

deník

8. června 2023
Samostatně neprodejné



Speciální
příloha k akci
Family Business
Week 2023



TRADICE, RODINNÝCH FIREM

Rodinné podnikání hraje klíčovou roli a odkaz budoucím generacím, říká

Od roku 2014 vede David Krajiček poradenskou kancelář pro podnikatelské rodiny. Je rovněž pořadatelem odborných konferencí pro rodinné firmy a zakladatelem akce s názvem Family Business Week – Týden rodinného podnikání. V Česku se jedná o mimořádnou a dosud největší událost svého druhu.

Už 10 let se věnujete poradenství pro rodinné firmy. Co vás na této práci nejvíc baví?

Těch důvodů je více. Je to velmi pestré a obohacující prostředí, které kombinuje oblast podnikání, lidských vztahů a strategického plánování, a je to také oblast, která vyžaduje jak analytické a strategické myšlení, tak empatii a porozumění pro dynamiku rodinných vztahů. Dalším důležitým aspektem, který mě baví, je rozmanitost výzev, se kterými se rodinné firmy potýkají. Každá z nich je unikátní a má své specifické potřeby a problémy. Pomáhat jim hledat strategická řešení, plánovat nástupnictví, rozvíjet firemní kulturu a předcházet konfliktům, přináší různorodost do mé práce a udržuje ji poutavou a zajímavou. Vidět, jaké pozitivní změny se díky naší spolupráci u nich odehrávají, jak se rozvíjejí a překonávají překážky, je velmi uspokojující.

Jak byste definoval rodinnou firmu?

Ačkoliv existují konkrétní parametry, které charakterizují rodinný byznys, ve finále je pro mě osobně klíčové, zda se daná firma sama cítí a prezentuje jako rodinná a žije tímto odkazem. Každá rodinná firma je unikátní a může mít své vlastní přístupy a dynamiku odrážející rodinné hodnoty a tradice. Nejvýznamnější je, zda vnímá



DAVID KRAJÍČEK, zakladatel akce Family Business Week

Foto: se svolením D. Krajička

a uznává svou rodinnou identitu a jak ji aktivně projevuje ve své firemní kultuře a vztazích. Nicméně je klíčové mít přesnou definici pro legislativní a další účely, což umožňuje například podporovat rodinné firmy ze státní úrovně. V ČR tuto definici máme od roku 2019 ukotvenou vládním usnesením.

Kolik rodinných firem v České republice aktivně působí a jaký je jejich přínos pro českou ekonomiku?

V České republice neexistuje statistika počtu rodinných firem, máme pouze statistická data týkající se počtu podnikajících subjektů. Dle federace European Family Businesses rodinné podniky tvoří 65 až 80 procent všech společností v Evropě a zaujímají v průměru okolo 40 až 50 procent všech pracovních míst. Podle mapy v ČR jde o 87 procent všech

podnikatelských subjektů. Z expertních odhadů dále vychází, že se rodinné firmy podílejí na HDP zhruba 55 procenty a zaměstnávají kolem dvou milionů lidí, což činí asi 50 procent všech pracovních míst na českém pracovním trhu.

Ze stávajícího průzkumu a nejnovějších dat aplikace CRIBIS, společnosti CRIF – Czech Credit Bureau, a. s., zpracované pro FBW, vychází mimo jiné to, že podniky s jediným českým vlastníkem jsou převážně malé a střední velikosti (98,4 procenta) a že nejčetnějším odvětvím jejich podnikání je obchod, pak zpracovatelský průmysl a následně oblast stavebnictví. Největší koncentrace těchto firem je v Praze, kterou následuje Jiho-moravský, Moravskoslezský a Středočeský kraj.

V čem je rodinné podnikání specifické?

Rodinné podnikání kombinuje osobní a profesionální roviny a čelí výzvam spojeným s rovnováhou mezi rodinnými vztahy a podnikatelským rozhodováním. Rodinné firmy jsou často řízeny na základě hodnot více než momentálního zisku a jsou motivovány k budování odkazu budoucím generacím. Přemýšlí dlouhodobě a jsou zodpovědnější. Rodinné firmy mohou mít silnou soudržnost a důvěru mezi členy rodiny, což může usnadnit dlouhodobé plánování.

V jaké oblasti potřebují rodinné firmy největší podporu?

Podle mého názoru jsou to oblasti, které jim pomohou v konkurenceschopnosti vůči nadnárodním koncernům a velkým hráčům. Ať je to daňová a byrokratická zátěž nebo financování a rozvojové programy pro následnou generaci. V českém podnikatelském prostředí často chybí přiměřená podpora a zdroje pro rozvoj rodinných podniků, zejména v oblasti poradenství a vzdělávání zaměřených specificky na rodinné firmy. To mě také mimo jiné vedlo k založení platformy FBW, kde propojujeme celý ekosystém kolem rodinných firem a vytváříme prostor pro společnou diskusi všech, kdo se podílí na tvorbě podnikatelského prostředí, výměnu zkušeností a vzájemnou inspiraci.

Vyvíjí se přístupy ve vedení rodinných firem, nebo bývá jejich řízení spíše intuitivní?

Několik posledních let pozoruji vzestup profesionálního přístupu k řízení rodinných podniků i majetku. Mnoho rodinných firem se snaží vybudovat profesionální řídicí struktury, zavádějí moderní manažerské postupy a rozvíjejí korporátní správu. Nicméně, u některých rodinných firem je řízení stále spíše intuitivní a založené na konzervativním přístupu, velmi rezistentní ke změnám. Zde vidím největší riziko v přílišné závislosti firem na majitelích. Věřím, že největší hrozbou pro firmu je sám vlastník.

na pracovním trhu. Respektuje hodnoty zakladatel akce David Krajíček

Existuje něco jako desatero rodinného podnikání?

Existuje mnoho sepsaných pravidel a doporučení. My jsme dali dohromady naše praktické desatero ve spolupráci s redakcí Forbesu, které je dostupné ke stažení v PDF na webu fbweek.cz po přihlášení k odběru novinek.

Vzpomenete si na nejzajímavější a nejnáročnější situace, které jste za dobu své praxe řešil?

O zajímavé nebo náročné situace není v mém oboru nouze. Mohu zmínit například moment, kdy dcera zakladatele během rodinného sezení oznámila svému bratrovi, že s ním nehodlá vlastnit ani veřejné záchodky, dokud se neomluví jejímu manželovi. Bouchla dveřmi a odešla. Šlo o situaci, kdy otec chtěl seznámit své potomky s úmyslem předat firmu dětem společně a rovným dílem a měl již celou vlastnickou strukturu připravenou. Chtěl dát dětem jen podepsat smlouvy o převodech atd. Během příprav na setkání mi ale zapomněl zmínit, že rodina má přerostlého kostlivce ve skříni. Historické a nevyřešené krivdy jsou jako časovaná bomba, která, jak už to tak bývá, bouchne v ten nejnečekanější moment. Chybou otce bylo, že si nepřiznal napjaté vztahy, dělal že nejsou a neřekl mi o nich. Mojí chybou bylo, že jsem ustoupil ze svého požadavku na rodinný neutrální workshop a diskusi před tímto setkáním, kterým vždy zahajují jakoukoliv spolupráci. Tam se vždy v bezpečném prostoru pozná, jak na tom rodina je.

Dnes 8. června 2023 vrcholí Family Business Week, největší událost pro rodinné firmy v ČR. Kdy vás poprvé napadlo takovou akci uspořádat – šlo o nějaký konkrétní impuls, nebo tahle idea ve vás zrála delší dobu?

Poprvé mě napadlo uspořádat tuto akci před rokem a od té doby na ni pracuji. Inspirovala mě k tomu podobná událost v zahraničí a ten koncept se mi líbil. Říkal jsem si, že něco takového u nás chybí. Platforma, která by obsáhla komplexitu světa rodinných firem a nabídla jim praktickou podporu pro jejich další rozvoj. Doufám, že FBW přispěje k posílení rodinných firem v České republice a bude sloužit jako trvalý zdroj podpory pro tuto klíčovou část podnikatelského prostředí. V minulosti jsem

již realizoval dva ročníky Family Business Forum a konferenci Děti a majetek, které se setkaly s pozitivním ohlasem a poskytly cenné informace a diskusi pro rodinné firmy. Měl jsem také tu čest být lokálním partnerem pro realizaci mezinárodní konference EFIB – European Family in Business, která je považována za jednu z předních konferencí rodinných firem v Evropě a každý ročník se koná v jiné evropské metropoli. Při této příležitosti jsem měl možnost se setavit a moderovat panel pro střední a východní Evropu. Mezi hosty byly rodiny jako Tissot, Clark's, Camus a další. Konference se konala v Lobkowiczském paláci na Pražském hradě a spolupracoval jsem na ní s rodinou Lobkowiczů. Tyto zkušenosti mi daly pevný základ pro uspořádání Family Business Week a posílily můj závazek věnovat se rozvoji a podpoře rodinných firem.

Mezi hosty FBW Summitu jsou i Sandy Loder, člen páté generace dynastie Flemingů, a Giovanna Gregori, výkonná ředitelka FBN Italy. Myslíte si, že zkušenosti zahraničních firem a expertů, se kterými pracují, jsou přenositelné a využitelné i pro ty české? Nenarážíme na rozdílnou legislativu v různých zemích?

Jednoznačně. Víte, tyto zkušenosti nemají s legislativou nebo politikou vůbec nic společného. A to je na tom to hezké. Jde o nastavení v rodině, hodnoty, principy, postoje, komunikaci a harmonii vztahů a prosperity. Podnikání s rodinou je tenký led, ale dají se na něm dělat krásné figury a akrobacie. Kvůli komunismu jsme neměli možnost vytvořit si lokální zkušenost s dlouhodobou správou rodinného majetku a výchovou k němu. Na západ od nás je ale ta tradice velmi dlouhá a nabízí mnoho zkušeností. Nerad vymýšlím vymyšlené. Takže mě baví hledat a přinášet inspiraci ze světa „starých peněz“, kde jsou majetné rodiny domorodci ve světě nadbytku, ale my jsme zatím imigranti a zvykáme si. Učíme se v něm pohybovat. O tom ve vztahu k dětem bude také mimo jiné mluvit Sandy Loder. Ve finále i koncept Týdne rodinných firem není má originální myšlenka. Jen jsem ji posunul o úroveň výš a přizpůsobil českému prostředí.

Proč jste si pro konání FBW Summitu vybral Uhelny mlýn?

Rád dělám věci jinak než ostatní. Sám jsem navštívil desítky konferencí, a většinou se odehrávaly v hotelových místnostech bez oken a podobně. Dobře zvolené prostředí může zásadním způsobem ovlivnit dopad obsahu konference na hosty. Chtěl jsem, aby samotná lokalita byla zážitková a umožnila hostům vystoupit ze stereotypu, aby se otevřeli, zhluboka nadechli a odpoutali se od každodenní rutiny. Uhelny mlýn je 120 let starý industriální klenot na břehu Vltavy uprostřed skladového areálu. Vzdušný prostor s obřími okny spojený s přírodou venku. Můžeme díky tomu například večer grilovat u řeky u otevřených ohňů nebo hostům nabídnout plážová lehátka. K dopravě hostů jsme také přistoupili originálně. Do mlýna vede kolejová vlečka, tak jsme si pronajali privátní vlak, který vyjede z prezidentského salonku na hlavním nádraží a naše hosty přiveze přímo do mlýna. Věřím, že zážitky mění život, a FBW Summit je zážitek.

Jak náročné jsou přípravy a na jakou část FBW se vy osobně nejvíc těšíte?

Pro mě je cesta cílem, já si to užívám intenzivně posledních 7 měsíců, kdy na přípravě pracuji 8-10 hodin denně. Nabíjí mě to a mám možnost spolupracovat se skvělými týmy a partnery. Přidaly se k nám renomované partnerské firmy a jejich zázemi i smysl pro partnerství je klíčové. Celá akce vzniká v rámci přípravného výboru, kde je cca 10 lidí z našeho a partnerských týmů. Celý týden pro mě pak bude velmi náročný, budu se aktivně účastnit všech setkání s dlouhými přejezdy, a moc toho asi nenechám. Je to stresující, ale jde o ten euforický stres jako na prvním rande. Nejvíce se těším na to, až na každém setkání uvidím naše hosty, jak si užívají vše, co jsme pro ně připravili. Až uvidím úsměvy, úžas, zamýšlené pohledy a budu svědkem nových přátelství a setkání. Je to jako když celý rok skládáte symfonii, a pak přijde její premiéra s velkým orchestrem a plným sálem.

Tento týden se v rámci FBW uskutečnila i tři regionální setkání. Co bylo jejich náplní a proč je podle vás důležité pro-

pojovat rodinné firmy ze stejných regionů?

Šlo o setkání firem z daného regionu, panelovou diskusi se zajímavými hosty včetně hejtmanů, primátorů, akademiků a zástupců úspěšných regionálních firem. Networking a zajímavý program. Setkání se konala vždy v prostorách lokální firmy. Například v Libereckém kraji proběhlo setkání ve sklářském ateliéru společnosti Lasvit. Hosté si mohli zkusit vyfoukat i vlastní sklářský výrobek. Do regionů je třeba přinést know-how, kontakty a odborné znalosti i kapacity. Podpořit sousedské firmy v tom, aby se lépe poznaly a spolupracovaly.

Máte už teď v plánu druhý ročník FBW případně jiné projekty na podporu rodinných firem?

Na nic jiného poslední měsíc nemyslím. Máme v plánu řadu dalších aktivit, např. sérii menších tematických setkání po regionech v průběhu celého roku, podcasty a vydávání magazínu, pořádání podnikatelských týdenních kempů pro nastupující generaci atd. Nevím, zda se nám podaří něco z toho nebo všechno zrealizovat, ale jsme na cestě. Máme řadu odborných zájemců o spolupráci, hlásí se nám firmy z regionů se zájmem o zapojení, a to jsou dobré signály, ježdeme správným směrem. Je skvělé, že se do příprav od začátku zapojily i konkrétní rodinné firmy. Jiří Grund, 2. generace firmy Grund nebo Libor Musil, zakladatel LIKO-S, oba jsou členy přípravného výboru. V LIKO-S navíc proběhlo moravské regionální setkání FBW, je naším silným partnerem a členem týmu. **(red)**

David Krajíček

Je poradcem rodinných firem, které od roku 2014 provází na cestě k rovnováze dobrých rodinných vztahů a prosperity. Vystudoval prestižní program na FFI – Family Firm Institute v Bostonu a je držitelem mezinárodního certifikátu ACFBA. Založil DK Family Office, poradenskou kancelář pro podnikatelské rodiny. Založením Family Business Week navazuje na úspěšné konference pro rodinné firmy, které v minulosti pořádal.

Rodinné firmy jsou páteří naší ekonomiky

Tomáše Petra, ředitele Erste Private Banking a Wealth Management České spořitelny jsme se v rozhovoru pro Deník ptali na to, proč jsou rodinné firmy pro českou ekonomiku tak důležité a jaké služby jim jedna z našich největších bank nabízí.

Proč je podle vás důležité podporovat rodinné podnikání? Protože je páteří naší ekonomiky a základem ekonomické stability našeho regionu. Jedním z poslání České spořitelny je spoluvytvářet silnější a udržitelnou společnost, kterou tvoří finančně zdraví, vzdělání a sebevědomí lidé a firmy.

Prosperující rodinné podniky jsou nositeli často velmi specifického know-how, souvisejícího například s dodržováním tradičních postupů výroby a kvalitního řemeslného zpracování, které nezářídka vyžaduje vysoký podíl ruční práce. Tím vším rodinné firmy přispívají k bohatství České republiky. Nejde ale samozřejmě pouze o výrobní podniky. Například některé větší rodinné firmy mohou mít formu holdingů sdružujících několik společností různého zaměření.

Jaké produkty a služby, kromě standardních, nabízíte pro rodinné firmy? Máte v této oblasti nějaké další plány?

Vzhledem k tomu, že Česká spořitelna dlouhodobě rozvíjí služby v oblasti privátního bankovníctví a zároveň je největším poskytovatelem úvěrů pro firemní klienty, je teď v pozici, která jí umožňuje zkombinovat znalosti z obou těchto světů a maximálně využít vzniklé synergie. Pro klienta, který má u nás soukromý i firemní účet, je to výhodné, protože tak máme komplexnější informace o jeho situaci a můžeme snáze najít optimální řešení. V případě potřeby aktivně spolupracují firemní a privátní bankéři. Díky naší pozici největší banky na českém trhu máme přístup k bohatým zkušenostem z práce s velmi rozmanitým spektrem klientů.

V rámci služby Wealth Management v privátním bankovníctví nabízíme klientům také správu majetku přes nadační a svěřenské



TOMÁŠ PETR, ředitel Erste Private Banking a Wealth Management České spořitelny Foto: se souhlasem T. Petra

fondy nebo účelově založené společnosti, které bohatší rodiny stále častěji využívají v rámci Family office. S první generací majitelů dlouhodobě otevíráme témata nástupnictví. Nepravidelně organizujeme neformální eventy NextGen akademie, které jsou určeny jak pro zakladatele rodinných firem, tak jejich nástupce. Během našich jednání se věnujeme diskusi o budoucnosti rodinného podnikání a nabízíme našim klientům propojení do banky jako silného partnera, aby mohli využívat všechny produkty a služby korporátního bankovníctví. Nejčastěji poptávají nějaké investiční nebo provozní financování. Nabízíme také M&A poradenství, jako jsou akvizice nebo prodeje firem, získávání kapitálu (včetně IPO), fúze nebo veřejné nabídky převzetí.

Proč jste se rozhodli, že se stane hlavním partnerem FBW?

Mnozí klienti privátního bankovníctví jsou zároveň majiteli firem. Proto se tomuto tématu, které je spojeno s předáváním nebo rozvojem rodinné firmy, věnují v rámci poradenství jak naši privátní, tak firemní bankéři. A Family Business Week vnímáme jako ideální akci, na které můžeme toto aktuální téma ještě více zviditelnit. Umožníme tak našim klientům i bankéřům, aby se dozvěděli nové věci z oblasti rodinného podnikání a vyměnili si zkušenosti s inspirativními osob-

nostmi z českých i zahraničních firem.

Kolik procent z vašich privátních klientů tvoří podnikatelské rodiny? Jsou pro vás důležitými klienty?

Zhruba 15 procent našich klientů privátního bankovníctví je z podnikatelských kruhů. Vybuodovali úspěšnou firmu, jsou to profesionálové ve svém oboru, ale často nemají příliš zkušeností v oblasti investic, nebo správy rozsáhlejšího majetku jako takového. Mnozí z nich navíc ani nechtějí těmito záležitostmi trávit tolik cenný čas a raději ho věnují svým rodinám a koníčkům. Privátní bankéři jim mohou s řadou věcí pomoci a usnadnit život nejen jim samotným, ale i jejich blízkým. Vytvořit pro rodinné firmy co nejlepší podpurné prostředí a služby je jednou z priorit naší banky. A k druhé části otázky – samozřejmě každý klient je pro nás důležitý.

Využíváte v přístupu k rodinným firmám zkušenosti a know-how vašich rakouských kolegů (Erste Bank)?

Kontakty s rakouskými kolegy jsou pro nás inspirativní. Tradice rodinných firem tam nebyla přerušena desetiletími komunismu, a proto má mnoho z nich dlouhou historii, během které postupně přešly do rukou několika generací. U nás se rodinné firmy předávat majetek teprve učí. S kolegy

z Vídně tedy navzájem sdílíme své zkušenosti. Musím ale také dodat, že například právě službu Family office jsme vybuodovali v České republice speciálně pro potřeby našich klientů.

Jakým způsobem navazujete vztahy a pracujete s nástupnickou generací v podnikatelských rodinách?

