hrajete opravdu první ligu,“ vysvětluje její generální ředitel **Roman Knap**. Přestože jeho firma čelí obrovským výzvám v podobě prudkého růstu nákladů, covidu, konkurenci i klesajícímu zájmu o listovní služby, ze svých rozvojových plánů neustupuje. Čeká ji například masové spuštění datových schránek. „Bude to jako přechod televizního vysílání na DVB-T2,“ říká Roman Knap.

Celý svět v současné době sleduje dění na Ukrajině. Dotklo se nejen myšlení lidí, ale také chování firem. Můžete nám nastínit, jak se dotklo vás a jak České pošty?

Soucítím s těmi, kdo jsou postiženi naprostou agresí, kterou ruská armáda na Ukrajině rozpoutala. Věřím, že toto nelidské chování co nejrychleji skončí a vše se začne vracet do zaběhnutých kolejí. Česká pošta se přidala k řadě jiných firem a snaží se pomoci. Naším ukrajinským přátelům na České poště se snažíme vyjít vstříc, a pokud by projevíli zájem odjet teď domů a být se svými blízkými, samozřejmě jim to umožníme. A rádi na ně počkáme. Až se budou moci vrátit, práce se pro ně opět na České poště najde.

Zapojili jsme se také do různých forem pomoci, ať už jsou to firemní sbírky finanční či hmotné pomoci, nabídka zaměstnání pro uprchlíky nebo odesílání balíků na Ukrajinu zdarma. Prostřednictvím Ministerstva vnitra ČR jsme poskytli k ubytování Ukrajinců naše rekreační a školící zařízení, Českým drahám jsme zase poskytli sedm našich vagonů. Pomoci je samozřejmě daleko více a já jsem rád, že má kolegové přicházejí stále s dalšími nápady, jak utrpení Ukrajinců zmírnit.

Kombinace faktorů, jako jsou inflace, ceny energií, pohonných hmot, válka na Ukrajině, vedou k prudkému růstu cen. Bude muset Česká pošta zdražovat své produkty a služby, aby pokryla rostoucí náklady?

Ročně najezdíme přes 50 milionů kilometrů, takže každá koruna, o kterou pohonné hmoty zdraží, je znát. Co se elektrické energie týká, naštěstí těžíme z toho, že jsme smlouvu uzavřeli před nástupem zvedání cen a máme je zafixovány. V tomto směru jsme udělali správné kroky a jsme zajištěni. Určité zdražení ale přišlo už počátkem letošního roku a zdražovat budeme průběžně. V tomto směru nejsme žádnou výjimkou, takto se budou muset chovat všechny

firmy, které chtějí aktuální ekonomické otřesy ve zdraví přežít. Navyšování cen se týká hlavně listovních zásilek pro velké zákazníky, nikoli pro jednotlivce, kteří posílají pohlednice z výletů a dovolených. Tady pořád platí, že ceny známek zůstanou na 19 a 26 korunách. U velkých podavatelů jsme odstranili některé množstevní slevy pro podávání velkých objemů zásilek. Dále uvidíme, jak se bude vyvíjet cena energií a pohonných hmot, která je pro nás zásadní.

Zmínil jste listovní zásilky. Jejich objem klesá každým rokem. Reaguje Česká pošta na tento trend, např. větší specializací na balíkový trh?

Byli bychom blázni, kdybychom na tento trend nereagovali. Jen se zamysleme, kolik z nás za poslední dobu poslalo blízkým přání k narozeninám? A naopak, kolik jste si vloni objednal balíkových zásilek z e-shopů? Dopisy a pohlednice klesají o 15 % ročně. Lidé zkrátka posílají méně klasických dopisů.

Přiznejme si, že sms, maily, které už také někteří považují za „old school“, různé komunikační platformy, kterých máme v mobilu hned několik, jsou jednodušší a rychlejší. Jsem sice také rád, když najdu v poštovní schránce pohlednici od známých či nejbližších, máte najednou pocit, že si někdo na vás vzpomněl, šel do obchodu vybrat pohlednici, koupil známku, musel znát vaši adresu, najít nejbližší poštovní schránku. To je přece víc, než jen poslat strohou zprávu, případně fotku přes mobil. Ale tato forma je prostě na ústupu.

Další oblastí, kde se papírové dopisy začínají vytrácet, jsou firmy a úřady. Faktury a výpisy se běžně posílají elektronicky. Na úřední dokumenty máme datové schránky. A je to dobře. Představa, že papírové psaní nic nenahradí, je nesmyslná. Slovy klasika, pokrok nezastavíš. My si na současnou situaci a dlouhodobé trendy nestěžujeme, byť jimi přicházíme o peníze. Ale jak správně říkáte, musíme najít obchodní příležitosti někde jinde. A to také děláme.





Navíc od příštího roku se počet uživatelů datových schránek ještě zvýší.

Ano, existuje balík zákonů, na jehož konci bude mj. povinnost těch, kdo mají IČ, používat datovou schránku. Odhadem objem listovních zásilek klesne o polovinu. V průběhu letošního roku budeme spolu Ministerstvem vnitra ČR, které je zřizovatelem a správcem systému datových schránek, informovat veřejnost nejen o výhodách datovek, ale i o technických okolnostech, jak si schránku zřídit, jak získat přístupové údaje, jak s ní pracovat apod. Změnu, která nás čeká, bych přirovnal k přechodu televizního vysílání na DVB-T2.

Takže se orientujete na balíky, které jsou stále významnější část vašeho portfolio?

Balíkový trh neustále roste, uvidíme, kde se zastaví. Objednávání zboží přes e-shopy je stále na vzestupu, během covidové pandemie to byl často jediný způsob, jak sehnat vše potřebné. Během Vánoc pravidelně trháme rekordy v počtu přepravených balíků. A jsme na tento nápor

připraveni. V roce 2017 Pošta doslova zkolabovala, nebyla připravena na takové množství zásilek. Po mém nástupu do firmy v roce 2018 jsem začal dostávat otázky, jak jste připraveni, kolik najmete brigádníků, kolik máte aut, opět máme čekat problémy? Vše jsme zvládli a další Vánoce už nám nikdo podobné otázky nepokládal. Na rostoucí balíkový trh jsme připraveni. Například v průběhu tohoto roku plánujeme otevřít nejmodernější logistické centrum v Mošnově na severu Moravy, které bude kapacitně vyhovovat současným potřebám.

Co vede člověka, který zastává vysoké manažerské posty v soukromé sféře, aby se přihlásil do výběrového řízení na generálního ředitele státního podniku?

Jsem komerční manažer, přesto, nebo možná právě proto jsem se nebál jít vést, nikoli řídit státní podnik. Ten je jedničkou ve svém oboru, zde hrajete opravdu první ligu. Mým úkolem bylo tuto pozici posílit, firmu zatraktivnit jak pro zaměstnance, tak pro zákazníky, a přivést ji na špičku celé ekonomiky. V předchozí firmě jsem už fungoval víceméně na autopilota. A to je přece málo. Nechcete se jen pohodlně vézt, chcete něco ovlivnit, něčemu pomoci. A koneckonců, i sám sobě dokázat, že ten drive v sobě stále máte. Jsem rád, že jsem ten krok, ten přestup do jiných vod udělal.

Ovlivnil tento krok váš život?

