

MF speciál DNES

Muži v byznysu

12. 4. 2024 / 14



GREEN VILLAGE

GOLF RESORT KONOPIŠTĚ

ZKOLAUDOVÁNO / IHNED K NASTĚHOVÁNÍ!



• přírodní biotop v podobě dvou jezer

• wellness & spa či sportovní vyžití přímo za okny



• u jamky č. 16 D'Este

• dvě členství v GC Konopiště ZDARMA

HLEDÁTE BYDLENÍ V PŘÍRODĚ, VÍKENDOVÝ
RELAX, NEBO BEZPEČNOU INVESTICI?

www.GREENVILLAGE.cz

MUŽI V BYZNYSU

PRAXE VS. ZÁPAL 4

Zažili divoká 90. léta, zvykali si na nové předpisy po vstupu do EU, obstáli v krizi na počátku 21. století i za covidu a v počátcích války na Ukrajině a teď těží ze zkušeností. Na záda jim už ale dýchají mladí, draví startupisté. Jak si stojí firmy založené před více než 30 lety ve srovnání s těmi novými.

PORTRÉTY A ROZHOVORY 6-10

David Martínek, komunikační agentura MediaSharks; Jan Klokočka, rodinný holding Autosalon Klokočka; David Bohbot, MASADA Security Solutions; Miroslav Kubricht, kosmetická firma Yves Rocher; Lumír Františák a Tomáš Mal, káva L'OR a cukrářství NM Desserts

HLAVNÍ JE ROVNOVÁHA 11

Generální ředitel, který vede svůj tým k úspěchu, manžel nezanedbávající svou ženu, a ještě k tomu otec, jehož tvář jeho děti znají. Snoubit pracovní a osobní život při zastávání vysokých postů není lehké.

S čím se vrcholoví manažeři potýkají, vysvětluje kouč Petr Joukl.

PRAŽSKÝ BYZNYS V ČÍSLECH 12

Takřka 700 tisíc podnikatelských subjektů, z nichž ovšem zdaleka ne všechny jsou aktivní. Tak vypadá aktuální pohled na metropoli jako hlavní středisko byznysu v České republice.

PORTRÉTY A ROZHOVORY 13-21

Pavel Hrstka, výrobce oděvů CityZen; Jaroslav Šuvarský, stavitel fotovoltaických elektráren S-Power Energies; Tomáš Kolinger, stavební společnost Freko; Lukáš Černo, leasingová a servisní společnost Birne by Direct; Ondřej Stöhr, dopravní společnost CONTI-RSC; Pavel Rydzyk, investiční skupina YD Capital; Lukáš Černík, stavební společnost Lucern

Foto na obálce: Autosalon Klokočka; foto na této straně: Shutterstock



Speciál DNES je komerční příloha MF DNES

Vedoucí komerčních příloh:

Kamila Hudečková

Koordinátorka projektu:

Jana Blažková

Inzerce:

MAFRA, a. s., Karla

Engliše 519 /11, Praha 5

150 00

Regionální obchod

Martin Uttner

martin.uttner@mafra.cz

Mobil: 734 517 276

Oddělení pro klíčové zákazníky

Václav Famera

vaclav.famera@mafra.cz

Mobil: 602 658 922

INZERCE



Nabízíme expertní služby v oblasti strategického managementu a finančního řízení malých a středních podniků.

- ✓ Vyřešíme směřování vašeho podniku.
- ✓ Poradíme vám s hospodařením.
- ✓ Připravíme pravidelné reporty pro řízení.
- ✓ Povedeme účetnictví moderně a efektivně.

Naším cílem je být podnikatelům oporou na každodenní cestě k úspěchu a pomáhat jim v otázkách strategického a finančního řízení firmy.



**PORADENSTVÍ V OBLASTI MANAGEMENTU
A FINANČNÍHO ŘÍZENÍ**

**PORADENSTVÍ | CONTROLLING
REPORTING | ÚČETNICTVÍ**

BFC GROUP
 BFC GROUP

sevcik@bfcgroup.cz
 +420 777 024 810



Praxe versus zápal

Zažili divoká 90. léta, zvykali si na nové předpisy po vstupu do EU, obstáli v krizi na počátku 21. století i za covidu a v počátcích války na Ukrajině a teď těží ze zkušeností. Na záda jim už ale dýchají mladí, draví „startupisté“.

TEXT: JAN BOHATA A ADAM HEJDUK
ILUSTRÁČNÍ FOTO: PROFIMEDIA

Garáž, obyčejná dílna v suterénu rodinného domku či pár pronajatých kanceláří. Před více než třemi desítkami let obdobně byznys rozjížděly stovky podnikatelů nejen v metropoli. Jen menší část z nich prorazila na prudce se měnícím trhu, přizpůsobovala se i vkusu a požadavkům klientů a zdárně prosperuje také v současnosti.

„Největší nárůst počtu ekonomických subjektů jsme zaznamenali v první polovině devadesátých let 20. století, kdy v národním hospodářství České republiky začaly vznikat zcela nové podnikatelské struktury. A to jednak transformací velkých podniků státního sektoru, jednak vytvořením podmínek pro podnikání jednotlivých osob nebo malých skupin,“ shrnula obsáhlá Struktura ekonomické základny hl. m. Prahy, kterou vypracovali odborníci z Institutu plánování a rozvoje hlavního města Prahy (IPR).

Prudké tempo pokračovalo také na počátku 21. století. Mezi roky 2000 a 2005 se zvýšil počet registrovaných subjektů jen v Praze o 50 tisíc a v následujícím období do roku 2010 dokonce o více než

80 tisíc. Změna a postupná stagnace nastaly po roce 2012, a to zejména v kategorii živnostníků, počet v rubrice právnických osob dál rostl.

SEN O BYDLENÍ

Roky čekání a pomalé posuny v pořadníku na bydlení v obecní režii nebo placení nezbytných podílů a odpracované výrazné porce brigádních hodin ve stavebních družstvech po roce 1989 zvyšovaly touhu Čechů po novém a lepším bydlení. Nejlépe ve svém. Už tehdy se na realitním trhu objevilo několik společností, které zde úspěšně prosperují dodnes.

Městský soud v Praze v roce 1992 například zanesl do obchodního rejstříku společnost Ekospol. „Firmu jsem zakládal s tím, že jsem chtěl využít znalostí a zkušeností z Německa. Zde jsem měl možnost zblízka sledovat, jak tento vyspělý realitní trh funguje. Právě tohle know-how bylo největším bohatstvím nově vzniklé společnosti,“ uvedl Evžen Korec, generální ředitel a zakladatel Ekospolu. Společnost se věnovala hlavně výstavbě vodovodů, kanalizací či plynofikačních sítí pro metropoli a Středočeský kraj. Od roku 1996 rozjel realitní byznys s pozemky v Šestajovicích či Dáblčích, o tři roky později účetnictví zmíněné společnosti vykazovalo v kolonce kumulova-

ných výnosů první miliardu. V 90. letech na trh vstoupily další dnešní velcí hráči ve sféře developmentu, jako Sekyra group a další.

LÍHEŇ PROFESIONÁLŮ

Kdo chtěl stavět a pohodlně bydlet, musel myslet také na nezbytné technické vybavení budov. Sehnat před listopadem 1989 třeba vodovodní baterie či vybavení k rozvodu elektřiny a zajistit nezbytné odborníky k jejich instalaci, to musel zpravidla zapojit konexe a nešetřit. Branže zvaná technické zařízení budov (TZB) také postupně vychovala řadu „dinosaurů“, kteří dodnes na trhu úspěšně hrají důležitou roli. Jejich velkou přehlídkou se stal od roku 1994 například veletrh Aquatherm, jenž se v Praze postupně během 25. uskutečněných ročníků přesunul z nyní rekonstruovaného komplexu bubenečského Výstaviště do areálu PVA v Letňanech.

K vidění zde třeba býval stánek rodinného velkoobchodu Ptáček, založeného poměrně nenápadně v roce 1992. Dnes společnost se sídlem v brněnských Modřicích po rozsáhlé expanzi pokrývá síť poboček v oboru topení, plyn, voda, vybavení koupelen, inženýrských sítí, krbů a kamen všechny regiony Česka a Slovenska.

Kdo nemá za sebou desítky let zkušeností, na stole adresář plný užitečný kontaktů a stabilní kapitál na účtu, musí se do světa byznysu proboujet odhodláním, zápalem a často i vírou v úspěch. Těmito vlastnostmi jsou charakterističtí zakladatelé start-upů, tedy nových podnikatelských subjektů, které jsou inovativní a mají velký ekonomický potenciál.

Že se jedná především o doménu „mladých dravců“ svědčí například i průměrný věk start-upistů, kteří v loňském roce získali investici na rozjetí svého byznysu, který byl 37 let. Zároveň zde nacházejí uplatnění především muži, jelikož pouhých osm procent z toho byly ženy. Celkem takto české start-upy získaly loni na svůj rozvoj investice ve výši 11,4 miliardy korun.

Pro každého zakladatele start-upu jsou přirozené nejnáročnější samotné začátky. „Jak jednou řekl Sean Parker, zakladatel Napsteru a první prezident společnosti Facebook, „být podnikatelem je jako dostávat ránu pěstí do obličeje znovu a znovu. Nakonec začnete mít rád chuť vlastní krve.“ A je to přesně tak. Jako nový start-up čelíte překážkám každý den – nejistotě, zda to, co děláte, dává smysl a někdo za to bude chtít zaplatit,

skepsi vašeho okolí, ale i vlastním pochybnostem, nutností opustit komfortní zónu a rychle se naučit nové věci,“ říká Jan Čurn, spoluzakladatel a CEO start-upu Apify.

Ten se zabývá stahováním a posuzováním dat z webových stránek. Kromě komerčního sektoru využívá řešení od Apify i ten neziskový, a to například při boji s pašeráky dětí, kdy systém shromažďuje data z eskortních stránek a informace o případných podezřelých inzerátech zasílá vyšetřovatelům.

TĚŽKÉ ČEKÁNÍ NA ZISKY

Tvrdé začátky popisuje také Michal Kočí, spoluzakladatel a CEO start-upu Trime, který vyvinul multivitamin přesně na míru českému organismu. Úspěchu totiž podle jeho slov předcházela dlouhá doba vývoje s nulovými příjmy a výraznými náklady.

„Vypuštění prvního produktu na trh pro nás proto bylo velkou úlevou a každý další zcela zásadní pro rozvoj našeho byz-

11,4 mld.

korun investic putovalo v loňském roce do českých start-upů.

25

ročníků a 30 let existence oslavil veletrh AquaTherm.

80 tis.

O tolik vzrostl počet firem registrovaných mezi lety 2005–10.

nysu. Prošlapání této cesty nám pomohlo k tomu, abychom dnes nové a složitější produkty vypouštěli výrazně rychleji,“ popisuje Kočí.

To zakladatelé start-upu Iterait, a zároveň spolužáci z vysoké školy, se potýkali s jinými problémy, než je financování. Společnost například díky svojí unikátní kameře pro město provozuje auta monitorující parkování v modrých zónách.

Podle svého šéfa Adama Blažka byl v začátcích hlavní překážkou nedostatek zkušeností v obchodní stránce věci, jako byznysová strategie nebo marketing, s čímž se částečně firma potýká dodnes.

„Zvenku to často působí, že být zakladatelem úspěšného start-upu je radost, nic vás netrápí a jste za vodou. Realita je ale taková, že boj, který na startu začne, nikdy nekončí. Jen se mění druh problémů, které řešíte,“ uzavírá Čurn.

INZERCE

Zažijte život u řeky tak, jak ho v Praze ještě neznáme ve smíchovském LIHOVARU

LIHOVAR je projektem Trigemy v nové oblasti Smíchov Riverside, lemující levý břeh Vltavy. Nová rezidenční čtvrť se už z dálky hlásí ikonickými továrními komíny, pilovou střechou a fasádami z červených cihel. První obyvatelé se tak budou stěhovat v dubnu letošního roku.