V rámci privátního bankovníctví máme rodinnou obsluhu. Obzvláště u klientů, kteří vlastní firmy, nám dává velký smysl, protože tak můžeme navázat vztah i s nástupnickou generací, nejčastěji přes otce zakladatele.

Tomuto tématu se naši privátní bankéři věnují průběžně v rámci kontaktů s klientem. Během již zmíněné Next Generation Academy pak s klienty probíráme otázky spjaté s nástupnictvím a předáváním majetku více do hloubky. Jsou to dvoudenní akce, na kterých se s dvojicemi majitelů a jejich potomků setkají jak jejich bankéři, tak pozvaní odborníci z různých oblastí. Ještě dodám, že neméně důležitým prvkem v celé věci jsou školení pro naše bankéře, která pro ně pořádáme. Ziskají díky nim do dané problematiky hlubší vhled. Naši snahu v této oblasti rámuje přesvědčení, že rodinné firmy vytvářejí hodnoty hmotného i nehmotného charakteru, které jsou ku prospěchu celé společnosti, a jejich úspěch pozitivně ovlivňuje mnoho oblastí veřejného života. **(red)**

K pilířům rodinného podnikání patří úcta k tradici a lidské hodnoty

„Rodinné podnikání má v sobě zakódovanou udržitelnost,“ říká Miroslav Svoboda, lídr programu Deloitte Private zaměřeného na poskytování služeb privátním vlastníkům a soukromým společnostem a programu Czech Best Managed Companies oceňujícího přední soukromě vlastněné společnosti v České republice. Ocenění nejlépe vedených společností je součástí FBW Summitu 8. června 2023 v Uhelném mlýně v Libčicích nad Vltavou.



MIROSLAV SVOBODA, lídr programu Deloitte Private. Foto: se svolením M. Svobody

Na FBW Summitu se účastníte panelové diskuse na téma Udržitelnost a odolnost českých firem. Jakými prostředky je podle vás možné podporovat udržitelnost rodinného podnikání a odolnost proti interním i vnějším hrozbám? Jak se v této oblasti angažuje Deloitte?

Věřím, že rodinné podnikání v sobě má udržitelnost zakódovanou. Jde přeci o vybudování hodnot pro další generace, a smyslem rodinného podnikání je zajištění a seberealizace členů rodiny a jejich nástupců. Odolnost je pak dána úctou k tradici a silnými lidskými hodnotami, na kterých rodinné firmy stojí. Podpora, kterou žádají a kterou často diskutujeme, je zejména v oblasti know-how a vzdělávání, předávání zkušeností a znalostí z oboru, z jiných zemí nebo z oblasti technologií, rozvoje zaměstnanců a strategie. Určitě je nutné zmínit i legislativní prostředí a rovnost podmínek, vymahatelnost práva a jeho předvídatelnost, v oblasti finanční pak dostupnost správných nástrojů pro financování a řízení rodinných firem a uchování hodnoty a podpora kvality finančního řízení. Ve většině oblastí, které jsem zmínil, má Deloitte k dispozici odborníky a nástroje, které mohou rodinným firmám pomoci – v rámci programu Best Managed Companies se k metodologii správného řízení

dostanou přihlášené firmy automaticky.

Součástí FBW Summitu bude i předání ocenění Czech Best Managed Companies. Co je podle vás předpokladem dobře řízené firmy?

Za mě je to rozhodně silná a jasně artikulovaná strategie spolu s dobře nastavenými procesy a něčím, čemu se říká „governance“, tedy, že firma není závislá jen na svém zakladateli/vlastníkovi, což zvyšuje odolnost vůči externím vlivům. Řídit firmu intuitivně a autokraticky lze možná na začátku, ale od určité velikosti a s ambiciózními plány na rozvoj musí přijít procesy, přenositelnost a delegování odpovědnosti.

Deloitte Private se zaměřuje na rozvoj privátních společností, mezi které patří i rodinné firmy. V čem jsou jejich potřeby jiné a specifické ve srovnání s firmami s externím managementem?

Hlavním rozdílem je motivace členů rodiny a jejich provázání na výsledky a rozvoj rodinné firmy. Neznamená to, že externí management není motivován nebo ho výsledky nezajímají, ale jistě se shodneme, že starat se o vlast-

ní majetek, zejména když ho chci udržet a zvětšit pro budoucí generace, a starat se za odměnu o majetek někoho jiného, je jiný pocit. Pochopení tohoto rozdílu a nabídka jiné perspektivy podpory a poradenství pro řízení firmy z pohledu znalostí, nástrojů

řízení, nastavení cílů při zohlednění vztahů v rodině, to vše se snažíme zohlednit ve způsobu, kterým k rodinným firmám přistupujeme, ať už jim pomáháme růst, zachovat a vytvářet rodinné hodnoty, nebo „jen“ plnit povinnosti, které jim dává zákon.

Jak podle vás může FBW přispět k podpoře rodinných firem?

S rodinnými firmami jsme v pravidelném kontaktu díky řadě našich služeb a aktivit – ať už je to celá naše odnož Deloitte Private, v jejímž rámci poskytujeme služby privátním vlastníkům a soukromým společnostem různých velikostí, nebo program Czech Best Managed Companies, jenž oceňuje dobře řízené soukromě vlastněné společnosti. Troufám si tvrdit, že je velmi dobře známe a víme, že i přes rozdílné obory působení mají řadu věcí společných. V každodenním byznysu se málokdy najde prostor a čas na sdílení zkušeností, poskytnutí nebo naopak přijímání inspirace a networkingu obecně. Family Business Week toto vše nabídne ve velmi koncentrované podobě a my věříme, že právě takové akce má smysl podporovat, protože přinášejí benefit jak rodinným firmám a nám jako poradcům, tak v konečném důsledku i ekonomice jako takové. **(red)**

Best Managed Companies

Program **Best Managed Companies** společnosti Deloitte podporuje rozvoj podnikání a současně oceňuje přední domácí soukromě vlastněné a řízené společnosti. Jeho cílem je vytvořit globální platformu podporující mezinárodní spolupráci a sdílení zkušeností předních privátních firem. Program oceňuje celkový úspěch a kvality společnosti, včetně jejich top managementu, a nabízí odbornou podporu s cílem zajistit úspěch firem také v budoucnu. **Best Managed Companies** byl založen v roce 1993 a dnes se uděluje ve 22 zemích, v České republice bude ocenění společností uděleno již počtvrté. Staví na osvědčené globální metodice Deloitte, která hodnotí kvalitu řízení firmy a managementu v následujících oblastech: strategické směřování, produktivita a inovace, firemní

kultura, a struktura řízení a finanční výkonnost. Titul „Best Managed Company“ může společnost získat opakovaně, tedy i několik let po sobě.

V čem je program Czech Best Managed Companies unikátní?

- Zaměřuje se na české soukromě vlastněné a řízené společnosti.
- Oceňuje celkové obchodní výsledky a udržitelný růst společnosti.
- Oceňuje úsilí celé organizace a jejího managementu.
- Měří více než jen finanční výkonnost.
- Umožňuje firmám vhléd do nejlepších praktických postupů (tzv. „best practices“), který je společností zpřístupněn během procesu přípravy jejich přihlášky.
- Společnosti se stávají součástí globální komunity Best Managed Companies.

Algotech: V rodinných firmách je jednodušší rozhodování a věcnější diskuse

Rozhovory s partnery akce Family Business Week. Odpovídá František Zeman, generální ředitel Algotech.

J sou pro vás rodinné firmy specifickým klientem, který si žádá odlišný přístup? Jak se to projevuje ve vaší práci s nimi? Neděláme mezi klienty rozdíly. Každý má svoje specifika a každý si zaslouží speciální přístup. Naše zkušenost je, že v rodinných firmách je jednodušší rozhodování a věcnější diskuse.

Jaké služby rodinným firmám nabízíte? O jaké je z jejich strany největší zájem?

Rodinným firmám nabízíme služby z celého našeho portfolia. Cloudové služby jsou dnes již samozřejmostí, nicméně i ERP a CRM je poptáváno a implementováno. Ovšem největší poptávka je po



FRANTIŠEK ZEMAN, generální ředitel Algotech Foto: se svolením F. Zemana

bezpečnosti a komplexním outsourcingu IT.

Čím si FBW a jeho náplň za-

sloužily vaší pozornost? Co od partnerství na této události očekáváte?

Naše hlavní hodnota je pomáhat

lidem, a věříme, že v prostředí rodinných firem to platí mnohem více.

Jaké téma vás v programu FBW Summitu nejvíce zaujalo a proč? Celá akce nám připadá inspirativní a je těžké vybrat jednu věc. Těšíme se na setkání s kolegy podnikateli a na to, že poznáme nové tváře.

Algotech

je česká IT společnost, která už více než 25 let patří mezi průkopníky nových technologií. Se svými výsledky patří k předním firmám oboru ICT. Specializuje se na technologie pro call centra, ERP, CRM, na cloudová řešení a vyvíjí aplikace na zakázku. Komplexně pečuje o IT u svých klientů a ve vlastním datovém centru nedaleko Prahy spravuje petabyty zákaznických dat a tisíce serverů.

Více na www.algotech.cz

PSN: Rodinné firmy velmi často směřují k udržitelnému růstu a dlouhodobé stabilitě

Rozhovory s partnery akce Family Business Week. Odpovídá Marek Padevět, ředitel rezidenčních projektů společnosti PSN.

J sou pro vás rodinné firmy specifickým klientem, který si žádá odlišný přístup? Jak se to projevuje ve vaší práci s nimi?

Rodinné firmy často směřují k udržitelnému růstu a dlouhodobé stabilitě, namísto krátkodobých zisků. Rodinné hodnoty a tradice mohou představovat pevný základ pro firmu, který ji chrání před nadměrným rizikem nebo rychlými změnami ve strategii. Obě tato specifika přibližují naši oblast podnikání, tedy nemovitosti, právě k rodinným firmám.

Jaké služby rodinným firmám nabízíte? O jaké je z jejich strany největší zájem?

Prim hrají investice do rezidenč-



MAREK PADEVĚT, ředitel rezidenčních projektů společnosti PSN Foto: se svolením M. Padevěta

ních nemovitostí, kterými si majitelé rodinných firem ukládají majetek do aktiv, jejichž hodnota od založení PSN před 32 lety stabilně roste.

Specificky pro rodinné investory je velkou přidanou hodnotou naše schopnost k bytům poskytovat bezstarostnou správu, a to jak po

technické stránce, tak i z pohledu péče o nájemníka, tedy jeho získání, zajištění smluvního vztahu, případně jeho výměny.

Čím si FBW a jeho náplň zasloužily vaší pozornost? Co od partnerství na této události očekáváte?

Sami jsme rodinnou firmou, proto je pro nás přirozené podporovat summit, který je zaměřen tímto směrem. Na samotném partnerství si ceníme velké flexibility od organizátorů, díky které jsme schopni vytvořit události nad rámec programu přímo v našich nemovitostech, a přirozeným způsobem tak odprezentovat svou práci.

Jaké téma vás v programu FBW Summitu nejvíce zaujalo a proč?

Velkým lákadlem je vystoupení Sandýho Lodera, který přinese do českého rodinného byznysu globální nadhled. Tradičně vítáme také spojení FBW s udílením cen Best Managed Companies společnosti Deloitte. (red)

PSN

Společnost PSN působí na českém trhu s nemovitostmi již od roku 1991. Od svého vzniku se věnovala zejména rekonstrukcím činžovních domů. Prošla však velkým rozvojem a v současnosti se již věnuje i nové výstavbě velkých rezidenčních a polyfunkčních projektů. Pracuje například na konverzi areálu Koh-i-noor v pražských Vršovicích, na přeměně areálu Innogy v Brně nebo připravuje výstavbu polyfunkční budovy na místě bývalého Transgasu v centru Prahy, na které bude spolupracovat se společností Penta Real Estate. PSN také dlouhodobě vytváří vlastní portfolio nemovitostí v Praze, Pardubicích, Hradci Králové a Brně. Nejvýznamnějšími jsou ikonický Tančící dům nebo první český mrakodrap City Empiria na pražské Pankráci.

RESPECT: U rodinných firem sledujeme větší zájem o pojištění finančních rizik

Rozhovory s partnery akce Family Business Week. Odpovídá Zdeněk Reibl, generální ředitel a předseda představenstva, zakladatel RESPECT.



ING. ZDENĚK REIBL, MBA, zakladatel RESPECT, a. s. Foto: se svolením Z. Reibla

a to platí pro všechny klienty stejně bez rozdílu, zda jsou to firmy rodinné či nikoliv.

Jaké služby rodinným firmám nabízíte? O jaké je z jejich strany největší zájem?

Kromě obvyklého makléřského servisu spočívajícího v risk managementu, nastavení a správě pojistného programu a pomoci při likvidaci škod, poskytujeme i další služby, jako například zajištění alternativní nabídky pojištění ze zahraničního trhu, ale i naši aplikaci RESPECT Online, poskytující veškerý přehled o pojištění nebo platformu pro sjednání soukromého pojištění zaměstnanců našich klientů. Inovativních řešení se nebojíme. U rodinných firem

spatřujeme zvyšující se zájem o tzv. finanční rizika – pojištění pohledávek nebo kybernetická rizika. Nemalý zájem je také i o pojištění transakčních rizik, které kryje možné ztráty v souvislosti s nákupem či prodejem firem.

Co od partnerství FBW očekáváte?

Jakýkoliv koncept poskytující rodinným firmám v ČR vyhlídky na jejich udržitelnost i do budoucna je pro nás zajímavý. S mnohými majiteli českých rodinných firem se již známe osobně, proto víme, že řešíme všichni podobné, ne-li stejné situace na naší podnikatelské cestě. Sdílením a společným úsilím se můžeme nejen inspirovat, ale věříme, že i pomoci zlepšit podmínky rodinného podnikání pro další generace našich rodin, což doufáme, že se díky našemu partnerství podaří naplnit.

Jaké téma vás v programu FBW Summitu nejvíce zaujalo a proč? Program je sám o sobě velmi zají-

mavý, tedy nelze vypíchnout jednoznačně jen jediné téma. Těšíme se ale například na prezentaci rodiny Grundových nebo na případovou studii tvorby rodinné ústavy. **(red)**

RESPECT, a. s.

Je pojišťovací makléř pro firmu a podnikatele, je českou rodinnou firmou s 30letou tradicí, která má také významný mezinárodní přesah. Jsme členem mnoha celosvětových makléřských sítí a dokážeme pojistit na 5 kontinentech světa. Dbáme na osobní odpovědnost za naše doporučení a pojistný systém, který dokonale pokrývá všechna možná rizika. I přesto, že jsme tradiční obor, inovativních řešení a umělé inteligence se nebojíme. Jsme několikanásobným držitelem titulu Nejlepší makléř roku. Vztahy s klienty a kolegy jsou pro nás na prvním místě.

SprenglerFox: Rodinné firmy mají specifické potřeby a my je umíme řešit

Rozhovory s partnery akce Family Business Week. Odpovídá Michal Vajskebr, obchodní ředitel a vedoucí spotřebitelského oddělení SprenglerFox.

Jsou pro vás rodinné firmy specifickým klientem, který si žádá odlišný přístup? Jak se to projevuje ve vaší práci s nimi?

Každý klient je specifický a vyžaduje individuální přístup - rodinné firmy také, hlavně po stránce flexibility. Nutí nás to více poslouchat, nebrat věci dopředu dané a být neustále připraven přicházet s individuálním řešením. Co je specifické, je určité původní tým kolem zakladatele a jejich role v expandující společnosti. Ne všichni v ní mají místo a někdy to emocionální pouto mezi nimi a zakladatelem je silnější než objektivní potřeby firmy.

Jaké služby rodinným firmám nabízíte? O jaké je z jejich strany největší zájem?

Snažíme se dnes nabízet co nejkomplexnější portfolio - od seniorního recruitmentu přes všeobecný recruitment, po coaching a rozvoj zaměstnanců, přes interim management až po odměňování. Ne všechny služby jsou naše core portfolio, ale vybudovali jsme si dobrou platformu interních a externích kolegů, kdy jsme schopni tuto šíři obsáhnout velmi dobře. Největší zájem je o komplexní partnerství ve věci lidí/kultury - jak zajistit pokračování nastavené linie a neuhnout z těch základních prvků, na kterých je firma postavena, i po příchodu nového managementu.

Čím si FBW a jeho náplň zasloužily vaši pozornost? Co od partnerství na této události očekáváte?

Splňují přesně ten potenciál rozšířeného záběru, o kterém se zmiňuji v předchozí otázce. Velké korpora-



MICHAL VAJSKEBR, obchodní ředitel SprenglerFox Foto: se svolením M. Vajskebra

naší nabídky. Očekáváme rozšíření naší sítě kontaktů a lepší uplatnění našeho záběru.

Jaké téma vás v programu FBW Summitu nejvíce zaujalo a proč?

Nejvíce nás zaujalo nástupnictví/succession planning. Tam máme i nejaktuálnější zkušenost, jak zapojit nastupující generaci společně s externím ma-

ce málokdy nabízejí takovou realitaci v celé škále služeb. Výhodou je, že klienta a jeho kulturu dobře navnímáme, a můžeme pak lépe zacílit celý rozsah

managementem. Těch společností, které řeší nástupnictví a externí management, je většina, a nikdy to není úplně podle šablony. Opět je nutné najít vhodné individuální řešení a být připraven ho přizpůsobit. Oceňuji regionální záběr. Upřímně, ten rodinný byznys je daleko více rozšířený do regionů, což do něj opět vnáší odlišný prvek než u korporací, které jsou často vázané na velká centra. **(red)**

SprenglerFox

Společnost byla založena v roce 2003 a patří mezi 40 předních světových poskytovatelů řešení lidských zdrojů. Vlastní integrovaná struktura v synergii s mezinárodní sítí partnerů umožňuje klientům přístup k více než 380 konzultantům v 76 kancelářích ve 47 zemích, což nabízí působivou hloubku a šíři zkušeností v oboru a přístup ke globálnímu trhu talentů.

Není nic hezčího, než když vám firma roste pod rukama, říká jihočeský hejtman a šéf Asociace krajů Martin Kuba

Zkušenosti s podnikáním má bohaté. Ač teď zastává veřejnou funkci a politika je jeho denním chlebem, dobře ví, co obnáší mít vlastní firmu. Jihočeský hejtman Martin Kuba si váží všech, kteří dokázali svůj byznys vydupat ze země. „Bez podnikavých lidí by žádná společnost nemohla být úspěšná,“ je přesvědčen.

Při svých cestách po regionu nikdy nevynecháte návštěvy rodinných firem. Jaké dojmy si odvážíte?

Pro mě jsou tyto zastávky většinou nejužasnějším zážitkem z každé cesty. Baví mě, jak řada Jihočechů ve svých rodinách drží firmy, které zdědili po svých předcích a v rámci vyrovnání majetku po skončení komunistického režimu je dostali zpět. Mnohdy v hrozném stavu, přesto se tito podnikatelé nevzdali a firmy opět takzvaně postavili na nohy. Úplně mě fascinují příběhy lidí, kteří podnikání obětovali velkou část svého života a vydupali firmu ze země. Jsem přesvědčen o tom, že bez takovýchto lidí nemůže přijít úspěch společnosti jako celku. A na to často zapomínáme. Obdivuji každou takovou firmu, která v Česku je. A neskláním se jen před těmi, kteří zachovávají rodinnou podnikatelskou tradici, ale i před odvážlivci, co se nebojí rozjet nový vlastní byznys.

Jaké firmy z těch, které jste v kraji navštívil, vás zaujaly nejvíce?