Lhal bych, kdybych řekl, že neovlivnil. Všechny životní a kariérní změny se vás zákonitě dotknou. Ale já jsem životní optimista. Česká pošta mi umožnila setkat se s řadou nových a zajímavých lidí, začít pohlížet jinými očima na státní podnik, který je jedním z největších zaměstnavatelů v republice. Mezi pošťáky často osobně zavítám a chci od nich slyšet, co je trápí a s čím se potýkají. Ať už jsou to příběhy lidí zasažených covidem nebo třeba těch, které postihlo řádění tornáda v loňském roce. I takové věci si pak promítnete do celkového pohledu na vedení podniku.

Co vás nabíjí, když vám dochází energie?

V tomto nejsem nijak výjimečný. Rád si zajdu na dobré jídlo nebo na pivo se svými blízkými, nebráním se ani tomu, něco dobrého sám uvařit. Rád se projedu na kole, ať už v přírodě nebo třeba do práce. Odreaguju se i při boxu nebo třeba na golfovém hřišti. Bez čeho si ale svůj život nedokážu představit, je umění. A teď nemám na mysli jen návštěvy galerií, ale prostě vzít plátno, paletu a štětec a prostě se „vymalovat“.

Co byste vzkázal vašim obchodním partnerům a zákazníkům?

Já bych tyto skupiny neodděloval. Náš zákazník je naším partnerem. Snažíme se najít společnou řeč, aby spolupráce byla výhodná pro obě strany. Vzkazovat jim také nic nemusím, vše s nimi pravidelně konzultujeme, dáváme jim informace. A je opravdu jedno, zda se bavíme o mamince, která chodí na poštu na malé obci, o firmě, která u nás podává větší množství, nebo o státu, který si objednáva prakticky celý poštovní systém. Všechny považuji za partnery. A tak k nim také přistupuji. •



Dobrý leader jde příkladem.
Skvělý leader efektivně deleguje

Informační systémy pro řízení firmy



helios.eu



HELIOS

Rozšiřte své možnosti

TO NEJLEPŠÍ Z NEJLEPŠÍHO

TEXT Redakce **FOTO** Amazing Places

Cestování po Česku zažívá v posledních dvou letech velký boom. A není se čemu divit, vzniká tu jedno místo krásnější než druhé. Tytam jsou doby, kdy se někde jen přespalo a na kvalitu se až tak nehledělo. Dnes se místa velká i menší předhánají v tom, kdo nabídne lepší služby, stylovější design a pestřejší snídani. Kdo bude víc amazing. I proto jsme se obrátili na odborníky na slovo vzaté – portál Amazing Places, u nichž najdete výběr těch nejlepších míst z Česka. Některá budete určitě znát, my vám dnes představíme ty z nich, na která jste třeba zatím ještě nenarazili.

Design Lodge Vranov

Luxusní designové místo obklopené přírodou najdete kousek od Brna v poutním Vranově. Terasovitý pozemek s úžasným výhledem na věhlasné poutní místo Kostel Narození Panny Marie vás ohromí, stejně jako nadstandardní vybavenost a péče majitelů. Dům, který by nejjeden host rád nazýval svým domovem, je připraven na všechny vaše rozmary. Horké dny vás budou lákat k bazénu s výhledem. Sauna s prosklenou stěnou perfektně uvolní ztuhlé svaly a připraví vás na hluboký spánek.



Luxusní Srub Líny

Až překročíte práh Srubu Líny, budete si připadat jako v jiném světě. Snoubí se tu luxus spojený s domácí atmosférou, kterou prohlubuje všudypřítomné masivní dřevo. Dominantou srubu je otevřený velký prostor s rozlehlým obývacím pokojem a masivními křbovými kamny. Nechybí tu kulečník a filmové plátno třeba s kolekcí Bondovek. Určitě vyzkoušejte vyhřívaný bazén, infrasaunu, vířivku, solárium anebo si můžete zaběhat na běžícím pásu. Kolem srubu jsou dvě terasy, kde můžete po večerech grilovat a jídlo si pohodlně připravit v obří kuchyni. Sbírat inspiraci se vydejte na rozlehlou zahradu s mnoha zákoutími.



Vinný Sklep Tosca

Už při příjezdu vám tvar vchodových dveří napoví, že se za nimi ukrývá něco jedinečného. Majitelé slibují, že Tosca je místo, kde si lidé vytváří vzpomínky a nám nezbývá než souhlasit. Domeček vás ubytuje šest, nejlépe si to tu tedy užijete s přáteli nebo rodinou. Ve sklepě na vás pak bude čekat sbírka vybraných moravských i zahraničních vín. Dopřejte si degustaci se zkušeným sommeliérem. Vemte sklenku, vyjděte na zahradu, a než se na grilu dodělají voňavé dobroty, můžete jen tak lelkovat na houpacíce. Večer doporučujeme naložit se do vířivky a pozorovat oblohu plnou hvězd.



Brno Luxury Apartments Coco Chanel

Tahle luxusní oáza je pro všechny, kteří touží zažít něco nového. Brno je městem nepřehledných možností, které vybízí k protančeným nocím. My, a vaše povečírkové já, doporučujeme strávit noc v jednom ze dvou brněnských apartmánů, které se nacházejí jen pár kroků od veškerého dění. Načerpejte tu síly na celodenní procházky po městě – apartmán je moderně zařízen a nabízí komfort pro ty, kteří se rádi obklopují nadčasovým designem a stylovými doplňky. Tady dobře vědí, že se chcete cítit opečovávaní a zažít na svých cestách něco výjimečného.



AMAZING PLACES

Wellness Spa Boutique Hotel Villa Memories

Zavítejte do malebné oblasti Hostýnských vrchů a zažijte tu nezapomenutelný pobyt. Villa Memories, nejlepší rodinný boutique hotel v Evropě, oceněný v roce 2018 v Londýně patří celosvětově do první čtyřky. Na krásné vzpomínky jsou tu specialisté. Ať už si pronajmete celou vilu nebo jeden pokoj, nezáskáte pouze skvělé ubytování. Unikátní koncept ubytovacích služeb pojí luxus a servis pěťhvězdičkových hotelů s atmosférou rodinného prostředí. Dostatečný odpočinek vám přinese vyhřívaný bazén s protiproudem a vlnami, bylinková sauna nebo speciální koupel, kterou pro vás personál Villy Memories rád připraví.



Apartmány Salabka

Probouzet se uprostřed zeleně přímo na vinici, ale přitom neopustit centrum Prahy? Ne, to není oxymorón. Přímo v pražské Troji najdete malý velký skvost, vysněnou zastávku v honbě za skvělým vínem, světovým gurmánským zážitkem a dokonalou dovolenou.

Místní fine diningová restaurace klade důraz na lokální suroviny, kvalitní dodavatele a originální hru chutí, barev a prezentace. V duchu výjimečného zážitku se nese i ubytování. Apartmány ve francouzském stylu dýchají svěžestí bílých linií a provensálskou atmosférou. Vyberte si třeba ten s volně stojící vanou a vychutnejte si to nejlepší z místních vinic během bublinkové koupele.





Augustiniánský dům

Vynikající gastronomie, skvělé víno, excelentní snídaně, nádherné wellness a stále veselý personál. Ráj na zemi, který se skrývá v Augustiniánském domě v Pražské čtvrti lázeňského města Luhačovice, kde k častým hostům patřil například skladatel Leoš Janáček. Až vybalíte kufry, sáhněte po měkkoučkém županu a vydejte se do světa skvělých masáží, zábalů, wellness procedur a rituálů. Ideálním zakončením dne je večeře v místní vyhlášené restauraci, kde musíte dodržovat smart casual dress code. To znamená, že frak není nutný, ale v džínách a tričku to podceníte.



