

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

červen 2025

Divadlo v pivoňkách

Eva Brixi

Káva mezi pivoňkami
Šálek hořký
Zachutná mi
Když si přivoním
Chvilka moje
Parfém zraje
Roztěkaně zahrává si
S časem dávno minulým
Procházím se
Sama v sobě
Hlava prázdná na okamžik
Hebká krása podvečera
Hladí šrámy
Bolístky
A já už jsem vyprodaná
Teď nemám ani na lístky
Přesto kráčím do divadla
Káva mezi pivoňkami
Růžová mi neuvadla
Doufám v čtyřlístky

Lucie Urválková

Rodina jako bezpečný přístav,
kde čerpáme radost i sílu

rozhovor na stranách 10–11

náš tip

Super zoo a expresní rozvoz pro vaše domácí mazlíčky

Převratnou novinku – službu expresního rozvozu chovatelských potřeb do časových slotů nabízí Super zoo ve spolupráci s kurýrní službou Wolt ve více než 95 prodejnách ve všech regionech České republiky. Vaším domácím mazlíčkům je firma připravena poskytnout maximální komfort a vám přinést úsporu času a starostí.

www.superzoo.cz



Udržitelnost bez tyrkysového přístupu nepřežije

Ať chceme, nebo ne, stali jsme se součástí udržitelnosti. Tento vztah k životu se prolíná vším, co děláme. Stačí si to jen uvědomit, položit si pár otázek a hledat na ně odpovědi. Ať jde o nás samotné, tedy jednotlivce, nebo o firmy. Udržitelnost se stává jedním z hlavních motorů transformace podniků napříč odvětvími, nejen jako odezva na klimatickou změnu, ale také jako cesta k větší konkurenceschopnosti, inovacím a zajištění kvalifikované pracovní síly. Nový globální průzkum společnosti ManpowerGroup ukázal, že budoucnost práce bude formována nejen tradičními „zelenými“ profesemi, ale především širším spektrem rolí, tzv. Green+ a Turquoise, které propojují environmentální cíle s businessovou strategií. Ale 91 % společností má problém najít talenty, které by jim pomohly s udržitelnějším podnikáním, i proto plánuje 47 % společností v tomto roce navýšit investice na tyto aktivity.

Až šest z deseti pracovníků bude do roku 2027 potřebovat nové dovednosti. Hlavními hybateli změn jsou technologie, digitalizace, a právě udržitelnost. „Transformace směrem k udržitelnosti bude vyžadovat nové myšlení napříč firmami, nejen na úrovni výroby či energetiky, ale také ve vedení firem, ve financích, marketingu nebo HR. Právě v těchto oblastech vznikají takzvané tyrkysové role, které kombinují strategické řízení s cíli udržitelnosti. To přináší nejen nové příležitosti, ale také tlak na rozvoj nových kompetencí napříč celou firmou,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup, prezidentka Asociace poskytovatelů personálních služeb a prezidentka Asociace personalistů České republiky. Jí také patřily naše otázky:

Ekonomika se mění, vznikají nové obory, například v souvislosti s udržitelností. Jenže se ukazuje, že pro ně chybějí talenty, odborníci. Jací přesně?

Chybějí lidé, kteří umějí spojit technické dovednosti, businessové myšlení a udržitelnost. Nestačí mít zelené přesvědčení – firmy dnes hledají ESG analytiku, specialisty na uhlíkovou stopu, manažery dekarbonizace, odborníky na oběhové hospodářství, datové experty schopné interpretovat udržitelnost v číslech, a také právníky nebo konzultanty schopné překládat ESG normy do smysluplných firemních rozhodnutí. Rostou i nové role na pomezí HR a CSR – například manažeři diversity, well-being experti nebo interní ambasadoři změn. Problém je, že školství na to není připravené a business teprve hledá, jak tyto lidi přetáhnout z jiných oborů nebo si je vychovat.

Dnešní talenty si vybírají, komu vůbec věnují pozornost. Personalisté musí jít tam, kde se tyto lidé vyskytují – odborné eventy, studentské soutěže, platformy kolem udržitelnosti, online komunity. Nestačí inzerát, je potřeba tvořit příběh – proč dává vaše firma smysl.

Kde je tedy mohou personalisté hledat? A jsou vůbec k mání?

Hledat je klasicky nestačí. Dnešní talenty si vybírají, komu vůbec věnují pozornost. Personalisté musí jít tam, kde se tyto lidé vyskytují – odborné eventy, studentské soutěže, platformy



Jaroslava Rezlerová



foto Pixabay

kolem udržitelnosti, online komunity. Nestačí inzerát, je potřeba tvořit příběh – proč dává vaše firma smysl.

Udržitelně smýšlející kandidáti se často rekrutují z neziskového sektoru, startupů nebo freelancingu. Klíčem je nabídnout jim smysluplnou práci, která má reálný dopad. Ano, jsou k máni – ale rozhodně ne na inzertním portálu s výpisem benefitů a výší stravenky. Je to jiný mindset – a ten vyžaduje i jiný způsob náboru.

Nestačí mít zelené přesvědčení – firmy dnes hledají ESG analytiku, specialisty na uhlíkovou stopu, manažery dekarbonizace, odborníky na oběhové hospodářství, datové experty schopné interpretovat udržitelnost v číslech, a také právníky nebo konzultanty schopné překládat ESG normy do smysluplných firemních rozhodnutí.

kysového přístupu nepřezijí – protože nestačí jen plnit normy, musí mít tým, který je vnitřně motivovaný, chápe smysl své práce a je schopný se rozhodovat bez mikro-managementu.

Skloubit firemní strategii s principy udržitelnosti bude stále nutnější. Vědí podnikatelé, jak na to?

Většina zatím ne. Spousta firem se pořád točí kolem compliance – tedy jak

splnit požadavky investorů, zákonů a směrnic. Jenže skutečná změna přichází, až když se udržitelnost stane součástí core business modelu. To znamená měřit svůj dopad, přenastavit metriky výkonu, zapojit ESG do roz-

hodovacích procesů a odměňování. Některé firmy už to pochopily, a budují si díky tomu náskok. Většina ale zatím improvizuje. Strategická integrace ESG je stále spíš výjimkou než pravidlem – a právě proto je to dnes taková příležitost.

A není právě toto velká šance pro ženy v businessu?

Je – a obrovská. Změna paradigmatu v řízení, důraz na empatii, udržitelnost, týmovou spolupráci a otevřenost je přesně tím, co dává šanci novým typům lídrů. A ženy v těchto oblastech dlouhodobě vynikají. Navíc je to i příležitost narovnat roky přehlížené systémové bariéry. Pokud firmy pochopí, že bez pružné pracovní kultury, podpory návratů po mateřské, mentoringu a kariérní transparentnosti ženy ve vedení nepřibudou, mohou na zelené transformaci stavět nejen svou strategii, ale i novou rovnováhu.

ptala se Eva Brixí

Udržitelné podnikání se stává cestou ke konkurenceschopnosti. Zelené dovednosti, tedy umění propojit business s praxí udržitelnosti, je směr, který začal fungovat. V jakých odvětvích zejména?

Největší dynamiku vidíme v energetice, výrobě, stavebnictví a logistice. Právě tam se udržitelnost nejviditelněji promítá do nákladů, investic i reputace. Dále je to retail, který pod tlakem zákazníků mění dodavatelské řetězce, i banky, které se přes ESG hodnotí u investorů. Výrazný nástup mají také oblasti jako udržitelná móda, cirkulární ekonomika nebo dekarbonizace dopravy. Zelené dovednosti se ale začínají prosazovat i v HR nebo marketingu – umět správně komunikovat ESG strategie a interně je implementovat je dnes klíčová konkurenční výhoda.

V této souvislosti se mluví o novém myšlení a tyrkysových rolích. Co si pod tím můžeme představit?

Tyrkysové role a organizace nejsou sci-fi, ale reakce na vyčerpané hierarchické modely řízení. V rámci tyrkysové organizace není tradiční hierarchie, pracovníci mají autonomii, samorízení a jejich role se mění dle potřeby, nejsou vázány na tituly. Lidé často zastávají více rolí současně, podle svých schopností a aktuálních potřeb firmy. Nejde o absenci řízení, ale o transformaci jeho podstaty – sdílená zodpovědnost, autonomie, důvěra, práce podle smyslu, nikoliv příkazů. Typickým příkladem je leadership bez titulu – lidé, kteří táhnou tým díky respektu a odbornosti, ne díky pozici v organizační struktuře. Udržitelnost bez tyr-

Klíčové poznatky pro zaměstnavatele

ManpowerGroup



Nečekejte: V mnoha oblastech, kde se zelené a tyrkysové pozice řeší, zejména v kvalifikovaných technických oborech, je již nyní nedostatek talentů a poptávka po nich poroste.



Dívejte se napříč spektrem: Při odstraňování nedostatků v kvalifikaci se zaměřte na jiné než typické zelené pozice. Vzhledem k tomu, že zelené a tyrkysové role jsou spojeny s nejstrategičtějšími podnikovými funkcemi, jsou rozhodující pro dlouhodobě udržitelnou obchodní diferenciaci.



Fit Before Finish: Měkké dovednosti, jako je efektivní komunikace a přizpůsobivost, budou stále důležitější, protože mnoho tvrdých dovedností bude nahrazeno automatizací. Rozvoj dostupných kandidátů může ušetřit cenný čas a zdroje při získávání talentů.



Vytvořte si je: Učiňte svou strategii pro talenty udržitelnější tím, že budete rozšiřovat zvyšování kvalifikace, abyste zvýšili produktivitu a zapojení stávajících zaměstnanců.



Hrajte dlouhodobou hru: Bez ohledu na krátkodobé změny politických nálad nám data říkají, že změna klimatu je zde, aby zůstala, stejně jako příležitosti pro procesy, materiály, výrobky a služby související s udržitelností. Nyní je čas vybudovat si vedoucí pozici založenou na pracovní síle přinášející novou kombinaci dovedností pro udržitelnou obchodní, sociální a ekonomickou budoucnost.



Nechte je zaplatit kafe...

Jsou lidé, s nimiž si máte co říci, i když je vidíte poprvé. Po pár slovech víte, že jsou jedineční, na nic si nehrají a toužíte se s nimi potkat znovu. Jsou ale i tací, s nimiž si po třech větách při obchodním jednání nemáte co povědět. Předem jste odsouzeni k opovržení, jelikož jste neoblékli sako nejdražší značky nebo nenosíte trendy nalakované nehty. Máte sice možnost soupeře přebít lehkostí konverzace, můžete ho bez obalu poslat do háje, ale to není třeba. Nechte ho zaplatit kafe a odejděte. Vítězem budete vy. O to více času budete mít pak na setkávání s těmi, kteří přijmou vaše sdělení a váš příběh přiřadí k těm, které stojí za to znát.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Vzorec úspěchu

Kyle Austin Young



Za každým cílem, který si stanovíte, stojí dvě skrytá čísla: pravděpodobnost úspěchu a pravděpodobnost selhání. Tato kniha vás naučí, jak tyto šance rozpoznat a naklonit je ve svůj prospěch. Ať toužíte začít podnikat, uběhnout maraton, být povýšen nebo vypěstovat úrodu rajčat. Dozvíte se, jak si stanovovat cíle, a zjistíte, jaká je pravděpodobnost jejich dosažení. Naučte se vzorec úspěchu!

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 19, červen 2025

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

Šéfredaktorka:

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

Redakční tým:

Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

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

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitiveidiary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové a příspěvky Evy Brixí v záložce Stará blogerka.

Na www.madambusiness.cz se zaposlouchejte do podcastů o rovnováze těla a duše Na vlnách krásy GERnetíc.



Co oceňujete na chování muže v roli šéfa?

Ing. Ivana Šachová
SILEX spol. s r.o.
majitelka a ředitelka

Těžko nějak zobecnovat, ale ocenila bych jistě galantnost, strategické myšlení, jistý nadhled, rozhodnost, organizační a řídicí dovednosti, spolehlivost, konzistentnost, ale i smysl pro humor. Dobrý šéf by měl vzbuzovat respekt, budit důvěru a poskytovat prostor pro realizaci.



Líbí se vám ve společnosti více žena v sukni, šatech, nebo kalhotách?

Mgr. Petr Holubec
Pražská energetika, a.s.
emeritní tiskový mluvčí a manažer komunikace

Žena by se měla oblékat tak, aby se především ona sama cítila skvěle, to se pak promítá do její nálady, sebevědomí, a pochopitelně to dopadá i na její okolí. Určitě je pak vtipnější, pohotovější, přesvědčivější, a to bez ohledu na to, jestli má kalhoty, sukni, či šaty. Svoji roli určitě hraje i příležitost, na kterou se obléká, mohou být vyžadovány různé dress cody. A pokud jde o mě osobně? Vždy vnímám svůj protějšek tak nějak komplexně, to znamená, že může být velmi šik jak v kalhotách, tak v kratší či delší sukni, nebo v šatech. Roli hraje postava, účes, líčení, doplňky, a hlavně projev – gesta, slova, myšlenky.