Bydlení na prodej i pronájem

První etapa projektu LIHOVAR je zkolaudována a dokončována. K nastěhování je připravena na jaře letošního roku. Celý areál tří bloků nabízí byty s dispozicemi od malých 1+kk až po velkorysé 5+kk, včetně nadstandardních dispozic či bydlení v penthousu. LIHOVAR nabízí vlastní bydlení i pronájem, obojí v té nejvyšší kvalitě a standardu. Zájemci mohou navštívit vzorový byt o dispozici 2+kk.

Nejvyšší standard pronájmu

K dispozici jsou nadstandardně zařízené a plně vybavené nájemní byty s dispozicemi 1+kk až 5+kk, které navazují na celkový industriální charakter nové čtvrti. Nájemní bydlení v LIHOVARU vyniká nejen architekturou a službami, ale i důmyslným řešením dispozic a technologickým

vybavením v souladu s vysokými standarty konceptu Developer Of Different.

V rámci první etapy jsou k dispozici školka, bistro, prodejna smíšeného zboží i kadeřník. Součástí druhé etapy bude parter a dvě podlaží věnované společenskému životu a gastro zážitkům. Kromě celé řady restaurací a kaváren v jednom z největších pražských foodmarketů nabídne LIHOVAR na 4500 metrech čtverečních i supermarket a další lokální obchody a služby.

Výjimečná lokalita

Lokalita Smíchova je výjimečná svou polohou v blízkosti Císařské louky a Dívčích hradů, řeky i strategickým umístěním s rychlým napojením na dopravní uzly (MHD i vlak) či spojení ven z města (Městský okruh). Dopravní dostupnost ještě posílí rekonstrukce smíchovského nádraží na moderní dopravní terminál, Radlická radiála, která uklidní automobilovou dopravu v okolí nebo Dvorecký most spojující Smíchov s protějším břehem Prahy 4, do Žlutých lázní i dále do centra.



Více o projektu najdete zde: www.lihovar.cz

Design a efektivní komunikace

David Martínek z MediaSharks stojí za stovkami projektů malých i nadnárodních společností.

Nezáleží na velikosti klienta, ale na projektu jako takovém. Design koncertu Dary Rolins, vizuální identita Leoše Mareše a jeho koncertů v O₂ areně, podoba maličkého kadeřnictví v Karlíně nebo eventové řešení pro Estée Lauder. To jsou některé z projektů, za kterými stojí David Martínek a jeho tým z komunikačních agentur Bread and Butter a MediaSharks. Oboru marketingové komunikace a reklamy, konkrétně grafickému designu, který studoval, se věnuje již 19 let.

KREATIVA PRO ŽIŽKU

Aktuálně se svým týmem kreativně podporuje celou řadu známých tváří i nadnárodních společností v různých segmentech od filmového byznysu po světové prodejce kávy. Často jde o kompletní přípravu vizuální identity, marketingové aktivity, billboardy, inzerci, TV spoty a hlavně digitální ekosystém, kam spadá mnoho kanálů moderní doby, jakými jsou Facebook, Instagram či LinkedIn. „Komunikace Leoš Mareš Turné je kompletně nadesignovaná od nás, stejně tak třeba design obsahu sociálních sítí pro Jacobs Douwe Egberts CZ. Práci našeho týmu můžete vidět skoro každý den a na každém kroku, neb našima rukama prošlo celé spektrum nejrůznějších klientů – banky, spořitelny, módní domy, obyčejná bistra či velká filmová díla, jako je třeba Jan Žižka,“ říká Martínek.



můj dlouholetý partner Matouš Peschke,“ uvádí Martínek.

IDENTITA PRO KÁVU I PARFÉMY

Zásah jeho týmů je enormní a díky úspěšným projektům je o jeho práci čím dál větší zájem. Je dvorním grafikem a designérem úspěšných osobností ze světa showbyznysu. „V poslední době řešíme hodně věcí na hudební scéně. Nejde jen o Leoše Mareše, kterému budujeme brand, staráme se o vizuály, online kanály a marketing, ale také řešíme propagaci jeho projektů až s přesahem na sales. Od září připravujeme velký koncert Moniky Bagárové v O₂ areně a máme před sebou mnoho dalších projektů, o kterých zatím ani nemohu mluvit,“ nastínil Martínek.

„Čerstvě pracujeme pro síť parfumerií Marionnaud, pro niž chystáme eventová řešení, kreativní zajištění či plánování médií. Pokraču-

jeme také ve spolupráci s Jacobs Douwe Egberts, kde letos divize Jacobs přichází s novou kampaní a identitou. My pro ně zajišťujeme sociální sítě a jejich využití v rámci influencer marketingu a dále také video produkci. Také podporujeme komunikaci pro L'OR Professional, která běží napříč celým spektrem, například pro jejich ambasadorku, cukrářku Ivetu Fabešovou, dále NM Desserts a další jejich B2B klienty,“ dodal na závěr.

O dalších jeho klientech by se dalo mluvit ještě na několika stránkách. Co-livingové studio Bro-coli, ráj pro kitesurfaře v El Gouna, práce pro skladatele Daniela Hádla... Ale peníze nejsou všechno. Martínek se angažuje také v pomoci pro mladé basketbalisty Vyšehradu, mj. také v minulosti zrekonstruoval hřiště na Pražce.

„Následně jsem se přesunul do strategického komunikačního consultingu, kde jsem pracoval zejména pro velké nadnárodní značky. Táhl mě to ale k vlastnímu byznysu, takže jsem založil malé reklamní a kreativní studio. Dnes je Bread and Butter zastřešující agentura, vedle ní pak komunikační Mediasharks, dále webdesignové studio We(b)design a audiovizuální studio Wizzard, které vede

Když před více než 35 lety vítal Jan Klokočka první zákazníky ve své garážové dílně, neměl tušení, jak se jeho rodinná společnost během následujících let rozroste. Dnes společně se syny provozuje několik firem, které tvoří holding Auto Klokočka.



Od závodů k rodinné obchodní dynastii

Za dobu existence bylo prodáno přes 114 tisíc vozů značek Škoda, Volkswagen, Audi a Kia, kterých je Autosalon Klokočka autorizovaným prodejním partnerem. Kromě služeb souvisejících s automobily dnes u „klokanů“ prodávají a servisují také motocykly nebo jízdní kola a dávají práci více než 240 zaměstnancům.

Z DRÁHY MEZI PRVNÍ POREVOLUČNÍ PODNIKATELE

„K založení dílny mě kdysi přivedla vášně pro automobily,“ říká Jan, bývalý rallye jezdec, který svůj první titul přeborníka v rallye získal už v roce 1981. „Jezdil jsem ve Škodě 100, byl to můj první vůz. Tehdy nestačilo mít na auto peníze, ale muselo se na ně čekat v pořadníku. Benzin Speciál stál 6,50 Kčs za litr, což byl na tehdejší poměry docela luxus,“ upřesňuje Jan, kdy a jak se zrodila jeho láska k motorům. Později se Jan a jeho spolujezdec Petr Gross stali mistry republiky v rallyesprintu. Když pak zvažoval, v čem podnikat, díky koníčku s vůni benzínu měl jasno hned.

Ze své dílny se Jan na začátku 90. let 20. století přestěhoval na pronajatou plochu, kde musel vybudovat parkoviště, a

založil autobazar. V roce 1990 získal mezi prvními servisní smlouvu na opravy vozů Škoda. O dva roky později začal nové škodovky také prodávat, a tak vznikla dnešní pobočka Klokočky na Barrandově.

Jak šla léta, přibývaly do portfolia Autosalonu Klokočka další služby i značky vozů. „V roce 2008 už byl Autosalon Klokočka pojem. Patřili jsme mezi největší prodejce koncernových vozů u nás. Rozhodoval jsem se, jak podnikání ještě posunout. Proto jsme vstoupili do luxusnějšího segmentu a v roce 2010 jsme slavnostně otevřeli terminál Audi,“ shrnuje Jan Klokočka.

MOTORKY A JÍZDNÍ KOLA VE HŘE

Lásku k motorům podělili také Janovi synové: Jan a Marek. Když byli kluci malí, pověsil Jan svou kariéru závodního jezdce na hřebík a plně se věnoval rodinně a podnikání. „Nechtěl jsem přijít o dětství svých synů, a tak jsem se rozhodl s náročným koníčkem skončit. I přesto, že jsem rychlou jízdu a adrenalin závodů miloval,“ vzpomíná Jan. Jeho synové se dnes aktivně zapojují do vedení firmy. Starší z nich, Jan, řídí barrandovské centrum po cyklisty – Kola Klokočka – a mladší Marek vede Centrum zánovních a ojetých vozů.

Holding od roku 2021 provozuje také Motosalon Klokočka, který se soustředí na prodej a servis motocyklů Honda.

ODKAZ AUTOMOBILOVÉHO ZÁVODNÍKA

Na Janovu závodní etapu Klokočkovi jen tak nezapomenou. Pravidelně podporují české sportovce, v minulosti například rallye jezdce, volejbalisty, hokejisty, fotbalisty a golfisty, neboť všichni tři „klokaní“ na greenu tráví většinu volného času. V automobilu od Klokočky nyní jezdí třeba cyklista Ondřej Cink a několik vozů v rámci aktuální spolupráce testuje i jeden z nejúspěšnějších českých motocyklových závodníků Lukáš Pešek.

Služby, které dnes Klokočkovi nabízejí, obsáhnou vše, co při nákupu a provozování auta, motorky nebo jízdního kola potřebujete. A to včetně zprostředkování, financování a pojištění, vlastní leasigové společnosti a pronájmu budov v blízkosti Letiště Václava Havla u Pražského okruhu. Zajistí také výkup ojetých aut nebo vám pronajmou vůz z vlastní autopůjčovny, pokud se ten váš porouchá. „I z malé české garáže můžete vybudovat impérium. Stačí jen jít za svým snem a mít obchodního ducha a trochu štěstí,“ uzavírá Jan Klokočka.

Bezpečnost je pro mě na prvním místě

David Bohbot je bezpečnostní expert, ředitel Centra pro výzkum terorismu, podnikatel v oblasti bezpečnosti a také politik.



DAVID BOHBOT, MBA

- ✦ Majitel a prezident společnosti MASADA Security Solutions se narodil v roce 1968 v Haifě na severu Izraele.
- ✦ Po skončení střední školy a absolvování vojenské služby u námořnictva se stal příslušníkem záložních výsadkových jednotek v Izraeli. Několik let žil, studoval a pracoval v USA. Kromě rodného jazyka plyně hovoří česky, anglicky a arabsky, na úrovni odborné konzultace i francouzsky.
- ✦ Je vysoce kvalifikovaným a mezinárodně uznávaným bezpečnostním expertem s mnoha zahraničními kontakty. Ve svém oboru působí jako konzultant, analytik a lektor, je ředitelem Centra pro výzkum terorismu se sídlem v Praze. Jeho obory jsou extremistické projevy islámu, bezpečnostní složky a koncepce obrany státu.
- ✦ Je občanem České republiky, ve které od roku 1996 žije a podniká.

Davide, vaše společnost má v názvu termín bezpečnostní řešení. Co si pod tím máme představit? Asi to není standardní bezpečnostní agentura?

Ne, to opravdu není. Naše portfolio je postaveno na jiných principech. Jsme specialisty na poradenství a konzultace v oblasti bezpečnosti a boje proti všem formám terorismu. Specializujeme se na výcvik a metodiku přípravy soukromých i státních složek pokrývající veškeré spektrum přípravy na výkon profese s jednotlivými stupni odbornosti, ve spolupráci s izraelskými státními bezpečnostními experty.

To zní velice sofistikovaně. Můžete nám to trochu přiblížit?