Hotel Lotrinský

Máte už Moravu projetou křížem krážem, ale stále vám tam scházelo něco opravdu výjimečného? Ve Velkých Pavlovicích otevřeli unikátní hotel s bohatou historií, skvělou restaurací a degustací vyšlechtěných vín Modrých hor v jedinečných barokních sklepech vévody Lotrinského. Jakmile překročíte práh, ocitnete se ve velkorysých prostorách s klenutými stropy, čistými liniemi a důmyslnými designovými prvky. Odkryté trámy v pokojích pak vnášejí do moderního stylu venkovskou atmosféru. A nezapomeňte, že pobyt tady by nebyl dokonalý bez degustace. Ochutnejte jak vína domácí, tak i nabídku dalších místních vinařů.



Z KRIZE SILNĚJŠÍ. A11 HLÁSÍ REKORDNÍ RŮST A SPOUSTU PLÁNŮ

TEXT Redakce FOTO Daniel Hromada

Jít si vlastní cestou. Tak by mohlo znít heslo vydavatelství A11: jako jedno z mála preferuje tištěná média, přesto hlásí za loňský rok 300% růst. Vydavatelský dům stojí nejen za magazínem CEO, ale třeba i za novinami *Náš region* s celorepublikovým pokrytím, *Mladým světem*, legendárním časopisem *Sorry*, prémiovými tituly, jako jsou *Premium Guide* či *Estate & Business*, řadou odborných magazínů i za dětskými *Špuntíky*. „Objevit se v časopise nebo v novinách je stále prestižnější než být na webu,“ vysvětluje strategii A11 jeho majitel **Aleš Zavoral**.



Nejdříve dva roky covidu, obrovské zdražení papíru a energií, inflace, nyní válka na Ukrajině. V jaké kondici jsou v této krizové době vlastně média?

Mediální trh krize podstatně zasáhl. Problémy mají všechna média, ať už jde o výpadky v prodeích, v inzertních příjmech nebo nově v cenách papíru, jehož cena vzrostla o desítky procent. Ke konci loňského roku sice možná paradoxně trochu narostly počty předplatitelů, žádné mediální domy ale zrovna tohle úplně nezachrání.

Krize ukázala na jejich slabá místa, zároveň tím ale otevřela mnohé příležitosti. Pokud v médiích podnikáte, musíte se přizpůsobit době a uvědomit si, že doby před covidem se už nevrátí.

Stále více se ukazuje, že redakce nemohou udržet modely fungování třeba z 90. let a být personálně tak rozkořčené...

Je nutné být efektivní a spoléhat na malé funkční týmy složené z profesionálů a zároveň lidí, kteří mají tah na branku a dokážou pracovat rychle a s jasnými výsledky. Je a bude to trend. Naše vydavatelství je ale na tomto způsobu práce vystavěno od začátku své existence a postupem času se jen ukazuje, že je to správně. Samozřejmě platí, že každý má jiné poslání, nemluvím tak teď o médiích veřejné služby, která jsou placena z koncesionářských poplatků a svou práci odvádějí jistě dobře. Mnohé velké mediální domy ale přechod k efektivnějšímu fungování ještě nezvládly, nebo se mu dokonce brání. Ale čeká to i je, je to nevyhnutelné. Redakce nemohou už být tak početné, jako byly dříve. To už prostě nejde.

I v médiích platí, že krize může být příležitostí, když se dobře uchopí? Že se přepíše trh a pomyslný koláč se znovu přerozdělí?

Naprosto. I přes covidové problémy v roce 2021 vydavatelství A 11 meziročně vyrostlo o 300 procent. Využili jsme příležitostí na trhu, odpracovali jsme si to.

Jako jedni z mála jste v této době uvedli na trh nové tituly.

Podařilo se nám vstoupit do zcela nových segmentů a posílit i tam, kde jsme dlouhodobě jedni z nejsilnějších na

trhu. Celkově platí, že kvalitní a dobře zacílený obsah čtenáře pořád zajímá, v krizi po něm dokonce rostla poptávka. Dlouhodoběji se to ukazuje třeba u odborných titulů Profi Poradenství & Finance a Profi HR. Daří se rovněž časopisům vydávaným pod značkou Premium Guide, titulu Lawyers & Business a také novinám Náš region. Jediné, co nešlapalo tak, jak bychom očekávali – ale to se rovněž týkalo celého trhu – byly lifestyleové tituly.

Loni jste obnovili značku Mladý svět. Týdenní frekvenci jste změnili na měsíční. Zacílili jste časopis jinak?

Částečně ano. Čtenáři v něm stále najdou lifestyleová témata, i v Mladém světě se ale chceme věnovat politice a byznysu. Píšeme o společnosti v jejím celku a na základě aktuálního dění, dominantním žánrem je pak rozhovor. Zjistili jsme, že současný Mladý svět nemůže být pro všechny, a tak si vybereme spíše přemýšlivější čtenáře a obsadíme jasné místo na trhu.

Mladému světu věříme a budeme s ním dál pracovat. Co do obsahu tak vlastně v Mladém světě najdete také premiové čtení. To je ostatně jednou ze základních noh našeho vydavatelství, společně s lokálním a odborným čtením.

Prémiový, odborný a lokální obsah, to je tedy to, o co budou mít čtenáři a inzerenti do budoucna zájem?

Stoprocentně. Právě takové musejí být nohy, na kterých bude vydavatelský byznys stát. A jak vidíte, nejsou jen dvě. Protože čím více nohou máme, tím jsme silnější a můžeme ustát jakékoli dysbalance na trhu. Věřím, že rok 2022 bude stejně úspěšný jako rok 2021. Spíše ještě úspěšnější, a to díky projektům, které připravujeme. Své služby budeme ještě rozvíjet, klientům nabídneme individuální možnosti spolupráce.

Některé naše rozvojové plány zbrzdil právě covid, chceme například dělat více eventů. A třeba v odborných titulech přicházet přesně s tím, co dané profesní skupiny zrovna zajímá. Vzhledem k tomu, že tyto časopisy připravují lidé, kteří jsou v daných oblastech respektovanými experty, dokážeme přesně vyjít vstříc momentální poptávce.

Titul Náš region loni pokrýval celou Českou republiku. Lokální tisk je úspěšný díky tomu, že je čtenářům vlastně nejbližší?

Formát bezplatných lokálních novin má své místo na trhu a svou budoucnost. I v něm vidíme potenciál růstu v roce 2022. Zaměříme se teď na zkvalitnění distribuce. Distribuční síť jsme si vytvořili sami, snažíme se být v každé obci. V tuto chvíli máme zhruba 5000 míst, kde je Náš region k dostání. Tento počet by měl ale dál růst, chceme být co nejbližší lidem, mít ještě více čtenářů a díky tomu i zvýšit náklad.

Na distribuci našeho regionu spolupracujete například s Českou poštou.

Je to náš nejdůležitější distribuční kanál a zásadní partner. Mimo České pošty jsme s kameloty v pražském metru a se stojany v síti prodejen Eso Market, v prodejních COOP nebo na úřadech. Lidé se naučili pro noviny chodit, stále ale pracujeme na správném zacílení. Některé stojany jsou totiž rychle vybrané a jinde zase noviny zbývají.