Informace do kabelky

S doubleshotem si na cestách dáte svou špičkovou kávu

Chystáte se v létě pod stan, na relaxační pobyt v hotelu nebo třeba dobrodružnou cestu karavanem? Na cestách už nemusíte s nostalgii vzpomínat na svou oblíbenou kávu z domova. S výbavou od Double-shotu si vychutnáte prvotřídní kávu i na konci světa.

Ani na výletech nemusíte upustit od svého standardu, co se filtrované kávy týče. AeroPress Go Plus je cestovní verzi klasického AeroPressu. Je vyroben z Tritanu, je prakticky nerozbitný, lehký, nenáročný na údržbu a funguje na jednoduchém principu. Stačí do válce nasypat čerstvě namletou kávu, zalít horkou vodou, a následně ji protlačit pístem přes filtr přímo do hrnku. Cestovní balení pro milovníky kávy obsahuje nerezový termohrněk s víčkem, do kterého se vejde veškeré příslušenství na přípravu kávy na cestách (AeroPress Go Plus, sto papírových filtrů, míchátko a odměrka). Stranou si už musíte přibalit jen oblíbená kávová zrna a mlýnek.



(tz)



foto Pixabay

Když si potřebujete osladit život

Jsou chvíle, kdy hořká káva k pohodě duše nestačí. Máte na něco chuť, ale nevíte, na co vlastně. A doma není žádná bábovka, žádný nanuk, žádná zbylá palačinka. A jít si něco koupit nebo upéct, na to není právě čas. Pro takové příležitosti se vyplatí mít něco v zásobě. Třeba barevné medy nebo jiné dobroty z medu od firmy Včelařství Domovina. Sortiment výrobků manželů Aleny a Josefa Kölblovy z Vysočiny, který si můžete prohlédnout i koupit na www.vcelarstvi-domovina.cz, je lákavý. Jeden by neřekl, kolik zajímavých kombinací s medovým základem může vzniknout. A ani včely samotné ještě před pár lety netušily, co člověk s jejich nadmíru užitečným produktem dokáže ještě vykouzlit. Aleny Kölblové jsem se tedy zeptala:



Alena a Josef Kölbovi

Češi prý jsou národem včelařů. Co vás, manželský pár, ke včelaření přivedlo?

Ke včelaření nás přivedla náhoda, včelařit začal můj bratr a práce kolem včel nás natolik zaujala, že jsme rok na to už vlastnili svá první včelstva.

A jak začal váš podnikatelský příběh?

Manžel chtěl podnikat vždy a já pracovala v kanceláři a hledala něco nového, co by mě bavilo. Také jsem nechtěla žít v Praze. Když jsme spolu začali včelařit, zjistila jsem, že právě tento obor je to, co by mě v životě nejvíc bavilo.

Dnes máte v nabídce poměrně bohatý sortiment. Čím se inspirováte?

Ochutnáváme a zase ochutnáváme nové varianty, až z toho vzejde produkt, který posléze představíme našim zákazníkům.

Při pocuchaných nervech doporučujete dát si lžičku kávového medu. To je med smíchaný s mletou kávou?

Já myslím, že každý med je dobrý, když si potřebujete, jak se říká, „osladit život“. Med s ká-

vou je taková specialita a je velmi dobrý v teplém mléce. Teď v létě stačí přihodit pár kostek ledu a máte dokonalou ledovou kávu s medem. V našem sortimentu tedy nabízíme Kávový med. Skrývá se v něm za studena pastovaný květový med a instantní rozpustná káva.



Medové firemní dárky se jistě osvědčily. Chystáte pro podzimní a předvánoční sezónu novinky?

Určitě připravujeme nové produkty a také nová dárková balení, která jsou u firemních zákazníků velmi oblíbená. Ti mají kompletní dárek pro své klienty nebo zaměstnance a nemusí už shánět žádné taštičky, krabičky apod.

Bylo složité rozjet e-shop? Jak jste ho uvedli ve známost?

Začátky jsou jako všude velmi těžké. Začínali jsme od nuly, na všechno jsme si museli ušetřit, postupně vydělat nebo to udělat sami. Navíc s malými dětmi, které teď máme tři a já jsem stále na rodičovské dovolené. Skloubit to vše není jednoduché, ale práce nás baví a jsme rádi, že si naše produkty zákazníci oblíbili a vracejí se k nám. Já osobně jsem za to vše neskutečně vděčná.

Začínali jsme na sociálních sítích. V úplných začátcích jsme osobně naše produkty rozváželi těm lidem, kteří nás oslovovali právě na Facebooku a měli zájem o naše medy. Každý měsíc jsme jezdili po Praze a v Brně. V roce 2019 jsme pak spustili e-shop a začali prodávat online.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Filozofie minimalismu je krásná a prostá

Minimalismus je trend, který přijímá za svůj stále více lidí. Lze to pochopit. Mne děsí. Neumím si představit, že bych se zbavila některých knížek, obrazů, přebytečných obalů na květináče, množství oblečení, jímž si dělám radost ve chvílích, kdy buď přiberu, nebo shodím pár kil. Ve skřini se vždy něco najde, co opětovně vstoupí do módy, objevím tam kousky, které mi před lety nesedly, ale teď se v nich cítím výborně, naleznu kvalitu, která už nyní skoro neexistuje. Na druhé straně se začínám zbavovat obuvi, k níž mám sice vztah plný emocí, ale vím, že z pragmatických a zdravotních důvodů si už vysoké podpatky prostě nemohu dovolit. Slzy mi tečou, když připravuji čas od času luxusní lodičky všech možných barev do kontejnerů pro charitu, když se loučím s kabelkami, které zestárlý dříve než já. Co naplat, život je stálá změna. K mým změnám však bude patřit i to, že budu i nadále hromadit předměty, s nimiž mi je dobře, které mne povzbuzují, byť o ně doma skoro klopýtám. Autorka knihy o minimalismu, Helena Prausová, by ze mě asi radost neměla. Publikace, již právě vydal nakladatelský dům GRADA, se jmenuje Šťastný život s málem. Rozhodně stojí za přečtení, ať se už popsánymi přístupy k životu začnete řídit, nebo ne.

Zjednodušování života. Velké téma dnešních dnů. Co to ale vlastně znamená? Opak toho, že jsme přehlcní věcmi a informacemi? Snaha přežít se zdravým rozumem v hlavě?

Ano, určitě je to snaha přežít ve zdraví moderní dobu. Ale nejen to, je to hlavně snaha žít život dobře a také si ho užít. Co přesně znamená dobře, to už záleží na každém z nás. A také uživat si ho bude každý člověk jinak, podle toho, co je pro něj důležité. Já to zjednodušování vnímám na jedné straně jako odstraňování zbytečného, ať už věcí, neprospívajících myšlenkových vzorců, nebo třeba závazků. Vnímám, co je nepotřebné, co nepřináší do mého života hodnotu, a toho se zbavuji. Na druhé straně je možné se na celé minimalizování a zjednodušování dívat opačně. Místo abychom se zaměřili na to, co máme odstranit, raději zjistíme, co si v životě skutečně ponechat chceme. A zase jde o rovinu fyzickou i mentální. Pokud si v životě chci ponechat třeba večerní rozhovor s partnerem, ale narodí se nám dítě a času není nazbyt, odstraním zvyk pustit si televizi. Nelze stihnout všechno, a pokud máme pocit, že se něčeho opravdu vzdát nedokážeme, i když by to pro nás bylo prospěšné, moc pomáhá podívat se na to z hlediska toho, pro co si tím děláme prostor. Těch technik a metod je spousta, řadu z nich uvádím ve své knížce, a všechny vedou ke zjednodušování života krůček po krůčku. Abychom si na konci neřekli, že jsme pořád jen uklízeli a plnili požadavky druhých. To by byla škoda.

Co rozhodlo o tom, že jste se vydala právě tímto směrem?

Tíhla jsem k jednoduchosti od mala, ale dlouhou dobu jsem žila úplně běžným způsobem. Na pojem minimalismus jsem narazila v době okolo narození mých dětí. Čím víc jsem o něm četla, tím jsem si byla jistější, že tohle je směr, kterým chci jít. Bylo to jako cesta k sobě, návrat domů, rozpomenutí se na něco, co jsem měla v sobě, ale netušila jsem to. Po narození druhého dítěte jsem poprvé důkladně přebírala náš byt. A hned potom nám přišla do života skvělá příležitost, které jsme se chopili. Jsem přesvědčená, že když si uděláte v životě prostor, fyzický i mentální, život vám do něj něco hodí. Stačí počkat. A většinou to stojí za to! Minimalismus pro mě není směr nebo nějaký alternativní životní styl. Je to životní filozofie, která zachraňuje život – před jeho promarněním. Promrhat ho můžeme nesmyslnými činnostmi, zbytečnými obavami, co řeknou druzí nebo hromaděním a péčí o nepotřebné krámy.



Helena Prausová

foto archiv Helena Prausová

Když jsem do minimalismu zabředla hlouběji, došlo mi, jak hloupě jsem nakládala se svým časem, jak málo jsem si vážila dobrých lidí ve svém životě. Teď si mnoho věcí uvědomuji mnohem intenzivněji a cítím za ně hluboký vděk. Vždycky jsem ráda přebírala a třídila své věci, ale nikdy dřív jsem to neudělala opravdu radikálně. Myslím, že rozhodujícím momentem bylo vyhození první věci, která nebyla rozbitá ani jinak vadná, ale já jsem ji prostě nepotřebovala. A s každou další věcí se prohlubovala úleva, kterou jsem cítila. Své spodní hranice v množství věcí jsem ještě ale určitě nedosáhla. Zatím je náš rodinný minimalismus spíše takovou zlatou střední cestou. Mám jasnou představu o extrémnější podobě, ale protože jsme čtyři, nezáleží to jen na mně.

Minimalismus není jen o předmětech denní spotřeby, ale také o filozofii, o duši...

A to je právě ten jeho aspekt, který mi přijde nejlepší. Mít málo věcí doma, uspořádanou domácnost, úklid levou zadní, to je všechno krásné a je to určitě potřeba. Většina žen také u těch věcí a úklidu začíná. Ale teprve když půjdete za ty věci, začnou se dít zázraky. Díky minimalismu můžete získat větší sebevědomí, naučit se více si stát za svým názorem, říkat ne tam, kde to tak cítíte, nepodléhat názorům druhých lidí, neřešit, co si o vás kdo myslí. Tak banální akt, jako je vyhození prvního předmětu, může vést až k takovýmto změnám. Tím, že se zbavujete nepotřebného, říkáte sobě i svému okolí, že vy víte, co chcete, víte, co je pro vás dobré, že děláte věci po svém. Berete tím život do svých rukou. Přijímáte za něj plnou zodpovědnost. Máte-li právo téměř cokoliv vlastnit, máte i právo to nevlastnit. V téhle myšlence se skrývá obrovská síla. Už nemáte doma to, co vám vnutila reklama, maminka nebo kamarád. A tak postupně přirozeně přejdete od minimalismu ve fyzických věcech k tomu mentálnímu. Uvědomíte si totiž, že ani v hlavě nemusíte mít to, co tam mít nechcete. Tady už je to samozřejmě složitější, musíte nejen zjistit, jaké nesmysly tam máte, ale ještě se jich dokázat zbavit, přepsat je. To je práce na celý život. Filozofie minimalismu je krásná a prostá. Zaměřujete se na to důležité. A abyste pro to měli dostatečný prostor, teď myslím mentální, musíte se zbavit toho ostatního. A tak si například uvědomíte, jak důležitá je rodina, kvalitně a v plné pozornosti strávený čas s dětmi, partnerem, stárnoucími rodiči. Pečujete o svoji duši, třeba už jen tím, že jí dopřáváte klid, nepřehlcujete ji, nejedete přes sebe. Minimalismus je prvotně vnímán jako snaha vlastnit co nejméně věcí. Já jsem ale přesvědčená, že jeho kouzlo a síla je právě

až v tom dalším kroku, když máte věci už vyřešené a jdete do hlavy.

Je tento způsob bytí levný, nebo drahý?