Asi se všichni shodneme, že kvalitní a tvrdý trénink je klíčem k úspěchu. Proto jsme spolu s veterány izraelských bezpečnostních sil založili v roce 1999 MASADA Akademii, která se specializuje na širokou škálu komplexních bezpečnostních vzdělávacích programů včetně boje proti terorismu a na vnitřní bezpečnost. MASADA Akademie se rychle stala předním poskytovatelem integrovaných řešení pro vládní agentury, policii, bezpečnostní složky, vojenské a komerční zákazníky po celém světě. Ale to je jen jedna část naší práce. Pochopitelně se věnujeme i dalším bezpečnostním aktivitám.

Máme si pod tím představit klasickou ostrahu osob a objektů?

To, o čem mluvíte, jsme u nás povýšili na maximum. MASADA se stará o ostrahu eventů nebo zajištění oficiálních setkání premiérů, prezidentů a VIP osob. Máme v tomto specifickém oboru velké zkušenosti a můžeme poskytnout jak místní strážce, tak příslušníky špičkových izraelských speciálních jednotek, aby zajistili bezpečnost čehokoli a kohokoli.

Takže pro VIP osobnosti děláte bodyguardy?

Ano, zajišťujeme přepravu osob a jsme schopni poskytnout i ozbrojený doprovod. Jsme schopni zajistit vozidla v kvali-

tě dle přání zákazníka včetně těch s balistickou ochranou. A to je pro naše klienty důležité. Jsou jimi nejen politici, ale i zahraniční herci a zpěváci požadující vysokou míru soukromí a bezpečnosti. K tomu se váže i naše působení ve filmovém průmyslu. Zde nabízíme komplexní zajištění filmové ostrahy, lock-up a přepravu osob. Aktivně střežíme prestižní objekty v Praze a podílíme se konzultačně i prakticky na střežení VIP akcí. Další důležitou aktivitou naší společnosti je ochrana kritických infrastruktur.

Takže dokážete vyřešit každý bezpečnostní problém?

Dá se to tak říci. Máme opravdu špičkové odborníky a tam, kam se nedostanou oni, nastoupí naše operativní technika. A to jsou drony. Jako oficiální zástupce společnosti IAI (Israel Aerospace Industries) nabízíme špičkové izraelské bezpilotní letouny, které jsou známé svou kvalitou, nejvyšší dostupnou úrovní technologií a jsou prověřené v boji. Taktické kamikaze, průzkumné a další, které mají využití v průmyslu, stavebnictví, lesnictví i zemědělství. Myslím, že dronům patří budoucnost.

Vidím, že vás asi jen tak někdo nebo něco nezaskočí. Co ale váš osobní život?

I ten je dost úzce spojen s mojí profesí. Jsem trenérem střelby a bojového umění Krav Maga. Už více než 18 let se věnuji profesionálně pojaté bezpečnostní osvětě na českých školách, kde bez nároku na honorář pořádá speciální semináře a seznamovací kurzy Krav Maga. Ale vlastně je tu i něco trochu jiného. Ve chvílích volna píšu knihy. Ty první dvě jsou ještě „v šuplíku“, ale ta nejnovější je už pro čtenáře k dispozici. Jmenuje se „Bezpečná Evropa?! Právdy a lži“ a zabývá se v ní současnými bezpečnostními problémy na našem kontinentu. Najde v ní můj pohled na válku na Ukrajině, militantní islámské imigranty i izraelsko-palestinský konflikt. Ten mě zajímá nejen proto, že z Izraele pocházím, ale hlavně proto, že se velmi tvrdě dotýká samotné Evropy. Snad se mi těmito texty podaří vysvětlit čtenářům, o co ve výše zmíněných krizích jde.

Chceme, aby nákup u nás byl zážitkem

Miroslav Kubricht je šéfem společnosti Yves Rocher pro střední a východní Evropu. Na kosmetickém impériu oceňuje především péči o zákazníky, ale i udržitelnost a digitalizaci.



VOŇAVÁ EVROPA MIROSLAV KUBRICHT JE GENERÁLNÍ ŘEDITEL SPOLEČNOSTI YVES ROCHER PRO STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ EVROPU. FOTO: YVES ROCHER

Šampony, parfémy, řada různých krémů a další kosmetické produkty společnost Yves Rocher vyrábí z rostlin, které sama pěstuje v zahradě ve francouzské obci La Gacilly. Fungování voňavého impéria nejen v Česku, ale i v dalších okolních státech řídí generální ředitel Miroslav Kubricht.

Co vás na tuto pozici přivedlo?

Popravdě, náhoda. Byl jsem osloven headhunterskou firmou a jejich nabídka z voňavého světa kosmetiky mě zaujala. Značka Yves Rocher mi od začátku dobře rezonovala nejen kvůli přístupu k udržitelnosti a přírodním produktům, ale také kvůli silnému důrazu na zákaznickou péči a servis.

Mohl byste popsat, kudy vedla vaše kariérní cesta?

Moje cesta k současné pozici CEO pro Yves Rocher v regionu střední a východní Evropy byla jakýmsi vyústěním mé dlouholeté kariéry v oblasti maloobchodu, brand managementu a mezinárodního obchodu. Začínal jsem ještě při studiích s vlastním maloobchodem, učil se z úspěchů i chyb a později jsem se už jako zaměstnanec postupně propracoval skrze různé role a odvětví, včetně sportu, módy a nyní krásy, což mi poskytlo široký přehled a porozumění pro dynamiku a výzvy v těchto sektorech. Klíčové momenty mé kariéry pak zahrnovaly různé pozice ve světově uznávaných gigantech jako Nike a Levi Strauss, kde jsem měl příležitost a čest pracovat.

Musíte kvůli práci hodně cestovat? Jak to zvládáte snoubit s osobním životem?

Ano, moje role zahrnuje řízení týmů v několika zemích, což vyžaduje častější

cestování. Ale pokud je potřeba častějšího kontaktu či to situace v dané zemi neumožňuje, tak díky využívání digitálních nástrojů mohu zůstat v kontaktu s týmy i na dálku. Klíčem je najít rovnováhu mezi profesními povinnostmi a osobním životem. Já si pracovní vytížení kompenzuji kvalitně stráveným časem s rodinou, sportem a mou velkou vášní – bezmotorovým létáním.

Loni jste spustili novou aplikaci. Máte už data o jejím využívání?

V České republice si ji za několik měsíců stáhlo a využívá více než 50 tisíc lidí. Integrace aplikace do naší celkové digitální strategie byla a je klíčová pro zlepšení zákaznického zážitku a nezbytná pro podporu našeho růstu v digitálním prostředí.

Jak je na tom vůbec obecně Yves Rocher s digitalizací?

Zaměřujeme se na integraci digitálních technologií do všech aspektů naší činnosti, od e-commerce platformy přes marketing až po zlepšení interních procesů. Digitalizace a využití umělé inteligence nám umožňuje lépe rozumět a reagovat na potřeby našich zákazníků, poskytovat personalizovanější služby a zároveň zvyšovat efektivitu našich operací. Současně investujeme do digitálního vzdělávání našich zaměstnanců, abychom podpořili kulturu inovací, profesního růstu a adaptability ve společnosti. Digitalizace je pro nás nejen o technologii, ale také o tom, jak můžeme pomoci ní podporovat udržitelnost a pozitivní dopad na společnost.

Pocítujete v posledních letech přesun zákazníků z kamenných prodejen na e-shopy?

Ano, v posledních letech jsme pozorovali trend částečného přesunu zákazníků z kamenných prodejen na e-shopy. Reagujeme na tyto změny posílením našich online platform, optimalizací uživatelského zážitku na našich webových stránkách a v aplikaci a rozvojem našich digitálních marketingových aktivit. Nezapomínáme ale na význam osobního kontaktu a zážitku v kamenných prodejnách, kde se nachází valná většina našich prodejtů. Snažíme se o synergii mezi online a offline světem, aby naše zákaznice a zákazníci měli co nejlepší zážitek bez ohledu na to, kde se rozhodnou nakupovat.

V Yves Rocher dbáte na šetrnost k přírodě. Jaké kroky jste v posledních dobách učinili směrem k udržitelnosti?

V Yves Rocher se neustále snažíme inovovat a posunovat naše úsilí o udržitelnost na vyšší úroveň. V roce 2022 jsme například snížili spotřebu plastu o 7 procent ve srovnání s rokem 2019 a zároveň jsme zvýšili využívání recyklovaného plastu v našich obalech o polovinu. S tímto trendem pokračujeme i v roce 2024, v jehož úvodu jsme představili inovativní náhradní náplně sprchových gelů, které obsahují až čtyřikrát méně plastu než klasické sprchové gely o objemu 400 mililitrů. Co je ještě zajímavější a významnější, plast použitý na výrobu těchto náplní je získáván z pobřežních oblastí, což pomáhá snižovat znečištění našich oceánů. Tyto inovace jsou součástí našeho dlouhodobého závazku k udržitelnosti a našemu neustálému úsilí o ochranu planety pro budoucí generace.



LUMÍR FRANTIŠÁK Z L'OR (VLEVO) A CUKRÁŘ TOMÁŠ MALÝ Z NM DESSERTS.

Chcete-li v Olomouci ochutnat famózní francouzskou cukrařinu, zavítejte do NM Desserts. Tomáš Malý zde tvoří mistrovská díla. Ta jsou navíc spojená s prémiovou kávou, kterou do jeho podniku přináší Lumír Františák, ředitel profesionální divize ve společnosti Jacobs Douwe Egberts Professional, pod níž spadá francouzská značka kávy L'OR.

„Z naší první schůzky s Lumírem v Praze vyplynulo, že máme oba na prvním místě kvalitu. Spojení značky L'OR s naší firmou dává lidem jasný signál: kvalita a láska k řemeslu,“ uvádí Tomáš Malý. „Za relativně krátký čas jsme s Tomášem realizovali více společných aktivit, jako je speciální kávový dezert pro Ples jako Brno nebo k uvedení filmu Bonaparte,“ říká Lumír Františák.

Příběh obou mužů je inspirativní. Tomáš Malý se díky tvrdé práci dostal mezi českou cukrářskou elitu. Z bývalého hokejisty a vyučeného elektrikáře se stal oceňovaný pastry chef. Silným partnerem mu je teď také Lumír Františák, který ho oslovil právě kvůli jeho preciznosti a umu. „L'OR je nová, moderní a celosvětově známá kávová značka. To, že

Oba máme na prvním místě kvalitu

Lumír Františák z L'OR a cukrář Tomáš Malý z NM Desserts, spojení prémiové kávy a luxusních dezertů

jsem se mohl stát jejím ambasadorem, je pro mě čest a obrovská reklama a také to značí sílu firmy, kterou jsme vybudovali,“ popisuje Tomáš Malý.

„Lumír hned na první schůzce pochopil to, za čím jdu, kvůli čemu tak tvrdě dřu. Nesnažil se mi hledat jinou nebo snazší cestu. Lumír je pro mě 1 OR a bez něj by to pro mě už nedávalo smysl. Našel jsem v něm nejen obchodního partnera, ale skvělého kamaráda jak v profesionálním, tak osobním životě,“ dodává Malý.

PISTÁCIE NA VÝSLUNÍ

A jaký je jeho vyhlášený dezert? „V prodeji ostatní převyšuje naše čoko-malina, na které máme vychytanou chuť čokoládové ganache. Dále pistáciový Paris-Brest a pistáciovo-malinový cake. Nezaměnitelnou pistáciovou chuť docílíme tím, že si vyrábíme vlastní pistáciovou pastu, která obsahuje několik druhů různě pražených pistácií. K dezertům se nám právě skvěle hodilo párování s kávou L'OR Sublime, v níž jsme našli vyváženou chuť, která neruší prožitek z dezertu. Inspirovala nás k dezertu, jehož hlavní složkou je espresso a má tvar kávového zrna. A každý komponent obsahuje tuto směs kávy,“ popisuje Malý, který v Olomouci plánuje otevřít ještě dvě pobočky, s odlišným konceptem. „V plánu je také otevření pobočky v Itálii, kde máme spoustu kontaktů a přátel. A vždy to byl náš sen. Takže pracujeme na jeho splnění,“ naznačuje rodák ze Šumperku.