Stojanů přitom už nyní máme tolik, že si můžeme dovolit posílení více frekventovaných míst. I to je náš úkol pro letošní rok. Lidé chtějí číst, jen jim musíte dodat to, co je skutečně zajímavé.

Na trhu se v souvislosti s vydavatelstvím A 11 řeší i jeho důraz na tištěná média. I to vychází z byznysových souvislostí?

Je to naše jasná strategie. Printu pořád věříme. Je výdělečný, a stěžejní výnosy z něj mají i vydavatelství, která se významně věnují onlinu. Tam ale také vstupujeme a budeme jej rovněž rozvíjet. Zároveň pořád platí, že i když je online rychlý a lidé se zde dozívají aktuální dění, opravdová prestiž je spojena s printem. Být v tištěném časopisu má pořád svou hodnotu.

Ihned po ruském útoku na Ukrajinu se A11 aktivně zapojilo do organizace humanitární pomoci. Jak konkrétně jste pomohli a proč?

Ještě před koncem loňského roku jsme založili vlastní nadaci Špuntíci, která pomáhá znevýhodněným dětem. Hned v prvních dnech po vypuknutí války jsme se ale rozhodli pomáhat i Ukrajině. Během jednoho týdne jsme vypravili 14 transportů materiální pomoci na Ukrajinu a pomáháme i dál.

Působíte také jako trenér fotbalové mládeže. Nějaký sportovní titul neplánujete?

Bohužel ne. Ale je to dobrý nápad, ještě to promyslím (smích). •

Mgr. Aleš Zavoral

Majitel a ředitel vydavatelství A 11. V médiích se pohybuje dlouhodobě, ještě před založením vlastního mediálního domu působil ve vydavatelství Economia. Vystudoval Univerzitu Karlovu, konkrétně Fakultu tělesné výchovy a sportu.

A11

Společnost A 11 je vydavatelem lokálního tisku: Náš REGION (vychází ve 26 lokálních mutacích), časopisů Vaše Praha (vychází v 10 mutacích), společenského měsíčníku Mladý svět, premiového tisku: Premium Guide, Lawyers & Business, Estate & Business, CEO, odborného tisku: Profi Poradenství & Finance, Profi Medicína, Ze Zdravotnictví, Profi HR, EKO Česko, Transport Journal, lifestyleového tisku: Sorry, Kutilství, Innspirace, Innovation, Matka a Dítě, Špuntíci a provozovatelem webů: nasregion.cz, zezdravotnictvi.cz, profipf.cz, profihr.cz, lawyersandbusiness.cz, estateandbusiness.cz, premium-guide.cz nebo ekocesko.cz

6 TIPŮ ŠÉFKUCHAŘE JANA PUNČOCHÁŘE

KAM NA JEDNÁNÍ, OSLAVU ČI ZA ROMANTIKOU.

TEXT Redakce FOTO Amazing Places

Restaurace, pivnice, bary či kavárny jsou nejen místy, kde se setkáváme s přáteli k chvílím prožitým u dobrého jídla a pití. Dá se tu také spoustu věcí dojednat, konec konců řada lidí používá kavárny jako kanceláře. Několik míst, kam v Praze zajít na schůzku s obchodními partnery, na nezapomenutelný oběd či kde uspořádat večírek pro své kolegy, čtenářům časopisu CEO doporučuje šéfkuchař Jan Punčochář.

Zas a Znova

„Jeden z mých nejoblíbenějších podniků pro víkendové obědy/večeře/posezení s přáteli. V rodinné restauraci Zas a Znova vaří moji kamarádi Karel Šimůnek a Petr Hajný a můžete tu ochutnat skvělé české speciality z top surovin. Doporučuji jí i pro rodiny s dětmi, jelikož venku mají parádní vyžití právě pro ně.“

Rodinná restaurace, kam se budete rádi vracet – tak zní heslo podniku, který najdete v obci Sulice – Hlubočinka mezi Prahou a Říčany. Šéfkuchaři popisují koncept velmi jednoduše: sezónní, čerstvé suroviny, tradiční jídla bez experimentů a důraz na rodinu. Pro hosty má podnik kromě skvělé nabídky a příjemného prostředí ještě jedno lákadlo, a tím jsou více než příjemné ceny.

Více na zasaznova.cz.

Dian

„Moderní asijská restaurace Dian je skvělá pro rychlé obědy i dobré večeře. Najdete tu výborné speciality vietnamské kuchyně s moderními prvky světových kuchyní. Mám to tu rád i díky pohodové a příjemné atmosféře.“

Nová hvězda mezi těmi, kdo rádi objevují chutě exotických krajů, a také pro ty, kteří už bez nich nemohou žít. Restaurace, která se nachází v BB Centru v Praze 4, nabízí jednodušší, ale o nic méně poctivou polední nabídku, kterou večer střídá pravý festival asijských chutí.

Více na dianrestaurant.cz.

Field

„Povinná zastávka pro každého, kdo miluje skvělé jídlo v tom nejvyšším možném standardu. Radek Kašpárek je mistr a jeho preciznost cítíte z každého chodu. Tahle restaurace ale není jen o jídle, je to zážitek podobný krásnému koncertu špičkového virtuosa.“

Restaurace, jejíž kuchyně vedená slavným šéfkuchařem Radkem Kašpárkem se pyšní Michelinskou hvězdou, patří k tomu nejlepšímu, kam se dá v Praze a vlastně v celé České republice zajít. Šéfkuchař Kašpárek je znám důrazem na kvalitní suroviny a často neočekávaným pojetím pokrmů, čemuž odpovídá i jedno z hesel podniku: Pole je základ. Vše ostatní je otevřené.

Více na fieldrestaurant.cz.





Jan Punčochář

šéfkuchař restaurací U Matěje a Stůj, porotce soutěže Masterchef Česko. Kuchařem se vyučil v pražském hotelu Ambassador, poté pracoval v restauracích Rybí trh, International Zlatá Praha nebo Zátíší Group. Poté působil v zahraničí, mimo jiné v michelinských restauracích Hangar 7 v Salcburku či Tim Raue v Berlíně. Po návratu do České republiky se stal šéfkuchařem a spolujednatel pražské restaurace Le Terroir, která získala pod jeho vedením několikrát ziskala michelinské ocenění Bib Gourmand. Poté byl šéfkuchařem michelinské restaurace Grand Cru Restaurant.

El Camino Tapas Restaurant

„Moje oblíbená španělská tapas restaurace pro dlouhé večery s přáteli. Je tu skvělá atmosféra, výborné tapas, dobré drinky a krásná vína. Měli jsme tu i vánoční večírek a byla to paráda.“

Jedna z mála španělských restaurací u nás se nachází na pražských Vinohradech a je ideálním místem pro neformální jednání s obchodními partnery i pro firemní večírek. Vynikající Španělská kuchyně ve své nejryzejší podobě doplněná nabídkou vybraných španělských vín zaručuje nezapomenutelný zážitek.

Více na elcaminotapas.cz.



Chleba a máslo

„Tohle je podnik z trochu jiného těsta. Mají tu nejlepší pečivo široko daleko a skvělé kafe. Navíc si můžete dát snídani venku a pokračovat dál procházkou na Letnou nebo do Stromovky.“

Jestli rádi začínáte pracovní den dobrou snídaní, pekárna a kavárna Chleba a máslo v ulici Jana Zajíce na pražské Letné je tím správným místem, kam můžete pozvat i ty nejdůležitější obchodní partnery.