Svou podnikavostí a nápaditostí mě fascinovali ve firmě Pellwood v Česticích, kde vyrábějí bubenické paličky. Uchvácen jsem byl i z návštěvy tkalcovny Kubák ve Strmilově nebo ve firmě Rekovi na Písecku, kde se specializují na čalounění veteránů. Do nového kabátu tady oblékají oblíbené velorexy. Nadšený jsem byl i z návštěvy milovské firmy KV2 Audio, která vyvíjí audio technologie. Inspirativních firem je ale v kraji mnoho.



NÁVŠTĚVY RODINNÝCH FIREM jsou nedílnou součástí programu cest jihočeského hejtmána Martina Kuby po kraji. Snímek je z protivínské výroby, která je součástí firmy Polanských. 4x Foto: Krajský úřad Jihočeského kraje

Mezi přednostmi rodinných firem se počítá větší orientace na zákazníky, zaměstnance a také na místo, kde podnikají. Můžete tuto definici potvrdit?

Jednoznačně. Když se zástupci rodinných firem mluví, je na nich vidět, jak jsou s místem, kde podnikají, doslova srostlí. S tím je samozřejmě spojeno to, že úspěšní podnikatelé se snaží místu, k němuž mají vztah a odkud pocházejí jejich zákazníci, pomoci. Ať už tím, že udržují místo svého podnikání v pěkném stavu, ale také například finanční pomocí různým spolkům či neziskovým organizacím takzvaně ze sousedství. To je atribut, který u rodinných firem často vidíte.

V rodinných firmách obvykle panuje méně formální a byrokratické prostředí. Je to ku prospěchu byznysu? Hodnotit to můžete i podle vlastní podnikatelské zkušenosti.

To je dané hlavně velikostí firmy. Ať už firma vzniká jako rodinná, nebo ne, tak v momentě, kdy se jí velmi daří a přestane být jen malou firmou, je potřeba v ní nastavit nějaký systém řízení. Neříkejme, že rodinné firmy mají být apriori malé, mohou vyrůst ve velké, pak

už to chce nějakou hierarchii. Vidím to i na naší firmě, jak ze startupu (*začínající společnost, která se na základě inovativní podnikatelské koncepce rychle vyvíjí - pozn. red.*) vyrostla - před čtyřmi lety jsme si mohli dovolit mnohem rodinnější atmosféru než dnes, kdy máme opravdu velké množství zaměstnanců. Ale u malých rodinných firem je vidět, že fungují méně formálně a cesta od nápadu k jeho realizaci většinou bývá rychlá a spontánní.

Chystá kraj nějakou formu pomoci rodinným firmám - například tím, že jejich výrobky bude využívat jako dary při oficiálních příležitostech?

Je pravda, že když plánujeme cesty po krajích, chceme vždy nahlédnout do takových firem, které jsou zajímavé nejen svým ekonomickým růstem a objemem, ale také sortimentem výrobků. Vždy mě baví, když firma vyrábí něco typického pro jižní Čechy. S takovými firmami pak rádi navážíme spolupráci a jejich výrobky využijeme jako dárky při oficiálních příležitostech. Je to lepší než nějaké univerzální dárkové předměty; jihočeští podnikatelé totiž do svých výrobků dávají duši.

Martin Kuba

- narodil se 9. 4. 1973 v Českých Budějovicích
- vystudoval Lékařskou fakultu Univerzity Karlovy v Praze, pracoval jako lékař u jihočeské záchranky a jako anesteziolog na kardiologické Nemocnici České Budějovice
- působí jako radní Českých Budějovic, byl 1. náměstem hejtmána Jihočeského kraje a ministrem průmyslu a obchodu
- od roku 2020 je hejtmánem Jihočeského kraje a předsedou Asociace krajů ČR
- kromě politiky má bohaté zkušenosti i s podnikáním; s kolegy vybudoval úspěšný startup OIG POWER, kde vyvinuli a vyrábí produkt Battery Box
- jedná se o zařízení pro akumulaci a chytré využití energie z obnovitelných zdrojů v objektech
- společnost za něj získala světovou inovační cenu v roce 2018 a řadu dalších ocenění
- Martin Kuba je ženatý, má syna Martina

A co jiná forma pomoci? Někteří ekonomové předpovídají, že až 15 procent rodinných firem neustojí současnou ekonomickou situaci a do roka zaniknou. Lze jim podat pomocnou ruku na úrovni Asociace krajů nebo přímo konkrétního kraje? Anebo je to spíše úloha státu?

Je pravda, že co se týká třeba dotací nebo jiného druhu finanční pomoci, neumíme specificky podpořit nějaké rodinné firmy v konkrétní lokalitě. To je opravdu spíše úloha státu, aby dokázal nastavit optimální podnikatelské prostředí v celé zemi a nebyly v tomto směru rozdíly mezi jednotlivými regiony. Každý, kdo chce rozjet podnikání anebo pokračovat v rodinné podnikatelské tradici, by měl mít napříč Českou republikou rovnocenné podmínky.

Sám máte bohaté podnikatelské zkušenosti, a to nejen s již zmíněným úspěšným startupem. Kdy jste se rozhodl, že se také pustíte do rodinného podnikání?

Nikdy jsem bohužel nezdědil žádné podnikání po předcích, ale rodinné podnikání jsem si vyzkoušel při provozování malé pekárny. To bylo v době, kdy jsem hledal pracovní uplatnění pro moji maminku a sestru. Chtěl jsem najít něco, kde by se mohly realizovat, a franšiza pekárny byla pro tento účel ideální volbou. Tu hlavní zkušenost mám ale s firmou, která mi doslova vyrostla pod rukama, což je pro každého podnikatele ta největší radost.



MARTIN KUBA ve firmě blazek stick & caps s.r.o. v Dolním Skrýchově na Jindřichohradecku, která se zabývá výrobou kšiltovek, klobouků, zástěr či ubrusů, ale také například sítotiskem.



V ČESTICÍCH na Strakonicku vznikají prvotřídní bubenické paličky. Vyrábí je firma Pellwood. Jihočeského hejtmána Martina Kubu při jeho návštěvě výrobních prostor zakladatelé firmy doslova uchvátili svou podnikavostí, nápaditostí a zapálením pro věc.



ŠPIČKOVÉ audio technologie vyvíjejí odborníci v milevské firmě KV2 Audio International. Audio systémy dodávají třeba i organizátorům světově proslulých muzikálů. Zvukovou technologií místní z Milevska vybavili také divadlo v Hollywoodu nebo německém Stuttgartu.

Obnovitelné zdroje? To je zodpovědná budoucnost.



-  **Datum založení:**
8. 11. 2011
-  **Počet zaměstnanců:**
35
-  **Obrat v roce 2022:**
900 milionů Kč
-  **Web:**
www.krajiczech.cz

Rodinná firma KRAJICZECH se od svého vzniku specializuje na výrobu a navrhování konstrukcí pro fotovoltaické elektrárny. Když před dvanácti lety Ludvík Krajíček tuto firmu zakládal, byl už tehdy přesvědčen, že obnovitelné zdroje, zejména fotovoltaika, jsou energií budoucnosti. Během svého působení se firma KRAJICZECH stala významným hráčem na trhu v oblasti fotovoltaiky jak v České republice, tak i v zahraničí. Díky dlouholetým zkušenostem v oboru dnes patří mezi lídry v oblasti výroby konstrukčních systémů pro solární elektrárny a na českém trhu reprezentuje a zastupuje významné evropské výrobce dalších konstrukčních systémů.

Máte již vlastní solární elektrárnu na střeše svého domu? Pokud

ano, je velmi pravděpodobné, že konstrukce je vyrobena a dodávána právě touto firmou. „Dneska jsme schopni pokrýt dodávky od nejmenších instalací na rodinné domy až po velké projekty v řádu megawatt,“ upřesňuje Ludvík Krajíček. Firma dodává konstrukce pro různé typy instalací jako jsou šikmé střechy, ploché střechy, pozemní instalace nebo také agrivoltaika, která bude velkým tématem v následujících letech. Fotovoltaika je nejen udržitelnou a ekologickou formou výroby energie, ale také zaručuje soběstačnost a nezávislost a může být i výnosnou investicí. Sama společnost se snaží jít příkladem a na střeše svého výrobního areálu má nainstalovanou vlastní solární



elektrárnu, jejíž energii využívá ke svému provozu nebo také například k dobíjení firemních elektromobilů.

Pan Krajíček dále dodává: „Výroba a dodávka konstrukcí je jen jednou z částí služeb, které našim zákazníkům nabízíme. Mimo jiné jim poskytujeme kompletní technickou podporu zahrnující výkresovou dokumentaci, detailní výpis prvků, konzultace na stavbě, školení a další.“

Trh s fotovoltaikou je velmi rychle se rozvíjející obor, ve kterém je potřeba se neustále zdokonalovat a sledovat aktuální trendy. KRAJICZECH se pravidelně účastní odborných konferencí a veletrhů, prezentuje své výrobky a zároveň sleduje trendy v oboru a získává

nové informace a znalosti užitečné pro svůj další rozvoj. Je také členem nevládního neziskového profesního sdružení CAFT – Cechu akumulace a fotovoltaiky a podporuje tak rozvoj fotovoltaiky a zvyšování kvality fotovoltaických systémů v České republice.

Hlavním pilířem rodinných firem jsou bezpochyby její zaměstnanci. „Tento fakt si ve firmě dobře uvědomujeme, a proto se snažíme našim zaměstnancům vytvářet příjemné pracovní prostředí a nezapomínáme na jejich profesní růst,“ říká pan Krajíček. Ve firmě je nastavena přátelská a otevřená komunikace mezi všemi zaměstnanci.



Pravidelně jsou pořádány společné teambuildingové akce a školení. Firma příležitostně podporuje také lokální eventy. „Za své zaměstnance a zákazníky cítíme velkou zodpovědnost, proto neustále investujeme do budoucnosti, abychom jim mohli poskytnout vysokou míru jistoty a stability i v následujících letech.“

Můžeme říct, že firma KRAJICZECH je spolehlivým partnerem pro ty, kdo hledají kvalitní a inovativní řešení v oblasti fotovoltaických elektráren. Jejich závazek vůči ekologii a udržitelnému rozvoji ukazuje, že jsou firmou s vysokou etikou a smyslem pro zodpovědnost.

Myšlenku „Dočista pro všechny“ v Anglo české následují už jedenatřicet let



Zakladatel pan Chlup se svými dětmi, které také pracují ve společnosti.



Datum založení:
1992



Počet zaměstnanců:
40



Web:
www.hygee.cz

Psal se rok 1992, když v Jindřichově Hradci vznikla společnost Anglo Czech Distribution specializující se na čistotu provozů a osobní hygienu ve firmách a institucích.

Dnes je tato rodinná firma, jež má od roku 2016 název Anglo česká s.r.o., stálíci mezi prodejci s hygienou, úklidovými pomůckami a chemickými výrobky. Jejich produkty využívají ve zdravotnických zařízeních, potravinářských výrobních provozech, strojírenství,

stravovacích, ubytovacích, úklidových službách a v neposlední řadě také na stovkách čerpacích stanic po celé České republice a na Slovensku.

Péče o zákazníka je pro nás každodenním tématem, na kterém neustále pracujeme. Naším sortimentem hygieny jsme schopni zabezpečit všechny typy a velikosti zákazníků od nejmenších soukromníků až po velké instituce a provozy vyžadující vysoký hygienický standard,“ říká zakladatel a spolumajitel Petr Chlup. Svým zákazníkům firma vedle úklidových prostředků a pomůcek dodává také zásobníky a dávkovače nebo odpadkové koše a pytle.

Dnes má společnost čtyři desítky zaměstnanců na nejrůznějších pozicích v obchodním týmu nebo v odděleních služeb. Přibližně 60 procent týmu jsou ženy, které pracují na pozicích jak ve vyšším managementu, tak v obchodním týmu. „Naše firma je jedním z větších soukromých zaměstnavatelů na Jindřichohradecku,“ říká nejstarší ze synů zakladatele firmy Martin Chlup. „Jednou z našich priorit je udr-

žování pevných, dlouhodobých a rovných vztahů mezi našimi zaměstnanci. Je pro nás důležité zajištění příjemného a rozmanitého pracovního prostředí, které nabízí zaměstnancům pohodlí při každodenním plnění svých úkolů. Za účelem podpory firemní kultury pořádáme několikrát ročně společné firemní setkání zaměstnanců a jejich rodin,“ přibližuje filozofii firmy další potomek zakladatele

Šárka Lišková, která je ve společnosti jednatelkou. Dnes jsou již všechny děti zakladatele spolumajiteli a zároveň ve firmě pracují. Jako poslední se do aktivního chodu firmy zapojil nejmladší syn Tomáš Chlup.

Vedle spokojenosti zaměstnanců

v Anglo české kladou velký důraz na kvalitu, účinnost výrobků a ekologii. „Společně s našimi zákazníky tak hledáme chytré, efektivní a hospodárné řešení čistoty provozů a osobní hygieny. Nabízíme výrobky, které zvyšují efektivitu úklidu, úroveň hygieny a šetří čas a náklady na udržování čistých provozů,“ vysvětluje druhá dcera majitele Tereza Chlupová, jež je vedoucí marketingového oddělení. „V naší nabídce můžete najít kromě biologicky rozložitelných mycích a čisticích chemických přípravků například odpadové pytle z granulátu z tříděného odpadu nebo úklidovou techniku vyráběnou z druhotného plastového materiálu, takzvaný second life plastic,“ dodává s tím, že do budoucna chtějí dosáhnout podstatného zvýšení podílu ekologických výrobků v celkovém objemu umístovaných výrobků na trhu. „Naším záměrem je trvalý rozvoj v souladu s harmonickými vztahy v rodině a komunitě,“ shodují se jednohlasně všichni z rodiny Chlupovy.



Myslím, že tady u nás v Českých Budějovicích ty šikovné firmy máme, říká primátorka Dagmar Škodová Parmová

Podnikání bylo v minulosti pro primátorku Českých Budějovic Dagmar Škodovou Parmovou takřikající denním chlebem. Jako děkanka Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity se s jeho zakladateli setkávala. O to víc si jejich činnosti v nové roli váží. „Vnímám jako důležité, aby měli majitelé rodinných firem určité fórum, nějakou platformu, kde by si mohli sdělovat zkušenosti ohledně toho, co se povedlo, ale třeba i to, kde se jim nedaří, kde to nejde, a sdělili to případně i městu.“

V rámci svého primátorského mandátu jste začala cesty po firmách. V čem vidíte jejich pozitiva?

Rodinné firmy jsou velmi důležité. Ty malé a střední, které vznikly po revoluci, mnohdy navazovaly na rodinnou tradici. Dnes po mnoha letech existence řeší zakladatelé své nástupce. Nejpřirozenější je, když to jsou jejich potomci nebo někdo z rodiny, protože znají historii, a o to je všechno někdy snadnější. Existuje tam totiž emocionální vazba majitele, vlastníka i nástupce a také vědomí, že dělají pro sebe a na svém. Je radost, když se podaří úspěšnou firmu předat a byznysu se po rodičích věnují jejich děti. Ty se zároveň zapojují do veřejného života, což znamená, že jde ruku v ruce rozvoj byznysu i celé společnosti, to mi velmi ladí, a myslím, že tady v Budějovicích šikovné firmy máme. Je to určitý stabilizační a inovační prvek. Jako ekonom dobře vím, že právě malé a střední firmy jsou mnohdy daleko dravější a dokážou inovace uplatnit rychleji, než nadnárodní koncerny s velkými výzkumnými centry. Než se ten kolos rozhybe, je malá firma už o krok napřed.



OCENĚNÍ. Primátorka města České Budějovice Dagmar Škodová Parmová při převzetí ocenění v letošním ročníku výzkumu Město pro byznys.

Foto: archiv Magistrát města České Budějovice

„České Budějovice by měly být více pro byznys, více pro mladé podniky s daleko větší přidanou hodnotou. Nechceme se stát jenom montovnou. A na tom budeme pracovat.“

Je naopak něco, s čím se musely rodinné firmy popasovat?

U nás ve městě a vlastně i v celé České republice můžeme narážet na to, že mnoho firem obnovilo svoji činnost po revoluci, protože předtím osobní vlastnictví výrobních prostředků nebylo jednoduše možné. Oproti jiným sousedním zemím jsme trochu znevýhodněni. Na Slovensku je to stejné jako u nás, ale třeba Maďaři a Poláci tu tradici rodinného podnikání přetřezenu nemají.

Mluvila jste o šikovných firmách. Můžete jmenovat některé, které jste třeba navštívila a udělaly na vás dojem, nebo jejich služby využíváte?

Určitě je to papírnictví Plojhar, což je typická rodinná firma, nebo některé další, spojené třeba s řemeslnou výrobou, kde se řemeslo se zlatým dnem dědí z otce na syna. V Českých Budějovicích máme tiskárnu Inpress. Gastronomické firmy, které přežily covid, byly právě ty regionální. Myslím, že to byla právě ta emoce, která mnohým pomohla překlenout špatnou dobu, kdy služby svázala covidová opatření.

Vnímáte i z vlastní pozice ekonoma, že dnešní doba není rodinným firmám příliš nakloněná?

Ono vůbec současná ekonomická situace rozvoj brzdí. Lidé si odvykli do určité míry na nějaké služby a produkty reagovat. Tím, že jsme se dostali do energetické krize, v rodinném rozpočtu nebo spotřebním koši, jak je to ekonomicky nazýváno, nezbyvá peněz na některé služby a produkty, a proto se dostávají lokální producenti do problémů. Ale zase na druhou stranu, tím, že v covidu byly přetřhány globální logistické řetězce, tak lidé na domácí potravinářské produkty více slyší, protože byly v době covidu k dostání. To, že se znovu stáváme lokálními patrioty a kupujeme místní produkty, mi dává smysl. Myslím, že se vracíme k té staré dobré praxi.

Ríká se, že rodinné firmy mají užší vazbu na místo, kde podnikají. Vnímáte to stejně?

Samozřejmě. Velké firmy jsou do toho nuceny nějakou politikou, nebo tím, že musí ve svých výročních zprávách uvádět nejen výsledky hospodaření, ale také informovat o jejich společenské odpovědnosti. Lokální producent to nemusí deklarovat vůbec, ten to žije. Rodinná firma, která tu má své kořeny, zná sousedy a má lokální znalost, ochotně sponzoruje místní neziskové organizace nebo kulturní akce, protože přesně ví, kam a na co peníze půjdou. Majitel rodinné firmy si úplně přirozeně třeba zamete chodník před firmou, vyleští skla ve výkladech, protože chce, aby se u něj zákazníkům líbilo. Nadnárodní společnost to ne vždy udělá. Malému podnikateli, rodinné firmě se to nemusí nakazovat, protože to berou jako svůj prioritní úkol.

Zmínila jste přínosy rodinných firem pro město. Co může naopak dát město jim?

Především se snažíme být městem pro byznys. Vytváříme podmínky pro to, aby se tady dobře žilo i podnikalo, aby například byrokratická zátěž byla pro všechny co nejmenší. Máme tu Jihočeský vědecko-technický park, kde jsou prostory určené pro startupy. Máme podíl i na tom, že se firmy navzájem poznávají, zasiťují, a to nejen pod Jihočeskou hospodářskou komorou, ale i na základě dalších sdružení. Vnímám jako důležité, aby majitelé rodinných firem měli určité fórum, nějakou platformu, kde by si mohli sdělovat cenné zkušenosti ohledně toho, co se povedlo, ale třeba i kde se jim nedaří, proč to nejde, a sdělili to případně nám na městě.

Zmínila jste platformy, na nichž se mohou firmy potkávat. Je podle vás třeba organizovat nějaká setkání i přímo pod městem nebo na městské půdě?

Bylo by fajn se potkávat třeba s podnikateli v jednotlivých částech Budějovic, nebo podle odvětví. V některých městech tohle velmi dobře funguje. Jít na pivo s primátorem nebo si dát snídani s primátorkou by mohlo fungovat.