Pomáhá mu s ním Lumír Františák, který má jako ředitel v Jacobs Douwe Egberts v divizi L'OR Professional na starosti vedení obchodního týmu i budování vztahů s klienty. Zajišťuje kompletní kávovou službu pro různé typy zákazníků: kanceláře, hotely a právě také kavárny.

„Hledali jsme referenční kavárnu v Olomouci a zaujalo nás moderní pojetí NM Desserts. Přesně zapadalo do stylu, který

chceme spojit s kávou L'OR. Nejdřív proběhla ochutnávka různých kávových směsí L'OR Professional a Tomášovi jsme ukázali strategii a možnosti spolupráce. Následoval test v kavárně, a protože káva chutnala, tak jsme se dohodli,“ vzpomíná Františák a pokračuje: „NM Desserts se stala naší ambadorskou provozovnou na Moravě, jde o podobnou spolupráci, jakou máme například s Ivetou Fabešovou v Praze.“

18 REFERENCÍ

L'OR Professional má aktuálně 18 referenčních partnerských kaváren, které nabízejí kávu připravenou v top baristické kvalitě. „Partnery pro kávu L'OR si pečlivě vybíráme, kavárna musí splňovat kvalitu a image značky. Kromě kaváren pijí naši kávu L'OR zaměstnanci velkých kanceláří a hoteloví hosté,“ poukazuje Františák na další partnerství se společnostmi, jakými jsou například Amazon, Arval, Danone, Marriot, Aquapalace Praha, Mama Shelter či Leo Express.

L'OR SUBLIME NÁS INSPIROVALA K DEZERTU, JEHOŽ HLAVNÍ SLOŽKOU JE ESPRESSO A MÁ TVAR KÁVOVÉHO ZRNA.

„L'OR je tradiční francouzská značka, která expanduje na celý evropský trh, a to jak s maloobchodní řadou pro domácí použití, tak s profesionální řadou pro prémiové gastro provozy. My v české divizi Jacobs Douwe Egberts jsme uvedli kávový koncept L'OR Professional jako první země spolu s Francií a Španělskem a máme radost, že kávu si oblíbily už miliony spotřebitelů,“ dodal Františák.

Hlavní je rovnováha

Snoubit osobní a profesní život není na vysokých postech výzva jen pro ženy, ale také pro muže. Ti se navíc mnohem více obávají selhání.

TEXT: ADAM HEJDUK

FOTO: ARCHIV P. JOUKLA

Generální ředitel, který vede svůj tým k úspěchu, manžel nezanedbávající svou ženu, a ještě k tomu otec, jehož tvář jeho děti znají. Snoubit pracovní a osobní život při zastávání vysokých postů není těžké jen pro ženy, ale také pro muže. S čím se vrcholoví manažeři potýkají, vysvětluje Petr Joukl, byznys kouč manažerů a majitelů firem ze společnosti Business Touch.

„Zatímco ženy se často musí vyrovnávat s podceňováním, pro muže může být stresující obava z nedostatečné razantnosti a ze selhání,“ říká.

S jakými nesnáze a problémy za vámi nejčastěji přicházejí vrcholoví manažeři?

Jedním z nejčastějších problémů je, že se jim dlouhodobě nedaří vyřešit opakující se problémy – třeba nefungující komunikaci nebo konflikty v týmu. Chtějí je ovšem zvládnout sami, ale vnímají určitá rizika a hledají hlavně podporu, průvodce, sparing partnera – někoho, s kým mohou konzultovat své představy, jak na to. Dalším důvodem bývají pochybnosti před kroky do neznáma, nejistota před neobvyklými výzvami. Může se jednat například o generační výměnu, změnu vlastníka nebo prosazení nové firemní strategie. Všichni někdy potřebujeme překonat nejistotu, potvrdit si ten správný směr. A občas máme dojem, že se ztrácíme. Není problém, že momentálně vše nejde podle představ. Ten, kdo dlouhodobě působí v byznysu, je zvyklý na střídající se období úspěchu i neúspěchu. Důležité je neztratit vůli prát se s tím, co přichází, a udržet si vlastní vizi.

Jak se liší očekávání od mužů a žen na vysokých pozicích?

V případě mužů máme tendenci tolerovat například jejich příliš direktivní styl nebo nepřiměřeně riskantní rozhodování. Spíše přehlízíme jejich neschopnost orientovat se ve vztazích, empaticky naslouchat a podobně. Naopak nedostatek sebejistoty a rozhodnosti se neodpouští. Muži proto čelí jiným nárokům, což ve výsledku opět vede k posilování ustálených názorů a předpoklů. Zatímco ženy se často musejí vyrovnávat s podceňováním, pro muže může být



Petr Joukl je byznys kouč manažerů a majitelů firem. Jako profesionální manažer působil v minulosti například v České spořitelně nebo skupině Wüstenrot. Momentálně už více než deset let působí jako **kouč a konzultant**, převážně ve společnosti Business Touch.

Business Touch je konzultační a **rozvojová firma**, která spolupracuje s managementem firem a jejich marketingovým, HR a obchodním oddělením.

stresující obava z nedostatečné razantnosti a z vlastního selhání.

Je pro takové muže stejně komplikovaný úkol sladit osobní a profesní život, jako je tomu v případě žen na vysokých pozicích?

Nalézání rovnováhy mezi profesním a osobním životem je dlouhodobým cílem každého z nás, bez ohledu na pohlaví. Často se mluví o problémech naplňování těžko slučitelných rolí u žen, ale i muži jsou vystaveni různým protichůdným očekáváním. Lze vyhovět představám a být v práci i doma současně rozhodným vůdcem, chápavým a tolerantním partnerem? Rádcem, který ví, i tím, kdo dává prostor druhým, aby se mohli učit z vlastních chyb? To vše při odpovědnosti za výsledek společné práce, za splnění cílů i

přání, při zachování zdrojů i udržení dobré nálady na palubě? Každý manažer se může dostat do situace, kdy jakákoli volba znamená, že v něčem nedostojí očekáváním.

Co s tím?

Důležitý je individuální kontext. Ten je vytvářen rolí, které přijímáme, a také kulturními vlivy. Jde především o očekávání druhých a stereotypy s tím spojené. Pro každého, kdo chce obstát, být úspěšným ve své profesi, ve vztazích, prostě ve všech klíčových rolích, je důležité hledat vyváženost. Jsem přesvědčen, že vše je o hledání správné míry – v práci i v životě. Pastí pro nás může být snaha naplnit všechna očekávání ostatních. Proto je důležité se v různých životních fázích zastavit a udělat si pořádek v tom, co je pro nás důležité – co nám stojí za to. To je spojené s naším vlastním systémem hodnot – kompasem, kterým se necháváme vést při vlastním rozhodování. Ať už v práci, nebo v soukromí. Pokud se tímto kompasem přestáváme řídit, začneme ztrácet energii a trápíme se. Nejde primárně o to, kolik času tráví manažer v práci a kolik se svou rodinou, pokud vše funguje. Ovšem, pokud se nedaří nebo dostává negativní zpětnou vazbu, projeví se konflikt rolí a rovnováha je narušena.

Objevují se v současné době nějaké nové faktory, které vytvářejí na šéfy tlak?

Objevují a jsou spojené především s novými trendy, a to například sociálními sítěmi a nyní zejména umělou inteligencí. Využití těchto nástrojů je výzvou pro manažery na všech úrovních. Klade to nároky na jejich schopnosti. Neustále být na výši, rozšiřovat své znalosti, ovládnout tyto nové nástroje, umět je využít, a to dříve než ostatní. I to je důvod, proč někteří manažeři hledají podporu. Mají pocit, že se „odpoují“, nedokážou udržet krok s těmi, kteří se novinek chytají a chtějí je okamžitě implementovat. Cíli požadavků nové generace, novým nárokům a profesním prioritám specialistů, které přijímají do svých týmů. Někdy to ústí do vyjádření: „Já jim nerozumím.“ Hodně se řeší otázky motivace, angažovanosti zaměstnanců a utváření silné firemní kultury. Z toho často vyplývá i potřeba změny manažerského stylu – to znamená vystoupit z komfortní zóny zvyku a osvojit si nový manažerský repertoár.

Byznys velkých hráčů i samotářů

Živnostníci a obchodní společnosti. To jsou dominantní složky v pražském byznysu. Krizi navzdory počet podnikatelských subjektů roste.

TEXT: JAN BOHATA

Takřka 700 tisíc podnikatelských subjektů, z nichž ovšem zdaleka ne všechny jsou aktivní. Tak vypadá aktuální pohled na metropoli jako hlavní středisko byznysu v České republice.

„V Praze bylo k 31. prosinci 2022 registrováno 670 392 ekonomických subjektů, z nich u 57,9 procenta byla zjištěna aktivita. Meziroční přírůstek oproti roku 2021 činil 12 tisíc, tedy 1,8 procenta,“ shrnula aktuální údaje Martina Kuřitková z Oddělení informačních služeb pražské krajské správy Českého statistického úřadu (ČSÚ). Pro srovnání, z celkového množství téměř tří milionů ekonomických subjektů evidovaných v České republice ke konci roku 2022 jich bylo jen o něco málo přes polovinu se zjištěnou aktivitou.

Mezi aktivními společnostmi lze nalézt hlavně fyzické osoby, jichž je podle databází více než polovina. Praha má mezi dalšími regiony nepřekvapivě nejnižší podíl zemědělských podnikatelů v republice, zato nadprůměrný podíl zahraničních fyzických osob. „Ve zbytku republiky je převaha tuzemských fyzických osob v podnikání mnohem výraznější, což je dáno charakteristikou hlavního města, které je hospodářským centrem státu a sídlem většiny významných institucí i zahraničních firem. Je zde velká koncentrace školství i zdravotnických zařízení,“ shrnula Martina Kuřitková. Výraznou převahu v této kategorii i v Praze zaujímali živnostníci.

TOP ZAMĚSTNAVATELÉ

„Hlavní složku právnických osob tvořily obchodní společnosti,“ shrnují v této souvislosti statistici. I když počet registrovaných položek v podnikatelském registru

Firmy a podnikatelé v metropoli

Počet registrovaných ekonomických subjektů



209 419

počet podnikajících fyzických osob k 31. 12. 2022, zbývající subjekty byly právnické osoby

57,9 %

tolik subjektů z celkového počtu registrovaných je skutečně aktivních

12 tisíc

je meziroční přírůstek ekonomických subjektů oproti konci roku 2021

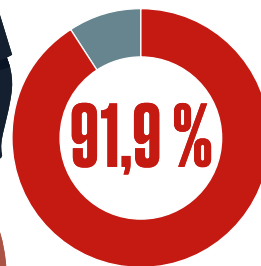
20,2 %

jsou podniky s jedním až devíti zaměstnanci

Podíl obchodních společností na právnických osobách

0,9 %

jsou velké podniky s 250 a více zaměstnanci



12 firem

se sídlem v Praze má 10 tisíc a více zaměstnanců

Zdroj: ČSÚ, IPR

působí impozantně, bezmála polovina pražských subjektů neměla žádné zaměstnance. Další téměř třetina z nich do databází neuvedla, zda někoho zaměstnává. „Ze zbývajících 20,2 procenta ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou jich většina spadá do kategorie mikropodniků s jedním až devíti zaměstnanci,“ shrnuje analýza s názvem Ekonomické subjekty v hl. m. Praze v roce 2022, vytvořená odborníky z ČSÚ.

Malých podniků s 10 až 49 zaměstnanci bylo v Praze 13,7 procenta, středních s 50 až 249 zaměstnanci 3,7 procenta. Velkých firem s 250 a více zaměstnanci necelé procento. Pouze 12 podniků v Praze zaměstnává 10 tisíc a více zaměstnanců.

V celé republice na konci roku 2022 registrovali statistici takových podniků 14. Ze 428 podniků v Česku, které zaměstnávaly alespoň tisíc zaměstnanců, jich na Prahu připadá 40,7 procenta.