Tretter's bar v Obecním domě

„Krásný bar v kulturním svatostánku. Mají tu výborná vína, drinky přesně tak, jak mají být a atmosféru jakou jinde v Praze těžko najdete.“

Místo, kam zajít po práci, třeba oslavit dojednaný obchod. A že se jich tu už slavilo! Původně Americký bar v suterénu Obecního domu byl otevřen už v roce 1912 a jde o údajně jeden z 10 nejstarších podniků tohoto typu v Evropě. Nehledě na nabídku nápojů, hlava se může zatočit už jen z pohledu na původní interiér – obložení černými Rako dlaždicemi kontrastuje s obrazy Mikoláše Alše v mosazných rámech. Klenutou místnost osvětluje secesní lustr od Františka Křižíka s motivem volavky. Barový pult je z černého mramoru. •

ZLÍNSKÝ PŘECHOD OD OCELI K UMĚNÍ

TEXT Jan Januš **FOTO** Dalibor Glück, Jiří Balát

Zlínský podnikatel **Čestmír Vančura** založil na začátku 90. let Kovárnu VIVA, která se postupně stala jedním z největších evropských podniků svého druhu. Následně koupil zlínský filmový festival a jako jeho nový prezident jej významně zmodernizoval a oživil. Nyní se pustil do záchrany slavné vily cestovatele Miroslava Zikmunda. Tím ale jeho aktivity zdaleka nekončí.





Nakolik je pro vaše podnikání důležité, že vychází ze Zlína? Jakou roli v něm roli baťovská tradice? A nemírím tím jen k tomu, že navazujete na baťovskou kovárnu...

Zpočátku to pro mě nebylo důležité vůbec. Nepocházím ze Zlína a vnímal jsem to spíše v rovině otravného, stokrát papouškováného klišé bez kontextu a důvěry. Víc jsem tomu všemu porozuměl až po cca 15 letech mé vlastní zkušenosti. To už jsem trochu věděl, o čem je řeč a na co bych se Tomáše Bati rád zeptal.

Na co?

Například na to, které informace chce a potřebuje mít každý den na stole. Nebo kam až chce se svou fabrikou růst, zda má nějaké limity, a proč...

Ovlivňuje odkaz Tomáše Bati pořád celý region?

Určitě a v obou směrech. Úžasná inspirace géniem i ne/schopností vyjít se ctí z jeho stínu.

Kovárna VIVA letos slaví 30 let od svého založení. Jak jste tu dobu prožil?

Stál jsem o dobrou fabriku, jakou jsem viděl u svých kolegů venku, tomu jsem podřídil všechno ostatní. Bylo to dost práce i pro hodně mých kolegů.

Věděl jste od začátku, že směřujete k tak významné a velké firmě?

Byli jsme malí a z počátku sbírali jen drobky. Začalo se hodně obchodovat pod stolem, přestalo to dávat smysl. Naštěstí

už sem ze zahraničí přicházeli zákazníci, kteří nehledali „dobry bakšiš“, ale dobrého dodavatele. Šli jsme hodně naproti hlavně zákazníkům z nejlepších firem v Evropě, a i když jsme toho samozřejmě moc neměli a moc neuměli, dali nám čas a šanci se naučit, co bylo potřeba. Velcí zákazníci potřebují velké dodavatele, tak jsme se jím museli stát, jinak to nešlo.

Co bylo za tu dobu nejobtížnější? Krize a propad výroby v roce 2009?

Rok 2009 byl náročný, měsíčně jsme měli tržby nižší i o 70 procent v porovnání s předchozím obdobím. Museli jsme tak mj. propustit skoro 40 procent našich kolegů, kteří za nic nemohli. To bylo hodně těžké. Do roka jsme sice všechny vzali zpátky, ale i tak, prožili jsme si všichni svoje.

Jak se vám podařilo to zvládnout?

Jako porodníkovi, když se musí rozhodnout, jestli zachrání jen matku nebo dítě. Zachraňovali jsme matku, ta může mít další děti. Nechtěli jsme položit naši předchozí práci, byli jsme vnitřně silní. Nebylo nás tolik, v menším týmu se to zvládá líp.

Jaké máte s kovárnou další záměry? Může se ještě rozšiřovat a růst do dalších zemí?

Kontrolní balík má dnes společnost Moravia Steel, je to otázka spíše na její vedení. Strategicky to má Moravia Steel dobře vymyšleno. Každopádně potenciál pro úspěch je v našem sektoru průmyslu hodně velký.

Proč jste se rozhodl koupit Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež? Předpokládám, že tohle nebyl podnikatelský záměr, ale spíše filantropie...

Festival je nejstarší a největší filmovou přehlídkou pro děti a mládež na světě, patří ke Zlínu a k československému kulturnímu dědictví. Dostal jsem nabídku a vyhodnotil to tak, že bych k tomu mohl a měl přispět. Podpořili mě i spolumakcionáři z Moravia Steel. Business to není, souhlasím.

Jste sám filmový fanoušek?

Ano, už od mládí mě svět filmu a příběhy na filmovém plátně fascinovaly.

Čím bude zajímavý letošní ročník festivalu?

Zase bohatou nabídkou kvalitních filmů pro děti a filmy o dětech pro dospělé. Ale také naším odborným programem, podporou mladé tvorby. Doprovodný program je vrcholem kulturního léta ve městě Zlíně, které letos slaví 700 let od první písemné zmínky. Festival si užívám spolu s našimi hosty a návštěvníky, už teď se na ně těším.

Jak se vlastně řídí filmový festival?

Ředitelem, v našem případě dobrou paní ředitelkou. Moje role je dnes v této věci spíše symbolická, protože festival je dobře organizován.

Jak problematické je zajistit financování takového filmové přehlídky? A dokáže svůj tým držet po celý rok?

V rozsahu naší práce to dost obtížné je. Držíme 12–13 lidí, což by se mohlo zdát docela hodně. Ale mimo festival děláme

i hromadu užitečné práce pro školy, pro mladé filmaře, pro město Zlín a region, pro českou kinematografii. Nechceme se smířit s tím, že jinak velkou část naší každoroční práce vyhodíme, to by bylo plýtvání. Stávající systém vzdělání, místního rozvoje apod. o to sice moc nestojí a nefinancuje toto naše snažení, ale zkusíme vydržet. Na vlastním festivalu se potom podílí až 400 lidí včetně dobrovolníků, je to dost velká akce.

Sleduje ve filmech pro děti a mládež nějaké trendy?

Naprosto zřetelným trendem je téma zaneprázdněnosti rodičů. Zajímavá je samozřejmě geografická, sociální i kulturní diverzita toho, z jakého důvodu jsou rodiče zaneprázdněni. Příkladem mohou být korejské či japonské rodiny, které jsou devastovány typickým workoholismem, zcela jiné je to například v Afghánistánu či Íránu. Tam často rodina bojuje o přežití a jakákoli, pro nás Evropany banální záležitost, může být pro ně fatální z hlediska obživy. Zajímavým trendem posledních let u evropských filmů je zobrazování rodičů, kteří propadli moderním technologiím a veškerý svůj čas tráví ve virtuálním prostoru, a to ať už prací či zábavou.