Může být obojí, záleží, jak to pojmete. Pro mnoho lidí je velmi levný. Přetříděním věcí, uvědoměním si, co skutečně používáme, a co naopak nepotřebujeme, se nám přirozeně začnou upravovat i nákupní zvyky. Proč byste si kupovali něco, o čem už víte, že nebudete používat? Že to stejně za pár týdnů vytrídíte? Mi-



nimalisté mnohem méně utratí za běžné nákupy, méně plýtvají jídlem, protože jejich lednice i spíž jsou přehledné a vše včas spotřebují. Při troše snahy není problém odnaučit se impulzivnímu nakupování. V Americe je často primárním motivem mnohých rodin, proč se začnou zajímat o minimalismus, snaha ušetřit. Tady jsem se s tím zatím u svých klientek nesetkala. Češi prostě chtějí hlavně ten pořádek, finanční úspora je až druhotný efekt. Jsou ale i minimalisté s vysokými příjmy, kteří je pak rádi utratí za špičkové věci. Mají věci málo, ale ty, pro které se rozhodnou, jsou luxusní, na míru a podobně. Podívejte se na to takto. Bohatý i chudý minimalista budou mít například jen dva páry bot, ale nikoliv proto, že by si jich více nemohli dovolit, ale protože pro ně je to akorát. A ten chudší bude mít boty levné, zatímco ten bohatší boty drahé.

Jiný rozdíl v tom není. Je to o přístupu, o důvodu, proč vlastnit to, co vlastnit. Ráda říkám, že minimalismus může každý využít a aplikovat do té míry, do jaké chce. Nikdo vás nebude soudit, neexistuje žádná tabulka na to, kolik věcí byste si měli ponechat. Každý si

najde tu svoji rovnováhu, kde je mu dobře, kde už pociťuje úlevu, ale ještě nemá pocit, že by nějak strádal. A tak se dá dobře pracovat i s tou finanční stránkou. Jinak bude například se zásobami zacházet rodina s napjatým rozpočtem a jinak bezdětný pár s vysokými příjmy. Ti první nakoupí v akci větší množství potravin nebo drogerie a prostě je budou skladovat, zatímco ti druzí vždy koupí jen to, co zrovna potřebují. Obojí je v pořádku, obě rodiny mohou být úplně v pohodě minimalisty.

Čím vás udělal šťastnější?

Zjednodušil mi život. A to nejen v domácnosti. Jsem v mnohých oblastech sebevědomější, více si stojím za svým, méně se ohlížím na názory druhých, pokud nejsou relevantní. Dal mi svobodu a lehkost. A taky určitý pocit jistoty, že ať přinese život v budoucnu cokoliv, dokážu se tomu přizpůsobit. Kdyby se něco stalo, a naše příjmy třeba výrazně klesly, dovedu si reálné představit, že se přestěhujeme do malého bytu, vzdáme se řady věcí i aktivit a pořád budeme šťastní. Myslím si, že většina lidí si to moc představit nedovede, že ta ztráta statusu, kterou jim dává příjem, dům, aktivity, auta a podobně, je děs. Minimalismus ten vztah k materiálním věcem tak mění, že už pak žádný status neřešíte, nevnímáte. Tedy ani nemáte o co přijít. A taky je můj život šťastnější díky tomu, že více žiju v přítomném okamžiku. Vědomě se snažím užívat si obyčejné chvíle s rodinou, což jsem dřív moc neuměla. Ale ještě mám rezervy, pořád je na čem pracovat, a velkou inspirací je mi v tomto směru můj muž, který mnoho věcí, na něž já si muse-la přijít postupně, má nastaveno automaticky.

Přesto – netoužíte si koupit občas něco jen tak pro radost, i když víte, že to nebudete vůbec potřebovat? Třeba vázu, která vás zaujme na první pohled, další publikaci ke sbírce knížek o bylinkách, kabelku, která vyšperkuje vaši image?

Odpověď je rovnou skryta v otázce: „když to nebudu vůbec potřebovat“. V tom případě po tom fakt netoužím. Trvalo to pár let, ale tahle potřeba něco si koupit jen tak u mě téměř vymizela. Opět za tím byla nějaká práce, uvědomování si, proč po dané věci bažím, proč si ji chci zrovna teď koupit, ale nebyla to žádná velká dřina. Otázkou také je, čemu říkáme „nebudu to potřebovat“. Když si koupím zajímavou vázu, bude mi pravděpodobně zdobit byt, a občas si do ní dám kytky. Pokud mě ta váza těší na pohled, neobtěžuje mě ji zvednout při utírání prachu a při řádění s dětmi dát pozor, abychom ji neshodili, pak není zbytečná. Kdyby mě ale z nějakého důvodu obtěžovala víc, než těšila, pak u mě nemá co dělat. Takže kabelka, která doladí můj outfit, je naprosto v pořádku, pokud na ni mám místo, skutečně ji budu nosit a jsem ochotná se o ni postarat. To, že kabelku, do které mohu dát peníze a mobil, už mám, není důvod nekoupit si další. I minimalistky se chtějí líbit, nejen samy

Je skvělé, že řada firem už jde cestou podnikatelského minimalismu, ořežou všechno, co není naprosto nezbytné, porady, tabulky, výkazy, schvalovací hierarchie, a zbyte jim veškerý čas a energie na vlastní práci.

ale přesvědčená, že jeho kouzlo a síla je právě



foto Pixabay

sobě. Jak jsem zmínila, minimalismus má tolik podob, kolik je jeho příznivců. A tak můžete být minimalistka klidně s patnácti páry ložiček, pokud je milujete a nosíte. A možná budete mít v kuchyni jen jeden talíř a jeden příbor, abyste měla kam ty boty dát. Vždy záleží na vašich prioritách.

Když jste změnila svůj domov, nelitovala jste peněz, které jste před tím vydala za spousty věcí?

Ne, o tom jsem vůbec nepřemýšlela. Peníze byly už stejně pryč, ale věci mi překážely. Tak jsem se jich bez váhání zbavila. Fakt, že nějaká věc byla drahá, rozhodně není důvod si ji nechávat. To nikomu peníze nevrátí, naopak to ještě spotřebovává další peníze, čas a energii. Spousta věcí se dá poměrně snadno prodat, v aplikacích, internetových bazarech nebo mezi známými. Takže nějaké peníze se mi vrátily zpět, i když já věci prodávám spíš pro ten dobrý pocit, že budou ještě sloužit, že je nevyhodím.

Když se na to podíváme z jiného úhlu, zbavením se nadbytečných věcí naopak velmi šetříme. Pokud platíme nájem, je závislý na rozloze bytu. Nebo hypotéka, ta také závisí na velikosti bytu či domu. Představte si, že by vám ale po zminimalizování domácnosti stačil byt poloviční. Kolik byste ušetřili? Pořizovací cena těch věcí je proti tomu naprosto zanedbatelná. Samozřejmě málokdo se přestěhuje skutečně do menšího, ale reálně to je a ve světě se to děje.

Podle čeho dokážete určit, co kupovat, a co ne? Co si domů, do skříně, na pracovní stůl pořídit?

Podle zkušeností z důkladného přetřídění svých věcí. Když si tím projdete, už víte, co chcete, co používáte. Někdy je potřeba se poučit vícekrát, stalo se mi, že jsem něco vyřadila, po čase to koupila znovu a pak znovu dala pryč. Teď už si to opravdu nepořídím, to je jisté. Stejně jako při přebírání věcí a odlehčování domovu si klademe otázky a řešíme, proč

předmět máme a jestli ho skutečně používáme, ptáme se takto i při nakupování. Když se mi něco zalíbí, zarazím se a zamyslím, jestli je to momentální popud, nebo si tím nákupem chci vyřešit špatnou náladu nebo zda to opravdu budu používat, jestli třeba nový kousek oblečení bude kombinovatelný s mým šatníkem. Jak už jsem zmínila, chce to trochu cviku, přemýšlet o tom, znát sám sebe. Pak je celkem snadné určit, co koupit. V knížce Šťastný život s málem se tématu nakupování také věnuji, je to důležité, protože když už pracně přeberete svoji domácnost, nechcete si ji zase do pár měsíců zaplnit nesmysly. Ale jsem přesvědčená, že naučit se nakupovat střídme a s rozmyslem nelze bez předchozího prožitku důkladného protřídění svých věcí. Bez toho bych nevěděla tak dobře, co používám, neznala bych se tak do hloubky. Nebo bych neměla odvahu zkusit se bez něčeho obejít. Dám příklad. Před Vánoci se nám rozbila televize. Usoudili jsme, že pohádky si můžeme pustit i z notebooku a že to

s novou vlastně vůbec nespěchá. Nepořídili jsme ji doteď, a její absence nám přinesla moc krásné změny do rodinného fungování. Nedávno se televize rozbila našim přátelům. Do týdne měli novou, což je naprosto běžné, nekritizují to. Před deseti lety bych to udělala stejně, automaticky bych pořídi-la další. Teď jsem ale

zvyklá o věcech víc přemýšlet a nejet právě v těch automatických kolejkách.

Lze vaše pojetí minimalismu doporučit i firmám? Nač by měli majitelé pamatovat, když zařizují své sídlo, kanceláře, výrobní prostory?

Určitě lze, a nejen při zařizování nových prostor, ale i kdykoliv později, když prostor přestane být funkční. Pracovní prostředí by mělo být určitě vizuálně co nejčistší, především pro lidi pracující hlavou. Cokoliv, co ruší soustředění, je nevýhodné. Ať už je to open space uspořádání kanceláře, hromady nepotřebných papírů, elektroniky a dalších věcí, nebo i zbytečné procesy. Je skvělé, že řada firem už jde

cestou podnikatelského minimalismu, ořežou všechno, co není naprosto nezbytné, porady, tabulky, výkazy, schvalovací hierarchie, a zbyte jim veškerý čas a energie na vlastní práci. Tedy v pracovním prostředí má své místo opět fyzický i mentální minimalismus a obojí je velmi prospěšné. Většina mých klientů jsou ženy řešící svoji domácnost, ale vloni jsem například protřídila kanceláře plzeňské pobočky jedné americké softwarové firmy a výsledek byl neuvěřitelný. Na osm zaměstnanců jsme vyklidili menší stěhovací dodávku věcí. A to šlo o obor, který nepracuje s fyzickými produkty. Spíše než nějak výrazně řešit zařizování nových prostor bych doporučila firmám pravidelně se zamýšlet nad fungováním lidí i místa, nad procesy, nad příležitostmi, jak umožnit zaměstnancům co nejlepší soustředění. Pravidelně revidovat tyto záležitosti z minimalistického pohledu: co ještě můžeme zjednodušit, co můžeme odstranit, čemu dát větší prostor, abychom fungovali efektivněji. A pokud to není v silách majitele nebo zodpovědné osoby, není od věci někoho si na to najmout. Nadhled člověka zvenčí, který má se zjednodušováním zkušenosti, může firmě velmi prospět.

A není minimalismus brzdou rozvoje ekonomiky? Přece čím více lidé kupují, tím lépe bohatnou podniky, tím větší platí daně, tím více je prostředků například na stavby železnic, elektráren, dálnic...

To je otázka, kterou mi nepřísluší hodnotit. Ale samozřejmě nad ní taky uvažuji, co kdyby bylo minimalistů mnohem více, třeba polovina společnosti. Moje představa, možná značně naivní, je, že by se ekonomika prostě proměnila. To, že jako minimalista utratím méně za spotřební zboží, ještě neznamená, že zbytek dávám pod polštář. Když mi více zbývá, mohu si dovolit více cestování, více zážitků, luxusnější restauraci a podobně. Stejně ty peníze vrátím do oběhu. Jen je přerozděluju jinak. Tedy kdyby bylo více minimalistů, pravděpodobně by se nevyrobělo tolik zboží, ale více lidí by se živilo poskytováním služeb nebo výrobou luxusnějších věcí, na míru, ručně vyráběných, protože po těchto kvalitních věcech by se poptávka zvýšila. Zatím je nás minimalistů ale tak málo, že toto asi řešit nemusíme, ekonomika kvůli našim umírněným nákupním zvyklostem snad zatím příliš netrpí.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Tím, že se zbavujete nepotřebného, říkáte sobě i svému okolí, že vy víte, co chcete, víte, co je pro vás dobré, že děláte věci po svém. Berete tím život do svých rukou. Přijímáte za něj plnou zodpovědnost. Máte-li právo téměř cokoliv vlastnit, máte i právo to nevlastnit. V téhle myšlence se skrývá obrovská síla.

I přes šatník vede cesta ke zdravému sebevědomí

Cítit se sebevědoměji po celý den může být jednodušší, než se na první pohled zdá. Nejde o štěstí nebo dokonalé okolnosti, ale o každodenní volby a drobné návyky, které mohou výrazně ovlivnit naši psychiku. Odborníci se shodují, že už jen ranní rituál, jako je šálek oblíbeného čaje, chvilka pro sebe nebo výběr oblečení, v němž se cítíme přitažlivě a pohodlně, mohou vytvořit pevný základ pro dobrý den. Sebevědomí totiž z velké části pramení z pocitu komfortu a autenticity – tedy z toho, že jsme spokojeni sami se sebou a svým vzhledem.