Je možné uvést, kolik firem tedy na Českobudějovicku je?

Pokud se ptáte po malých a středních firmách, tak jsou to určité zaměstnavatelé šedesáti procent Budějčáků. Co se počtu



DISKUTOVALI. Primátorské cesty přibližují vedení Budějovic podnikatelské prostředí a aktuální situaci na trhu. Foto: Jihočeská hospodářská komora

rodinných firem týká, je ten počet menší, nicméně pokud takto budeme počítat i třeba jednohlavá s.r.o. nebo lidi pracující jako osvě, tak je to většina.

Ještě se dotknou vašeho předchozího působení na ekonomické fakultě. Lze nějak studenty učít mít rád rodinné firmy nebo je učít rodinnému podnikání?

Určitě. Ona je to svébytná disciplína – malé a střední podnikání a v tom podmnožina rodinných firem. Dokonce jsme se snažili, a snažíme se neustále, podněcovat podnikavost studentů nejen ekonomické fakulty, ale celé univerzity. Když například přijde někdo z přírodovědecké fakulty s tím, že má patent, nebo přijde ve výzkumu na určitý typ novinky, bavíme se o tom, jak to komercializovat. Univerzita napomáhá začátku podnikání. Pokud se firma rozjede a po třech letech je z ní stále životaschopný projekt, studentovi – majiteli nastává okamžik, kdy se jeho malá firma mění ve společnost, pak už mu ale musí pomoci město.

Slýchají studenti na přednáškách třeba zkušenosti z praxe? Že se do hodin zvou zástupci rodinných firem?

Určitě ano, patří to k tomu. Odborníci z praxe chodí, někteří i rádi a pravidelně. Každoročně je zveme na přednášku, kde vypráví o historii firmy a kde spíše než reklama zaznívá příklad dobré, ale i špatné praxe. Mohou poukázat také na případné zádrhly. Praxe podnikatelů, kteří provozují rodinný byznys, je pro nás přínosná a velmi si jich vážíme.

Lze potenciál firem využít třeba i v turismu? Teď mám na mysli různé exkurze, nebo produkty firem, které je možné použít jako dárky nebo propagační materiály města.

Samozřejmě. Už dokonce existuje certifikace regionálního produktu, což je po celé republice značka toho daného regionu, a ta prodává daleko víc, než kdybychom nakoupili nějaké produkty z Číny. Oni to Čiňané umí, ale nám dává daleko větší smysl, pokud je to od regionální firmy nějaký typický domácí suvenýr, který můžeme

prezentovat. Návštěvník – turista si ho odveze, je pro něj autentický. Ta autentičnost u nelokálních produktů chybí.

Mluvila jste o problémech, se kterými se rodinné firmy potýkají. Jsou ještě nějaké další, které vnímáte?

Aktuálně je největším problémem nástupnictví. Aby další generace neměla to takzvané „povolání syn dcera“, ale aby si to podnikání svých rodičů vzali za své a rozvíjeli firmu dál. U některých se to podaří, u jiných ale dojde k převzetí jiným managementem. Tam se nástupci vydávají často jiným směrem, a ta rodinnost se úplně ztrácí. Samozřejmě, že problémem může být i nepotismus, kdy následníka dosadí do firmy dosavadní vlastník a všichni ostatní říkají, že se mu nadržuje, ale pokud to dává smysl, tak proč ne. Akorát musí ten rodinný člen více makat.

Přemýšlela jste někdy vy sama o založení rodinné firmy nebo znáte příklad z blízkého okolí?

Sama mám živnostenskou oprávnění na tlumočení, ale to je ten typ malé firmy. Vozila jsem ale studenty na agroturistiku, kde jsme viděli typický příklad farmy, která má bioprodukty, je zde ubytovací a stravovací zařízení. Je to ukázka typické situace, kdy firmu v minulosti založil otec, pak ji převzala druhá generace, a jsou tady patrné ty pozitivní i negativní vývojové efekty. Občas se tu pere přístup otce, který to dělal léta nějak, a mláďa, které má jiný pohled. Pokud ale všechno překonají, jen je to posílí. Opět to je o tom, co už jsem říkala, je tam vztah, „je to naše farma“, to se pak buduje snáz, než když tam chodí člověk jen do práce.

České Budějovice jsou městem pro byznys

Ve srovnávacím výzkumu Město pro byznys vyhlášeném týdeníkem Ekonom se krajská metropole umístila v letošním ročníku na bronzové příčce mezi 17 hodnocenými městy Jihočeského kraje.

Do výzkumu se jednotlivá města nepřihlašují, ale jsou zařazena automaticky. Hodnotí se jejich podnikatelský potenciál. Čerpá se přitom z velkého množství veřejně dostupných zdrojů nebo třeba i z městských webů, přičemž kritérium podni-

katelského prostředí má v hodnocení váhu 40 procent a přístup veřejné správy 60 procent.

„Za krásné třetí místo jsem velmi ráda. Je to cenné ohodnocení, které pro nás vytváří záva- zek a prostor pro zlepšování. Už léta podporujeme činnost Jihočeské hospodářské komory, která pravidelně organizuje setkání zástupců města s členy komory. Ve spolupráci s ní navštěvují českobudějovické firmy, ať už ty zavedené velké společnosti nebo začínající na trhu. V rámci našich rozvojových projektů také spolupracujeme



s řadou místních společností i vysokými školami,“ uvedla k získanému ocenění primátorka Dagmar Škodová Parmová. Na prvním místě se umístil Český Krumlov, druhou příčku obsadilo město Tábor. (der)

Firma MS ProTech patří ke špičce na trhu ve strojírenství



dlouholetých zkušeností našich pracovníků tak, aby nad očekávání splnili požadavky zákazníků. Vztah k zaměstnancům, zákazníkům a dodavatelům bereme vážně a vidíme jej jako partnerství, na které se mohou všichni vzájemně spolehnout. Kvalita, spolehlivost a efektivita jsou pro nás klíčové pojmy. Neméně důležitými hodnotami jsou důvěra, otevřenost,



	Datum založení: 2016
	Počet zaměstnanců: 35
	Obrat v roce 2022: 120 mil. Kč
	Web: ms-protech.cz

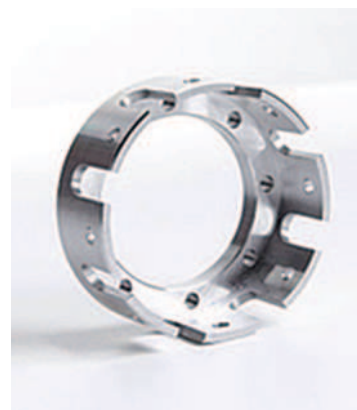
Členové rodinné firmy MS ProTech s.r.o. oslavili letos na jaře již 7. rok od svého založení. Od první chvíle se společnost zaměřuje na zakázkovou výrobu širokého spektra strojních komponentů a kompletních sestav strojů.

Na startu stáli dva zaměstnanci a zároveň vlastníci – Milan a Libor Štoudek. Společnost se od té doby rozrostla na stávajících 35 pracovníků a rok 2022 uzavřeli s obratem 120 milionů korun převážně na trhy v západní a severní Evropě.

Od prvopočátku investují nejen do kvalitního technologického vybavení, jako jsou multifunkční obráběcí stroje, ale i do sofistikovaných měřících zařízení, pomocí kterých jsou schopni svým odběratelům zaručit, že dodávaná kvalita výrobků odpovídá daným požadavkům.

Hlavním nosným programem je zakázkové CNC soustružení a CNC frézování na víceosých soustruzích a 3–5 osých obráběcích centrech. Vedle třískového obrábění dodávají svařované konstrukce především z nerezavějících ocelí.

V loňském roce zahájili transformaci na digitalizaci kompletní firmy a již dnes přenášejí v reálném čase informace z výroby a jsou tak schopni lépe a spolehlivěji reagovat na požadavky zákazníků.



„Pouze technologie samotná ale nepřináší kýženou konkurenční výhodu. Je to především kvalitní tým, a proto využíváme

loajalita, individualita a týmovost, píle a kreativita. U nás v MS ProTechu klademe vysoký důraz na komunikaci a pracujeme tak, aby se s námi zákazník cítil jako v bavlnce,“ říká Milan Štoudek.

„Tak, jak byl pro nás klíčový okamžik nástupu prvního zaměstnance, nákup prvního stroje, nebo první veletrh, tak i v příštích pěti letech plánujeme několik takto zásadních kroků udělat. Velkým krokem bude letošní zahájení výstavby nové výrobní haly, která nabídne podstatně větší potenciál pro růst naší firmy. Vyšší podíl automatizace a použití robotů tam, kde je to možné, bude další krok, jak být na trhu zajímavějším partnerem pro zákazníky i zaměstnance. Věřím, že až se budeme za několik let znovu ohlížet za tím, co jsme zvládli, budeme se neméně divit, jaký kus cesty jsme ušli,“ doplňuje Milan Štoudek.

Green idea a Topvet: 20letá cesta k úspěchu



Datum založení:
1. 7. 2003

Počet zaměstnanců:
60

Obrot v roce 2022:
172 milionů Kč

Web: www.topvet.cz,
www.greenidea.cz

Ryze česká rodinná firma Green idea letos slaví 20 let od doby, kdy pod dřívějším názvem Topvet vstoupila na český trh. Jako jedna z mála tuzemských firem je pyšným držitelem certifikátu pro přírodní kosmetiku NATRUE s velmi přísnými standardy. Díky hlasování veřejnosti se stala Rodinnou firmou roku 2019 v ČR, druhé místo v téže soutěži obdržela od odborné poroty. Další zajímavosti o společnosti Green idea přiblížil její jednatel Jiří Pantůček.



Jste pokračovatelem v tradici rodinné firmy. Kdo vaši firmu zakládal a kteří členové rodiny v ní působí dnes?

Po sametové revoluci zakládal v roce 1990 první firmu můj strýc a moje babička. Na jejich práci jsme navázali v roce 2003 vytvořením značky Topvet. Dnes ve firmě pracují oba moji rodiče, sestra, dva bratrance a do chodu se postupně zapojují i moje tři děti, součástí šedesáti členového kolektivu jsou i bývalí spolužáci a kamarádi.

Původní název firmy Topvet jsme

před třemi lety změnili na Green idea, aby lépe vypovídala o současném produktovém portfoliu a byl přijatelnější i pro zahraniční trh. Zavedenou značku Topvet jsme ponechali pouze pro stále oblíbenější veterinární přípravky.

Jak se díváte na výše zmíněná ocenění, jimiž se vaše firma pyšní?

Jsou to jen dílčí úspěchy. Pod značkami Green idea a Topvet dodáváme na trh přírodní kosmetické produkty, doplňky stravy a veterinární přípravky, jež mají vynikající

látkami získávanými z rostlin, které dovážíme z celého světa.

Na jaké novinky se mohou vaši zákazníci v nejbližší době těšit?

Aktuálně se chystáme nový krém obsahující probiotickou kulturu, napomáhající obnově přirozené mikroflóry pleti. To je v době, kdy narůstají počty lidí s alergiemi, velké téma. A pokud jde o naši nabídku produktů pro psy a kočky i tam připravujeme zajímavosti. Například pro kastrované kocoury, kteří jsou náchylnější ke tvorbě močových kamenů, chystáme speciální produkt. Pro zvířata nabídneme výrobek s obsahem CTB. Chovatelům menších psů brzy nabídneme produkt, jenž bude jejich mazlíčky odrazovat od močení na místech, kam by podle jejich chovatelů močit neměli.

Vaše firma Green idea disponuje vlastním vývojovým týmem. Co o něm prozradíte?

To, že máme čtyřčlenný tým vývojářů je pro nás nespornou výhodou, jsem rovněž jeho součástí. Veškeré receptury firmy jsou naše originální, vyvinuté na základě nasbíraných zkušeností a posledních výzkumů a poznatků z oblasti fytofarmacie. Jsme schopni připravit kosmetické i veterinární výrobky na klíč. Výrobky Green idea putují nejen na český a slovenský trh, ale i do zahraničí – Polsko, Maďarsko, Slovinsko a prostřednictvím on-line prodeje na Amazonu i na německý, španělský a francouzský trh. Kromě 900 produktů vlastních značek vyrábíme také zhruba 600 produktů pro 70 jiných značek kontraktční výrobky.

účinnost. Proto je o ně takový zájem. Bestsellerem u zákazníků je například krém s hadím jedem a hyaluronové sérum s hadím jedem. Směle bych je nazval neinvazivním botulotoxinem. Populární jsou i naše doplňky stravy, jako jsou výrobky na migrénu a na spánek.

Jaké látky jsou většinou součástí vaší přírodní kosmetiky?

Při výrobě přírodní kosmetiky používáme především aktivní látky přírodní povahy. Pracujeme s různými bylinnými extrakty a aktivními



Ryze česká rodinná firma ENBRA letos oslaví 32 let od svého vzniku.

O tradici rodinného podnikání jsme si povídali s Janou Vlachovou Rasochovou, ředitelkou a výkonnou členkou představenstva.

	Datum založení: 1991
	Počet zaměstnanců: 114
	Obrat v roce 2022: 645 mil.
	Web: www.enbra.cz

Kdy a jak vznikla společnost ENBRA?

V roce 1991 moji rodiče Josef a Božena Brabencovi organizovali evropskou konferenci o metrologii, kde zjistili, že se na trhu otevírá možnost podnikání v oblasti měření spotřeby vody a tepla. Byl to jeden z klíčových momentů, kdy objevili „díru na trhu“, dokázali využít příležitosti a měli štěstí. Rodiče založili společnost ENBRA a podnikat začali, jako řada velkých firem, v garáži rodinného domu. Přiváželi každý týden vodoměry z Německa a ihned je prodávali, prací žila celá rodina.

ENBRA vyrostla na vodoměrech, ale nezůstalo jen u nich. Čím vším se dnes společnost zabývá?

Brzy přišla zakázka na první zkušebnu, pak se podařilo dodat další tři zkušebny do Rakouska a ČR. Dnes již máme šest vlastních zkušeben, zastoupení po celé republice i na Slovensku a do celého světa jsme dodali více než 150 zkušebních zařízení. Rodiče si brzy uvědomili, že firma, která stojí pouze na jednom klíčovém produktu, je snadno otřesitelná. Naši vizí je společnost, která stojí na více opěrných bodech, ať už se to týká produktů nebo služeb. Proto dnes ENBRA nabízí široké portfolio produktů, řešení a služeb z oblasti měření a regulace, topnářské techniky, vzduchotechniky a obnovitelných zdrojů energie. Díky intenzivní školicí činnosti jsme se stali jedničkou na trhu v oblasti měřicí techniky. Specializujeme se také na rozúčtování tepla a teplé vody v bytových domech, jsme světovými lídry ve vývoji a exportu zkušeben do celého světa a provozujeme nejširší síť zkušeben v České republice.

Jaká je filozofie vaší společnosti?

V poslední době často slyšíme o udržitelnosti. Pro nás to není žádná

novinka, je to základem našeho podnikání, i když jsme o tom takto nikdy nepřemýšleli. Řídíme se selským rozumem a nabízíme řešení a produkty, které přináší úspory energií, vody. Zabýváme se měřením těchto médií a vzděláváme jak profesionály, tak laiky, šíříme v tomto směru osvětu. Snažíme se dostat do podvědomí lidí, že voda je vzácnost a je potřeba s ní hospodárně nakládat a šetřit. To samé platí i pro úspory v oblasti energií a šetření energiemi. Stejně tak na zkušebnách provádíme tzv. repasi měřících zařízení. Není třeba neustále vyrábět nová a stará vyhozovat, ale umožňujeme prodloužit životnost původního zařízení, které může fungovat několik dalších let. Považujeme za důležité se zabývat recyklací a tříděním odpadu.

Klíčový není jen produkt, ale také zaměstnanec a člen týmu. Nejsme rodinná firma jenom svým založením. V naší firmě kromě mých rodičů a manžela působí i tři švagrové. Ve firmě vytváříme rodinnou atmosféru třeba i tím, že u nás pracují i manželské a sourozenecké dvojice. Krásné prostředí a pékné vztahy jsou velmi důležité. I dobré vztahy se zákazníky vnímáme jako svou největší konkurenční výhodu. Firemní kulturu ENBRA utváříme všichni.

Vy dnes stojíte v čele etablované společnosti. Jak těžké je mít takovou odpovědnost za prosperitu firmy?

Firmu jsem společně s manželem převzala v roce 2014. Já jsem ale

s firmou žila prakticky od jejího založení. Tehdy mi bylo 12 a uvědomuji si, že to bylo náročné. Rodiče hodně pracovali a tak na mě se sestrou přešla spousta povinností. Myslím si, že nás to posílilo a naučilo samostatnosti, zodpovědnosti a disciplíně. Když rodiče podnikají, jinak to asi ani nejde. Vést rodinnou firmu je samozřejmě obrovský závazek, musíte ustát všechna očekávání a dělat i nepopulární rozhodnutí. Je to ale především mnoho radosti a příležitosti k osobnímu růstu. Pro mě bylo naprosto přirozené stát se součástí Enbry.

Převzoumeš jednou firmu vaše děti?

Máme štěstí, že patříme ke společností, kterým se podařilo předat firmu další generaci. Říká se, že „štěstí přeje připraveným“. Už několikátá generace naší rodiny vyrůstá v prostředí, kde se podniká, obchoduje, tvoří a buduje.

Naše rodina má podnikání doslova v krvi. Loni tomu bylo 100 let, kdy v roce 1922 můj praděda založil společnost Brabenec spol. s r.o. a zabýval se výrobou a opravami zemědělských strojů. V tomto podnikání pak pokračoval můj děda, tovaru vedl i v době, kdy mu byla odebrána. Můj tatínek v té továrně vyrůstal, ale vzhledem k době, jaká byla, nikdo nepředpokládal, že by ji někdy mohl vést. V roce 1991 se proto rozhodl založit firmu ENBRA. Továrna v Želetavě nám nakonec



byla v roce 1993 v restituci vrácena a dnes ji vede moje sestra Eva s manželem.

Proto i my své děti vedeme ve stejném duchu, v jakém jsme byli vychováni. Snažíme se jít jim příkladem, vést je k manuální zručnosti, zodpovědnosti a pracovitosti. Vedeme je k lásce k firmě. Naše děti jsou od malička vedeny k tomu, že firmu jednou převzou anebo se budou podílet na jejím dalším rozvoji na pozici, která jim bude blízká. Nejstarší Kuba a Vojta vypomáhají na zkušebně a při odečtech spotřeby tepla. Mladší děti každý rok přiloží ruku k dílu například při balení vánočních dárků pro naše zákazníky. Zapojujeme je ale i kreativně, dcera Evička nakreslila dokonce již i nějaké reklamní návrhy. O budoucnost naší rodinné firmy se vůbec nebojím.



Hejtman na návštěvě ve firmách

Jižní Čechy – Pekárna, tkalcovna, výroba paliček nebo zdravotnických pomůcek. Tam všude zavítal hejtman Jihočeského kraje Martin Kuba při svých cestách regionem. Také letos se rozhodl opět procestovat Jihočeský kraj. V plánu má navštívit místní samosprávy, podnikatele, hovořit s Jihočechy. V květnu vyrazil na první z cest, a to na Jindřichohradecko. **(lep)**



JAK SE zpracovává vlna, zjišťoval ve tkalcovně Kubák ve Strmilově.

V OLDŘICHOVĚ na Písecku navštívil firmu Rekoví, kde se zaměřují na čalounictví veteránů.

7x Foto: Krajský úřad Jihočeského kraje



DO FIRMY API CZ vyrazil hejtman Jihočeského kraje, aby se podíval, jak se upravují vozidla pro tělesně postižené.