Festival navštěvuje řada hvězd, přijel třeba i Pierre Brice, Annie Girardot či Götz George. Máte vysněného hosta?

K 60. výročí festivalu jsme chtěli přivést do Zlína režiséra Stevena Spielberga a spisovatelku J.K. Rowlingovou, nakonec jsme kvůli pandemii byli rádi, že jsme poprvé v historii festivalu nemuseli přerušit jeho kontinuitu a mohli jsme jej vůbec udělat...

Se zlínským festivalem je spojená i tradiční dražba filmových klapků. Kolik peněz už jste takto získali? A na co výtěžek věnujete letos?

To je nádherný projekt. Svoji originalitou, úrovní, výsledkem i délkou trvání a především jeho „klapkařskou“ komunitou. Za 25 let existence projektu vynesly aukce klapků téměř 41 milionů Kč. Samozřejmě zásluhou jejich autorů – řada z nich jsou výtvarníci zvukových jmen jako Kristian Kodet, Iva Hüttnerová, Ivan Baborák, Jiří Slíva, Jaroslav Němeček, Kateřina Miler a mnoho dalších. Za těch 25 let to bylo přesně 2749 klapků. Výtěžek směřujeme na podporu začínajících tvůrců audiovizuálních děl. Rozhodujeme o nich vždy během festivalu při veřejném pitchingu. O finanční podporu se u Nadačního fondu FILMTALENT ZLÍN uchází autorské projekty hrané, animované i díla na hranici dokumentu. Je skvělé, že i díky podpoře FILMTALENTU vznikají díla oceňovaná v ČR i v zahraničí. Nejčerstvějším příkladem je ocenění Český lev za nejlepší krátký film a cena Magnesia za nejlepší studentský snímek – obě tato ocenění získal snímek Milý tati režisérky Diany Cam Van Nguyen.

Co plánujete s vilou Miroslava Zikmunda?

V prosinci 2020 jsme založili Nadační fond Zikmundova vila, jehož posláním je kromě nezbytné rekonstrukce vily, jejího mobiliáře a zahrady také postupné zpřístupnění místa odborné i laické veřejnosti, organizování vzdělávacích, kulturních a reprezentativních akcí, zachování autentického povědomí o osobnosti a odkazu díla Miroslava Zikmunda. Také o fascinující historii domu, která je propojena s historií našeho města a s prvními obyvateli, s Josefem Januštkem a Elmarem Klosem, a také jeho architektky, stavitele a slavnými návštěvníky.

Čestmír Vančura

Spoluzakladatel a spolumajitel firmy Kovárna VIVA. Původně baťovskou dílnu, založenou v roce 1932, odkoupil s týmem nadšenců v r. 1992, a z nejmenší průmyslové kovárny v ČR vytvořil významného evropského hráče. Od roku 2014 působí jako prezident Zlín Film Festivalu. Je spoluzakladatelem Galerie Václava Chada, sběratelem období zlínské školy umění a prezidentem Zlínského kreativního klastru. V roce 2018 převzal ocenění EY Podnikatel roku ZK a cenu ČT za přínos v oblasti kultury. V roce 2020 přijal nabídku na odkoupení vily Miroslava Zikmunda a založil nadační fond na její obnovu.

Jak na Miroslava Zikmunda vzpomínáte a jak by měl vypadat jeho odkaz?

Byl jsem nablízku Mirkovi Zikmundovi včas, abych mu pomohl vyřešit problém s jeho milovaným domem a zahradou, a pozdě, abych s ním mohl probrat všechno, co bych spolu s mými přáteli potřeboval od něho převzít. Byl pro mě velmi vzácně konzistentním člověkem. Jeho odkaz by měl být jeho otiskem, o to usilujeme.

Kdy se do vily budou moci podívat návštěvníci?

První návštěvníky jsme chtěli ve vile přivítat už v roce 2022, ale zbrzdila nás pandemie. Nicméně nezahláme a čas do zpřístupnění domu veřejnosti využíváme kromě jiného na inventarizaci a digitalizaci materiálů, které jsou součástí vily. Organizujeme odborné přednášky a setkání pro skupiny z okruhu mých přátel, sousedů či veřejnosti, čistíme zahradu apod. a máme už připraven i projekt renovace vily, kde mj. v nových prostorách v suterénu pod terasou plánujeme místnost se zázemím pro návštěvníky. A orientujeme se v prostředí nakloněném našim plánům i v zahraničí. Rozsah programu pro veřejnost bude závislý i na podpoře, kterou získáme.

V poslední době jste se zapojil rovněž do politiky. Vzhledem k vašim aktivitám je to sice poměrně zřejmé, ale přesto – proč?

Mně se líbí zapojení různých sociálních skupin, a především střední třídy do politiky na 1 až 2 volební období, jako jsem to viděl u mých kolegů a přátel třeba v Německu a Švýcarsku. Považuji za přirozené nabídnout obci, kde žijí a pracují, své služby, a považujeme to za normální i my v našem hnutí.

Vzhledem k vaší činnosti, plánujete ještě něco dalšího?

Vila Miroslava Zikmunda nebyla v plánu, stejně jako přestavba jedné z budov na filmových ateliérech pro základní školu Jinotaj, do které se zrovna teď pouštíme. Chtěl bych ještě zkultivovat část bývalého baťovského výrobního areálu pro nové programy a vytvořit tam i prostor pro některé mé sbírky a aktivity, které ve městě chybí. Rád bych připravil moje pole, aby bylo z čeho sklízet. A je čas už myslet i na úklid svého dvora... •



Svět výběrové kávy

objevujte na www.kogicafe.cz



Negro



De Oro



De Cobre

MÍSTO, MÍSTO, MÍSTO

TEXT Redakce **FOTO** Hynek Odstrčil

V těchto týdnech se dokončuje mimořádný rezidenční projekt Anglerweg ve Vídni. Jde o jedinečné a bezchybné místo v srdci města vedle staré Dunaje. Českým investorům se tak podařil postavit projekt, který se nachází zhruba 300 metrů od sídla OSN.



Rezidenční projekt Anglerweg ve Vídni stojí na jedinečném a bezchybném místě. Jsou to takové plíce Vídně.

O projektu jsme si na podzim povídali s úspěšným developerem Jaromírem Žídkem, který za projektem stojí. Tentokrát vám ho představíme i obrazem. Zmíněný exkluzivní projekt nemovitostí na pronajatém pozemku (od tamní církve na 100 let) stojí na špičkovém místě v srdci oblasti Kaisermühlen mezi Starým a Novým Dunajem. Na prodej je 12 bytových jednotek – každá s vlastní terasou, lodžii nebo zahrádkou – v nejlepší lokalitě 22. obvodu. Nemovitosti jsou rozděleny do dvou až čtyřpokojových bytů o rozměrech asi 55 až 120 metrů čtverečních.

Ubytování kombinuje příjemnou zelenou klidnou polohu s městským komfortem. V budoucnu si mohou budoucí obyvatelé vychutnat směs pocitů z dovolené, ráje volného času a atmosféry kosmopolitního města Vídeň. Jde o místo, které je součástí rekreační zóny, rekreační zóny o rozloze stovek hektarů.

Byty se prodávají zhruba za osm a půl tisíce eur za metr čtvereční, což je na Vídeň docela rozumná cena, protože se pravidelně umísťuje na předních příčkách v žebříčku nejlepších měst pro život.