Z žebříčku 12 TOP zaměstnavatelů s 10 tisíci a více zaměstnanci pět sídlilo v prvním metropolitním obvodu. Náleží mezi ně Česká pošta, České dráhy, Generální finanční ředitelství, Správa železnic a Univerzita Karlova. V pátém pražském obvodu jsou usídleny podle registrů Lidl a Albert, na „čtyřce“ Česká spořitelna. V dalších obvodech ke zmíněné 12 velkých zaměstnavatelů náleží Úřad práce ČR, Kaufland, Tesco a pražský Dopravní podnik.

I kousek oblečení může změnit váš život

CityZen vznikl v roce 2019, kdy se stal startupem roku a od té doby na sebe strhnul už spoustu pozornosti. Nejenom naprosto unikátním produktem, totiž oblečením, na kterém není vidět pot a odolá špíně, ale i oceněními, která sbírá jako na běžícím páse.

O své zkušenosti s podnikáním se s vámi podělí Pavel Hrstka, jeden ze zakladatelů úspěšné chrudimské oděvní značky a CEO CityZen.

Pavle, oblečení, na kterém není vidět pot a odolává špíně, to zní jako sci-fi. Opravdu to funguje?

Ano, funguje, a dokonce na bavlně. Je to evoluce v oblékání. Dnes vám triko může nabídnout mnohem víc než jen to, že bude dobře vypadat. V našem případě například i to, že vám dodá sebevědomí, zajistí, že budete v každé situaci vypadat skvěle, bez viditelných skvrn od pocení a stále čistí.

Pojďme do obecné roviny podnikání. Lze říci, že jste úspěšný. Máte za sebou řadu skvělých projektů, jste podnikatelem roku a máte řadu ocenění. Co je tím motorem?

Baví mě začátky firem, kdy to je živelné, musíte bojovat, mít odhodlání, dát tomu 16 hodin denně. Zvládat prohry, vymýšlet nové cesty, hodně přemýšlet a pak vytrvat. Ono se to prostě musí odmakat. Je to trochu divné, ale v životě mám rád strach. Když se bojím, tak jedu na maximum. Nikdy jsem neměl hlavní motiv peníze. Můj tatínek o mně říká, že právě proto jsem úspěšný. Nedělám věci pro peníze.

Máte pro čtenáře nějakou zajímavou překážku, kterou jste museli zvládnout?

Náročné bylo ustát rychlost změn, které se v rychle rostoucím startupu dějí. Něco nastavíte a za měsíc je to staré a špatně. Museli jsme reagovat a tlak na změny byl extrémní. Byl to dost velký punk a mnoho lidí to tempo nedalo. S nejlepším svědomím vybíráte lidi, o které nemáte čas se starat, a žijete v domněnce, že to ustojí a budou firmu milovat. Hodně lidí tu rychlost a „divokost“ nedalo a měli jsme vysokou fluktuaci.

Všimla jsem si, že máte vlastní kamenné prodejny. Proč, když dnes frčí internet?

Pořád se větší množství textilu prodá v kamenných obchodech, takže to je jeden z důvodů. Pak je naše technologie pro mnohé zázrak, kterému nevěří a chtějí se podívat na vlastní oči, že skutečně funguje. A na závěr je to motiv pracovat se zákazníkem, pečovat o něj a předávat mu emoci, která je spojena se CityZen.

Co pro vás je v podnikání nejtěžší?

Na rovinu, nevím. Předávám svoje zkušenosti na školách, neboť tam je hodně teorie, ale praktické věci pokulhávají, a tam říkám: Podnikat je hrozně jednoduché a není to atomová věda. Každé zboží či služba má svého kupce, jen musíte trochu vědět, jak na to. Před 20 lety nebylo tolik kvalitních informací a zdrojů a inkubátorů. Dnes je přístup k informacím hned. Je neuvěřitelné, jak se to posunulo.

Co byste poradil těm, kteří zvažují pustit se do podnikání?

Podnikání je řemeslo jako každé jiné. Obkladač něco umí, soustružník něco umí a k podnikání taky něco musíte umět. Ale jak jsem uvedl, je to strašně jednoduché. Mám pro vás pár konkrétních rad:

1. Bavte se o svém podnikatelském záměru s co největším počtem lidí a vynechte nejbližší. Ti často nemají odvahu vám říct, že to je blbost. A strach, že vám to někdo ukradne, je nesmysl.
2. Popište co nejvíce papírů. Nápad v hlavě není podnikání.
3. Definujte si konkurenční výhodu, tedy proč mám koupit právě váš produkt či službu, a nikoliv od konkurence.
4. Každý byznys musí mít ekonomiku, takže ji postavte a

vytvořte. Tržby, náklady. A co je na konci? Zisk. Udělejte to alespoň na tři roky.

5. Kapitál chtějte od banky a nehledejte hned investora. Je to levnější. V médiích se pořád píše o startupech a investorech. Samá „pozlátka“, narůžovělé příběhy, které nemám rád, a jsou pro ty firmy, kde je špatně postavená ekonomika a banka jim prostě nepůjčí, protože je byznys na vodě.

Co byste nám řekl na závěr svého příběhu?

Nemám rád slovo motivace, jeho hodnota je degradovaná. Rád se bavím s kolegy na téma: Co potřebuješ pro svoji práci, abys ji miloval? Je to sakra těžká otázka a zkuste si na ni cvičně odpovědět.



Fotovoltaika už není

Mimořádné možnosti nabízí využívání čisté, sluneční energie. Platí to také v době rostoucích nákladů na elektřinu. Velký nárůst zájmu českých domácností o dostupné obnovitelné zdroje energií hlásí i zástupci firem ze solárního byznysu.

Šetřit téměř na všem se učí v posledních měsících české domácnosti. Platí to také o nákladech na energie, představujících poměrně tíživou položku na výdajové straně domácího účetnictví. Hledají proto způsob, jak co nejvíce ušetřit. Zájem pak pocítují firmy zabývající obnovitelnými zdroji energií.

„Způsobilo to enormní nárůst zájmu o obnovitelné zdroje, zejména o fotovoltaiku,“ potvrzuje tyto zkušenosti Jaroslav Šuvarský, jeden ze zakladatelů a jednatelů společnosti S-Power Energies, s. r. o., a zároveň průkopník s více než desetiletými zkušenostmi v oblasti fotovoltaiky a tepelných čerpadel. Své zkušenosti získal a nadále kultivuje a předává v České republice, španělské Mallorce i v Anglii.

Změnily covidové restriky a poté ekonomická krize a válka na Ukrajině vztah Čechů k solární energetice?

Rozhodně. Kvůli nejistotě a inflaci museli lidé začít šetřit prakticky na všem. V oblasti energií to platilo dvojnásob. Náklady na energie totiž tvoří výraznou část rodinného rozpočtu a cenový skok byl ohromný. To způsobilo enormní nárůst zájmu o obnovitelné zdroje, zejména o fotovoltaiku. S tou se dá docílit snížení nákladů na energie nejrychleji a nejjednodušeji.

Stačí vašim zákazníkům k dosažení úspor jen instalace a využití obnovitelných zdrojů energií?

Nyní přicházejí na řadu další opatření, která mají pomalejší a dlouhodobější charakter – například se jedná o různé formy zateplení, výměny oken nebo výměny elektrokotlů, místo kterých se instalují tepelná čerpadla.

O kolik instalací se ve vašem případě jedná?

Nárůst zájmu o obnovitelné zdroje ilustruje i počet našich instalací. Za dobu fungování naší společnosti jsme jich provedli přes 11 tisíc, z toho velkou část právě v posledních letech.

Komu a kdy se podle vašich zkušeností vyplatí instalovat solární panely?



JAROSLAV ŠUVARSKÝ
SPOLUZAKLADATEL
A JEDNATEL SOLÁROVÉ
SPOLEČNOSTI S-POWER
ENERGIES.
FOTO: S-POWER ENERGIES

Při současných cenách energií, nízkých cenách technologií a štedrém dotačním podpoře se fotovoltaika vyplatí prakticky každému.

S jakými náklady musí zákazník počítat, pokud se rozhodne pro instalaci panelů třeba v klasickém rodinném domě?

U menších rodinných domů vyjde pořízení 6kWp fotovoltaiky s bateriovým úložištěm v průměru na nějakých 300 tisíc korun. Polovinu z této částky, tedy 150 tisíc korun, navíc pokryje dotace.

A jaká je rentabilita takové investice?

Návratnost takového systému se pohybuje kolem šesti až sedmi let.

A co když si takové zařízení chce pořídit třeba sdružení vlastníků bytových jednotek v činžovním domě či v paneláku?

Dnes už fotovoltaiky zdaleka nejsou výsadou jen rodinných domů. Od loňského roku je možné sdílet solární energii i v bytových domech, takže se pořízení fotovoltaiky vyplatí i obyvatelům sídlišť. Pořizovací náklady se odvíjejí od velikosti domu a jeho střechy, ale v průměru vychází cena u domu o 12 bytech zhruba na 950 tisíc korun. I tady jsou štedré dotace, takže ve výsledku se investice pohybuje kolem 550 tisíc korun. Návratnost je rychlá, může to být už něco mezi čtyřmi a pěti lety.

Jen výsadou baronů

Podporuje podle vašich zkušeností například stát, ale třeba i krajské úřady a další instituce dotačními programy, informačními kampaněmi a podobně dostatečně zájem a znalosti Čechů o pořízení solárů?

Podpora od státu je obrovská. Jejím cílem je navýšit poměr obnovitelné energie v energetickém mixu naší republiky a tím dosáhnout snížení emisí. V současnosti jde ale především o zvýšení energetické nezávislosti a bezpečnosti Česka.

V jaké výši a od koho lze v současnosti získat příspěvek?

Pro domácnosti je tady dotace programu Nová zelená úsporám (NZÚ) na instalace fotovoltaik, tepelných čerpadel i jiných opatření. Týká se to například zateplení, výměny oken, nabíjecí stanice a podobně. U fotovoltaiky dotace aktuálně dosahuje až 160 tisíc korun.

Platí to také pro investice třeba pro větší objekty?

Pro bytové domy je dostupná obdobná dotace, která pokrývá až 50 procent uznatelných nákladů. Štědrou podporu můžou čerpat dokonce také obce a firmy v rámci výzev Modernizačního fondu. Aktuálně je jich vypsáno hned několik.

A naopak, co by třeba podle vás bylo vhodné pozměnit z hlediska legislativy, výše a dostupnosti dotací a podobně, aby se dále zvýšila motivace pro pořízení těchto zdrojů?

Za nejdůležitější považuji edukaci trhu. A to proto, aby lidé věděli, jaká opatření mohou udělat, jaké mohou čerpat dotace a co jim to přinese. Stále se setkáváme s lidmi, kteří vůbec netuší, že je třeba možné instalovat FVE na bytové domy a že je možné k tomu čerpat tak výhodné dotace. Hodně bych ocenil, kdyby distribuční poplatky za transport energie byly účtovány podle toho, na jakou vzdálenost se energie posílá. Výrazně by to posílilo chuť stavět decentralizované zdroje v místě, kde se energie rovnou spotřebuje. Vedlo by to ke stabilizaci energetické sítě. Zároveň by to pomohlo sdílení mezi sousedy nebo v projektech komunitní energetiky, které by díky tomu byly extrémně výhodné.

Kdy a proč jste se vlastně vy sám rozhodl působit právě v solárním byznysu?

Pro mě osobně je jednou z nejvyšších hodnot svoboda. Chápu ji v širším kontextu, takže do toho pojmu zahrnuji i svo-

vodu finanční a energetickou. Logickým krokem, jak obojího dosáhnout, bylo postavit dům, který bude maximálně nezávislý a bude mít nízké provozní náklady. Vedle toho mě odjakživa bavily technologie. Mé zájmy a vnímání světa se tak přirozeně propojily. První elektrárnu jsem si sám postavil už v roce 2008, a to ve vlastním domě. Tehdy jsem se rozhodl pomáhat k větší nezávislosti i ostatním. Opustil jsem proto lukrativní pozici IT manažera a začal podnikat ve fotovoltaice.