„Významnou roli v tomto ohledu hraje právě výběr oblečení. To, co si ráno obléčeme, ovlivňuje nejen to, jak nás vnímají ostatní, ale především to, jak se vnímáme sami. Oblečení, které dobře padne, podtrhne naše přednosti a zároveň nás nikde netlačí, může přispět k lepší náladě a větší jistotě. Lidé, kteří využívají módu jako prostředek sebevyjádření, jsou dle výzkumu z roku 2024 nejen sebevědomější, ale také obecně spokojenější. Pokud si nejste jisti svým stylem, začněte jednoduše – prohlédněte si svůj šatník a vyberte oblíbené kousky, které nosíte nejčastěji. Právě ty vám mohou napovědět, ve kterých střizích a barvách se cítíte nejlépe,“ řekla psycholožka Mgr. Simona Hřebíčková.

Kromě oblečení má na vnímání sebe sama zásadní vliv také držení těla. Vzpřímený postoj a otevřená gesta nejenže vysílají signál sebevědomí do okolí, ale podle studií ovlivňují i naši náladu a schopnost zvládat stres. Lidé, kteří sedí nebo chodí s rovnými zády a uvolněnými rameny, často pocítují méně negativních emocí a jsou odolnější vůči psychické zátěži. Pravidelné cvičení zaměřené na posílení zad a ote-



vření hrudníku může navíc pomoci zlepšit držení těla dlouhodobě.

Neméně důležitá je péče o vzhled. Nejde o to vypadat dokonale, ale cítit se dobře ve své kůži. Výzkumy ukazují, že motivací k péči o zevnějšek bývá u většiny lidí právě snaha cítit se sami sebou. To může zahrnovat péči o pleť, úpravu vlasů, nebo i výběr kosmetiky, která podtrhuje přirozenou krásu. Je ale důležité najít zdravou rovnováhu – přehnaná fixace na vzhled může vést k frustraci a nerealistickým očekáváním.

„Zajímavým prvkem, který bývá často opomíjen, je spodní prádlo. Přestože ho během dne nikdo nevidí, může mít výrazný vliv na naši psychiku. Podle behaviorální psycholožky Carolyn Mair prádlo ovlivňuje sebedůvěru, a to

právě tím, že poskytuje prostor pro osobní sebevyjádření, aniž bychom byli vystaveni posuzování ostatních. Pohodlné, dobře padnoucí spodní prádlo navíc přispívá k fyzickému komfortu, což má přímý vliv na naši náladu. Psycholožka Shakaila Forbes-Bell potvrdila, že i barva prádla může ovlivnit naši vnitřní rovnováhu a emoční nastavení,“ sdělil Ruslan Skopal ze specializovaného e-shopu Trenýrkárna.cz. Jaké spodní prádlo nám tedy může zlepšit den? Ideální volbou je takové, které má správnou velikost a střih, lichotí tělu a je vyrobeno z kvalitních materiálů, jako je bavlna nebo bambus. Pod přílehavé oblečení se skvěle hodí bezešvé varianty, zatímco pro pocit smyslnosti mohou být ideální krajkové kousky. Prádlo by mělo být nejen praktické, ale také dělat radost – i kdybychom tu radost měli mít jen my sami.

„Sebevědomí ale není jen otázkou vzhledu či postoje – svou roli hraje také celková tělesná a duševní pohoda, která je úzce propojená s naším životním stylem a životosprávou. Nedostatek některých minerálů, především hořčíku, může přispívat k podrážděnosti, únavě i snížené odolnosti vůči stresu. Hořčík je důležitý pro správnou funkci nervové soustavy a svalů, a jeho dostatečné množství se může pozitivně projevit nejen na hladině energie, ale i na psychické pohodě a vnitřní jistotě. Doporučuje se ho přijímat v dobře vstřebatelné formě – ideálně například prostřednictvím mineralizované vody s vyšším obsahem hořčíku, kterou lze snadno zařadit do každodenního režimu,“ napověděl Jaroslav Žák z BWT. (tz)



Rodina jako bezpečný přístav, kde čerpáme radost i sílu

Kam nejradyji směřujete po nepovedeném pracovním dni, po schůzce, která zmařila vaše očekávání? Komu potřebujete sdělit své dojmy, když se vám v podnikání podařilo něco famózního? S kým toužíte probrat starosti, které se hromadí nejen ve vztahu k firmě, již řídíte, ale také třeba s dospívajícími dětmi, jež netuší, jaká rizika na ně číhají třeba na sociálních sítích? Otázky a zase otázky. Odpovědi na ně však mají význam. Před nedávnem seznámil novináře finanční dům UNIQA s výsledky průzkumu na téma česká rodina. Vyplynulo z něj mnoho zajímavých informací. Pro většinu lidí je rodina hlavním zdrojem jistoty, blízkosti a důvěry. To nejdůležitější poselství však je o tom, že pro mnoho z nás představuje možnost sdílet radosti i strasti, hledat řešení a nalézat je, těšit se ze vzájemné podpory. Rodina je dnes ve světě plném složitostí opravdu velké téma, které nemíjí ani naše čtenářky, tedy ženy z businessu. Místopředsedkyni představenstva a finanční ředitelce UNIQA Lucii Urválkové patřily následující otázky:



Lucie Urválková

Podle rozsáhlého průzkumu o životě našich rodin, který připravil finanční dům UNIQA ve spolupráci s výzkumnou agenturou NMS, se potvrdilo, že Češi hledají v rodině bezpečný přístav. Tedy zázemí, v němž se dají nejen prožívat velké i malé radosti, ale také řešit problémy, složitosti, jež nás běžně provázejí. Co vás na výsledcích zaujalo?

Velmi silně na mě zapůsobilo potvrzení, že rodina zůstává jedním z nejzásadnějších pilířů

našeho života. V době, kdy je mnoho věcí nejistých – ekonomika, geopolitická situace, pracovní trh – hledáme oporu jinde než ve vnějších strukturách. A právě rodina se znovu ukazuje jako přístav, kde čerpáme stabilitu, radost i sílu k překonávání překážek. Zaujalo mě i to, že pro většinu Čechů není nejdůležitější materiální komfort, ale právě pocit bezpečí, sounáležitosti a důvěry. To je velmi silné poselství i pro nás v pojišťovnictví – že naše produkty by měly nejen kryt rizika, ale i pomáhat chránit to nejvzácnější, co máme – vztahy a domovy.

Rodina je dnes opět žhavé téma. A pokud nefunguje, nežije se nám nejlépe. Každý z nás potřebuje určité jistoty, a pokud chybí, nebýváme veselými optimisty. Jaké rodiny jsou u nás nejšťastnější? Ovlivňují to i jejich finanční poměry?

Ano, finance hrají v rodinné pohodě důležitou roli, ale není to o výši příjmu. Mnohem důležitější je, zda mají lidé nad svými financemi kontrolu – jestli umí plánovat, tvořit rezervy, zvládat nenadálé výdaje bez stresu. Průzkum ukazuje, že nejšťastnější jsou ty rodiny, kde vládne otevřená komunikace a kde si členové vzájemně naslouchají. Samozřejmě, pokud se rodina neustále potýká s finanční nejistotou, odráží se to na atmosféře doma. Ale stabilita může vzniknout i tam, kde nejsou milióny – pokud je přítomen respekt, důvěra a ochota dělat rozhodnutí společně. A to je, myslím, i pro nás v UNIQA silná inspirace – jak vést rodiny k větší finanční pohodě a bezpečí.

Co dnes charakterizuje pohodový rodinný život nejvíce?

Dnes je to především schopnost vytvářet si doma prostor, kde se lidé cítí v bezpečí. Svět kolem nás je často chaotický – inflace, hrozby války, tlak na výkon – a o to důležitější je mít místo, kde se můžeme zastavit, vydechnout a být sami sebou. Pohodový rodinný život není o luxusu, ale o přítomnosti – o tom, že spolu trávíme čas vědomě, že si dokážeme dopřát obyčejné chvíle klidu, že máme rituály, které drží rodinu pohromadě. Pro mě osobně je to například společná večeře bez telefonů. Tak obyčejná věc – a přitom nesmírně důležitá.

Jak vnímáte v UNIQA rodiny, které tvoří rodiče podnikatelé a manažeři? Co jim chybí zejména? Čas na sebe navzájem, ochota naslouchat, energie na společné chvíle?

Rodiny, kde rodiče podnikají nebo pracují ve vrcholových pozicích, často čelí paradoxnímu problému: mají dobré příjmy, ale minimum společného času. Práce je náročná, mentálně i fyzicky, a doma pak nezbyvá energie na kvalitní vztahy. Vnímáme, že tito lidé často nechtějí „jen pojištění“, ale hledají řešení, která

Průzkum ukazuje, že nejšťastnější jsou ty rodiny, kde vládne otevřená komunikace a kde si členové vzájemně naslouchají.

jim dají větší klid, jistotu, možnost zvolnit. Snažíme se proto nabízet produkty, které myslí nejen na majetek, ale i na čas – třeba asistenci v péči, rychlé služby, prevenci. A také jim připomínáme: žádné finanční úspěchy nenahradí chvíle, které můžete strávit se svými blízkými.

Vy sama jste velmi profesně vytižená, přesto se snažíte rodinný život nešdit, dokonce dokážete čas věnovat i morčeti, domácímu mazlíčkovi... Máte nějaký „figl“, jehož pomocí roli manželky, maminky, hrdinky domova zvládáte?

Ruku na srdce – skloubit vše dohromady není vždy jednoduché. Ale naučila jsem se dvě věci: plánovat a zároveň být shovívavá k sobě samotné. Dřív jsem se snažila mít vše perfektní. Dnes vím, že mnohem důležitější než vyleštěné sklo je úsměv, klidná atmosféra, společná chvíle u snídaň. Mám doma podporujícího partnera a syna, kteří vědí, že se na mě mohou ve všem spolehnout. A máme i naše morče, které nás učí trpělivosti a lásce bez podmínek. Je to maličkost, ale právě tyto drobnosti tvoří domov. A když to někdy nejde ideálně? Nevadí. Důležité je snažit se být přítomní – fyzicky i duševně.

Na dovolenou podle dat z výzkumu jezdí společně jen polovina českých rodin. Proč?

Odpověď leží především v tom slovu „společně“ – mnoho českých rodin totiž už má děti odstěhované, ve střídavé péči, případně z vícero různých manželství. Vydat se společně sbírat zážitky tak pro ně může být složité. Roli hrají rozhodně i peníze – pro bohatší rodiny jsou společné dovolené samozřejmostí, pro chudší rodiny vzácností. Společná dovolená má přitom obrovský přínos pro rodinné vztahy. Dává nám čas na sblížení, na sdílení zážitků, na obnovu energie. Bohužel, pro mnoho rodin je stále těžké si ji dopřát. Myslím, že bychom jako společnost měli podporovat model, kde odpočinek není luxus, ale přirozená součást života. A k tomu může přispět i chytré finanční plánování – třeba pravidelné spoření právě na zážitky.

Mnozí mladí se moc nehrnou do závazků – z výroku „nechci děti“ se pro mladé lidi pomalu stává norma. Je šance to změnit?

Rozhodně ano. Musíme ale změnit prostředí, ve kterém vyrůstají. Pokud mladí vidí, že rodičovství znamená stres, finanční nejistotu a neustálé obavy, přirozeně se obávají. Ale když jim nabídneme funkční podporu – dostupné

bydlení, kvalitní předškolní péči, flexibilní práci a pojištění, které kryje důležité situace – začne být rodičovství a manželství opět pozitivní volbou. Zároveň ale musíme respektovat, že rodina má dnes mnoho podob. Výsledky našeho průzkumu ukázaly, že spokojený a funkční domov nemusí nutně znamenat manželství ani děti. Důležité je, aby každý měl možnost žít v souladu se svými hodnotami.



Ideální rodina není bezchybná – ale drží při sobě. Umí komunikovat, dokáže se zasmát i pohádat, umí odpouštět. Má své rituály, má svůj jazyk lásky a bezpečí.

Z výzkumu vyplynulo, že čtvrtina českých rodin nemá finanční rezervu na nečekané výdaje. Čím to? Možná třeba tím, že mnoho lidí ještě neumí dobře s penězi hospodařit a často je vydává na věci, které nejsou vůbec potřeba... Finanční gramotnost obyvatelstva roste, ale...

Často za tím je nízká finanční gramotnost a každodenní boj o přežití. Mnoho lidí neumí plánovat, neumí rozlišit potřeby od zbytných výdajů, žijí od výplaty k výplatě. Ale je tu i pozitivní trend – zájem o osobní finance roste, lidé hledají informace, ptají se. Naším úkolem je pomáhat jim nejen produkty, ale i vzděláváním. Věnuji se také mentoringu a mám příspěvky na různých konferencích, kde zmiňuji i důležitost investic do finančního poradenství i digitálních nástrojů, které pomáhají srozumitelně plánovat i malým domácnostem.