Jde o atraktivní lokalitu z hlediska možných volnočasových aktivit nabízených oblastmi Starého a Nového Dunaje.



PROČ PRÁVĚ ANGLERWEG?

A proč právě adresa Anglerweg? Z několika úhlů pohledu se jedná skutečně o jedinečné místo. Jde o atraktivní lokalitu z hlediska možných volnočasových aktivit nabízených oblastmi Starého a Nového Dunaje. Oblast přímo vybízí ke kondičnímu běhání, cyklistice, výletech na lodích nebo prostě jen k relaxačním procházkám. V bezprostřední blízkosti jsou k dispozici všechny služby, které člověk potřebuje.

Nedaleko stojí nákupní centra, školy, školky, banky a lékárny, to vše je v dosahu několika minut chůze. Veřejná doprava vás za necelých 30 minut zaveze do centra města a za necelých 10 minut do města Uno. Dálnice nabízí spojení autem ve všech směrech. •





KDYŽ SE „OBSESSION“ STANE VAŠÍ LÁSKOU

TEXT Redakce FOTO Archiv Obsession

Jsou dvě a jsou to ženy. Za butikem Obsession nestojí už jen jméno **Monika Ferby**, ale pár měsíců již spojuje své síly s Terezou Němečkovou jakožto obchodní partnerkou. Oběma jde však o ženu a její krásu a umění podtrhnout ji bez mantinelů daných věkem nebo rozměry.

„Naše klientky jsou úspěšné ženy ve svých oborech, které při své práci potřebují ostré lokty a chladnou hlavu, ale zároveň chtějí pořád být ženami a nepřijít o svou ženskost, vášeň, eleganci. To vše jim my, prostřednictvím značek, které zastupujeme, nabízíme. Klientka tak u nás může pořídit kousky, které využije v průběhu celého dne. A vše pořídí na jednom místě, což při svém pracovním vytížení, ráda ocení. Standardem je privátní nakupování s možností přivést vám, ty nejlepší kousky až domů,“ popisuje klientelu butiků Monika Ferby.

„Zajímavá je i možnost privátního buyingu, kdy pro klientku dle jejích preferencí vybíráme unikátní kousky v showroomu dané značky tak, aby měla pouze ona jediný kousek z dané kolekce,“ dodává Tereza Němečková.

Oscar De La Renta.





Oscar De La Renta.

Obsession provází klientky celým dnem

Ráno se můžete do práce obléci do kostýmku vyhlášeného amerického návrháře Oscara De La Renty, jehož jméno je synonymem pro luxus už od roku 1967 a mezi jeho klientky patří například Adele, Beyonce či Hillary Clinton.

Volný čas můžete strávit v krásných kouscích značky Agnola, která klade důraz na přírodní materiály, jako je ovčí vlna té nejlepší kvality, například kašmír, mohér, alpaca, vicuna.

Ani společenská akce s velkou večerní vás nepřekvapí s libanonským návrhářem Elie Saab. Jeho modely zdůrazňují ženskost a oslnivé materiály plné výšivek a aplikací jsou závěrečnou třešničkou na dortu každého jeho modelu.

Nabídka butiků Obsession je opravdu široká a každá žena zde může najít, právě to co vyhovuje jí.

I pohodlná móda podtrhuje ženskou sílu

Poslední novinkou je v butiku Obsession přítomnost dvou nových značek. Jde o australský brand Zimmerman, který je plný hravosti, barevnosti, nápaditosti, druhou pak je vyhlášená italská essence ženskosti značky Alberta Ferretti. Ty krásně doplňuje u klientek oblíbená značka Erdem, která mixuje romantiku s folklorem a odhaluje tu jemnější část v každé ženě.

Večer se ukládáte k spánku v našich pyžamkách Olivia von Halle. Ty nabízejí několik variant od klasických jednobarevných košilek po elegantní vzory i saténové sety.

Nabídka butiku je opravdu široká a každá žena zde může najít právě to, co vyhovuje jí. Butik se neustále snaží reagovat na aktuální potřeby klientek, kdy se móda stává více pohodlnou, ale přesto pořád podtrhuje ženskou sílu.



*Tereza Němečková,
spolumajitelka butiku*



Oscar De La Renta.

NA VÝLET? DO NEKONEČNA A JEŠTĚ DÁL!

Asi nejexotičtější výlet můžete absolvovat se společností Virgin Galactic miliardáře Richarda Bransona. Vezme vás totiž do vesmíru. Stačí mít jen pohromadě peníze na letenky, které začínají na ceně 450 000 dolarů, tedy necelých 10 milionů korun. Sám Branson si už cestu ve vlastní vesmírné lodi vloni vyzkoušel. Přípravy a výzkumy pro absolvování cesty přitom trvaly více než deset let.

Firma nabízí tři druhy letenek. Můžete si koupit buď jedno místo (za výše uvedenou sumu), skupinovou letenku, pokud chcete letět s přáteli, nebo si zarezervovat celý šestimístný raketoplán.

Lod' SpaceShipTwo nabídne zákazníkům hodinový zážitek, raketa je vynese do výšky přibližně 80 kilometrů, což je uznávaná hranice vesmíru. Před návratem na Zemi cestující okusí i několikaminutový stav beztíže. Virgin Galactic hlásí, že v pořadníku má už 600 zájemců.

virgingalactic.com



UMĚNÍ V PODLAZE



Umělecké dílo nemusíte mít jen na stěnách, ale i v podlaze. Pokud si tedy pořídíte unikátní, ručně vykládanou kazetovou podlahu Segreti se zlatými vložkami z italské dílny Foglie d'Oro.

Lakované kazety o rozměru 1000 mm x 1000 mm jsou kartáčované a ručně hoblované, aby dosáhly efektu postaršení. Společnost Valen & Masar, dodavatel zakázkových dřevěných podlah od nejlepších světových podlahářů, toto umělecké dílo dodává v ceně 290 eur za metr.

VLASTNÍ OSTROV? ŽÁDNÝ PROBLÉM.

Aristoteles Onassis, Ted Turner, Richard Branson, rodina Rothschildů, Rockefellerů nebo Du Pontů, Dysneyů či Bacardiů, ale také celebrity jako John Lennon, Marlon Brando, Claudia Schifferová, Mel Gibson, Gene Hackman, Johnny Depp. Ti všichni vlastnili svůj soukromý ostrov. Možná vás ale překvapí, že taková vychytávka není až tak nedostupná. Ostrovů na prodej jsou po celém světě tisíce. A dokonce i v Chorvatsku, tedy, že v dojezdové vzdálenosti autem. V naší nejpoblábnější dovolenkové destinaci se nachází 1185 ostrovů, z nichž jen 66 je obydlených. Ty ostatní čekají na vás.

V nabídce realitních kanceláří, které se na Chorvatsko zaměřují, takové nabídky běžně najdete. Ceny se pohybují od zhruba 10 eur/m². Jak už to u takovýchto realit bývá, horní hranici kanceláře skrývají pod heslem „bližší informace v RK“.