S FOTOVOLTAIKOU SE DÁ DOCÍLIT SNÍŽENÍ NÁKLADŮ NA ELEKTRICKOU ENERGIÍ NEJRYCHLEJI A NEJJEDNODUŠEJI.

Máte tedy mnohaleté zkušenosti. Jak se podle vás za roky působení na trhu solární obor změnil?

Za dobu, co se v oboru pohybují, proběhlo mnoho změn. Nejvíce se proměnilo vnímání fotovoltaiky jako takové. Dříve byla výsadou takzvaných solárních baronů, dnes si ji může dovolit každý. Solární elektrárny se staly běžnou součástí novostaveb a vyplatí se už i bez dotace. Cena technologií od roku 2008 klesla o 80 procent. Technologie jsou navíc lepší a efektivnější. Extrémně narostlo použití akumulace – a to jak do baterií, tak takzvané „do vody“, kdy se voda díky sluneční energii ohřívá zdarma.

Překvapilo vás během této doby něco?

A to ať příjemně, či naopak?

Ohromně mě těší zájem o elektrárny ze strany bytových domů, což byla dlouhou dobu opomíjená oblast.

Jaké trendy podle vás čekají vaši branži v blízké budoucnosti? A to nejen z pohledu podnikatele, ale také klienta?

Co se týče trendů, jedním z nejsilnějších je podle mě přechod od klasických energetických tarifů na spotové ceny (cena elektřiny se v průběhu dne mění podle nabídky – poptávky), což se odráží v následné regulaci v rámci spotřeby. Energií spotřebovávám, když je levná. Naopak při drahých cenách využívám vlastní energii uloženou v bateriích. Takový přístup vede k extrémnímu snížení nákladů na energii. Dalším nastupujícím megatrendem je, respektive bude,

možnost sdílení energie a komunitní energetika.

Co to znamená?

Zjednodušeně řečeno, můžu poslat energii z chaty, kde mám na střeše fotovoltaiku, do bytu v paneláku nebo třeba babičce. To bude možné od července 2024.

Bude něco podobného fungovat také ve větším rozsahu?

U měst a obcí je nově možné sdílet energii z fotovoltaiky na jednom objektu i do ostatních budov. Typicky může jít například o fotovoltaiku na škole. Ve chvíli, kdy pro energii z elektrárny není ve škole využití, můžu ji poslat třeba na stadion, kde se spotřebuje. Dalším významným trendem je elektromobilita, která s fotovoltaikou úzce souvisí.

Energie ze slunce ale nepředstavuje jediný obnovitelný zdroj.

Pokud se podíváme i na jiné obnovitelné zdroje, obrovským nastupujícím trendem jsou instalace tepelných čerpadel, což naplno vidíme ve zbytku Evropy. Právě v oblasti tepelných čerpadel očekávám podobný boom, k jakému došlo u fotovoltaik od roku 2016. Trh s tepelnými čerpadly exponenciálně poroste. Ovšem pokud jsem před chvílí zmiňoval nutnost vzdělávat trh, u tepelných čerpadel to platí ještě víc než u fotovoltaiky. Není totiž čerpadlo jako čerpadlo a jen některá přinesou kýžené úspory.

ENERGIE NEJEN ZE SLUNCE

S-Power Fotovoltaické elektrárny montuje v Česku, na Slovensku, Anglii a Španělsku od roku 2008. V průběhu této doby se na firmu obrátilo 11 tisíc zákazníků.

80 procent Přibližně o tolik klesla cena solárních technologií od roku 2008.

300 tisíc korun Přibližné náklady na pořízení 6kWp fotovoltaiky s bateriovým úložištem pro menší rodinný dům. U bytového domu o 12 jednotkách náklady na fotovoltaiku vyjdou zhruba na 950 tisíc korun.

160 tisíc korun Představuje průměrná dotace v rámci programu Nová zelená úsporám. Například v letech 2014–2021 přispěl program na energetické úspory více než 74 tisícům příjemců celkem 16 miliardami korun. Informace lze najít na webu www.novazelenausporam.cz

Předání z otce na syna a zábava začíná...



Freko je na trhu 33 let a prošlo úspěšnou generační výměnou ve vedení firmy. O tom a nejen o tom jsme si povídali s generálním ředitelem Tomášem Kolingerem starším.

Firma Freko byla založena v roce 1991 jako úzce specializovaná firma na frézování komunikací a letištních ploch.

Freko dosáhlo Kristových let. Co se vám za těch 33 let podařilo?

V průběhu 33 let jsme se etablovali na trhu v ČR jako jednička v oboru frézování, ale došlo také k rozšíření činností, především v rámci diverzifikace portfolia poskytovaných služeb. V současné době funguje ve Freku vedle divize frézování také divize komunálních služeb, která zahrnuje letní a zimní údržbu komunikací a údržbu zeleně. Dále pak stavební divize, která se specializuje na stavby komunikací a zpevněných ploch a v neposlední řadě pak divize nakládání s odpady.

A jak se vám daří dnes?

Moc rád bych odpověděl pozitivně, ale je to jako v každé jiné středně velké firmě jako na toboganu. Jednou nahore, jednou dole. Svádíme tuhý boj o zakázky s konkurencí, kde v poslední době stále více narážíme na nesmyslnou cenovou politiku velkých korporací a inhouse městských firem (*obdoba příspěvkových organizací*) a státních firem. Narážíme na své limity v rámci stále narůstající byrokracie a EU normativů. Trápí nás nedostatek pracovních sil a neustálé náborové ataky na naše kvalitní kmenové zaměstnance ze strany velkých korporátních firem a městských molochů. Ale vedle toho se nám daří získávat a realizovat řadu úspěšných projektů např. v oblasti parkových úprav, z nichž některé z nich byly oceněny i prestižními cenami. Taková práce nám dělá radost. Vážíme si toho, že naše společnost byla oce-

něna ve 26. ročníku „Českých 100 Nejlepších“ v kategorii stavebnictví & doprava.

Chystáte se na generační výměnu?

Díky mému synovi máme již toto období generačního předání za sebou. Formálně i fyzicky jsem mu předal kormidlo od vedení firmy již před třemi lety. Bylo to k výročí 30 let založení Freka a také jako dárek k jeho třicetinám. Aspoň se mi to dobře pamatuje.

Jak se vám spolu pracuje?

My už jsme si tandemovou spoluprací vyzkoušeli před lety ve sportu. Jednalo se o okruhové závodění, kde půlku závodu odjede jeden pilot a druhou ten druhý. Již tam se ukázalo, že já jsem spíše srďač se sklony k riskování, kdežto syn je rozvážný se smyslem věci do detailu promýšlet. Takže zatímco já jsem páčil při trénincích gumy na tratí, tak on seděl v klidu na simulátoru nebo u telemetrických dat s mechaniky. Výsledek byl logicky ten, že on byl ten s lepšími časy, ale dohromady to fungovalo, takže jsme dost závodů tehdy vyhráli. Podobné je to i dnes ve firmě. Jeho rozvaha a analyticko ekonomické smýšlení dávají potřebný ohradník mému vizionářství se sklonem k riskování. A někdy jsou naše debaty, jak se říká, i s plameny od výfuku! Ale to k tomu prostě patří. Mám hodně známých obchodních partnerů, kteří nemají komu firmu předat a trápí je co dál. Jsem šťastný, že já tento problém řešit nemusím a navíc mohu v přímém přenosu sledovat profesní růst syna, kterého pohání nadšení pro společnou věc.

Takže máte najednou spoustu volného času? Jak s ním naložíte?

Když vím, že rutinní chod firmy je v synových rukou, mohu se věnovat novým projektům. Ponechal jsem si na bedrech některé procesy, které mě baví – marketing a PR, ICT technologie a projektové řízení některých jednorázových akcí. Za implementaci CRM systému mě nejdříve manažeři proklínali a nyní jsou v pohodě, protože mají všechny informace pohromadě. Vizionářství je holt někdy tvrdý chleba. Jinak úbytek rutinních pracovních povinností jsem okamžitě přetavil v návrat do vod, kde mi kdysi dávno bylo dobře. Vrátil jsem se aktivně k muzikantství. Zavřel se do studia se skvělými muzikanty a splnil si svůj sen, natočit si svoje debutové, sólové album. Vyšlo před pár dny, jmenuje se Král ohňů.

S Birne na cestě k bezstarostné mobilitě

Birne by Direct, česká firma, kterou definují slova bezstarostnost ve spojení s operativním leasingem. Zdá se vám to nepropojitelné? Nejenže to lze, ale také to funguje.

O tom, proč vzniklo Birne, čím se odlišuje od ostatních a kdo jsou jeho zákazníci, jsme si popovídali s Lukášem Černo, CEO Birne.

Proč vlastně Birne vzniklo?

Birne vzniklo, aby běžným spotřebitelům a malým podnikatelům doprálo jednoduchý život s autem. V podstatě nabízíme klientům možnost užívat auto jako službu, místo aby ho vlastnili, čímž jim chceme ušetřit čas, starosti a peníze. Vlastnění auta je časově a finančně náročné. Při jeho pořízení musíte typicky navštívit několik dealerství (širokou nabídku různých značek zřídka najdete na jednom místě), vyjednávat o ceně, shánět nejvýhodnější financování, pojištění. Když už auto užíváte, musíte řešit pojistné události, pokuty, kde a za kolik auto servisovat, přezouvat nebo prodávat. V Birne platíte jednu fixní měsíční částku a všechny tyto starosti řešíme za vás, navíc umíme vyjednat s dodavateli lepší ceny, a tak vám nešetříme jen čas, ale i peníze.

Tohle zní jako operativní leasing – jak se od něj vaše služba liší?

Standardní operativní leasing je orientovaný spíše na velké společnosti a nikdo se pořádně nevěnuje drobným spotřebitelům a podnikatelům. Na trhu nám chyběla skutečně proklientská služba, odpovídající nárokům dnešního spotřebitele, který nemá rád dlouhodobé závazky, omezení, háčky ve smlouvách, případně těžko dostupnou zákaznickou podporu. To všechno se snažíme v naší službě odstranit a klientům maximálně zjednodušit život s autem, a ještě jim vytvořit skvělý zážitek z naší služby. Uvedu několik konkrétních příkladů. V našem e-shopu na birne.com pořídíte auto na pár kliků a bude vám k tomu stačit pouze občanka a řidičák. Nemáme žádné zdlouhavé schvalovací procesy, kde bychom po vás požadovali všemožné výkazy, a tak prakticky do 2 dnů od online rezervace můžete jezdit. Vybráte přitom z více

než 10 značek a zhruba 30 modelů, které máme skladem na jednom místě. Kromě standardních tarifů se závazkem nabízíme klientům i zcela unikátní flexibilní tarif, kdy klienti mohou auto vrátit kdykoliv po 2 měsících užívání a nejsou omezeni ročním limitem nájezdu kilometrů. Navíc všechno se snažíme dělat lidsky a přátelsky, takže jakékoliv problémy neřešíte přes kontaktní formuláře, ale živě po telefonu s naším týmem klientské péče.

Pro koho je Birne vhodné?

Pro každého, kdo chce odhodit starosti spojené s vlastnictvím vozidla za hlavu. Pro ty, kteří chtějí být flexibilní, nechtějí se zabývat servisem, výměnou pneumatik ani jinými problémy spojenými s vlastnictvím auta. Pro ty, kdo očekávají, že v případě servisu auta rychle získají náhradní vozidlo. Pro ty, kteří nechtějí ztrácet čas pořizováním dálničních známek. Jsme odborníci, kteří se postarají o vše potřebné, aby bylo využívání auta co nejpříjemnější a bez zbytečných starostí. To zahrnuje i situaci při vrácení vozidla, kdy nejsme přísní na drobné poškození nebo oděry do výše 5 000 Kč až 10 000 Kč dle tarifu.

Jak vidíte budoucnost vaší služby v České republice?