Obrovské výdaje dnes jdou na bydlení, ale také například na péči o nemocné blízké, kteří potřebují péči. Vhodné pojištění by však mohlo pomoci. Uvědomuje si to střední generace?

Ano, postupně si to lidé uvědomují – především ti, kdo už nějakou náročnou životní situaci prošli. Péče o dlouhodobě nemocného člena rodiny je fyzicky, emocionálně i finančně náročná. A pojištění, které pokryje výpadek příjmu nebo část nákladů na asistenci, může být doslova záchranným lanem. Střední generace je dnes nejvíce zatížená – stará se jak o děti, tak o rodiče. A proto je pro nás prioritou vyvíjet produkty právě pro rodiny – praktické, srozumitelné a přístupné.

Mnoho zejména starších lidí je skutečně ohroženo, nemá se kdo o ně postarat. Proto jste nyní založili Nadační fond UNIQA, jehož prostřednictvím budete podporovat projekty péče. Už víte, co přesně bude fond dělat?

Nadační fond vznikl právě z potřeby být více než jen finančním domem. Chceme aktivně pomáhat tam, kde to systém často nezvládá – zejména pečujícím rodinám. Plánujeme podporovat například terénní hospicovou péči, psychologickou pomoc, vzdělávací aktivity pro rodiče i děti. Ale chceme jít i dál – spojuvat experty, měnit ve-

řejný diskurz o hodnotě péče a duševním zdraví. Fond má ambici fungovat jako most mezi světem financí a světem lidských příběhů. A na to se velmi těším.

Jak byste popsala ideální, fungující českou rodinu? Máme šanci se k takovému modelu přiblížit?

Ideální rodina není bezchybná – ale drží při sobě. Umí komunikovat, dokáže se zasmát i pohádat, umí odpouštět. Má své rituály, má svůj jazyk lásky a bezpečí. A hlavně – každý její člen se v ní cítí přijímaný. Takovou rodinu si přeji pro každého – a věřím, že se k tomuto ideálu můžeme postupně přibližovat. Společně, odpovědně a s respektem k odlišnostem každého domova.

ptala se Eva Brixi ■■■

kompletní výsledky průzkumu si prohlédněte zde: www.velkypruzkumrodin.cz

Svatby 2025: méně formální, menší, intimnější a s podporou technologií

Sezóna svateb se nezadržitelně blíží, a jak říká klasik, štěstí a láska přeje připraveným. Podle nejnovějších průzkumů se mění přístup párů k pojetí svatebních oslav. Místo velkolepých ceremonií preferují páry menší, intimnější oslavy v domácím rodinném prostředí. Spolu s tím, jak stoupá popularita „domácích svateb“ v prostředí rodinné zahrady nebo oblíbené restaurace, tak také klesá důraz na přísný dress code a striktní harmonogram svatebních oslav, a naopak roste důraz na osobní zážitek hostů.

Průměrná česká svatba vyjde v letošním roce novomanžele na 280 000 Kč (přičemž více než třetina z této částky připadne na catering, necelá pětina na pronájem svatebního místa a 13 % na zajištění hudební produkce) a zúčastní se jí 58 hostů. Na 73 % svateb jsou mezi hosty také děti, kterých je na každé svatbě průměrně 8. Údaje vyplývají z dat online nástroje pro plánování svatby WeMarry, jenž přináší budoucím novomanželům komplexní řešení pro plánování svatby, které výrazně usnadňuje přípravu tohoto významného životního okamžiku a pomáhá párům zvládnout přípravu svatby bez zbytečného stresu. Podle statistik klesá v ČR počet nově uzavřených manželství – v roce 2023 byl zaznamenán meziroční pokles o více než 10 % na 48 300 sňatků. Poklesl i podíl žen a mužů vstupujících do prvního manželství před dovršením 50 let věku, a to na 65, resp. 56 %. Předběžné statistiky za minulý rok naznačují pokračování tohoto trendu. Nejoblíbenější měsíce pro svatby jsou dle údajů platformy WeMarry červen, srpen a září, přičemž v každém z těchto měsíců se v letech s vyšším počtem svateb (např. 2018) konalo přes 10 000 obřadů. Průměrný věk no-



foto Pixabay

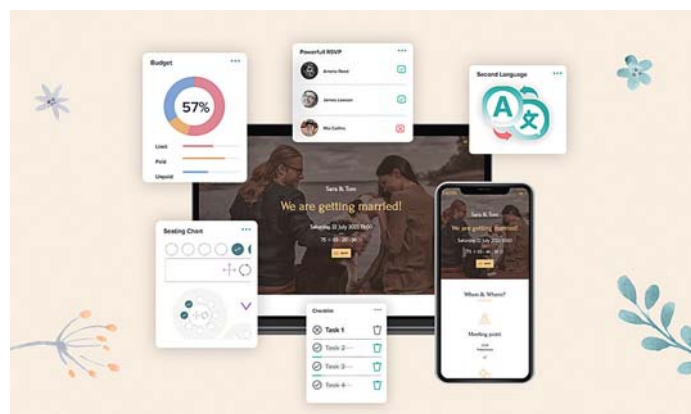
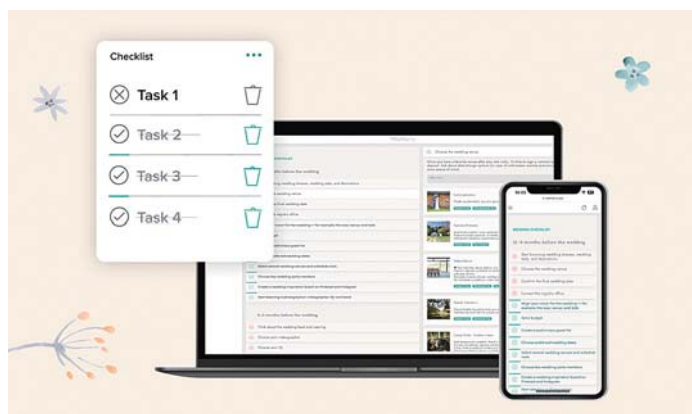
vomanželů se zvyšuje – v posledních letech muži vstupují do prvního manželství ve věku kolem 32 let a ženy kolem 30 let. Svatební páry budou v letošním roce také klást důraz na exkluzivní a intimní svatební zážitek, na který budou zváni jen nejbližší přátelé a rodina. Roste i celosvětový trend využívání online nástrojů a technologií při plánování svateb – od sledování inspirativních videí se svatebními tipy, triky a inspiracemi přes komunikaci s dodavateli přes WhatsApp až po vytvoření svatebního webu pro sdílení důležitých informací, shromažďování RSVP a sdílení registračních informací. Zimní měsíce zůstávají nadále nejoblíbenější sezónou pro zasnubení, přičemž doba příprav svatby se v různých zemích výrazně liší – od pouhých 5–6 měsíců v Indii až po 15–16 měsíců v USA a Velké Británii.

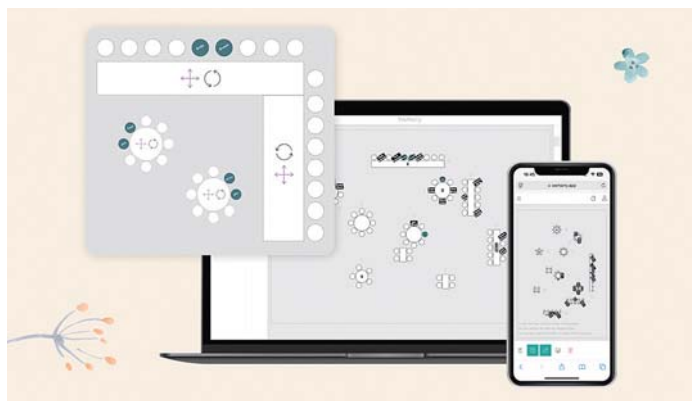
Revoluce v přípravách

WeMarry je online nástroj pro plánování svatby, který budoucím novomanželům šetří

čas a z přípravy svatby dělá příjemný proces bez zbytečných nervů. Nástroj spustili v srpnu 2022 dlouholetí přátelé Kryštof Paleta a Lukáš Chládek. Cílem jejich startupu bylo původně vytvořit online nástroj pro tvorbu svatebního webu, který zvládne ovládat opravdu každý a zjistit, jestli o produkt bude na trhu zájem. „Prvotní myšlenku mi vnukl kamarád, který mi poslal odkaz na jeho svatební web, se kterým se horko těžko popral sám. Když jsem se zeptal, proč nevyužije nějakou platformu na tvorbu svatebních webů, odpověděl, že nic lepšího nenašel. Udělal jsem si lehký průzkum a usoudil, že by tu opravdu mohl být prostor k tomu něco rozjet,“ popsal vznik nápadu na WeMarry jeho zakladatel Kryštof Paleta.

WeMarry si může vyzkoušet každý zdarma, platí se až v momentě, kdy snoubenci chtějí zveřejnit jejich svatební web a sdílet ho s hosty. Právě svatební web byla primární funkce platformy WeMarry a díky opravdu jednodu-





chému nástroj pro jeho tvorbu se rychle stala populární. Tvůrci postupně přidávali další funkce, jako je například svatební checklist, kalkulačku nákladů, interaktivní nástroj pro plánování zasedacího pořádku, online svatební galerii nebo propojení nevěst s dodavateli. „Na základě zpětné vazby jsme přidávali další praktické funkce v rámci plánování svatby a dostali se do fáze, že WeMarry opravdu šetří hodně starostí, které jsou se svatebními přípravami často spojeny,“ popsal Kryštof Paleta. Nyní je WeMarry komplexní online nástroj, který nabízí uživatelsky přívětivou platformu, která pokrývá všechny aspekty svatebních příprav. Od založení WeMarry v placené verzi využilo již přes 1300 uživatelů. Kromě budoucích novomanželů jej používají rovněž profe-

sionální svatební koordinátorky. „Svatba je důležitý životní moment, který je zdrojem často zbytečného stresu a napětí. Naším cílem je zbavit svatební přípravu nervozity. S WeMarry chceme proces plánování zjednodušit a snoubencům tím získat čas na důležité a mnohem zábavnější detaily, jako je třeba výběr šatů, jídla, hudby nebo dekorací,“ dodal Kryštof Paleta

Klíčové funkce platformy WeMarry

- Svatební web, který si v jedné ze tří responzivních šablon může uživatel vytvořit během pár minut přímo na telefonu. K dispozici je několik jazykových mutací, úprava barevného stylu či vlastní doména.

- Kalkulačka nákladů pro přesnou evidenci výdajů, která ohlídí svatební rozpočet do poslední koruny. Díky ní mají uživatelé přehled o všech výdajích, proběhlých zálohách, platbách a tak dále.

- Interaktivní svatební checklist, díky kterému nemusí uživatelé už žádné úkoly nosit v hlavě.

- Nástroj pro plánování zasedacího pořádku, ve kterém si uživatelé mohou vyhrát s rozvržením stolů a umístěním hostů na svatební hostině a následné party.

- Online fotogalerie pro sdílení vzpomínek, do které mohou svatební hosté v průběhu svatby nahrávat fotky pomocí QR kódu a do které následně novomanželé nasdílí profesionální snímky od fotografa. (tz)

makro ČR s novou letní řadou zmrzlin Fine Life

makro ČR přináší na český trh vlastní značku zmrzlin a nanuků Fine Life, které se mohou směle postavit vedle zavedených A-brandů. Nová řada, určená především pro segment maloobchodu a HoReCa, nabízí celkem 17 druhů těchto letních dobrot, z nichž 14 jsou úplné novinky.

Zákazníci tak získají ucelenou nabídku zmrzlin nejvyšší kvality, navíc s plnou podporou ze strany makro ČR. Zvláštní pozornost si zaslouží i letošní FajnuK – pět druhů oblíbených nanuků ve vizuálně přitažlivých obalech vyniká výraznou chutí, a díky kombinaci kvalitních mléčných a ovocných složek jde o ideální nabídku jak pro dětské zákazníky, tak pro všechny, kteří hledají poctivou zmrzlinu za férovou cenu. „Zmrzlina je produkt, který přirozeně vzbuzuje pozitivní emoce – a přesně taková byla i atmosféra při vývoji zmrzlin Fine Life. Věnovali jsme velkou pozornost nejen samotné chuti a kvalitě jednotlivých druhů zmrzlin, které jsme pečlivě testovali s odborníky v naší makro Akademii, ale také grafice obalů. Chtěli jsme, aby byly vizuálně atraktivní a správně cílené – třeba obaly FajnuKů se zvířátky potěší zejména děti,“ řekla Lenka Slezáková, marketingová ředitelka makro ČR.