DO ČESTIC na Strakonicku se přijel Martin Kuba podívat do výroby bubenických paliček Pellwood.



O TECHNICE se bavil ve velešínské společnosti Jihostroj.

JAKÉ NEMOCNIČNÍ a rehabilitační pomůcky jsou na trhu, zjišťoval v třeboňské společnosti RESI.

O BYLINKY pečoval v Zahrádce blahobytu v Zahájí.

Z garáže mezi vítěze



Foto: Albixon (2x)

VŠE POTŘEBNÉ OD JEDNOHO VÝROBCE

Rozšíření výrobního sortimentu a nové plány však neznamenají, že ALBIXON se z podnikání ve výrobě bazénů stáhne. Naopak, toto místo zůstává v představách návrhářů nadále centrem života rodiny ve venkovních prostorách. Podnik se dlouhodobě usiluje o to, aby jeho bazény byly ekonomické i ekologické a pokud možno, aby sloužily celoročně. Třeba bazén QBIG BENEFIT se už na zimu vůbec nevypouští.

„Pokud zákazníci vnímají zahradu jako rozšíření vlastního domova a místo, kde chtějí příjemně trávit čas, mohou získat vše od jednoho spolehlivého výrobce,“ zdůrazňuje Jaroslav Smetana. A naznačuje, že pergolami rozšiřování výroby zdaleka nekončí. (ks)



Datum založení:
1990



Počet zaměstnanců:
250



Obrat v roce 2022:
1,66 mld. Kč



Web:
www.albixon.cz

Výrobce bazénů ALBIXON myslí na další mety.

Více než 30 000 namontovaných bazénů a 90 000 bazénových zastřešení řadí hořovický

ALBIXON mezi absolutní evropskou špičku. Možnosti pro další dynamický růst firmy, jejíž základy položili bratři Jaroslav a Libor Smetanovi v roce 1990 v garáži u rodičů, se po více než třiceti letech existence přiblížily k hranici toho, co bazénový trh umožňuje. I proto její majitelé přicházejí nyní s novými impulzy. „V tom, co děláme, jsme opravdu silní.

Svým způsobem jsme již naplnili původní bazénovou vizi a s ní spojené cíle. Proto nyní přicházíme s novým pojetím zpřijemňování venkovních prostor. Na zahrady u domů se už nedíváme jen optikou klasického výrobce bazénů, ale vnímáme je širěji jako prostor aktivního odpočinku,“ uvádí Jaroslav Smetana, zakladatel společnosti.

PO BAZÉNECH PERGOLY A SOLÁRNÍ PANELY

Další exportní řešení, jež doplňuje sortiment bazénů a bazénového zastřešení, představují bioklimatické pergoly ALBIXON SKYTRIUM a zastřešení BERGEN. „V horkých dnech poskytují dostatečný stín a umožňují dobré proudění vzduchu při zachování světelného komfortu. Za nepříznivého počasí pak ochrání před deštěm a sněhem,“ říká produktový manažer Jiří Sixta.

Pokračovat budou i investice do technické modernizace podniku. Areal v Hořovicích se brzy rozroste o profesionální vývojové a technologické centrum za několik deseti milionů korun.

Tři otázky Jaroslavu Smetanovi, zakladateli společnosti ALBIXON

Po třiceti letech nová vize

Jaké hodnoty ctí vaše rodina?

Uznáváme sedm zásad efektivních lidí, jak je formuloval Američan Stephen Covey. Uvedu alespoň pospolitost a komunikativnost, nebo utužování vzájemných kontaktů tak, aby rodina spolu dobře vycházela. To je pro nás základem. Společná radost je vždy větší než individuální, což platí i o radosti z podnikání.

Letos jste přišli s novou vizí rozvoje. V čem je nová?

Máme obrat jeden a půl miliardy korun ročně, vyvážíme do 70 zemí, vyrobili jsme už 30 000 bazénů. Možnosti se přiblížily hranici toho, co trh s bazény vůbec umožňuje. I proto chceme dát firmě další impulz, související se snahou o zpřijemňování venkovních prostor zákazníků. Na zahrady u domů se už nedíváme jen optikou výrobce bazénů, ale vnímáme je širěji jako prostor aktivního odpočinku. A k němu patří i pergoly.

Nyní podnikáte už i ve fotovoltaice. Důvod?

Tento krok považujeme za logický. Naši zákazníci, majitelé



domů, se totiž v poslední době silně zajímají o střechy elektrárny. Jde o investici, která zvýší hodnotu nemovitosti, sníží náklady na proud ze sítě a posílí energetickou nezávislost. Roli hraje i synergie s našimi dalšími produkty. Přebytky energie se dají využít například na ohřev vody v bazénu. (fk)

Důležité je dokázat oddělit soukromé a pracovní záležitosti, říká ředitel rodinné firmy



	Datum založení: 1996
	Počet zaměstnanců: 160
	Obrat v roce 2022: 480 000 000 Kč
	Web: www.htpcr.cz



Jan Tománek,
ředitel společnosti

Když Stanislav Tománek založil v roce 1996 firmu HTP s.r.o.,

fungovala jako obchodní organizace podporující zahraniční firmy při hledání výrobních kapacit v České republice a na Slovensku.

Dnes je z rodinné firmy se sto šedesáti zaměstnanci společnost specializující se na vlastní výrobu. Rozlehlý výrobní areál v Ži-

rovnicí na Vysočině je vybaven moderními technologiemi pro laserové zpracování plechů, CNC ohýbání a robotické svařování všech kovových materiálů. Na víceosých obráběcích centrech a dlouhotočných soustruzích jsou vyráběny velmi přesné součásti a společnost má vlastní kapacity pro povrchové úpravy a tepelné zpracování výrobků. Pro své zákazníky zajišťuje také montážní sestavy včetně elektrických součástek, kabeláží, výrobků z gumy a plastů.

„Našími zákazníky jsou významné světové společnosti vyrábějící automobilovou a zemědělskou techniku, manipulační a stavební stroje, kolejová vozidla, medicínské a laboratorní přístroje,“ říká současný ředitel Jan Tománek, druhá generace rodinného podniku, který před čtyřmi lety převzal řízení firmy od svého otce a zakladatele Stanislava Tománka.

Jak jste se ocitl v rodinné firmě?

Studoval jsem na ČVUT a jsem inženýr strojař se specializací na technologie svařování. Právě v té době začal otec ve firmě investovat do prvních strojů. S firmou jsem propojen prakticky od svého dětství a jejího vzniku.

Patnáct let pracuji „za mzdu“, ty předchozí roky to byla výpomoc rodičům a trávení letních prázdnin ve firmě. Za těch 15 let jsem si prošel pozicemi technologa, svařecího dozoru a poté jsem pracoval jako technicko-výrobní ředitel. Před pěti lety mě otec pověřil jednatelstvím a před čtyřmi lety jsem se stal ředitelem společnosti.



Co je na rodinném podnikání nejtěžší?

Nejdůležitější je dokázat oddělit soukromé záležitosti od těch pracovních. Nám to mezi mnou a mou manželkou i mými rodiči trvalo docela dlouhou dobu, než jsme se naučili tyto věci oddělovat. Ale podařilo se. Trávíme

spolu volný čas a na práci již vůbec nepřijde řeč. Pracovní záležitosti se nám jednoduše daří vyřešit v kanceláři.

Jaké nové trendy se týkají podnikání ve vaší společnosti?

Tím, že jsme našimi výrobky a službami, které poskytujeme, zapojeni do dodavatelských řetězců velkých nadnárodních firem, tak události posledních let ukazují, že tyto dodavatelské řetězce musejí být pružné a velmi spolehlivé. Nelze spoléhat na výrobu na druhém konci světa, musí dojít k nějaké „deglobalizaci“, regiony musí být opět samostatné a soběstačné. Toto vnímám jako nejzásadnější pro náš obor podnikání. Pro docelení pružnosti a spolehlivosti je robotizace a automatizace výroby zásadní, pracujeme tedy na zlepšování procesů a technologií v naší firmě každý den. Nemalé úsilí i prostředky věnujeme digitalizaci firmy. Pro naši společnost je to jediná správná cesta. Snažíme se propojit systémy, které používáme k naší práci i ve vzájemné komunikaci, automatizovat lidskou práci a eliminovat chyby.

Na co jste nejvíce pyšný?

Ve firmě působím 15 let a asi nejvíc pyšný jsem na sortiment a na velmi zajímavé zákazníky, se kterými se nám podařilo navázat spolupráci. Jsme menší firmou z Vysočiny a dodáváme výrobky pro velmi renomované zákazníky, kteří své finální produkty prodávají po celém světě.

Před dvěma lety se vaše společnost umístila na třetím místě v soutěži Rodinná firma roku. Co vám toto umístění přineslo?

Naši zaměstnanci toto vnímají a myslím, že jsou na svou firmu hrdí. A to mě velmi těší. Každým rokem rosteme a pro šikovné a produktivní kolegy máme vždy připravenou nabídku zajímavé spolupráce.

Majitel Rosso Steel Josef Šmíd má motto: Úsilím ke hvězdám

ROSSO STEEL

Datum založení:
červen 1990

Počet zaměstnanců:
cca 300

Obrot v roce 2022:
190 mil. €



Josef Šmíd z Rokycanska není dědic rodinného jmění ani výherce v loterii, i když po svých předcích vlastně zdědil to nejcennější. Disponuje totiž neskutečnou pílí, úctou, sebekázní a má touhu neustále se učit novým věcem a přijímat nové výzvy, stejně jako jeho dědeček. Toho dodnes vnímá jako svůj velký vzor. Josef Šmíd vlastně vyhrál i v pomyslné loterii, a to tím, že v devadesátých letech vsadil vše na jednu jedinou kartu.

Hospodářské výsledky společnosti Rosso Steel dlouhodobě dokazují, že ta karta byla vsazená opravdu dobře. Fakt, že si kdysi půjčil do začátku padesát tisíc korun a dokázal společnost od nuly dovést až k několikmiliardovým obrátům, potvrzuje, že se v Josefu Šmídovi, generálním řediteli společnosti Rosso Steel, snoubí všechny vlastnosti potřebné k získání statusu: Úspěšný podnikatel. Přitom je tento známý byznymen zároveň stále ten pohodový chlap z vesnice, který si rád vezme kolo a vyrazí si do přírody po Brdech, nebo zajde fandit fotbalistům i na vesnický zápas.

Pane řediteli, můžete srovnat podmínky v době počátku Vašeho podnikání a nyní? Mám na mysli například zájem ze strany zákazníků, shánění kvalitních zaměstnanců, množství konkurence v oboru a také rychlost komunikace?
Hned první otázka je zejména pro mladší generaci zajímavá, trochu retro. Komunikace v roce 1990 probíhala dopisem na poštu + faxem. První mobilní telefon měl rozměr cihly a vlastně i skoro její váhu (smích). Dnes je samozřejmě naše firma plně digitalizovaná. Rozdíl ale není jenom v technologiích, ale také ve vztahu firma – klient. Dříve si vás klient jako dodavatele předcházela, neboť trh byl tehdy hladový. Byl velký nedostatek čehokoliv, zboží se prodávalo prakticky samo. Prosadit se dnes nově na trhu je velice složité.

Pokud byste měl vybrat pět nejdůležitějších vlastností, potřebných pro úspěch podnikatele, případně generálního ředitele podniku



se stovkami zaměstnanců, které to podle Vás jsou?

- pracovitost včetně permanentního vzdělávání
- předvídatost
- správná komunikace s vnitřním a vnějším zákazníkem
- analytické schopnosti
- přijímání nových výzev

V čem se hlavně společnost Rosso Steel odlišuje od konkurence?

V Čechách začala naše firma dělit ocelové svitky jako první... (směje)



se). Teď ale vážně: Naše velká výhoda podle mého názoru je, že jsme stále privátní rodinná firma, která dokáže velice rychle reagovat na změny. Také potřebné schvalovací procesy při změnách a investicích jsou opravdu velice pružné.

Při dnešní, řekněme, nestálosti a rozkolísanosti trhu je toto prostě nezbytné. Měl bych také zmínit velice nízkou fluktuaci našich zaměstnanců. Moc si vážím toho, že někteří z nich jsou zde prakticky od počátku. Možná jsou již jako já starší, ale své dlouholeté zkušenosti skvěle a nenásilně přenášejí na nově přichozí.

Zlaté pravidlo zní, že kdo nic neočekává, nebývá zklamán. V době založení společnosti jste ale jistě byl plný očekávání a věřil v úspěch svého „one man show“ podnikání. Lze vůbec říct, jak moc předčily současně hospodářské výsledky Vaše původní neoptimističtější scénáře?

Toto pravidlo se mě netýká. Já mám jiné pravidlo. Heslo, které jsem si kdysi přečetl ve starých dědových knihách a kterým se

řídím, zní: „Per aspera ad astra“ neboli: Úsilím ke hvězdám. Znamená to, že pokud se neustále o něco snažíte, vždy to přinese nějaké ovoce.

Nevím, zda lze hovořit o nějakých původních scénářích, zda byly dosaženy a tak podobně. Každopádně můj scénář je neustále stejný, tedy jít pořád dopředu!

Před pár lety jste měl rozhovor v prestižním magazínu Forbes. Už tehdy měla Vaše společnost úžasné výsledky. Můžete říct, kam jste se od té doby posunuli a jaké největší investice se podařilo zrealizovat?

Posunuli jsme se výrazně v celkovém objemu výroby.

Rosso Steel:

- steel serviscentrum specializující se na zpracování plochých uhlíkových ocelí
- dělení ocelových svitků na pásku, tvarové nástřihy, tabule
- orientace na automobilový průmysl
- 2 serviscentra v Mirošově a Zaječích s celkovou výrobní kapacitou 200 000 tun ročně

Za posledních pět let jsme investovali v Mirošově a ve druhém závodě v Zaječích přibližně 15 milionů Euro. Prakticky všechny ty investice šly do technologií a logistiky.

Kde vidíte sebe a firmu za deset let?

Za deset let doufám, že firmu úspěšně v rámci rodiny předám, případně se spojíme s další velkou zahraniční firmou. Samotná firma se pak bude v nejbližších letech rozvíjet v rámci EU. Původní myšlenky rozvíjet se i mimo EU mě již opustily a je dobře, že se to nepovedlo.

A plánujete výhledově nějaké další investice?

Nejbližší investice budou směřovat do další zelené energie ve firmě. Záměrně říkám další, protože již dnes jsme z velké části energeticky nezávislí.

Jste úspěšný muž, který má rád silná auta, a stojíte v čele společnosti, která značně

zásobuje automotive. Nejde se proto nezeptat na Váš názor v oblasti trendu moderní doby jménem elektromobilů?





Elektromobilita je dobrá pro určité oblasti – například v městských částech a podobně. Například elektrotrolejbusy a vozy MHD smysl dávají. Velice se ale vyhrávají vůči zázáku všech spalovacích motorů.

Elektroauta jsou dobrá ekologická alternativa, které má ale svoje limity. V každé manažerské škole probíráte pojem diverzifikace rizik. Stoprocentní závislost na elektřině vyvolá velké potíže, a to jak kapacitní, tak také v otázce cenového zneužívání při plné závislosti na tomto zdroji.

Vždy, když něco direktivně zakázete, jako v tomto případě spalovací motory, vyvolá to negativní důsledky. Navíc se zastavuje vývoj spalovacích motorů, jejichž nové emise jsou již dnes velice nízké a mohly by být ještě nižší.

Steinex: Naše výrobky mají výbornou chuť a kvalitu



-  **Datum založení:**
26. 4. 1994
-  **Počet zaměstnanců:**
159
-  **Obrat v roce 2022:**
743 mil. Kč
-  **Web:**
www.steinex.cz

Masozávod Steinex z Kuřimi je rodinnou firmou, která neustále modernizuje výrobu, aby zákazníkům mohla i nadále nabízet výrobky v nejvyšší kvalitě. O firmě jsme si povídali s jejím finančním ředitelem Jaromírem Steinhauserem.

Můžete zmínit jaké byly počátky vaší rodinné firmy Steinex?

Naši firmu založil můj tatínek v roce 1994. Jeho začátky byly v pronajatých prostorách učňovského střediska v brněnském Králově Poli. Poté, co objekt střediska v restituci navrátili původní majitelé, podařilo se jej tatínkovi od majitelky odkoupit. Následně tam ve vlastním soukromém středisku vyučoval řeznické učně a postupem času, jak zájemců o vyučení v řemesle ubývalo, se jeho činnost zaměřila čistě na produkci masných výrobků a distribuci masa v rámci celé republiky.

Kdy se začal budovat váš vztah k firmě, kterou tatínek vlastnil a řídil?

S bráchou jsme už odmala vždy o prázdninách pomáhali na brigádě v rodinné firmě, zpočátku to byly jen drobné práce, úměrné našemu věku, později jsme lili sádlo do vaniček, postupně se přiučili i bourání masa, kostění a také stahování kůže. Postupně jsme si na brigádách prošli středisky firmy od výroby, skladu až po prodejny.

Jak jste se k zaměstnání ve firmě dostal vy a kteří další členové rodiny ve firmě pracují?

Vystudoval jsem ekonomiku a management na Mendelově univerzitě v Brně a protože táta potřeboval v té době pomoci právě s ekonomii, tak jsem nastoupil rovnou k němu do firmy. Od té doby mám na starosti finance a ekonomiku. Bratr vystudoval práva. Po praxi v Praze se do naší rodinné firmy přidal a vzal si na starost obchod, je obchodním ředitelem. Táta je šéfem a majitelem společnosti. Máma byla dříve obchodní ředitelkou, teď se věnuje osmi firemním prodejnám a našim privátním značkám. Patří pod ně i olivové oleje, které si necháváme v Řecku vyrobit pod naší značkou Kreolis.

Jaké druhy masného sortimentu na trhu v současné době nabízíte a kde je lze koupit?

Specializujeme se na výrobu párků, klobás a hot dogů. Součástí naší nabídky jsou i různé druhy šunek, salámy a uzená masa. Do budoucna se chceme zaměřit právě na výrobu párků

a klobás. V ČR naše výrobky lze koupit v řetězcích Kaufland, Billa či Makro a na benzinových stanicích MOL či Shell.

Který z milníků v historii vaší rodinné firmy považujete za nejzásadnější?

V roce 2017 jsme vybudovali z brownfieldu zcela nový výrobní podnik v Kuřimi. Díky tomu jsme splnili i ta nejnáročnější kritéria. Mohli jsme tak více expandovat i do zahraničí. Máme nejmodernější vybavení, jež lze vůbec na trhu pořídit.

Jak je pro vás náročné se udržet na zahraničním trhu?

Naše výrobky se prodávají v Rakousku i v Německu. Silnou pozici máme na trhu na Slovensku i v Maďarsku.

Jaký byl loňský obrat firmy a jaké jsou vaše další plány?

Loni jsme dosáhli obratu kolem 750 milionů korun a každým rokem rosteme. Snažíme se každým rokem navýšit obrat alespoň o pět procent. Loni extrémně vzrostly vstupní ceny energií a masa, maso nikdy nebylo tak drahé jako je letos.

Máte pro trh nějakou extra novinku?

Nejnovějším produktem je Steinex express hot dog – jednoduchý a velmi chutný hot dog, který pouze vybalíte z obalu a ohřejete v mikrovlnné troubě. Výsledkem je skvělý americký hot dog ve vláčné housce, který můžete doplnit kečupem, jenž je součástí balení. Na výběr jsou tři varianty párků – klasik, kabanos nebo veggie. Tu jsme rok a půl vyvíjeli, aby chutnala co nejpodobněji jako párek. Ostatně chuť a kvalita našich výrobků vždy byly a stále jsou nade vše ostatní.