Já věřím, že popularita bude výrazně narůstat. Dnes je v Čechách zhruba každé páté nové auto pořízeno formou operativního leasingu a jeho popularita zejména u domácností a malých firem výrazně roste. Pro srovnání, v Německu je to už téměř každé druhé auto s tím, že popularita tam taky pořád roste – zejména co se týče flexibilních forem užívání. Ten trend je tedy jednoznačný a v podstatě odráží potřebu lidí zjednodušovat si život a šetřit čas. Kdysi jsme si neuměli představit, že jednou budeme nakupovat potraviny online a kurýr nám je doveze do 90 minut. Dnes je to běžné a mnoho lidí si již nedokáže představit, že by trávili čas v supermarketech. Myslím si, že v blízké budoucnosti bude podobně pro mnoho lidí potřeba vlastnit auto minulos-



tí, až si uvědomí kolik času a starostí šetří jeho užívání ve formě služby.

Proč vlastně název Birne?

Jméno Birne nám dobře znělo. Navíc v němčině to kromě hrušky znamená i hlava nebo žárovka. Je to tedy, jako kdyby se vám nad hlavou rozsvítila žárovka – dobrý nápad.

CONTI-RSC: Z malé rodinné firmy lídrem trhu

„Děláte-li něco dlouho, poctivě a baví vás to, zákonitě se to pozitivně projeví,“ říká jednatel Ondřej Stöhr.

Z malé rodinné dopravní firmy s jedním kamionem a jedním řidičem se během 28 let stala jednička v oblasti silo cisternové přepravy v České republice. Společnost CONTI-RSC dnes disponuje moderním vozovým parkem o 102 vozidlech, zaměstnává 130 lidí a její řidiči ročně najezdí miliony kilometrů. O historii i úspěších firmy jsme si povídali s jednatelem Ondřejem Stöhrem.

CONTI-RSC je největší tuzemská společnost zajišťující silo cisternovou dopravu. A téměř 30 let na trhu je pro rodinnou firmu také velký úspěch. Čím si to vysvětlujete?

Jako firma brzy oslavíme tři dekády na trhu, ale rodina Stöhrova se vlastně v dopravě pohybuje již tři generace. A v tom to podle mě je – děláte-li něco hodně dlouho, poctivě a baví vás to, někde se to zákonitě pozitivně projeví.

V oblasti dopravy se tedy pohyboval již váš dědeček, ale společnost CONTI-RSC založil až váš otec Radek. Jaká byla jeho motivace a proč se později pustil do přepravy sypkých materiálů?

Otec se kolem aut pohyboval v podstatě odmalička, po škole pracoval jako opravář a řidič. Po revoluci začal v dopravě podnikat jako fyzická osoba, jednoduše proto, že se chtěl rozhodovat sám za sebe. Založení společnosti byl další logický krok. A proč sypké materiály? V dané době tento typ dopravy v Česku téměř nikdo nezajišťoval, existovala zkrátka díra na trhu, a tedy dobrá příležitost.

Vedení společnosti momentálně přechází na vás a vašeho bratra. Odkdy jste se ve firmě začali angažovat?

Vlastně od dětství. Už jako kluci jsme třeba myli auta nebo pomáhali při opravách. Já si hned v 18 letech udělal řidičák i na nákladní soupravy a vedle studia jsem o víkendech a přes prázdniny jezdil s nákladním autem. Oficiálně jsme se s bratrem do firmy začlenili od roku 2017. Dnes jsme vedle táty a mámy dalšími jednatelem společnosti. Já mám na starosti



ONDŘEJ STÖHR,
JEDNATEL
CONTI-RSC.
FOTO: ARCHIV
FIRMY

obchodní záležitosti a administrativu, bratr Radim technické záležitosti a servis.

V posledních deseti letech prošla firma poměrně dynamickým vývojem, v roce 2021 jste se díky akvizici LASIUS Group stali největším silo cisternovým přepravcem v České republice. Co bylo impulzem pro rozvoj?

Když jsme se s bratrem zapojili do vedení společnosti, podařilo se nám přinést nové impulzy, to dle mého firmu hodně posunulo. V roce 2016 jsme založili sesterskou firmu MADÍ Servis. Rok 2017 se nesl v duchu vývoje digitální platformy speciálně vytvořené pro dopravní firmu. V roce 2019 jsme pak výrazně proměnili náš koncept fungování dopravy, kdy jsme cíleně zlehka snížili objem přijatých zakázek, díky čemuž jsme mohli zvýšit efektivnost. Přínosem bylo více než zdvojnásobení zisku. V roce 2021, mimochodem přesně 20 let od pořízení prvního sila, došlo ke zmiňované akvizici, díky níž dnes jezdíme s více než stovkou souprav a jako jednička našeho segmentu.

Řešili jste i nějaké větší krize?

Nechci nic zakřiknout, ale velké krize se nám zatím vcelku vyhýbají. Napadá mě

snad jen hackerský útok na naši počítačovou síť v roce 2013, kdy jsme přišli o mnoho dat. Roku 2018 pak přišel extrémní nárůst zakázek, vlivem nízké nezaměstnanosti jsme ale neměli dostatek řidičů. V roce 2022 jsme se zase museli vypořádat s mimořádným a velmi rychlým nárůstem ceny pohonných hmot.

CONTI-RSC zajišťuje vnitrostátní i mezinárodní dopravu. V jakém podílu?

Přepravy do zahraničí aktuálně činí asi třicetiprocentní podíl, zbytek připadá na dopravu vnitrostátní. Většinu, zhruba 90 procent zahraniční dopravy, zajišťujeme pro české klienty. Ročně zajistíme přes 50 tisíc přeprav, převezeme více než milion tun materiálu a naši řidiči najezdí přes 12 milionů kilometrů. Nejčastěji přepravujeme sypké stavební materiály, sklářský písek do českých skláren, ale třeba i plastový granulát.

Jaké máte plány do budoucna?

Připravujeme nové projekty a snažíme se neustále posouvat dopředu. V tomto roce navíc plánujeme jednu velice zajímavou akvizici, o které ještě nemůžu podrobněji hovořit.

Důležitá je rovnováha, v investicích i v životě

Pavel Rydzyk postavil svou investiční skupinu od nuly a za čtyři roky dokázal uspět ve světě investic, realit, developmentu i v energetice.

Ke každému projektu, který se mu dostane na stůl, vyžaduje analýzu. Sází na selský rozum, jímž předkládaná data hodnotí. Správné posouzení a řízení projektů, stejně jako finanční inženýrství, totiž považuje za klíčové. „Myslím, že většina lidí v našem oboru spoléhá na selský rozum, který jim umožňuje pracovat s empirickými daty, a tím pádem oba přístupy spojit,“ říká zakladatel investiční skupiny YD Capital a fondu kvalifikovaných investorů YDeal Funds Pavel Rydzyk.

Co mohu udělat pro to, aby se ze mě stal úspěšný investor?

Začít investovat. Klidně postupně, po malých částkách, ale pravidelně. Investice je uchovatel hodnoty v čase, takže i když je všeobecně rozšířená informace, že investice vytváří především zisk, klíčové by mělo být zaměření se na to, že peníze neztrácejí v čase na hodnotě. A k tomu vede řada cest.

Zaměřujete se především na korporátní dluhopisy. Ty ale nemají v poslední době úplně pozitivní pověst...

Dluhopisy tvoří asi jen třetinu našeho produktového portfolia. Navíc vydáváme emise, které jsou vždy spojeny s konkrétním reálním projektem. Dnes se věnujeme ve velké míře zápůjčkám se zástavou, nemovitostnímu podfondu a podfondu YDeal Cars, ve kterém se zaměřujeme na investice do unikátních a historicky významných automobilů.

Proč právě automobily?

Jsou věci, které se ani v dnešní nejisté a turbulentní době nemění. Například



PAVEL RYDZYK

Ve financích našel uplatnění již během vysokoškolských studií. V nadnárodních korporacích, jako ING a AXA, se z obchodních pozic vypracoval na ty manažerské a vedl týmy specialistů. Poté se k bohatým zkušenostem přidala idea posouvat pomyslné hranice možností, což stálo za vznikem finanční skupiny YD Capital. Vidí smysl v dlouhodobých projektech, které stojí na jeho klíčových hodnotách. Za ty nejdůležitější považuje vztahy a stabilitu.

zájem o automobilové skvosty, jež si svoji premiéru odbyly už dávno, ale svou unikátností nebo zajímavým příběhem se zapsaly do historie. Zatímco cena nového vozu začne klesat už ve chvíli, kdy za něj zaplatíte a opustíte bránu autosalonu, tato auta s časem na hodnotě získávají. A to velmi výrazně. Například Ferrari F50 se před deseti lety dalo pořídit za 35 milionů korun, dnes by jej bylo možné prodat za 110 milionů. Podobné je to i u deseti-válcového Porsche Carrera GT, jehož cena se za poslední roky téměř ztrojnásobila. Zároveň jsem příznivcem alternativních investic a propojit emoce s investicí, opět na základě datové analýzy, je ideální variantou. Historická data totiž ukazují, že je v tomto sektoru možné dosahovat atraktivního zhodnocení.

Co považujete za svůj největší úspěch?

Vstupujeme do zajímavých projektů, využíváme situaci na trhu a nakupujeme od subjektů, které jsou nuceny prodávat i několik desítek procent pod cenou. Když jsme v roce 2021 zakládali energetickou společnost První česká energie, vytvořili jsme si jasný plán na dalších pět let. Už

dnes jsme se o tři roky předběhli. V portfoliu máme také řadu úspěšných projektů a daří se nám růst i nadále. Jako investiční skupina se zaměřujeme na hmotu, ale za každou investici musí stát dobrý projekt, který dokážeme posunout a v čase zvýšit jeho hodnotu. Za největší úspěch bych tak označil, kam jsme to v YD Capital společně dotáhli a kolik výzev jsme dokázali překonat.

Jaké jsou vaše osobní cíle a ambice v podnikání?

Spoluvytvářet něco jedinečného. Zapojit do podnikání emoce. Snažím se budovat něco, co přináší hodnotu také pro ostatní. Je samozřejmé, že abych toho mohl dosáhnout, musím mít detailní plány a jasně ukázatele. Důležité pro mne je jak rozvíjet unikátní projekty, tak potenciál lidí a jejich talentů a vytvářet co možná nejlepší prostředí jak pro naše zaměstnance, tak pro partnery a klienty. Peníze nejsou něčím, na co bych byl silně vázaný, proto se jim v YD Capital snažím dávat smysl. A důležité při tom pro mne je, aby nás to bavilo a byli jsme rádi součástí naší firemní komunity.

Vybudoval úspěšnou firmu Lucern, která patří mezi špičku v sektoru dřevostaveb.

„Nechtěl jsem velkou firmu, ale být pyšný na naše stavby,“ říká Lukáš Černík.

Zděný, nebo ze dřeva? Základní otázka, nad kterou dnes uvažuje snad každý zájemce o nový dům. Lukáš Černík, jednatel společnosti Lucern, úspěšně dokazuje, že domy ze dřeva jsou skvělou volbou.

Jak se podle vašich údajů v posledních letech vyvíjí zájem Čechů o dřevostavby? Pokud budu mluvit za naši firmu, tak je zájem velký. Zlom přišel přibližně před pěti lety, kdy lidé po předchozích zkušenostech zjistili, že dřevostavba je v mnohém velká výhoda oproti tradičním stavbám a že firmy stavící dřevostavby jsou zkušené a ověřené, a proto se mohou spolehnout, že dílo bude včas a v řádné kvalitě dokončené. V tuto chvíli stavíme kolem 100 domů ročně, což z nás dělá druhou největší firmu v této oblasti a jednoznačně jsme se stali firmou s největším nárůstem za posledních pět let.

Kromě velkého zájmu vaše společnost Lucern v letech 2015, 2017 i 2022 vyhrála ocenění Dřevostavba roku. Co stojí za takovým úspěchem?