Smetanové a ovocné zmrzliny Fine Life jsou vyráběny s důrazem na použití prémiových surovin. Nanuky obsahují až 60 % ovocné dřeně, 40 % tvarohu nebo 30 % pravé čokolády, což zajišťuje výjimečný chuťový zážitek. Všechny produkty procházejí přísnou kontrolou kvality od výroby přes distribuci až po finální prodej. Správné uchování mražených výrobků je klíčové, a makro ČR tuto cestu garantuje díky propracovanému distribučnímu systému.

„Podpora vlastních značek je pro nás dlouhodobou strategií. Fine Life zmrzliny přinášejí zákazníkům nejen špičkovou kvalitu, ale také atraktivní obchodní model s vyšší marží pro maloobchodní partnery i segment HoReCa. Jsme přesvědčeni, že Fine Life zmrzliny a na-

nuky budou perfektním osvěžením jak na pultech, tak na jazyku,“ doplnila Nikola Formanová, tisková mluvčí makro ČR.

makro ČR nabízí svým partnerům výraznou podporu:

- Obrandovaný mrazák s první náplní zmrzlin Fine Life zdarma,
- POS materiály a dárky pro zákazníky,
- ochutnávky a sampling,
- soutěže a mediální kampaně.

K tomu navíc platí řada promo akcí jako 2+1 zdarma, sleva 5 % při nákupu pěti a více kartónů a možnost zvýhodněného nákupu mrazicích boxů s náplní Fine Life zmrzlin.

Fine Life zmrzliny jsou k dostání ve velkoobchodních střediscích makro po celé ČR a prostřednictvím služby makro Distribuce.

makro ČR dlouhodobě rozvíjí svou nabídku vlastních značek, které zákazníkům přinášejí stabilně výhodnou cenu při zachování vysoké kvality, větší kontrolu nad výrobním i dodavatelským řetězcem a lepší obchodní podmínky pro partnery. Dokazuje tak, že spojení kvality, spolehlivosti a výhodné ceny je klíčem k úspěchu nejen u zákazníků, ale i v obchodním partnerství. (tz)



Vracíme se k vítězství zdravého rozumu

Přejete si udělat něco pro své zdraví? Nebaví vás nechávat si pravidelně předepisovat léky? Rozhodli jste se najít vhodnější cestu k vylepšení vlastní kondice, než je ta, po které jste dosud šli bez rozmyslu, bez toho, aniž jste naslouchali vlastnímu tělu? Pak určitě také přemýšlíte, jak zařadit do svého jídelníčku omega-3, esenciální mastné kyseliny. Hodně se doporučují, jsou prý zázračné, na internetu se to jen hemží nejrůznějšími informacemi o nich. Jenže jak se v té přemíře údajů vyznat? A co je pro toho či onoho jednotlivce to nejlepší? Každý se jinak hýbeme, každý jsme v jiném stresovém módu, každý z nás má jiný metabolismus, každý z nás jinak snídá i večerí... Možná až příliš otázek najednou. Mgr. Lenka Sobková, lékárnice s celostním přístupem, se na omega-3 mastné kyseliny ve své práci nyní detailně zaměřila. Brzy se budete moci v této problematice zorientovat i vy.



Mgr. Lenka Sobková

Všichni toužíme po dobrém zdraví, ale přitom se často stravujeme chybně. Jaké zásadní prohřešky to dnes jsou?

Přemíra cukrů a sacharidů na talíři je dnes největším nepřítelem zdraví. A taky nekvalitní tuky. S vývojem technologií jsme začali o stravě přemýšlet spíš ekonomicky. Prioritou se staly jiné atributy než obsah. Jde o nám víc o to, jak dlouho můžeme produkt skladovat, za kolik jej prodát a kolik si můžeme dovolit toho naskládat do nákupního košíku. Z hlediska kvality jsme přešli na kvantitu. Dokonce často i tam, kde o té kvalitě velmi nahlas mluvíme.

Odvoláváme se na to, že naši předkové netušili, co jsou bílkoviny, tuky, sacharidy, jedli to, co bylo.

No, popravdě, my o těch bílkovinách, tucích, sacharidech víme pořád poměrně málo. A to nejen v rámci základní neznalosti, ale i v odborných kruzích. Tradiční výživová pyramida, o kterou se opírá celé výživové poradenství několik desítek let, nestojí na výzkumu, ale vznikla vlastně náhodou. Část klientek přichází do mé péče v zuboženém stavu po tom, co jim lékař ze stravy proškrtal prakticky všechny proteiny. Třeba kvůli

trávicím potížím. Z čeho má ale potom jejich organismus obnovovat poškozené tkáně, když mu nedodají žádné stavební kameny? Řekla bych, že se konečně vracíme z labyrintu dogmatických tvrzení zpět k vítězství zdravého rozumu. Mnohokrát jsme si potvrdili, že cesta k uzdravení není jedna jediná správná. Klíčem ke zdraví není slepé následování předepsaného postupu, ale pochopení principů zdravé stravy. A jejich integrace do vlastního života.

Tedy?

Vyvážená strava pro každého totiž může vypadat, a taky v praxi vypadá, úplně jinak. Logicky tělo těžce pracujícího dělníka má zcela jistě jinou spotřebu živin než organismus obchodní ředitelky. Nejde tady „jen“ o množství kalorií, bílkovin nebo tuků, úplně jinak se spotřebovává třeba vitamín C nebo zinek. Vydatně zatěžované srdce fyzicky pracujícího muže potřebuje jiné omega-3 než srdce ženy, která má náročnou duševní práci a organizuje chod firmy. Je to stejné jako s auty, některá jezdí na benzín, jiná na diesel. Každé potřebuje to své, aby pracovalo správně.

Ještě nedávno patřily do jídelníčku běžně škvarky, chleba se sádlem, dnes stále frčí uzeniny, grilované maso, uzené... Jenže naše babičky a dědečkové více fyzicky pracovali, více chodili, neměli počítače a v autech netrávili celé dny...

Přesně tak, dalším kamenem úrazu dnešní doby je nedostatek pohybu. A ten také určuje, kolik a co bychom měli vlastně jíst. Chleba se sádlem nebo škvarky si klidně dejte. Pokud se hýbete tak intenzivně, že tuhle energickou nálož spálíte. Na talíř našich předků jistě patřily. Otázka je, jak často. Dlouhou dobu to byly totiž pokrmy spíš sváteční než každodenní. Běžná strava stavěla na úplně jiných potravinách. Možná si teď představíte nudné ovesné kaše, ale ve skutečnosti to bylo mnohem zajímavější. Podívejme se třeba na otázku těch dnes všude skloňovaných omega-3. Naši předkové po celá staletí neřešili, odkud získat rybí olej nebo kolik mořských ryb by měli sníst. Nemuseli. Divocí lososi totiž každoročně táhli Vltavou. Stačilo je vylovit a sníst. Nebo nařezat do soli do zásoby na další týden a měsíce.

Vydatně zatěžované srdce fyzicky pracujícího muže potřebuje jiné omega-3 než srdce ženy, která má náročnou duševní práci a organizuje chod firmy.



foto Pixabay

U každé vsi dřív také stával mlýn na lisování olejů. Z přádelného lnu se jako vedlejší produkt získával za studena lisovaný lněný olej, a po jeho vy lisování také další produkty. Nic nepřišlo vniveč.

Předpokládám, že se dostáváte k tolik doporučeným omega mastným kyselinám 3, 6, 9...

Ano, téma důležitosti omega-3 pro zdraví celé populace zní prostorem hlasitě. Od té doby, co jsme řeky přehradili jezy a kaskádami, a ze lnu se přeorientovali na řepku a kukuřici, o jejich tradiční české zdroje jsme bohužel přišli. A šli jsme ještě dál. Klasické odrůdy lnu s vysokým obsahem omega-3 jsme přešlechtili na nové odrůdy, které místo nich obsahují prozánětlivé omega-6. Výrazně pomaleji se totiž kazí (žluknou), a tak se pro moderní obchod hodí lépe. Z jídelníčku jsme si vlastní činností vyškrtali všechny tradiční zdroje zdravých tuků. A teď se následky sčítají v podobě enormních čísel kardiovaskulárních onemocnění a dalších civilizčních neduhů. Mimochodem víte, že hrozba vysokého tlaku nebo cholesterolu se u nás jen ve věkové skupině 55–64 let týká více než 65 % lidí?

K čemu tedy omega-3 vlastně slouží a kde je dnes najdeme?

Když se řekne omega-3, většina lidí si představí rybí olej. Ve skutečnosti je to ale celá velká skupina zdravých tuků z různých zdrojů. Ale pojďme to vzít postupně.

Těmi nejpřirozenějšími omega-3 pro člověka jsou ty rostlinné. V českých podmínkách je ziskáváme právě ze zmíněného lněného oleje. Dalším zdrojem, který stojí za řeč, je olej konopný. V dnešní době se o nich mluví jako o „málo fungujících omega-3“. To je ale účelově pokrivený úhel pohledu. Ve skutečnosti jsou jako jediné z omega-3 oficiálními autoritami uznány jako esenciální = pro lidské zdraví stejně důležité jako vitamíny a minerální látky. Jsou takovými stavebními kameny, které ve vašem těle pečují o zdraví na mnoha úrovních. A lidské tělo si z nich do určité míry samo, podle aktuální potřeby, vytváří ty známé EPA a DHA.

Oproti těmto rostlinným omega-3 stojí ty mořské – z ryb, rybiho oleje, alternativně dnes už také vegan verze z mořských řas nebo krillu. Jsou bohatým zdrojem těch „aktiv-

ních“ forem omega-3. Skutečně, právě u EPA a DHA jsou prokázány všechny ty výrazné přínosné účinky na snižování tlaku a cholesterolu, hašení zánětlivých procesů nebo na posilování paměti.

Dnes často prezentované doporučení, že lžíci rybiho oleje by měl v dnešní době spolknout pro zdraví každý, je ale zavádějící. Tyto mořské omega-3 mají skvělé účinky pro ty, kdo už nějaký konkrétní zdravotní problém řeší. Jsou to spíš přírodní léčiva než přirozená prevence.



Myslím, že v té záplavě informací se už nevyznáme. A jak to zařídit, abychom toho nejlepšího přijímali k snídani, obědu a večeři optimální množství?

Úplně tomu rozumím. Vyznat se v tématu omega-3 je skutečná výzva nejen pro běžného uživatele, ale dokonce i pro většinu odborníků. Celý problém je ale jako obvykle v naší hlavě. Většina lidí kupuje přípravky s omega-3 proto, že si někde přečetli o jejich přínosných účincích. Zvolí proto jednu z kvalitních značek, které se mezi sebou argumenty o zákazníky doslova perou. Začnou ten rybí olej užívat každé ráno na lžici, jenže ouha. Jednak specifická chuť nevyhovuje zdaleka každému (přejí se často už po několika

dnech), nebo z něj mají někteří průjem (na tom není nic divného, lidské tělo příroda k takové stravě nevybavila). A tak začnou vynechávat. Nebo přejdou na omega-3 v kapslích. Ty s sebou ale nesou také jednu nástrahu – bývají poměrně slabé. Ten olej má prostě určitý objem, který do kapslí potřebujeme dostat. A tak polykáme buď megakapsli, nebo celou hrst menších. Výsledek je však pořád stejný – užíváme drahé produkty, které tělu dostatek cenných živin nedodají. A tedy nefungují.

Podle mě ale takhle cesta ke zdraví vypadat nemá. Když o omega-3 začneme přemýšlet jako o živině, stejně důležité jako je třeba vitamín C nebo vláknina, nepřekvapí nás, že patří spíš na talíř než do lékárničky.

Jenže jak to má vytižená žena z businessu se svým stravováním všechno zvládnout? Má starosti a povinnosti až až, často je unavená, přetížená, špatně spí, zápasí s vysokým krevním tlakem. Může si svou kondici v tomto slova smyslu zlepšit i prostřednictvím omega?

Ano, omega-3 jsou účinná pomoc pro snížení vysokého tlaku, zlepšení koncentrace a paměti, zklidnění spánku i zlepšení výkonnosti.

Dokážou poladit vše najednou. Má to ale jedno velké ale – je zásadně důležité zvolit ty správné omega-3 a ve správné dávce. Jejich smysluplné užívání může nakonec vypadat i tak, že vybraný olej zapojím ve správné dávce do přípravy jídla třeba dvakrát v týdnu. Bez každodenního poly-

kání hrsti kapslí. Bez upomínek, abych nezapomněla spolknout svou denní lžíci oleje.

Někteří mají dobré zkušenosti s tím, že si ráno na lačno dají panáka olivového oleje. Ten je ideální prevencí kardiochorob. Ale údajně obsahuje i vysoké množství vitamínu K, který zas zahušťuje krev. Dává to smysl?