INZERCE

Holdings Šmídl poskytuje prvotřídní logistické služby

Už pět let brázdí společně silnice modré a červenobílé kamiony společnosti Holding Šmídl. Ke spojení dvou největších logistických firem ve východních Čechách, Šmídl a Nika Logistics, došlo na podzim roku 2017. A pod společným vedením se oběma společností daří.

Přestože měla firma Šmídl za sebou již několik menších akvizic, rozhodla se v případě Nika Logistics pro zachování značky. „Vedla nás k tomu především velikost Niky a její dobrá pověst. Zákazníci Niky tak žádnou změnu nezaznamenali, mohli si jen všimnout, že k nim řidiči začali jezdit

v novějších autech,“ vysvětluje jednatelka Holdingu Šmídl, Martina Šmídllová.

Koupě firmy Nika Logistics byla pro Holding Šmídl výhodná zejména díky rozšíření portfolia o novou vozovou techniku a s tím související rozvoj služeb. Vozový park se pod taktovkou Holdingu Šmídl dočkal v posledních letech zásadní modernizace.

„V roce 2017 jsme si budoucnost představovali jinak, ale musím upřímně říci, že jsem nikdy nelitoval, že jsme do akvizice šli. Znamenalo to samozřejmě spoustu práce navíc, ale i díky Nice jsme zvládli pandemii koronaviru a následně první půlrok ruské agrese velmi dobře. Velikost naší firmy je v dnešní době určitě výhodou,“ říká většinový majitel Holdingu Šmídl, Vladimír Šmídl.

Vstup do holdingu hodnotí pozitivně i ve společnosti Nika Logistics. Firma dostala nový impuls a jasný směr dalšího rozvoje. Došlo k otevření nového logistického centra v Pardubicích, zásadní rekonstrukcí prošel areál v Hrocho-



vě Týnci a společnost investovala do rekonstrukce čerpací stanice. Šmídl dostal svému závazku firmu Nika Logistics investičně podpořit a urychlit její rozvoj. Stranou přitom nezůstal ani logistický areál ve Vysokém Mýtě, který se rozrostl o novou halu.

Vize Holdingu Šmídl zůstává stále stejná. Poskytovat prvo-

třídní logistické služby a dále růst. Právě růst je klíčovým parametrem. „Už můj otec vždy investoval vydělané peníze zpět do firmy, aby ji mohl rozvíjet. Kromě přirozeného růstu se samozřejmě nabízí i ten akviziční. Pomalu se rozhlížíme po dalších, podobné příležitosti,“ uzavírá Martina Šmídllová.

Počet zaměstnanců:
833

Obrat v roce 2022:
2 601 mil. Kč

Web:
www.smidl.cz
www.nikalogistics.cz

České strojaře znají až v Amazonu

Vroce 1992 se zakladateli firmy Komfi Karlu Matějčkovi ani nesnilo o tom, že jednou bude zaměstnávat téměř 200 lidí, začne vyrábět stroje, které se budou prodávat do celého světa, a k tomu všemu se do podnikání zapojí celá jeho rodina.

Karel Matějček byl vždy vášnivý kutil a celým srdcem konstruktér. Když v Lanškrouně skončila Tesla, kde šéfoval vývoji, rozhodování nebylo složité. Začal podnikat v tom, co ho vždy naplňovalo. Zanedlouho měl fungující konstrukční kancelář o pěti lidech. Cesty osudu ho nakonec zavály až k tomu, že spustil i vlastní výrobu, a dnes

se může pyšnit firmou, která vyrábí polygrafické a jednoúčelové stroje kompletně od A do Z. Začíná to vývojem a končí poprodejním servisem. Firmu od roku 2020 vede jeho syn Petr, o prodej a marketing se stará dcera Jana.

Jak se v životě stává, k laminovacím strojům, které dnes firmu živí, se Komfi dostala spíše náhodou. Oslovení americkou firmou ke spolupráci na úpravách nakladače laminovacího stroje znenadání pronikli do oboru polygrafie. Že to bude byznys na celý život, nikdo z tehdejších spolupracovníků ještě netušil. Malá česká firma z Lanškrouna se osvědčila. Propracovaným konstrukčním řešením, spolehlivým přístupem, kvalitou i cenou. Strojařům z maloměsta se otevřely dveře do nového světa. Majitelé se chopili příležitosti a rozjeli vlastní byznys s profesionálními laminovacími stroji, kterých prodávají zhruba 100 ročně a distribuční síť mají doslova po celém světě.



Firma se může hrdě pochlubit, že u každého z vás se najde kniha, jejíž obálka je zalaminována na jejich strojích. Profesionální laminátory značky Komfi mají všichni významní výrobci knih v Česku a na laminovanou obálku od Komfi si můžete sáhnout třeba i na oblíbených fotoknihách. Věděli jste, že až 40 % knih

na světě vyrábí Amazon? I tam probíhá laminace knižních obálek na Komfi strojích. Do Amazonu se firma Komfi dostala přes svého amerického zástupce a již více než 12 let společně pracují na inovovaných technologiích, které přinášají vyšší míru spolehlivosti, více automatizace a hlavně perfektní kvalitu výstupu.

Datum založení:
1992

Počet zaměstnanců:
170

Web:
www.komfi.cz

Rodinná firma v Písku s tradicí textilní výroby

KVALITEX

Nabízíme:

- příkrývky a polštáře
- ložní povlečení
- prostěradla
- chrániče matrací
- dekorativní povlaky a polštářky



Využijte slevu
na naše výrobky
Slevový kód: denik15

15 %

Lomax rozšiřuje výrobu designového venkovního stínění



Datum založení:
1992



Počet zaměstnanců:
200



Web:
www.lomax.cz

Největší český výrobce garážových vrat a přední výrobce venkovního stínění společnost LOMAX & Co s.r.o. oslavila loni 30. výročí od svého založení. Nověji se tato rodinná firma z Bořetic kromě výroby garážových vrat soustředí na výrobu designového venkovního stínění. Plány do budoucna, ale i milníky z historie firmy nastínil její jednatel Radek Dufek.

Firmu Lomax založili před 31 lety vaši rodiče. Kdo z rodiny se k nim do firmy postupně připojil?

Do firmy se postupně zapojili tatínkovi sourozenci, ve firmě pracují dodnes. Já jsem se zapojil do firmy od malička, aktivně přibližně od 14 let. Vyzkoušel jsem si postupem času nejrůznější druhy práce – od údržby, výroby, montáže až po kancelář. Pomohlo mi to pochopit, jak firma mých rodičů funguje a z těchto zkušeností čerpám dodnes. Těší mě, že mezi 200 zaměstnanci dnes najdeme značnou část rodiny.

Které události z minulosti vaší firmy považujete za přelomové?

Nejzlomovějším okamžikem bylo přeorientování původní výroby vnitřních žaluzií na vlastní výrobu garážových vrat, která začala v roce 1996. V roce 1999 jsme pro tuto výrobu postavili velkou výrobní halu, v té době se ke stavbě zapojila nejen celá rodina, ale i zaměstnanci. Produkce narůstala a v roce 2000 jsme se stali jediným českým výrobcem vratových panelů. Toto prvenství držíme dodnes. Přináší to



značné konkurenční výhody. V roce 2002 jsme jako první firma na světě uvedli na trh novinku – garážová vrata v imitaci dřeva.

Dnes jsme největším českým výrobcem garážových vrat a současně předním českým výrobcem venkovního stínění. Naše výrobky míří nejen na český a slovenský trh, kde máme obchodní síť s více než 80 pobočkami. Výrobky dodáváme také do zahraničí, zejména do Rakouska, Německa, Polska, Maďarska a Švýcarska.

Jak vypadá výroba ve vaší firmě v současnosti? Máte nějaké novinky?

V roce 2020 jsme postavili jednu z nejmodernějších výrobních hal na

venkovní stínění. Využíváme v ní nejnovější technologie a to zejména pro výrobu venkovních žaluzií.

Díky nové technologii a vlastnímu vývoji disponujeme řadou konkurenčních výhod, rád bych zmínil například venkovní žaluzii typu Z-90, která má nejlepší větrnou odolnost na trhu.

V těchto dnech zařazujeme do sortimentu screenové rolety. Jedná se o moderní, designový a hlavně praktický prvek stínění, který má využití u rodinných domů a to nejen na oknech, ale i třeba u pergol. Architekti a projektanti tento typ stínění také rádi vidí u komerčních budov. Mě na tomto výrobku nejvíce těší ta praktičnost a komfort, screenovou roletu stáhnou dolů, čímž zabráním přehřívání interiéru, ale zároveň se do interiéru dostane dostatek denního světla. Na výběr máme stovky látek, které se liší nejen barevností, ale zejména propustností. Já jsem ke svému domu zvolil oblíbený typ látek s propustností 5 %, díky které si při stažené roletě užívám výhled do zahrady.

INZERCE

Kouzlo Hukvaldských Mrkvánků

Datum založení:
1991

Počet zaměstnanců:
20

Obrat v roce 2022:
neuvádí

Web:
www.mrkvanky.cz



Chutnají skvěle s povidly i hruškami. Hukvaldské Mrkvánky z paskovské Pekárny Martina jsou už třicet let připravovány podle originálního rodinného receptu. Vyrábí se z tuku, mouky a čerstvě nakrouhané mrkve, která tvoří téměř třetinu těsta, navíc se do nich přidává bohatá náplň.

Mrkvánky už od pradávna pekla naše babička. Po každé, když jsme ji navštívili, nesměly chybět na stole. Většinou zmizely z talíře ještě dříve, než stihly vychladnout – tak moc nám chutnaly. Rodinný recept se předával z generace na generaci. Mrkvánky milovala celá naše rodina, kamarádi i známí. Rozhodli jsme se proto, že je zkusíme vyrábět v naší rodinné pekárně a nabídneme je zákazníkům. Pustili

jsme se do toho a podařilo se,“ říká majitelka pekárny Martina Mozdřeňová.

Hukvaldské Mrkvánky jsou ideální cukrovinka zejména ke kávě nebo čaji. Díky svému složení a vynikající chuti si brzy našly své příznivce i za hranicemi Beskyd a postupně si je zamilovali lidé ve všech koutech Česka. Dnes si je může každý zakoupit v prodejnách zdravé výživy, v e-shopech Rohlík a Košík a také v síti známých obchodních řetězců v celé České

republice, jako jsou Lidl, Tesco a Albert.

Mrkvánky z Pekárny Martina, sídlící v Paskově nedaleko Ostravy, jsou díky mrkvi bohatým zdrojem vlákniny. Vyráběny jsou bez zbytečných konzervantů a barviv, tudíž jsou vhodné i jako chutná svačinka pro děti. Jsou navíc chráněny průmyslovým a užitným vzorem, který garantuje jedinečné složení a tvar výrobku. Pekárna pro jejich výrobu pečlivě vybírá kvalitní české suroviny od lokálních dodavatelů a podporuje místní farmáře.

Nejoblíbenější varianta Hukvaldských Mrkvánků je s povidlovou náplní. Také varianta s hruškovou náplní je nesmírně osvěžující. Pekárna myslí rovněž na zákazníky se zdravotním omezením, proto se pustila do výroby bezlepkové varianty Hukvaldských Mrkvánků s povidlovou náplní. V nabídce pekárny jsou i mrkvánky bez řepného cukru, které jsou ideální pro diabetiky, protože povidla jsou slazena pouze fruktózou.

Firma PSP izoterm klade důraz na kvalitu a náročné požadavky zákazníků

Firma PSP izoterm s.r.o. byla založena v květnu 1991, tehdy ještě pod názvem PSP – Polyurethan sandwich panels s.r.o. Zakladateli firmy a současnými majiteli jsou výlučně české fyzické osoby. U vzniku společnosti stálo sedm spolupracovníků z firmy Orličan n.p. Svou činnost PSP izoterm zahájila v pronajatých prostorách v Hluboké u Skutče výrobou sendvičových panelů pro obytné kontejnery, chladírenské a mrazírenské boxy, automobilové nástavby a lehké montované stavby metodou pěnění do dutin, izolační panely pro stavebnictví. Tato technologie se používá v tomto provozu dodnes

a byla dále rozšířena o výrobu tvarových dílů izolace z tvrdé a viscoelastické („paměťové“) polyuretanové pěny.

„V roce 1993 jsme otevřeli náš druhý provoz ve Vysokém Mýtě. Zde byla zavedena technologie lepení panelů ve vakuových lisech. Tato technologie zásadním způsobem rozšířila variabilitu výroby a umožnila pružně reagovat na poptávku zákazníků, zejména při výrobě rozměrných a členitých panelů pro skříňové nástavby,“ říká jednatel Vladimír Chocholouš.

V roce 1997 firma pořídila první CNC pílu pro řezání polyuretanových pěn i ostatních izolačních materiálů ve dvou osách. Tím se dále rozšířil výrobní program o tvarové díly vyřezávané z bloků izolačních materiálů jako jsou segmenty pro izolaci potrubí, izolační prvky komínových systémů, izolační panely pro stavebnictví, tvarové díly pro stavebnictví apod.

V roce 1998 získala společnost PSP izoterm vlastní prostory ve Vy-



sokém Mýtě a bylo sem přemístěno i vedení firmy. Výrobní kapacity pak byly nadále rozšiřovány nákupem dalších lisů a CNC strojů. Významným mezníkem byl i rok 2010, kdy byla uvedena do provozu 3D CNC frézka na niž je možno vyrábět, jak již označení napovídá, díly tvarované ve třech osách. Firma, která byla v roce 2001 přejmenována na PSP izoterm s.r.o. a v květnu 2021 oslavila již 30. let své existence.

Kromě zvyšování objemu výroby dbá společnost přinejmenším se stejnou důsledností na zvyšování kvality svých výrobků. Že se jí to daří dokládá i přiznání Certifikátu kvality ISO 9001 v květnu 2004 a jeho opakovaná obhajoba.

„V současné době firma vyrábí sendvičové panely na chladírenské a mrazírenské nástavby, obytné přívěsy, malé technologické stavby a chladírenské stavby. dodatečné izolace dodávkových automobilů, tvarové díly z polyuretanové pěny (například izolace potrubí, bojlerů), výrobky z paměťové pěny, matrace, polštáře a podsedáky. V začátcích jsme panely vyráběly metodou vypěňování do dutiny potom jsme začaly vyrábět panely lepením a to z důvodu zlepšení mechanických vlastností,“ vysvětluje Vladimír Chocholouš.

V současné době má firma PSP izoterm šest CNC strojů různého použití. Jsou mezi nimi 5D frézy stroj s pracovní plochou 3 x 10 m. „Zvyšujeme variabilitu naší výroby abychom mohli plnit stále náročnější požadavky našich zákazníků. Stále zvyšovat kvalitu výroby a minimalizovat reklamace,“ uzavírá Vladimír Chocholouš.

Datum založení:
27. 5. 1991

Počet zaměstnanců:
45

Web:
www.pspizoterm.cz

YOURDESIGN... vždy originál



Děčínskou rodinnou firmu YOURDESIGN, která se zaměřuje na výrobu designových svítidel a optického systému ALTITUDO, tvoří Libor Maška s manželkou Luckou a švagrem Michalem. Právě díky jeho invenci vznikají ojedinělé řady svítidel.

Impulsem k založení firmy v roce 2016 byly Michalovy nešední nápady a také chuť podnikat a tvořit něco společně. Zúročily se jeho letité zkušenosti nejen z Čech a začaly se připravovat první návrhy.

„Rozjezdu firmy napomohlo i zadání prvního zákazníka, jenž si přál originální osvětlení, které by nebylo všední a okoukané,“ vysvětluje Libor Maška.

YOURDESIGN si od svého vzniku zakládá na jedinečnosti svých výrobků stejně jako na využívání českých zdrojů i řemeslného umění. „Třeba svítidla řady ELEMENT EASY jsou ručně vyráběná českými skláři a jsou spojena s dubovými komponenty z našich lesů. Každý z výrobků je originál,“ popisuje jednatel v ústeckém showroomu firmy.

PANDEMIE FIRMU ZBRZDILA, ZÁROVEŇ JI ALE POSÍLILA
Covidová pandemie přinesla změnu a ztíženou komunikaci s designéry, architektky či organizátory výstav. Jako nová značka byl YOURDESIGN odkázán jen na on-line prezentaci, a to je při představování nových řad svítidel složité. Rovněž se zastavily či pozdržely rozjeté projekty, což postihlo i ekonomiku firmy. „Na druhou stranu byl zase čas připravovat nové řady výrobků a v rámci rozvoje plánovat větší instalace. Řešíme také nové technologické postupy a chystáme se na designové výstavy jako je třeba v Česku vyhlášený Designblok,“ nastiňuje další plány firmy Libor Maška. Na ojedinělých svítidlech je podle jeho slov znát, že lidskou práci nic nenahradí a každé sklo je originální a ožívá pod rukama špičkových sklářů.

RODINNÁ FIRMA JE ZÁRUKOU KVALITY A ORIGINALITY

Pod pojmem rodinná firma si lidé představí především spolehlivost, kvalitu a originalitu. To vše YOURDESIGN splňuje a rozvíjí. Jeho výrobky se uplatňují jak v privátním, tak v korporátním sektoru. „Jednou z novinek v naší nabídce je noční stolek z masivu ALTITUDO, kde kombinaci skla a světla lze spínat bezdotykově. Takovou základní firemní



myšlenkou je nabízet originálně řešená svítidla, která si zákazník či architekt přizpůsobí svým potřebám. Svítidla vynikají svou jednoduchostí a čistotou, proto se hodí do většiny interiérů,“ dodává Libor Maška. Originalitu výrobků firmy ocenila i specializovaná výstava Design Shaker 2023 prvním místem v soutěži Grand Prix a v roce 2020 jeden z výrobků vyhrál i soutěž časopisu Světlo o nejlepší exponát v rámci výstavy FOR ARCH.

Nejbližšími plány firmy YOURDESIGN, jež okrajově působí například na Slovensku či v Holandsku, jsou výstavy v Itálii, Německu a pokračovat v pronikání na evropský trh. **Tomáš Prchal**



Firma ISMM poskytuje zákazníkům komplexní strojírenské služby



všech zařízení s cílem dosáhnout jejich maximální přesnosti a dlouhé životnosti.

S vlastní výrobou začala společnost ISMM v roce 2007 v Jistebníku, kde se dnes nacházejí dva závody. První se specializuje zejména na prvovýrobu, tzn. na dělení materiálu plasmou, kyslíkem i laserem, ohýbání na CNC ohraňovacích lisech a následnou přípravu dílů před svařováním (úkosování, vrtání a výroba závitů). Ve druhém jistebnickém závodě se stabilně nachází zejména tři horizontální vyvrtávačky, svařovna, soustruh, fréza, závi-tořez a tryskační zařízení. Také zde sídlí oddělení operativního nákupu a výrobně-technický ředitel společnosti.

Výrobní závod v obci Bravan-tice je nejmenším závodem společnosti, ve kterém se koncen-

	Datum založení: 1997
	Počet zaměstnanců: 520
	Obrat v roce 2022: 1,4 mld. Kč
	Web: www.ismmgroup.cz

ISMM Group je česká skupina šesti firem, které spojuje osoba jejich majitele Miloslava Cváčka. Záběr skupiny je široký – od strojírenství, přes stavebnictví až po gastro, hotelnictví a sport. Všechny společnosti působí v Moravskoslezském kraji, sídlo celé skupiny se nachází v Ostravě.

Vlajkovou lodí této skupiny je však moderní strojírenská společnost ISMM Production & Business Cooperation s.r.o., která je předním dodavatelem špičkových výrobců zemědělské a manipulační techniky. Firma vznikla před 26 lety a má pět závodů. Z TOP deseti evropských výrobců zemědělské techniky dlouhodobě obsluhuje rovnou pět firem. Její služby sahají od projektování přípravků a výroby vzorků, přes prvovýrobu, svařování, opracování dílů až po povrchovou úpravu práškovým lakováním včetně následné montáže.