V první řadě je zapotřebí říci, že je to obrovský úspěch celé naší firmy. Skoro pořád slyším od různých jednatelů, že mají problém se zaměstnanci a že mají obrovskou fluktuaci. Já tento problém (klepu tisíckrát na dřevo) nemám. Mám skvělé lidi, kteří táhnou za jeden provaz. Ať je to člen vedení firmy, nebo řadový dělník, ke všem přistupujeme stejně férově a víme, že jen v takovém prostředí se dobře pracuje. Fluktuace je u nás téměř nulová a díky tomu nabízíme klientům skvělé služby, které následně ocení a doporučují nás dalším lidem.

Vaše začátky v tomto oboru ale nebyly jednoduché. Jak jste se vlastně dostal ke stavitelství a vůbec ke stavbám ze dřeva? Mám vystudovanou stavební průmyslovku a stavby i krásný design mě vždy moc bavily. Po škole jsem odcestoval na Nový Zéland, kde jsem bydlel v dřevostavbě, a pocitově se mi to moc líbilo. Po návratu jsem nastoupil jako stavbyvedoucí do

Mám štěstí na



LUKÁŠ ČERNÍK JE ÚSPĚŠNÝM 41LETÝM MAJITELEM SPOLEČNOSTI LUCERN, KTERÁ PATŘÍ MEZI LÍDRY NA ČESKÉM TRHU DŘEVOSTAVEB. NEŽ ZALOŽIL VLASTNÍ FIRMU, PRACOVAL NA POZICÍCH STAVBYVEDOUČÍHO ČI PROJEKTOVÉHO MANAŽERA. ZKUŠENOSTI ZÍSKÁVAL TAKÉ NA NOVÉM ZÉLANDU. JE ŽENATÝ A MÁ TŘI DĚTI, RÁD CESTUJE A HRAJE GOLF. FOTO: ARCHIV LUCERN

jedné firmy, která shodou okolností stavěla dřevostavby. Bohužel však ne moc dobře. Díky tomu jsem se naučil, jak firmu opravdu nevést a dělat věci jinak. Už na Zélandu jsem si všiml, jak se správně chovat ke svým zaměstnancům, a že když něco děláte srdcem, tak to bude fungovat. Po jedné další spíše manažerské pozici nastal v mých třiceti letech ten správný čas založit vlastní firmu, kterou jsem si vysnil už jako mladý kluk po škole.

Máte recept, jak obstát v silné konkurenci na českém trhu?

Univerzální recept dle mého není. Nikdy jsem nechtěl mít velkou firmu, ale hlavně dělat věci kvalitně, moderně a být na námi postavené domy patřičně pyšný. To, že vše narostlo do takových rozměrů, bylo díky obrovskému štěstí na lidi. Kromě toho jsme se ponaučili z chyb v začátcích a vše děláme jen s nejlepším úmyslem. Konkurenci lehce sledujeme, každopádně je pro nás důležitější získávat tržní podíl ze zděné výstavby.

Poslední roky nejsou v byznysu nijak jednoduché. Bylo třeba překonat omezení v covidu, ekonomické následky války na Ukrajině, zdražení hypoték, nedostatek materiálu. Co z toho bylo nejhorší?

Doba to byla těžká a zdůrazňuji byla, protože věřím, že je již za námi. Říkal jsem klientům, že kdybych měl křišťálovou kouli, tak mi je stejně k ničemu, protože se vše měnilo z hodiny na hodinu. Nejvíce mne na tom švalo, že jsem večer někomu něco slíbil, ale druhý den to neplatilo. Vypadali jsme jako lháři, a to je proti mým zásadám. Hodně firem a lidí se vybarvilo – někdo pozitivně, někdo negativně. Věřím, že i díky tomu jsme vyčistili naše partnery a dodavatele, s některými jsme se rychle rozloučili a s jinými naopak více sblížili.

Často kolem sebe slyším názor, že není nad cihlu nebo beton. Jak byste na takový názor reagoval?

Nemám problém ani s jedním materiálem. Každému vyhovuje něco jiného a platí „sto lidí, sto chutí“. Osobně bydlím

skvělé lidi ve firmě

již ve své třetí dřevostavbě a své rodině i kamarádům stavím domy ze dřeva. Jsem o této technologii přesvědčený a mám ji maximálně rád. Důležité je na daný druh stavby použít správné lidi. Základem je vědět, že mi firma postaví můj vysněný dům kvalitně a hlavně bez stresů v průběhu výstavby. To vše se pak pozitivně vpije do energie domu a vy se v něm budete cítit skvěle. U nás klademe důraz na celkový vjem, tedy na přístup lidí, moderní vzhled domů, kvalitu prováděných prací a servis.

Kdybych volil dům ze dřeva, asi bych měl mnoho otázek. Jak je to s životností, vlhkostí, hlukem v domě a s rizikem požáru? Jsou ze všech těchto pohledů obavy u dřevostaveb zbytečné?

Ano, jsou úplně zbytečné. Z tohoto důvodu jsme postavili několik vzorových domů, kde se klienti přesvědčí o kvalitě dřevostavby. Je úžasné sledovat, jak reagují na akustiku, když je zavěeme do

jedné místnosti a ve druhé pustíme hudbu naplno. Vlhkost v domě je kapitola sama o sobě a je jedno, zda je to dřevostavba nebo zděný dům. Naše domy však tento problém nemají, protože každý náš klient dostane centrální rekuperaci, která komfort domu výrazně zlepšuje. A životnost? Samozřejmě je stejná

volbou. Cenově je kvalitní dřevostavba přibližně na stejné úrovni jako zděný dům.

Jak se z vašeho pohledu vyvíjí legislativa? Nebrzdí vás přísné předpisy? Snažíme se jít s dobou a na vše se pečlivě připravujeme. Nikdy neohýbáme předpi-

POSTAVILI JSME NĚKOLIK VZOROVÝCH DOMŮ, KDE SE KLIENTI MOHOU PŘESVĚDČIT O KVALITĚ DŘEVOSTAVEB.

jako u tradičních domů. Výhodou konstrukce ze dřeva je určitě rychlost, čistota práce, ekologická a hlavně energetická stránka. Za dobu naší existence jsme postavili více než 600 domů a nikdo z našich klientů nám nedal zpětnou vazbu, že by dřevostavbu již nechtěl. Naopak, jejich častá doporučení rodinným příslušníkům a přátelům jsou důkazem, že dřevostavba od nás je správnou

sy a nic nezkresluje, jen abychom dostali stavební povolení. To nás samozřejmě někdy může vůči konkurenci znevýhodňovat. Nicméně za kvalitou našich staveb si stojíme a děláme vše v souladu s platnými předpisy a normami. Poměrně nedávnou novinkou je, že lze stavět budovy ze dřeva až do výšky 22,5 metru. Je to pro nás další cesta, nyní připravujeme několik bytových domů o třech patrech.

INZERCE



LUCERN
moderní dřevostavby

Naše domy slaví úspěch, oslovte nás a splňte si svůj sen.



moderní
technologie



TOP
kvalita



nejvyšší
standarty



více než
500 domů



energeticky
úsporné

Naše domy obsahují vše - základovou desku, DPH, tepelné čerpadlo s podlahovým topením/chlazením, centrální rekuperaci.

608 110 009 | www.lucern.cz | info@lucern.cz



Anglický spisovatel Charles Dickens: Není důležité to, ...

POMŮCKA: ABE. ANURIE	POŠTA ANGLICKY	VIROVÉ ONEMOC- NĚNÍ	1. DÍL TAJENKY	OBYVATEL EVROP. OSTROVA	POSTAVA DĚTSKEHO SERIÁLU PAN ???	JUNÁK	LUMP	CHEMICKÁ PŘÍPONA	CELNÍ KÓD NAURU	KRASLICKÝ PODNIK		2. DÍL TAJENKY	MLÁDĚ KRAVY	ZNAČKA KILO- KALORIE
DOJEM											ARMÁDNÍ TĚLOVYCH. KLUB ZKR. PATŘÍCI EVĚ			
PODPORA											KOTOUL STRAVA PRO DOBYTEK			
SAMUEL DOMÁCKY				MAJÍCÍ DLOUHÉ UŠI ŽENSKÁ OZDUBKA							PĚNA DO KOUPELE TĚLOCVIČNÝ ÚKON			
KŘESLO VLÁDCE					DRAMA KARLA ČAPKA BUNIČINA				NÁPADNÍK KOSATEC					
	POZDRAV	BIOLOGICKÁ EXISTENCE POUZDRO NA PASTU						PATŘÍCI IVĚ PRES					OTOK	JMÉNO ZPĚVAČKY ELEFTE- RIADU
ZKRITI- ZOVAT						TŘI SLOVEN. ZAHR. HUD. SKUPINA					KYSELÁ POCHUTINA ANGLICKÁ DEL. MIRA			
HLOUBAT						ČÁSTI DVEŘÍ NEODBOR- NIK						PŘEDLOŽKA CIZÍ MUŽSKÉ JMÉNO		
JAPONSKÝ SPISO- VATEL KOBÓ ???				JINAK ZVANÝ VÝSLEDNÝ SOUČET					ASIAT ZÁPASNÍK S BÝKY					
OBČERST- VENÍ					PTÁT SE ANGLICKY DUO				DUŠ. ÚJMA MAGISTRÁT HL. MĚSTA PRAHY ZKR.					
	ŠLÁPOTA	PÍSEMNÉ SDĚLENÍ ZPĚVÁK						MIRA OBCHODNÍ AKADEMIE ZKR.					BOJOVÉ VOZIDLO	ŘECKÉ PÍSMENO
PROTŘELÝ MUŽ						UCHO NĚM. SKLAD NA SUCHOU TRÁVU					NALÉVATI JEHLIČNATÝ STROM			
STARÁ STŘÍBRNÁ MINCE						PROTĚJŠEK SAMICE ZNAČKA SPOTŘEBIČŮ						JMÉNO BÝV. ČIN. VŮDCE NÁHLÝ ZVRAT		
DOBYTČÍ NÁPOJ					INIC. FYZIKA EINSTEINA NEURČITÝ PŘEDMĚT			DÁREK ZÁSTAVA MOČÍ V TĚLE						
REMÍZA V ŠACHU				PENĚŽNÍ HODNOTA LISTNATÉ STROMY				ODLOUČENÍ MILÁNSKÝ FOTBALOVÝ KLUB						
INICIÁLY ZPĚVAČKY LANGEROVÉ			VYZNAVAČÍ JOGY KNIHA ANGLICKY							POKOLENÍ CHEM. ZN. ZLATA			HUDEBNÍ ZNAČKA	STŘEDO- VĚKÝ NÁJEZDNÍK
	AFRIC. ČÁP OSTRAVSKÉ OPRAVNÝ A STROJIRNY				DROBNÁ LESNÍ ŠELMA TAKTO NÁREČNĚ						PLATIDLO CITOSLOVCE KLEPNUTÍ			
OCHUTIT SOLÍ						JEDOVATÁ LÁTKA INIC. HER. VOJTKA							HON ANO RUSKY	
O NĚČEM					OPERNÍ SKLADBA					NEBOJSA				
RYBÁŘSKÉ POTŘEBY					PUŠKA HOVOR.						ZANĚT SLIZNICE			

TAJENKA: co můžeme udělat, ale to, co musíme udělat.

123-Transporter.cz

OVĚŘENÝ KONCEPT PŮJČOVNY DODÁVEK
123-Transporter je nyní konečně dostupný
i v České republice!



Po úspěšném působení v Rakousku a Německu přináší tento revoluční způsob půjčování dodávek nyní své výhody i do Česka. Zákazníci 123-Transporter si mohou odteď dodávky pohodlně pronajímat zcela online přes intuitivní aplikaci, a to za velmi příznivých cenových podmínek a bez jakéhokoli omezení počtu najetých kilometrů.

- 24/7 vyzvednutí
- Rezervace i vrácení online

☎ 800 999 123
✉ support@123-transporter.cz
🌐 www.123-transporter.cz

- Neomezené kilometry
- Blízko vašeho bydliště



trvalá elegance...

SCAN quilt®



www.scanquilt.cz