Olivový olej je skvělým zdrojem cenných látek, které chrání zdraví srdce a cév. Omega-3

No, popravdě, my o těch bílkovinách, tucích, sacharidech víme pořád poměrně málo. A to nejen v rámci základní neznalosti, ale i v odborných kruzích. Tradiční výživová pyramida, o kterou se opírá celé výživové poradenství několik desítek let, nestojí na výzkumu, ale vznikla vlastně náhodou.



ale neobsahuje. Jeho užívání dává smysl třeba v případech, že člověku už nějaké riziko kardiovaskulárních potíží hrozí. Tady funguje vlastně jako přírodní lék.

Mnohem přínosnější pro zdraví je ale vyměnit olivový olej za kvalitní lněný. Možná jste o tom stejně jako já nevěděli, ale Česká republika je v oblasti starých odrůd lnu velmocí.

Dokonce u nás byla teprve před několik málo lety vyšlechtěna speciální odrůda s nejvyšším podílem omega-3 na světě. Ano, tuhle tradici jsme si udrželi! Díky tomu jsou u nás k dostání lněné oleje špičkové kvality, které se k vám domů mohou dostat v některých případech i do 12 hodin po vylisování, chlazené v ledu. Právě ten vysoký obsah cenných omega-3 dělá z kvalitního lněného oleje komoditu náročnou na logistiku a skladování. Není to ale žádný nepřekonatelný problém. Aby tenhle cenný olej prospíval vašemu zdraví, není nutné mít ho na stole každý den. Stačí si ho objednat čerstvý, během několika dní zkonsumovat třeba v salátech nebo dipech, a další týden si od něj dát zase pauzu. Když ve své kuchyni budete ten klasický, olivový olej střídát s kvalitním lněným olejem, podpoříte své zdraví na mnoha úrovních.

Cholesterol považují lékaři za velkého nepřitele, stejně jako triglyceridy v krvi. Je to skutečně taková hrozba?

Ano, reálná hrozba kardiovaskulárních onemocnění se týká například ve věkové skupině 55–64 let více než 60 % lidí. Jinak řečeno, máte šanci vyšší než 1 : 1, že při příští návštěvě u svého lékaře se dozvíte, že by vám už doporučil užívat léky pravidelně. To, že už se jich pravděpodobně nezabavíte, ani skutečnost, že každý z nich s sebou nese ne zrovna příjemné

nežádoucí účinky, už vám při jejich předepisování samozřejmě nevysvětlí. I proto je tak velké téma užívání rybího oleje. Mořské omega-3 skutečně mají potenciál i tyto zdravotní potíže podchytit. Tak, abyste se těm lékům klidně i vyhnuli.

Co ukazují informace, s nimiž vy v poslední době pracujete? Zaměřila jste se nyní právě na zmiňované omega mastné kyseliny a jejich význam pro zdravý organizmus.

Ano, těm otázkám, které omega-3 vybrat a jak je správně užívat, aby přinesly ty kýžené účinky, teď věnuji velkou pozornost. A ne jen teoreticky. Na trhu totiž najdete nepřebernou spoustu různých značek omega-3. A každá z nich se samozřejmě snaží nové zákazníky zaujmout po svém. Rozhodla jsem se proto udělat jejich velké srovnání, aby si zákazník mohl vybrat na základě přehledných informací. A nejen to. V rámci svého Online Klubu postupně připravuji rovnou celý komplexní program, který vás tím správným užíváním omega-3 provede od začátku až do konce – od výběru správné značky přes spočítání přesné dávky (i skutečné ceny) na Online kalkulačce až po praktické tipy, jak omega-3 elegantně zahrnout do svého denního fungování.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi
klub.lenkasobkova.cz

Na každých tisíc obyvatel v Česku připadá skoro 53 firem

Turbulentní ekonomický i geopolitický vývoj v posledních pěti letech apetit podnikatelů po nových projektech v ČR nezasáhl. Tuzemské firmy totiž dlouhodobě přibývají rychleji než obyvatelé. Zatímco v roce 2019 připadalo na každých tisíc obyvatel 47 firem, aktuálně to je 53. Největší koncentrace firem je v Praze – na tisícovku obyvatel připadá 186 společností. Vyplyvá to z dat Dun & Bradstreet.

Praha se dlouhodobě vymyká celorepublikovému průměru. V hlavním městě aktuálně působí 581 091 firem, na tisíc Čechů zde připadá 186 firem. „V Praze je registrováno 44 % tuzemských společností. Jde o ekonomicky nejaktivnější a nejatraktivnější místo pro business. Mezi jednotlivými kraji jsou v tomto směru obrovské rozdíly. Druhým, co do počtu firem, je Jihomoravský kraj, kde sídlí 70 000 firem, tedy v přepočtu 57 na tisícovku obyvatel. Mezi první a druhou příčkou evidujeme propastný rozdíl – až 129 společností na tisíc obyvatel. Přesto je zřejmé, že největší tuzemské metropole – Praha a Brno – přitahují firmy, investice a nabízejí dostatek pracovních příležitostí. V ostatních regionech je aktivita nižší, což souvisí s menšími podnikatelskými příležitostmi a centralizací podnikatelských aktivit přede-

vším v hlavním městě,“ řekla Kateřina Klovská, předsedkyně představenstva Dun & Bradstreet. Nejvyšší koncentrace firem vztahovaná na počet obyvatel je na Vysočině (23), Ústeckém (26), Pardubickém (29) a Královéhradeckém (29) kraji. Ve srovnání se společnostmi s ručením omezeným a akciovými společnost-

mi počty živnostníků v jednotlivých krajích výrazně lépe kopírují počty obyvatel, nicméně Praha se opět vymyká průměru. Na tisíc obyvatel České republiky aktuálně připadá 183 fyzických osob-podnikatelů, v Praze to je 267. Kromě hlavního města nad průměr ČR dosáhl také Středočeský kraj (189). (tz)

Počet právnických a fyzických osob na tisíc obyvatel v ČR

kraj	počet obyvatel*	počet fyzických osob (FO)	počet právnických osob (PO)	počet FO na tisíc obyv.	počet PO na tisíc obyv.
Česká republika	10 900 555	1 998 938	581 091	183	53
Hl. m. Praha	1 384 732	369 900	257 153	267	186
Středočeský kraj	1 455 940	274 755	43 771	189	30
Jihočeský kraj	654 505	116 500	19 965	178	31
Plzeňský kraj	613 374	103 333	19 160	168	31
Karlovarský kraj	295 077	48 804	10 156	165	34
Ústecký kraj	811 169	125 965	20 871	155	26
Liberecký kraj	450 728	80 418	14 186	178	31
Královéhradecký kraj	556 949	99 777	16 329	179	29
Pardubický kraj	530 560	88 702	15 181	167	29
Kraj Vysočina	517 960	83 369	12 168	161	23
Jihomoravský kraj	1 226 749	221 858	69 999	181	57
Olomoucký kraj	632 864	101 147	19 690	160	31
Zlínský kraj	580 744	100 615	19 380	173	33
Moravskoslezský kraj	1 189 204	181 541	41 889	153	35

zdroj: ČSÚ*, databáze výpočty Dun & Bradstreet



kresba Pixabay

Neškolte zaměstnance, pomozte jim růst



Firmy investují do školení obrovské peníze, ale skutečný růst

zaměstnanců často nepřichází.

Proč? Protože rozvoj není jen o dovednostech, ale o postoji, vnitřní motivaci a ochotě překročit vlastní komfortní zónu. Tam, kde končí tabulky a osnovy, začíná opravdová změna.

Všichni chceme růst – jako odborníci, ale i jako lidé. Přesto se ve firmách často zaměřujeme spíše na technické dovednosti a zapomínáme na to nejdůležitější: postoj, smysl a vnitřní motivaci. Bez nich ale žádné školení nemá skutečný dopad. Každý člověk stojí na třech základních pilířích: sám sobě, svém sociálním zázemí (rodina, přátelé) a práci. Právě proto má práce obrovský vliv na to, jak se cítíme a rozvíjíme. V ideálním případě by měla přispívat nejen k našim dovednostem, ale také k našemu vnitřnímu růstu – tedy cestě k pochopení sebe sama.

Spousta lidí zná ten pocit: prošli několika školeními, workshopy, načteli desítky návodů, ale v praxi se nic nemění. „Skutečný rozvoj totiž začíná až ve chvíli, kdy se člověk otevře změně postoje. Bez toho žádná nová znalost nefunguje. Můžeme si přečíst vše o zdravém životním stylu, ale pokud náš postoj je „začnu příští týden, ke změně nikdy nedojde. Přitom postoj bývá ve vzdělávání často přehlížen,“ řekla Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním



Irena Vrbová

a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem.

Rozvoj člověka přitom nenastává v komfortní zóně. Vyžaduje ochotu být zranitelný – přiznat si, že něco nevím, něco neumím, něčemu nerozumím. „Mnoho lidí (a často i lektorů) s tím neumí pracovat, protože to vyžaduje citlivý přístup a důvěru. Do hloubky osobního rozvoje se obvykle nedostanete v příliš „utaženém“, často korporátním prostředí. Je zde menší ochota sdílet, otevřít se a jít opravdu „na dřeň“. Bez projevení zranitelnosti ale není skutečný posun možný,“ upřesnila Irena Vrbová.

V korporátu podle ní vidíme i jiný fenomén – v nabídce je sice široká paleta školení, ale mnoho zaměstnanců je už „přeškolené“. Proto po absolvování dalšího a dalšího workshopu mají lidé pocit, že jim to nic nepřineslo. „Mají sice znalosti, ale chybí jim prostor pro změnu.

Chceme-li skutečně rozvíjet lidi ve firmách, musíme se odvážit jít hlouběji. Školení nejsou cílem – jsou jen nástrojem. Cílem je růst.

A ten začíná uvnitř,“ vysvětlila Irena Vrbová. Firmy by se měly raději zaměřit nejen na školení dovedností, ale i na podporu vnitřního růstu. Důležité je také vybírat lektory, kteří umí pracovat s postojem a bezpečně vést skupinu i jednotlivce do hloubky. Neméně důležitá je ze strany vedoucích nebo vedení podpora takové firemní kultury, kde je zranitelnost brána jako síla, ne slabost. „Šéf, který dokáže otevřeně sdílet své vlastní nejistoty, chyby nebo limity, dává ostatním „povolení“ dělat totéž. Právě taková atmosféra důvěry a autenticity vytváří prostor pro hlubší spolupráci, učení a posun, protože lidé se už nemusí bát přiznat, že něco neví, potřebují pomoc nebo se chtějí posunout jiným směrem. Zranitelnost není opakem profesionality – naopak, je předpokladem opravdového a udržitelného leadershipu,“ uvedla Irena Vrbová.

V menších firmách sice často nebývá tolik školení jako v korporátech, ale jejich síla spočívá jinde – v atmosféře, která bývá osobnější, méně formální, a často i otevřenější. Právě tato blízkost a nižší míra hierarchie umožňuje lidem častěji sdílet své myšlenky, nejistoty nebo obavy bez strachu z posuzování. I když to neplatí univerzálně, v mnoha menších firmách panuje větší ochota jít do zranitelnosti. A právě z takové otevřenosti pak může vzniknout růst – nejen profesní, ale i osobnostní.

„Výhodou je, když jsou zaměstnanci otevření nejen novým informacím, ale hlavně novému pohledu na sebe. Vnitřní růst není o „měnění sebe sama“, ale o hledání svého pravého já. Když se nebudou bát výzev, zjistí, že za hranici komfortu čeká ten největší posun,“ potvrdila Irena Vrbová.

(tz)

Zlato ve středu pozornosti

Trh se zlatem má za sebou nejlepší čtvrtletí za uplynulých 39 let. Podle dostupných analýz ale ještě nemusí cesta drahého kovu vzhůru zdaleka končit – naopak. Ve hře jsou scénáře, které by mohly cenu zlata během následujícího roku vynést až na úroveň 4500 amerických dolarů za unci.