„Když jsem zakládal s dalšími dvěma společníky poradenskou společnost ISMM v roce 1997, netušil jsem, kam dojdou o 25 let později. Z nuly jsem pak již jako jediný společník vybudoval jednu z největších privátních strojírenských společností v Moravskoslezském kraji. Nebylo to jednoduché, ale vždy u mě rozhodoval cit pro marketingové příležitosti, tah na branku a vize, čeho chci

dosáhnout, a přitom vždy zůstat nohama na zemi,“ říká majitel firmy Miloslav Cváček.

Firma ISMM dokáže svým zákazníkům poskytnout komplexní strojírenské služby a je technologicky nezávislou společností, která jim přináší nejen užitnou hodnotu, ale také dlouhodobý kvalitní vztah. Téměř celou produkci svých výrobků vyváží ISMM do deseti zemí Evropy, díky čemuž získala v roce 2019 první místo v soutěži Exportní cena DHL v kategorii středně velká společnost.

Devizou ISMM je zejména komplexní technologické vybavení, díky kterému dokáže poskytnout téměř všechny strojírenské služby od prvovýroby až po finální povrchovou úpravu. Její strojní park se neustále modernizuje, aby držela krok s nejnovějšími technologickými trendy. Samozřejmostí je pak pravidelná údržba a servis



truje výroba menších svařenců do 80 kg včetně jejich tryskání. Ve Štítině na Opavsku firma pak provádí jak prvovýrobu, vrtání, svařování (včetně robotického), tak i následnou povrchovou úpravu práškovým lakováním včetně finální montáže. Nejnovějším a zároveň největším závodem společnosti ISMM je od prosince 2021 výrobní areál ve Městě Albrechtice na Krnovsku. Tento závod se specializuje na prvovýrobu a nachází se v něm např. malá a velká svařovna, lisovna, obrobna, prášková lakovna či hala finální montáže.

UMÍ VYPĚSTOVAT MRKEV, VYFOUKNOUT SKLENĚNOU VÁZU NEBO VYROBIT PSÍ HRAČKY

Rodinné firmy v kraji jsou pilířem lokální ekonomiky a jejich produkty zárukou kvality vyráběné s láskou



Někteří navazují na rodinné tradice, jiní k podnikání se zapojením členů rodiny dospěli postupně. V obou případech jsou rodinné firmy specifické energií, kterou do podnikání dávají a zákazník to většinou pozná. Na přístupu, jaký k němu firma má, na kvalitě výrobku, na přidané hodnotě v podobě servisu či zaučení s produktem.



**LIBERECKÝ
KRAJ SOBĚ**

*Katalog malých firem, regionálních řemeslníků a producentů z Libereckého kraje najdete na www.lksobe.cz. Přehledně v šesti tematických kategoriích nebo podle mapy můžete vyhledávat firmy ze svého okolí. Ať už hledáte originální dárek nebo chcete nakupovat lokální produkty, databáze projektu Liberecký kraj sobě vám v tom pomůže.
www.lksobe.cz*



U manželů Rosenbaumových bylo založení rodinné farmy logickým vyústěním dětských snů. Na Farmě Lukava v Jindřichovicích pod Smrkem hospodaří se svými dětmi, koňmi a psy v souladu s přírodou. Jejich rodinu tvoří i nadšenci do principů ekologického a biodynamického zemědělství, kteří se u nich mohou vzdělávat a pomáhat. Výpěstky dodávají zákazníkům po celém regionu v rámci tzv. Komunitně podporovaného zemědělství. www.lukava.net



Karolína a Štěpán Ciprovi společně z původního koníčku vybudovali prosperující značku Løype. Jejich mottem je: "Pro ještě lepší život se psy" a tomu podřizují i firemní kulturu vztahu k zákazníkovi: „Naše myšlenka vždycky byla, že nechceme jen produkt vyrábět a vy si ho kupte a naučte se ho používat, ale chceme k produktu dát i dostatek informací, příběh, návod, jak ho používat na svém konkrétním psovi a ve svém životě,“ vysvětluje Karolína Cipro. www.loype.cz

Zaměstnanci jsou u každé firmy to nejdůležitější, říká ředitel úspěšné společnosti Banes



Výstavba nového areálu.

Datum založení:
1993

Počet zaměstnanců:
180

Web:
banes.cz



Pavel Baloun,
jednatel společnosti

Třicetileté výročí existence oslavila letos v lednu soběslavská společnost Banes.

Firmu, která se soustřeďuje na CNC rotační obrábění a soustružení přesných dílců, založil coby ryze českou společnost Pavel Baloun. V současné době má společnost dvě provozovny, v nichž pracuje na sto osmdesát zaměstnanců. Od nastávající sezony je společnost navíc generálním partnerem hokejového Motoru.

CO JE U VÁS VE FIRMĚ NOVÉHO?

Začali jsme stavět další halu. Na-

chází se v blízkosti této v ulici Na Pískách. Bude ještě o něco větší, než je tato. Hotovo by mělo být zhruba za dva roky.

TO ZNAMENÁ, ŽE BUDETE PŘIJÍMAT NOVÉ ZAMĚSTNANCE?

Nedostatek zaměstnanců nemáme. Když ale vidím nějakého člověka, který je šikovný a vyučený v oboru, vezmeme ho bez ohledu na to, jestli ho teď momentálně potřebujeme nebo ne. Zaměstnanci jsou totiž dle mého názoru u každé firmy to nejdůležitější. Jaké máte zaměstnance, takové máte výsledky.

STAVÍTE NOVOU HALU, KAŽDÝ ROK INVESTUJETE NEMALÉ PENÍZE TAKÉ DO ROZVOJE. POŘAD PLATÍ, ŽE VŠE PLATÍTE Z VLASTNÍCH ZDROJŮ?

Ano. Z dotací jsme tu nepostavili nic, vůbec nic. V poslední době jsme si tu nechali instalovat solární panely a ani na ty jsme nakonec žádné dotace nechtěli. Ono je to na druhou stranu lepší, že nám do toho nikdo nekecá...

LETOS SLAVÍTE TŘICET LET EXISTENCE. MĚL JSTE NĚKDY CHUŤ SE NA TO VYKAŠLAT?

To je jasné! To mám i dnes

(smích). Většinou mě naštvou úředníci. Občas je to složité s některými zákazníky nebo obchodními partnery, ale chápu: každý chce pro svou firmu to nejlepší. U úředníků to tak ale není. Někdy se mi zdá, že jim dělá přímo radost někoho sekýrovat. A to mě dokáže vytočit.

CO BYLO PODLE VÁS MEZNÍM OKAMŽIKEM, KDY SE ZAČALO FIRMĚ DAŘIT?

Říkám to každému, byla to ta krize v roce 2008, jak najednou zničehonic přestala být práce a firmy začaly propouštět. My jsme nikoho nepropustili, ale domluvili jsme se, že si snížíme mzdy a nějak to přečkáme. A pak jsem se domluvil, spíš ukecal, s našimi dodavateli strojů z Japonska, že si od nich koupím levně pět strojů, ale zaplatím je až po krizi. Oni se trochu cukali, ale nějak se mi povedlo tehdy přesvědčit i banku, že nás podrží, kdyby plán nevyšel. Takže jsme nakoupili stroje, a když krize skončila, měli jsme lidi, stroje i chuť něco dělat. Tím, že spousta dodavatelů v té době zkrachovala a z dodavatelských řetězců vypadla, my jsme do nich snáze naskákali a od té doby to jde každým rokem nahoru.

NA CO SE SPECIALIZUJETE?

Vyrábíme drobné rotační součástky, dejme tomu do průměru 50 milimetrů. Snažíme se, aby naše výrobky byly co nejsložitější a nejpřesnější, abychom si za to mohli říct co nejvíce peněz a neměli jsme moc konkurence. Snažíme se dělat výrobky s vyšší přidanou hodnotou, proto také pomalu opouštíme automotive, protože se tam hodně tlačí na cenu. Když v tomto odvětví něco děláme, pak jsou to zase složité výrobky - vymysleli jsme nějakou jinou technologii, koupili stroj, který konkurence nemá a tak podobně.

V ČEM JE PODLE VÁS VAŠE SPOLEČNOST NEJLEPŠÍ?

Já myslím, že jsme dobří tím, že to tak neprožíváme. Když tu máme jednání se zákazníky, o byznysu se bavíme třeba jen půl hodiny, pak přejdeme do obecnější roviny a najednou zjistíme, že máme společné zájmy, že rádi cestujeme, chodíme po horách, a tak se začneme bavit o těchto věcech. A jaksi mimochodem zjistíme, že jsme udělali kontrakt za 30 milionů korun (smích). Snažím se, aby byl ten obchod o domluvě, obě strany musí být spokojeny, jinak to nebude dlouhodobě fungovat. Lidé se potkávají, mluví spolu, čím víc, tím se dostáváte do osobnější roviny a to je z mého pohledu pro obchod dobré.

CO BYSTE SI PŘÁL DO DALŠÍCH TŘICETI LET? MÁTE NĚJAKÉ SNY?

Abychom byli všichni zdraví a firma také. Vždycky máme nějaké cíle. Teď jsme začali stavět novou halu. Těším se, až bude hotová. Máme připravené zajímavé technologické projekty, koupili jsme zámeček v Choustniku, který pomalu opravujeme. Až tam bude krásný park a budou tam chodit lidé, to bude radost!

Věřím, že za dvacet let budu moci předat firmu nástupníkům v ještě lepší kondici



Datum založení:

1. 4. 1992



Počet zaměstnanců:

25



Obrat v roce 2022:

113 mil. Kč



Web:

www.proxim.cz

Rozhovor o rodinném podnikání s jednatelem firmy Proxim Janem Kroupou

Můžete přiblížit počátky vaší firmy, kdo stál u jejího zrodu, co bylo hybným momentem pro založení firmy?

Firma Proxim byla založena v roce 1992 mým otcem a jeho třemi společníky. Všichni byli kolegové, pracovníci výzkumného ústavu, kteří chtěli využít možnost samostatně podnikat. Nechtěli se příliš vzdalovat od svého oboru, ve kterém byli odborníky, proto se soustředili na výrobu chemických přípravků.

Čím se vaše firma zabývá, co je váš top produkt nebo služba, na jaké zákazníky cílíte?

Produktová nabídka firmy prošla za 31 let historie svým přirozeným vývojem. V současné době největší podíl v naší výrobě tvoří přípravky pro úpravu vody v bazénech. Bazénovou chemii dodáváme velkoobchodům, řetězcům, bazénovým centrům a internetovým prodejcům nejen v tuzemsku, ale i ve 12 zemích Evropy.

Jak se vaše podnikání vyvíjelo v čase, změnila se orientace firmy oproti počátkům, pokud ano, co změnu způsobilo?

V úplných začátcích jsme plnili a přebalovali úplně základní drogistické chemikálie a hnojiva. Naším cílem však bylo vyrábět



produkty s vyšší přidanou hodnotou, kdy bylo možné uplatnit naše znalosti z oboru chemie a zároveň začít budovat vlastní značku spolehlivých a účinných výrobků za přijatelnou cenu.

Co nového se vám v poslední době podařilo, nový produkt nebo služba, nové trhy, noví zákazníci? Implantovali jste nějaké inovace? Co nového chystáte v nejbližší době?

V říjnu 2022 jsme dokončili a zkolaudovali novou skladovací halu, která nám umožní reagovat na růst zakázek, které v posledních dvou letech přicházejí hlavně z Německa, Holandska, ale i z České republiky. Objem výroby jsme v posledních pěti letech téměř zdvojnásobili. Předností této haly je velmi ohleduplný přístup k okolnímu prostředí. Přestože náš areál je umístěn v průmyslové zóně, rozhodli jsme se realizovat stavbu haly se zelenou střechou a ozeleněnou fasádou. Věříme, že vyšší náklady při výstavbě

budou kompenzovány minimálním negativním vlivem pro naše okolí. Máme již potvrzeno, že nedochází k nadměrnému přehřívání pláště budovy, srážkové vody jsou významně zadržovány na střeše a pozemku a dále využívány na zavlažování popínavých rostlin na fasádě haly. Tímto způsobem bychom chtěli i dále rozšiřovat areál firmy, k čemuž vedou i další naše kroky v střednědobém plánování.

Kam byste chtěli vaši firmu do budoucna směřovat, jaké jsou vaše podnikatelské vize?

Jak už jsem naznačil, firmu bych rád dále rozšiřoval ve stejném duchu – šetrně k životnímu prostředí a k našemu okolí. Naším cílem je udržet vysokou kvalitu námi nabízených výrobků a stále naslouchat přáním našich zákazníků a partnerů. Věřím, že za 20 let budu moci firmu předat svým nástupníkům v kondici ještě lepší, než v jaké jsem ji přebíral.



TFH dřevěné skeletové domy s.r.o.



Datum založení:
2008



Počet zaměstnanců:
50



Obrat v roce 2021:
100 mil. Kč



Web:
www.tfh.cz

Jsmo rodinná společnost z Jizerek, která se specializuje na návrhy a realizace staveb v těžkém a lehkém dřevěném skeletu. Máme vlastní architektonické a výrobní zázemí ve Velkých Hamrech.

Naší srdcovou záležitostí je těžký dřevěný skelet. Při jeho navrhování se inspirováme horskými chaletovými stavbami, které jsou typické zejména pro alpské regiony a kloubíme je s milou českou architekturou.

Snažíme se poskytnout ucelený servis od návrhu přes povolení až po vybavení interiérů a modelace zahrad. Navrhujeme, projektujeme a stavíme dřevě-

stavby nejen na klíč, ale i na dokončení či jen hrubé stavby.

ARCHITEKTURA

Přirozenost, udržitelnost a styl... snažíme se, aby naše stavby zapadaly do svého prostředí, aby svým majitelům dopřály i přes rustikálnější vzhled komfort současného bydlení a aby cíly a posouvaly tradiční českou architekturu.

KONSTRUKČNÍ

A STAVEBNÍ SYSTÉM

Těžký dřevěný skelet se všeobecně vyznačuje svojí velikou dispoziční variabilitou a bezesporu se jedná o systém pro opravdové milovníky dřeva. Těžké masivní trámové dá možnost vyniknout architektuře konstrukce a inovativní stavební materiály a moderní technologie zajišťují již neodmyslitelný komfort bydlení.

DŮRAZ NA KVALITU

Soustředíme se na kvalitu odvedených prací a služeb. Pracujeme s osvědčenými materiály, spolupracujeme se stabilními řemeslníky a neustále posouváme komunikaci směrem ke klientovi. Snažíme se, aby náš osobní a bezprostřední přístup zanechal u klientů pocit důvěry a dosažitelnosti v tom, že se na nás mohou obrátit i v momentě, kdy je již naše spolupráce v rámci výstavby domu dávno uzavřena. **(pr)**



TFH
dřevěné skeletové domy

Lidé musí šetřit a přemýšlet o výdajích i ve střednědobém výhledu, říká jednatel liberecké společnosti Metalo Solar Zdeněk Chmelík

Energetika a fotovoltaické elektrárny, to je téma spojené s aktuální dobou. V současné době je to odvětví s jedním z největších růstů a pro běžného člověka je velmi obtížné se v tom orientovat. Přináší pozitiva, ale také rizika. I o tom v rozhovoru mluví jednatel společnosti Metalo solar s.r.o. Zdeněk Chmelík.

Jste jednatelem společnosti Metalo Solar s.r.o., můžete nám krátce říci, čím se zabýváte?

Společnost Metalo s.r.o. funguje na trhu již takřka 30 let, jsme technologickou firmou, která se zabývá jak konstrukcemi, tak moderními technologiemi, kamerami, automatickými vjezdy a jednou součástí toho celku je i Metalo Solar s.r.o., která se zabývá čistě jen fotovoltaickou energií. Nabízíme jak instalace FVE pro rodinné domy a firmy, ale také nabíjecí stanice, systémy úspory energie iVOLT, solární mobiliář, solární přístřešky a nově i malé elektrovozy. V průmyslových aplikacích působíme po celé republice, naše sídlo máme ale v Liberci, a tak se zaměřujeme nejvíce na severní Čechy.

Jaký vliv má tato doba na vaši společnost a fotovoltaiku?

Pro nás je to samozřejmě velká výzva, protože počet objednávek po energetické krizi v minulém roce velmi narostl. Lidé se snaží najít vlastní řešení situace. Soběstačnost, nebo alespoň snížení nákladů na chod domácnosti, nebo firem je poslední dobou hlavním tématem. Cesta ale není nikdy tak jednoduchá, protože trh je obrovský a rizika s tím spojená pochopitelně také. Nejen ve výběru dodavatele, ale i nastavení celého systému tak, aby byl efektivní. Může se stát, že čekáme na dodávky komponentů nebo dojde k jeho zdražování od dodavatelů.



Ani kvalifikovaných pracovníků není nikdy dost. To jsou jednoduše problémy, se kterými si musíme umět poradit.

Předpokládám, že pozitiva stále převažují?

Samozřejmě, za dobu existence společnosti, tedy za bez mála 30 let, jsme již řešili různé krize a každá z nich byla výzvou a příležitostí. To, že máme stále dost zakázek, ukazuje, že lidé přemýšlí o vlastní soběstačnosti a chtějí najít cestu jak šetřit. Společnost Metalo Solar teď funguje samostatně, má vyhrazené vlastní týmy lidí, jak obchodníků tak techniků. Snažíme se o oslovení těch, kteří svou vlastní energetiku myslí vážně a samozřejmě jim nabízíme maximální servis a podporu.

Tady se snad jen sluší připomenout, že zákazník dnes musí velmi pečlivě vybírat a neměl by hledět jenom na cenu, ale především na historii firmy nebo alespoň na její schopnost plnit závazky.

Kdy je nejlepší začít řešit fotovoltaiku? Jak je to náročné na čas?

V dnešní době je čekací doba na finální realizaci někde mezi 3–4 měsíci. Jsme schopni komplexně vyřešit dodávky zákazníkovi na klíč od povolovací administrativy až po získání dotace po realizaci. V současné době jsou na trhu firmy, které nabízejí dodání za měsíc, za dva, ale lidé by měli vědět, že to není reálné a splnitelné, protože

jen administrativu a její termíny přesahují deklarované sliby.

Jsem přesvědčen o tom, že fotovoltaika je jedním z pilířů energetického mixu a na její pořízení nebude pozdě nikdy.

Je pravdou, že v současné době lze čerpat dotace na její pořízení z programu Nová zelená úsporám a pravděpodobně bude možné vlastní výrobu sdílet v rámci komunity od roku 2024, což dělá fotovoltaiku velmi atraktivní, ale s ohledem na ceny energie a hlavně její distribuce bude její pořízení dávat nakonec smysl i bez dotací.

Co byste vzkázal všem lidem, kteří o fotovoltaické energii uvažují?

Především si musí sami uvědomit, jestli je to cesta, po které

chtějí jít a jak do budoucna snížit své náklady na energie. Je jasné, že fotovoltaické technologie jdou technologicky razantně dopředu a dnes je návratnost zhruba šest až sedm let. Dříve to byl ale dvojnásobek. To je pro naše zákazníky podstatné. Zdražení energií byl šok a dnes se to mírně srovnalo, ale rozhodně už to levnější nebude, spíše naopak, a fotovoltaická energie je velmi efektivní a výhodnou ochranou proti tomuto zdražování. Energetická soběstačnost, nebo přinejmenším snížení nákladů díky fotovoltaické energii je pochopitelně investice, ale s jistou návratností, která je ještě podpořena státní dotací a v případě použití baterie i vysokou mírou soběstačnosti. (pr)

Fotovoltaické elektrárny na klíč

Fotovoltaické elektrárny

Solární mobiliář

Úspora energií iVOLT

Nabíjecí stanice

www.metalosolar.cz





KOVOSREAL
S.R.O.

www.kovosreal.cz

Dynal má svá okna po celém světě

Tým třiceti lidí, kteří se navzájem velmi dobře znají a věří si, čtyři pobočky, téměř třicet let v oboru a hlavně - tisíce oken po celém světě, včetně na vysoké kvalitě bazírujícího Švýcarska.