NEJDRAŽŠÍ LAHEV

O netradičních investicích do uměleckých předmětů v tomto časopise píšeme, populární jsou ale také investice do lahví alkoholu. Nemusíte ani chodit na aukce, vše se dá pořídit i v e-shopu. Pokud by vás zajímalo, jakou nejdražší lahev alkoholu si na českém trhu můžete takto koupit – tedy zaškrtnout si zboží v nabídce, přesunout do košíku, vybrat si způsob dopravy a zaplatit kartou nebo převodem – pak je to nejspíše láhev single malt whisky Glenfiddich 1937 Rare Collection 64Y 0,7L 47.8%. Na e-shopu excaliburshop.com stojí 10 773 011 Kč (vč. DPH). Výhodou je, že dopravu máte zdarma – můžete si vybrat například ČP Balík do ruky nebo si ji vyzvednout v některé uložence. Bohužel dobírka v nabídce není.

Za tyto peníze získáte poslední volně prodejnou lahev tohoto druhu na světě. Glenfiddich 1937 byla lahvovala v roce 2001, po 64 letech zrání. Jak se píše v „popisu produktu“, v sudu č. 843 zůstalo po tolika letech zrání množství, které vystačilo na pouhých 61 lahví. Zrání tohoto sudu pečlivě střežilo deset po sobě se střídajících malt masterů věhlasné skotské palírny.



KOLEKCE SOLARIS

Pokud si podobnou lahev, jako je zmíněný Glenfiddich, chcete přece jen otevřít, potřebujete i odpovídající poháry. Kolekce Solaris od legendární firmy Moser se odlišuje úchvatnou hrou s odrazem světla a slunečních paprsků, která zvýrazňuje její pozoruhodnou krásu. Působí jemně a elegantně. Karafa a sklenice jsou broušeny na 12 hran, ve kterých se třpytí vrstva 24karátového zlata na dně odlivky. Masivní spodní část tak funguje jako zrcadlo, které odráží světlo. Součástí setu je karafa (750 ml) a dvě sklenice na whisky (310 ml). Cena je 56 800 Kč.



BMW 320D – PRÉMIOVÝ ZÁKLAD



Pokud od BMW nepožadujete šestiválec, pohon všech kol či luxus nejvyšší třídy, ale nechcete slevit z úžasných jízdních vlastností, usedněte do jakéhokoli typu z řady 3.

V Česku se BMW často kupují ve vyšších specifikacích a s výkonnějšími motory, ale počet válců pod kapotou může mít klidně hodnotu čtyři. Taková auta jezdí na západ od našich hranic zcela běžně. Trojka je jeden z nejtýpčtějších a nejoblíbenějších modelů, jež mnichovská automobilka produkuje. Spadá do střední třídy, podobně jako třeba Škoda Superb. Možná nenabídne takovou praktičnost, na druhou stranu jezdí BMW opravdu mimořádně. Jde o příjemné auto na každý den: dobře vypadá, skvěle jezdí a má výkon „tak akorát“. Méně je někdy opravdu více.

CEO ZMĚNY

ZDROJ Anderson Willinger

13 hlavních CEO změn prvního čtvrtletí 2022



MARTINA KNEIFLOVÁ
EY
Country Managing Partner



LIBOR DOČKÁLEK
NordicTelecom
Chief Executive Officer



DIDIER PFLEGER
Škoda Transportation
Chief Executive Officer



DAVID VANĚK
Fortuna Entertainment Group
Chief Executive Officer



LUKÁŠ HORA
Procter & Gamble
Managing Director CZ & SK



RADEK STROUHAL
Vitkovice Steel
Chief Executive Officer



PATRICK ALEXANDRE
Hello Bank!
Chief Executive Officer



ZDENĚK ROMÁNEK
Raiffeisen Bank Romania
Chief Executive Officer



BORIS SANANES
Zentiva
Country Manager CZ



ERIK FORTGENS
ING Česká republika
Chief Executive Officer



MICHAL NEJEDLÝ
Red Bull
General Manager CZ



GIAN GIACOMO VERCESI
Nestlé Nespresso
Managing Director CZ & SK



DANIEL VAGASKÝ
Shell Czech Republic
Country Manager

Seřazeno abecedně
dle názvu společnosti



CEO

PRÉMIOVÝ MAGAZÍN
PRO TOP MANAGEMENT



Předplatné nebo jednotlivé
výtisky zakoupíte na
www.mojecasopisy.cz

A11



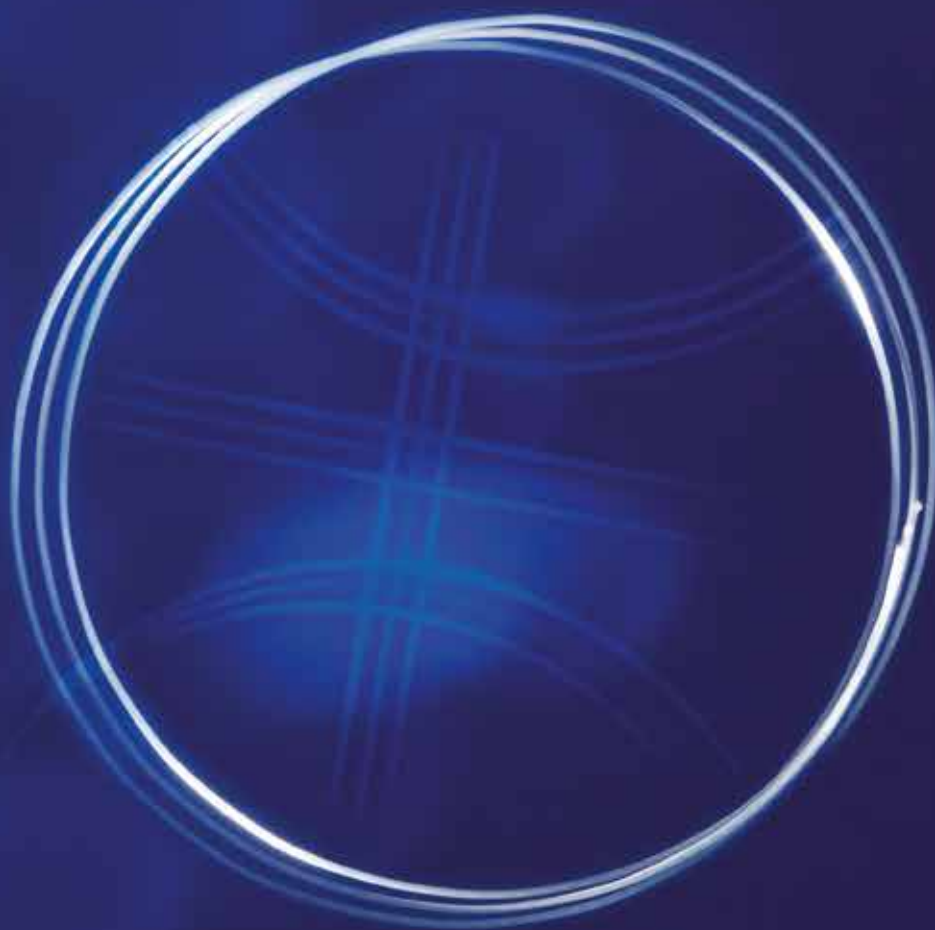
Místo pro váš klid

celoroční bazény swim spa

www.usspa.cz

objednat
katalog





INFOpower

modulární ERP systém
pro řízení stavebních firem

Efektivní řízení nákladů stavebních zakázek

Rychlé a flexibilní plánování kapacit a zdrojů

Řízená správa obchodních dokumentů

Přehledné manažerské výstupy

Svět stavebnictví na dotek



RTS a.s., Lazaretní 13, Brno 615 00, www.rts.cz
e: rts@rts.cz, t: +420 545 120 211, f: +420 545 120 210