Zlato odstartovalo letošní rok pokolením hned několika cenových rekordů. Už v březnu překonalo psychologickou hranici 3000 amerických dolarů za unci, 22. dubna pak jeho cena vyšplhala na 3500 dolarů – dosavadní historický vrchol. Analytici velkých komerčních bank se předhánějí ve svých prognózách a odhadují, jaké mety v blízké budoucnosti cena zlata dosáhne. „Banky jako Goldman Sachs či Bank of America mění rétoriku – z dříve opatrných výhledů se stávají býčí predikce. Například Bank of America zvýšila v dubnu svou prognózu pro zlato na příští dva roky a odhadovala, že cena dosáhne 3500 amerických dolarů za trojskou unci. Vzhledem k současnému vývoji se tento výhled zdá být poněkud krotký. Není ale jediná, kdo zvyšuje svá očekávání. Banka Goldman Sachs ve svých odhadech zohledňuje extrémní scénář, kdy vidí potenciál dosažení 4500 dolarů do dubna příštího roku,“ upozornil Roman Pilíšek, ekonom a spoluzakladatel společnosti Zlaté rezervy, která na českém trhu působí od roku 2010. V první polovině dubna se na trhu se zlatem odehrá-

ly významné změny. Mezi ty nejzásadnější patří nová politika v Číně, která umožňuje masivní nákupy zlata ze strany pojišťoven. „Čínským pojišťovněm vláda nově umožňuje investovat až procento svých aktiv do zlata. Podle odhadů tento krok vytvoří roční dodatečnou poptávku po zlatě okolo 255 tun. To odpovídá přibližně čtvrtině celosvětových nákupů centrálních bank. Pokud čínské pojišťovny začnou ve velkém skupovat zlato, stanou se klíčovými hráči schopnými zachytit jakýkoli krátkodobý pokles a podpořit dlouhodobý růstový trend,“ popsal Roman Pilíšek.

Zlato letos prochází zásadní proměnou, jaká v jeho historii nemá obdoby. „Vělcí investoři mají o drahý kov enormní zájem, svět je plný nejistoty a centrální banky mění svůj přístup k diverzifikaci rezerv. Vše dohromady vytváří silný mix, který může výrazně ovlivnit, kam se cena zlata vydá. Ať už zlato vystřelí k rekordním hodnotám, zůstane stabilní, nebo trochu klesne, jedno je jisté – zlato je zpátky ve středu pozornosti – a silnější než kdy dřív,“ uzavřel Roman Pilíšek. (tz)



Fejeton

Ze zelených šatů růžový kostýmek

Cesty za nákupy jsou někdy nevyzpytatelné. Naplánujete si, co přesně chcete, ale dopadne to zcela jinak. Jako oněhdy v mém případě. Dcera oznámila, že se hodlá vdát. Slza v mém oku se objevila, což o to, ale vyvstala jiná, zásadnější otázka, která se k takové události váže: co si vezmu na sebe? Odpovědět na ni se jen tak nedá. Protože má být svatební obřad civilní, krátký a bez všech těch kudrlinek a koláčků, které dotváří atmosféru svatby tradiční, bylo mi řečeno, že i ošacení hostů má být co nejvíce všední, formální, nenápadné. A že nemá smysl nic nového šánět, šít a vymýšlet. No, jak se to vezme. Jediná dcera, její významný životní krok, matka by měla vypadat dobře, důvěryhodně a měla by si celý akt užít a cítit se slavnostně. A k tomu by měly přispět padnoucí, alespoň trochu výjimečné, šaty. Ale jaké? Mám ráda zelenou. Sluší mi. Jedny šaty lahově zelené mám, to by šlo, pomyslela jsem si. Ale to víte, něco nového by se k takové příležitosti přece jen hodilo. Vyrázila jsem s přesnou představou. Nejprve na internetové obchody. Nabídka k uzoufání. Nic veselého a důstojného zároveň. Hábity tak akorát do kláštera. Hrůza! Zvolila jsem osobní nákup, ale do obchodních domů ctihodných značek se mi moc nechtělo. Vsadila jsem na butiky neznámého jména. První jsem opustila rychlostí světla. Druhý mne však zaujal. Nabízel nespočet modelů, dokonce v mojí velikosti. Zkoušela jsem dlouho. Zvolila jsem provokativní zelenožlu-

tou, a ještě provokativnější střih. Až příliš ležerní, ale cítila jsem se v těch šatíčkách volně jako pták. Nebudou mne tísnit při obědě, pomyslela jsem si. Co to máš na sobě za rybářskou síť! Vytréštila na mne oči dcera. Vždyť vypadáš jako moje



foto Martin Šimek

babička! No mami, ne, tohle prostě ne! Zarděla jsem se a musela jsem jí dát za pravdu. Se sklopenou hlavou jsem pádila do obchodu úchvatný model, určený zcela jiné postavě

a typu osobnosti, vrátit. Jenže ouha, peníze zpět nejsou možné, je třeba vyměnit za jiné zboží. Myslela jsem si, že brnkačka. Avšak zmýlila jsem se. Jedny šaty, pak společenské kalhoty s halenou, to by taky šlo... no, myšlenku poříditi si oděv na svatbu dítěte právě z tohoto sortimentu jsem záhy opustila a změnila názor. Stačí jakékoli šatky, jen ať už mám výměnu za sebou. Nesnáším zkoušení v kabinkách, nesnáším převlékání. Mám to za trest. Minuty ubíhaly a já se v duchu vzdala jakéhokoli pokusu odnést si z prodejny to, po čem toužím. Uchýlila jsem se k ramínkům, na nichž se pohupovaly oděvy výprodejové, lehce zaprášené, které už nikdo ani nekoupí. Zkoušela jsem už všechno možné. Od bund a svetřů až po šály, byť byl konec května. Kdyby tu prodávali pracovní rukavice, klidně bych jich stovku nakoupila, jen abych už byla pryč. Oko mi zavádilo při posledním pokusu o svetřík a halenku, které bych jako z nouze ctnost mohla využít na podzim, až začnou vlezlé mlhy. Doplatila jsem ještě tři stovky a gratulovala si k úspěchu. V jednu chvíli jsem si totiž myslila, že nejjednodušší bude nechat tam šaty, za nic je nevyměnit, jen odejít, čert vem ty peníze. Ano, zoufalství na vrcholu. Koupila jsem, co jsem nechtěla. Budiž. I to se stává. Ale co na tu svatbu? Vidina šmrncovních zelených šatů tak akorát se rozplynula. Ve skříni jsem našla světle růžovobéžový kostýmek, který mi náhodou ještě je.

Eva Brixí



foto Pixabay

Dámské jízdy, víkendy s dcerou i sólo výlety

Ať už samy, s dcerou, nebo v partě kamarádek, ženy dnes patří mezi „tahounky“ cestovního ruchu. Tvoří více než 64 % světových cestovatelů a stojí za 82 % všech cestovatelských rozhodnutí. Jak zásadní roli tedy ženy v cestovním ruchu hrají a jak na jejich měnící se cestovatelské zvyklosti reaguje domácí i příjezdový turismus v Česku?

Trend sólového cestování žen je v plném rozkvětu. Podle průzkumu Skift Research z loňského roku plánuje letos až 40 % cestovatelek cestu bez doprovodu. Týká se to především žen nad 55 let, pro které představuje sólo cestování formu seberozvoje i odpočinku. Nejde přitom o osamění, ale o svobodnou volbu, jak trávit čas. Vyhledávání výrazu „sólo cestování žen“ na Googlu za poslední dekádu stoupl o 1000 %, což potvrzuje rostoucí zájem příslušnic něžného pohlaví cestovat podle vlastních pravidel. „Ženy dnes utvářejí podobu cestovního ruchu – rozhodují, vybírají destinace, inspirují ostatní. Tvoří důležitou a stále silnější cílovou skupinu. Sledujeme nárůst sólového cestování, ale i vícegeneračních nebo přátelských výletů, kde ženy hledají zážitky šité na míru jejich potřebám. Jde o příležitost jak pro tvůrce produktů, tak pro propagaci jednotlivých destinací, a my tento fakt samozřejmě zohledňujeme i v našich kampaních. Ženy patří mezi jednu z podstatných cílových skupin, které se snažíme efektivně oslovit a motivovat k návštěvě naší krásné země,“ řekl ředitel České centrály cestovního ruchu CzechTourism František Reismüller.

Stále více žen vyrazí na tzv. girl trips, tedy výlety s přítelkyněmi, sestrami nebo dcerami. Ať už je cílem wellness víkend, kulturní festival, nebo gastronomické toulky, jde především o sdílený zážitek. Podle průzkumu Solo Female Travelers plánuje letos cestu výhradně s jinými ženami 14 % dotázaných. Speciální pozornost si zasluhuje také vícegenerační cestování. Víkendová

dovolená maminky s dcerou nebo celou rodinou napříč generacemi je na vzestupu.

Ženy tvoří významnou část domácího i příjezdového cestovního ruchu a jejich preference při cestování po Česku jsou poměrně jednoznačné. Nejčastěji je lákají kulturní památky (46 %), pěší turistika (39 %), přírodní krásy (29 %), gastronomie (25 %) a relaxace či wellness (11 %). Téměř každá čtvrtá žena navštěvuje během cesty známé a příbuzné. Z hlediska dopravy převažuje automobil, zahraniční návštěvnické pak při cestách do tuzemska využívají také leteckou dopravu. Sólo po Česku cestuje zhruba 13 % žen.

Česky nejčastěji vyrazí po vlastní ose – autem (69 %) a téměř polovina z nich na jednodenní výlety (47 % bez přenocování). Nejčastěji je láká pěší turistika (47 %), kulturní a přírodní památky (38 %, resp. 27 %), návštěvy blízkých (26 %), relaxace (12 %) a gastronomie (18 %). Převážně cestují s partnerem (36 %) nebo s rodinou (32 %), ale téměř pětina žen vyrazí sama.



foto Kateřina Šimková

Cizinky přijíždějí do Česka nejčastěji autem (65 %) nebo cestují letadlem (20 %). Zůstávají zpravidla déle než domácí turistky – téměř třetina z nich stráví v Česku 3–4 noci, dalších 18 % až týden. Nejvíce je přitahují kulturní památky (52 %), pěší turistika (33 %), gastronomie (31 %) a příroda (31 %). Cestují především s partnerem (53 %), samostatně se na cestu po tuzemsku vydává 9 % z nich.

Ženy, které cestují po Česku úplně samy, tvoří různorodou skupinu. Více než třetina z nich (37 %) navštěvuje během cesty známé a příbuzné, čímž se sólo cestování často proměňuje ve společenský zážitek. Česky volí spíše kratší výlety bez noclehu (51 %), zatímco zahraniční návštěvnické tráví v tuzemsku delší čas – téměř pětina z nich zůstává 8–14 nocí. Nejčastěji využívají auto, cizinky k nám pak cestují i letectvy (35 %). Z aktivit převažují klidnější formy cestování, jako je návštěva kulturních památek, relaxace, pěší turistika, ale také wellness či gastronomie. Domácí ženy častěji volí pěší turistiku (21 %), cizinky se více soustředí na poznávání kulturních míst (27 %).

Ženy mění cestovní ruch

Za rostoucím zájmem o cestování mezi ženami stojí kombinace hned několika faktorů: větší finanční nezávislost, ochota investovat do sebe, touha po osobním rozvoji a sdílených zážitcích i rozvoj komunitních platform pro zaměřených na cestovatelky. Podstatnou roli pak

hrají bezpečnost, autenticita a udržitelnost. Podle agentury Expedia Group tvoří ženy 64 % světových cestovatelů a zodpovídají za 82 % cestovatelských rozhodnutí. Celých 85 % z nich považuje za zásadní čistotu, 75 % bezpečnost a 70 % preferuje ubytování s kvalitním vybavením – od fény až po pohodlnou postel. Zvýšený zájem žen o cestování jde ruku v ruce s větším důrazem na udržitelnost. Podle průzkumu agentury CzechTourism se 64 % cestovatelů snaží cestovat udržitelně, přičemž tuto snahu deklarují hlavně ženy (68 %), společně s respondenty z nejmladších a nejstarších věkových skupin. Ženy častěji zohledňují při cestování environmentální i společenské dopady a tento trend potvrzují i mezinárodní studie. Destinace napříč republikou – od měst přes lázně až po hory – mohou nabídnout přesně to, co ženy hledají: pocit bezpečí, rozmanité aktivity, pohodlí i prostor pro sdílené zážitky. Je to příležitost, jak zaujmout silnou skupinu cestovatelek – ať už sólových, vícegeneračních, nebo přátelských. (tz)

Značka kvalitních českých výrobků a služeb



Chcete jednoduše a efektivně komunikovat zákazníkovi kvalitu svých produktů, odlišit se od konkurence a posílit marketing? Získejte značku nezávisle ověřené kvality CZECH MADE!

Značka CZECH MADE garantuje Vaším zákazníkům, že kvalita Vašich českých produktů:

- byla prověřena odbornou komisí během důkladného hodnocení kvality
- byla ověřena i v rámci hodnocení spokojenosti zákazníků
- dosahuje nadstandardní úrovně
- je pravidelně kontrolována

Značka CZECH MADE je součástí Národního programu Česká kvalita na podporu prodeje kvalitních výrobků a služeb, který značce garantuje vysokou objektivnost a věrohodnost.

Správcem značky CZECH MADE je Česká společnost pro jakost, která značce poskytuje stabilitu a zkušenosti z oboru. Máte-li zájem o více informací, obraťte se na nás.



**ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST**

**www.czechmade.cz
www.csq.cz**

Telefon: 725 953 414, E-mail: smejkal@csq.cz