To jsou základní fakta o společnosti Dynal, zabývající se výrobou, prodejem a montáží plastových i hliníkových oken a dveří. Společnost, kterou majitel Martin Sklenář založil už v roce 1995 se svým tatínkem, má

ve své nabídce také moderní bioklimatické pergoly, návrhy a stavby zimních zahrad na míru i další příslušenství a doplňky pro spokojené bydlení všech klientů.

V jakém složení jste v roce 1995 zakládal firmu a měl jste hned jasno, v jakém oboru budete podnikat?

Na začátku jsme byli tři. Já, táta a bratranec. Teď je nás tu přibližně 30 lidí a vesměs vlastně všichni kamarádi, známí nebo sousedé. Jinak jsem měl díky praxi v oboru, kombinované s tehdejší boomem výměny oken za modernější, jasno vlastně hned.

Není to složité mít za zaměstnance kamarády?

Má to řadu výhod. Je ale potřeba si hned na začátku říct, kdo je prostě v práci šéf, a pak to funguje. Obrovským benefitem je, že ta parta, co tu jsme, si věří. V práci máme přátelské prostředí, i proto se nám asi daří tak dobře.

Co vše se změnilo za těch 28 let od založení firmy Dynal?

Všechno. Jak jsem říkal, co do počtu lidí jsme se desetkrát rozrostli z původní trojice. Výrazně se rozšířilo i naše nabídkové portfolio. Vlastně jde teď o tři firmy, děláme vedle plastových a hliníkových oken i zimní zahrady a servis oken. Zmodernizovali jsme i naši výrobu.

Kdo jsou hlavně Vaši klienti? Tak největší zastoupení mají domácí, takže velkou část naší produkce můžete vidět tady - po republice. Teď třeba budeme zasklívat část bazénu v Plzni na Slovanech a dost toho děláme v jižních a středních Čechách. Ji-



nak jako zajímavost máme třeba certifikaci i pro Austrálii a naše okna jsou i na Novém Zélandu, nebo Kuvajtu.

Je něco, na co jste v rámci Vaší práce obzvlášť hrdý?

Zrovna letos je to deset let, co vozíme naše okna do Švýcarska. Všichni jistě víme, že právě Švýčari jsou nároční na kvalitu, a tak mě těší, že je dokážeme na 100 % uspokojit.



Datum založení:
1995

Počet zaměstnanců:
cca 30

Web:
www.dynal.cz

Haas+Sohn Rukov

rodinná firma nejen na papíře



v marketingové a personální roli. Výborně se dnes doplňujeme," říká Michaela.

Jak říká, úzké vazby mezi zaměstnanci a vedením firmy vznikly již krátce po jejím založení, kdy táta neváhal obléct montérky a šel řešit problémy přímo do výroby. „I proto, když hořely termíny, přišli lidé třeba na noční nebo o víkendech, aby firma splnila své závazky. A lidé se mi postupně svěřovali



Krbová a olejová kamna Haas+Sohn začala první zimomřivce hrát již v roce 1854. Po čase se výroba přesunula do Rakouska. Dnes rodinnou firmu v Jiřetíně pod Jedlovou, spolupracující právě s rakouským partnerem, vede Václav Cintl mladší se sestrou Michaelou.

Společnost Haas+Sohn Rukov převzali po svém otci, který z penze a jen z dálky čas od času dohlíží na její vývoj. A o tom, že jde skutečně o rodinnou firmu, svědčí i příbuzenské vztahy mezi zaměstnanci. V továrně v podhůří Lužických hor dnes pracuje druhá generace rodin, jejíž děti sem už také docházejí na brigády. Řada srdcařů zde totiž vyrábí kamna již téměř tři desetiletí let.

KAMNA, KTERÁ JSOU TECHNICKY O KROK NAPŘED

Ve fabrice se před sametovou revolucí vyrábělo vše od tenzometrů až po topenářské segmenty. Po privatizaci a několika letech, kdy Václav

Cintl přemýšlel, co dál, se v roce 1995 ukázal jako životaschopný projekt výroba krbových kamen ve spolupráci s partnerem ze Salzburgu. „Společně jsme vymýšleli nové modely kamen i různé zlepšováky. I když Rakušané zpočátku pochybovali o našich schopnostech, nakonec zjistili, že máme podstatně příznivější zázemí, možnosti i schopnosti. Dnes v podstatě celý vývoj a konstrukce pochází z Česka. A dva partnerští technici pracují v Rakousku na vývoji peletových kamen," říká zakladatel rodinné firmy.

Ta dnes prodává kamna po celé Evropě jak pod svou značkou, tak na řadě trhů i pod jinými logy. Určitou známkou kvality je fakt, že výrobky ze severu Čech splňují náročné požadavky tamních trhů. „Začátky byly velice obtížné z hlediska financí, jazykové komunikace či technologií. Složitý byl i pozdější přechod na počítačový systém, laserové technologie, robotické systémy stejně jako přestavba výrobního areálu. Dnes se ale můžeme pochlubit certifikací výrobků pro celou Evropskou unii i svět a každý den se snažíme náš technologický náskok udržet," vzpomíná Václav Cintl starší.

Dvacet let přitom pracoval v projektovém ústavu uranového



průmyslu a dotáhl to až do kresla generálního ředitele. „Řada lidí se tehdy divila, když jsem ohlásil odchod z teplého místečka a ve 48 letech se pouštím do podnikání s určitým rizikem. Ale vidina, že ještě mám možnost něco vybudovat a využít nabyté zkušenosti, mě hnala vpřed," říká. Nyní má Haas+Sohn Rukov produkci vyprodanou do května 2024.

SYN SE ZAPOJIL IHNED, DCERA AŽ PO ČASE

Václav Cintl mladší se na vedení firmy Haas+Sohn Rukov začal podílet hned po skončení studia, Michaela o několik let později. „Bratr je analytik, ekonom a technolog, já jsem po kariéře v bankovním světě usoudila, že je čas, abych se do firmy také zapojila

i se svými osobními věcmi. Vztah mezi ředitelem a zaměstnancem tak často přerostl v osobní přátelství," vzpomíná s úsměvem Václav Cintl starší.

SEHNAT LIDI NENÍ LEHKÉ

Ve firmě, která ročně produkuje 20 tisíc kamen, pracuje 170 zaměstnanců. „Jinak je ale složitě sehnat nové lidi. Svoji roli hraje blízkost Německa, kde dnes již není dáván důraz na jazykové požadavky či jiné věci stejně jako fakt, že se mění chování nastupující generace. Ta má dnes jinak nastavené priority. A třeba pocit loajality i představa mladého člověka, že by byl třicet let v jedné firmě, je nemyslitelná. Musíme to přijmout a vážíme si lidí, kteří zde dělají delší dobu," uzavírá Michaela Cintlová. **Tomáš Prchal**

ISOTRA je jedním z lídrů v oblasti žaluzií a rolet u nás i ve světě



technologii. Technologie, vypracované postupy, vývoj a výzkum v oblasti clon slunečního záření řadí společnost ISOTRA mezi přední výrobce stínicí techniky.

Společnost ISOTRA disponuje vlastním vývojovým pracovištěm, projekční kanceláří, technologií, moderní nástrojárnou, novou práškovou lakovnou, lisovnou termoplastů a rozsáhlými výrobními provozy. Výroba komponentů, profilových tratí, střížných nástrojů a technologických celků pro výrobu žaluzií jsou důležitou součástí výrobního programu. Technologickou vyspělost společnosti dokládá vlastnictvím několika světových patentů a užitných vzorů pro technická řešení v oblasti stínicí techniky.

Firma za dobu své existence zůstala stále ryze českou společností a neustále expanduje. Založení

	Datum založení: 1992
	Počet zaměstnanců: 567
	Obrat v roce 2022: 1,5 mld. Kč
	Web: www.isotra.cz

Opavská společnost ISOTRA je český výrobce interiérové i venkovní stínicí techniky. Na trhu funguje přes třicet let a své výrobky vyváží do 46 zemí světa.

Firma se zabývá vývojem a výrobou kompletní stínicí techniky od interiérových žaluzií přes exteriérové žaluzie až po markýzy, verandy, pergoly a mnoho dalšího. Zajímá se nejen

o vlastní vývoj, ale také o dopad svých výrobků na energetickou úspornost a ekologickou nenáročnost při jejich výrobě. Proto je vnímána jako jeden z technologických lídrů v oblasti žaluzií a rolet nejen v České republice, ale i ve světě.

Počátek vzniku firmy se datuje do roku 1992, kdy se švagři Bohumír Blachut a Erich Stavař rozhodli začít podnikat ve své rodné vesnici Bolatice na Opavsku. Začínali doma v garáži. Založili firmu, kterou nazvali ISOTRA. ISO odvodili od slova isolation a TRA od slova trade, protože původně se zabývali obchodem s těsněním do oken a jejich montáží. Od té doby se mnohé změnilo, identita společnosti však zůstává. V roce 1993 se začali zabývat dnešním sortimentem – žaluziemi. Neustálá snaha po zdokonalování produktů a reakce na aktuální poptávku trhu vedla v roce 1995 k zahájení vlastní výroby žaluzií, jejich komponentů a následnému neustálému rozšiřování výrobků stínicí techniky.



Od konkurence se společnost ISOTRA liší především tím, že dokáže vyvinout zcela nový výrobek od A do Z na zakázku. To znamená navrhnout design, vyrobit k němu jednotlivé komponenty, otestovat a certifikovat nový produkt, nastavit technologické procesy, vyvinout nové strojní zařízení a dodat takto kompletní

dceřiných společností v Německu a Polsku je toho nevyvratitelným důkazem. V současné době dochází také k posilování značky rozšiřováním partnerské sítě v ČR, na Slovensku a dále v zahraničí. Červený základ značky ISOTRA znázorňuje dynamiku, se kterou se společnost ISOTRA již více než 30 let rozvíjí.

INZERCE

Nordbeans rozvíjí Liberec a míří do světa



Datum založení:
2015



Počet zaměstnanců:
70+



Web:
www.nordbeans.cz

Nákladní ulici najde podle jména v Liberci málokdo. Pražírnu Nordbeans a kavárnu Dok ale místní dobře znají. A jezdí do ní právě do Nákladní.

Někdy ale nevědí, co všechno se za stěnami bývalých nádražních skladů odehrává.

Firmu Nordbeans založili bratři Martin a Karel Kozlové v roce 2015. Od té doby každý rok roste a dnes v ní pracuje přes 70 zaměstnanců. Věnuje se pražení a distribuci výbě-



rové kávy a pohostinství. Od roku 2020 peče oceňovaný řemeslný chleba. Čemu firma vděčí za svůj úspěch? Na to jsme se zeptali jednoho ze zakladatelů, Martina Kozla.

Co všechno vlastně dělá Nordbeans?

Nordbeans se dnes věnuje opravdu širokému spektru činností. Zakládáme si na vysoko hodnocených kávách od farmářů z celého světa, které osobně známe. Chceme být partnerem pro podnikatele, kterým záleží na kvalitě produktu. Nenabízíme jim jen kávu, ale poradenství, vzdělávání nebo technologie. Kromě toho máme úspěšné kavárny Dok a Sweet City,



kam za námi jezdí lidé z celého Česka. Sanžime se z Liberce vytvořit přístupné centrum pro všechny milovníky kávy a regionálních potravin.

Z jakých zemí dovážíte kávu a komu ji dodáváte?

Máme radost, že opět můžeme za kávou cestovat. Za poslední rok jsme navštívili Panamu, Kostariku, El Salvador, Brazílii, Guatemalu, Honduras a Keňu. Spolu s Etiopií jsou to země, na které soustředíme nejvíce. I z Liberce stále sledujeme, co se ve světě děje, otevřená mysl patří k našemu podnikání. Kávu dodáváme do kaváren, restaurací a hotelů. Naši výkladní skříní jsou

podniky Ambiente nebo hotel Andaz. Dobrý šálek si ale dáte třeba i při výběru ložnice v showroomech klienta ProSpánek.

Kde vidíte budoucnost svého podnikání?

Kořeny jsme zapustili v Liberci. Právě odsud se chceme dále rozvíjet. S tím souvisí i náš zájem o oživení celé lokality v Nákladní ulici, která se nachází nedaleko libereckého nádraží. Investici do zanedbaného prostoru, kterou jsme zrealizovali během pandemie, se nám podařilo přetavit ve Stavbu roku Libereckého kraje roku 2021. Chtěli bychom v tomto úsilí pokračovat i do budoucna. (pr)

INZERCE

Rodinné firmy - naše české stříbro

Tradiční řemesla a rodinné podniky utvářejí život v regionu.

Rodinné firmy jsou jedním z lakmusových papírků stability české ekonomiky.

Jsou nositeli tradičního řemesla i významnými a vyhledávanými zaměstnavateli. Oproti světu má Česká republika v tomto ohledu hendikep v podobě 40 let nesvobodného režimu. Přesto máme v Libereckém kraji mnoho úspěšných rodinných podniků. Pandemie i energetická krize ukázaly, že právě ony jsou mnohem stabilnější než firmy s najatým vedením. Tradiční české rodinné značky a jejich produkty a služby právem patří mezi velmi oblíbené, vyhledávané a důvěryhodné. „Podpora a popularizace rodinného podnikání je proto dlouhodobou prioritou

Krajské hospodářské komory Libereckého kraje,“ říká ředitelka KHK LK Iva Linderová.

Jedním z klíčových milníků v životě rodinné firmy je nástupnictví. Okresní hospodářská komora v Jablonci nad Nisou uspořádala pro rodinné firmy z Libereckého kraje několik inspirativních setkání a seminářů. „Jednalo se o velmi cennou výměnu zkušeností s problematikou předávání firm jak po složité stránce legislativní, tak po stránce lidské,“ dodává Linderová.

Majitelé společně se svými dětmi vyslechli příběhy kolegů, kteří se s nástupnictvím úspěšně vypořádali a v rodinném podnikání pokračují už v další generaci. Odnegli si nové kontakty a vznikla nová silná přátelství s lidmi, kteří prožili nebo prožívají podobný příběh.

Nedávny třídní projekt OHK v Jablonci nad Nisou, komponované pořady Tradiční řemesla - Rodinná tradice:

Z otce na syna, Z otce na dceru a Nové příběhy, se setkal s velkým ohlasem odborné i široké veřejnosti. Jednotlivé pořady

byly natočeny a jsou k dispozici pro další promítání především na středních a vysokých školách. (pr)



Seminář Tradiční řemesla, 1. díl Z otce na dceru a mistrný sklářský výtvarník Jaroslav Skuhřavý a jeho dcera Jitka Skuhřavá, neměně špičková sklářská výtvarnice.

db_1166198-01

db_1166198-01

Lounský patriot Vlastimil Sedláček předává firmu dětem



Firmu řídí otec, dva synové a dcera.

ale rostlo odvětví energetiky. Krize firmu posílila, i proto rostly investice do robotizace či automatizace.

SEKO má dnes přes 600 zaměstnanců. Kromě tří míst v České republice má pobočky a kanceláře v Indii, Kongu, Francii, Itálii, Německu a Brazílii. Na tamním trhu je Sedláček jedním z nejúspěšnějších českých podnikatelů vůbec. Součástky firmy najdeme v mnoha procentech nově vyrobených letadel a ve stovkách turbín po celém světě.

Klíčem k úspěchu jsou podle zakladatele firmy neustálé inovace, do nichž ročně investuje

Pokud dnes letíte jakýmkoli dopravním letadlem, tak v motoru většiny z nich jsou součástky od lounské rodinné firmy SEKO Aerospace a.s.

Jde o významného světového výrobce součástí pro letecké motory a parní turbíny, který spolupracuje se všemi klíčovými globálními výrobci letadel, leteckých motorů a elektrárenských turbín.

Už otec Vlastimila Sedláčka brávil své syny odmala do dílny. Ten je za to dnes vděčný a bere ho za svůj vzor. Byl to také jeden z prvních impulsů k založení rodinné firmy, v níž největší fabriku SEKO Aerospace a.s. v Lounech dnes řídí dva synové a dcera jejího zakladatele.

Otec Vlastimila Sedláčka byl extrémně podnikavý člověk a skvělý technik. „Já ve 12 letech uměl rozebrat motor z moskviče, převodovku, vyrobit si spoustu věcí v dílně. Dostal jsem stejně jako můj bratr dobrý základ.

Svým synům do toho dnes už vůbec nemluví, připravuji hlavně zahraniční akvizice a další projekty. Teď mám čas, tak realizuji své sny, přání a vize,“ říká zakladatel

firmy. V africkém Kongu nedávno koupil za symbolickou částku nefunkční vodní elektrárny, které repasuje a prodává z nich elektřinu tamním obyvatelům.

LOUNSKÝ PATRIOT

Jako výrazný lounský patriot Vlastimil Sedláček řadu let pomáhá zvelebovat místa, kde působí. Nejvíce pak domovské město. Podporuje rozvoj škol, kulturu a sport a sponzoruje lokální fotbalový klub či litvínovský hokej. V Lounech má také malé muzeum letadel a vlastní zoo, kterou ročně navštíví tisíce dětí stejně jako nejvyšší kolo na světě či jezírko s jesetery. Osmdesát procent firemních sponzorských aktivit teče do Ústeckého kraje.

„Podepisuji kontrakty s Boeingem, Airbusem, Siemensem, GE a dalšími top hráči ve světě. Ale nejvíc jsem pyšný na své šikovné děti, jsme ‚echt‘ rodinná firma. Za 27 let jsme vybudovali mezinárodní společnost založenou na high-tech výrobcích, která má pobočky od Brazílie po Indii,“ říká Vlastimil Sedláček.

KRUŠNÉ ZAČÁTKY

Když se ukázalo, že technické nadání i činorodost zdědil po tátovi, tak hned po sametové revoluci začal Vlastimil Sedláček podnikat. Procestoval Evropu, sehnal



si unikátní nadčasový obráběcí stroj a v roce 1991 v Lounech založil společnost SEKO Aerospace a.s.

Ač měl tenkrát dva malé syny, zastavil kvůli podnikání dům i garáž. První roky byly složité. Vstával denně ve tři ráno a neúnavně objížděl potenciální partnery po celé zemi. Kromě financí neměl ani zaměstnance, takže zapojil oba sotva náctileté syny. S nadsázkou říká, že mladší z nich se tehdy stal nejmladším operátorem v republice. Prvních zhruba 14 let firma rostla pomalu, poté se růst zrychlil a v posledních letech obrat rostl každý rok asi o pětinu. Dnes dosahuje téměř miliardy ročně. Neohrozil ji tak ani covid, kdy letecká výroba klesla o 60 procent, zároveň

nemalé prostředky. Sám se každý den snaží vymyslet něco nového. Díky tomu se může pochlubit vysoce sofistikovanou výrobou, která u nás nemá konkurenci. Postavil si i solární jachtu, kterou zanedlouho spustí v Praze na vodu. Ve volném čase pilotuje helikoptéru a létá s ní i na pracovní cesty. Zbylé volno věnuje vnoučatům.

Jeho velkým cílem od počátku bylo předat dětem prosperující firmu bez dluhů. Nedávno se mu na stole objevil vzkaz na papíru přilepený páskou. „Vlasto, nedělej mi tady bordel, za chvíli tu budu sedět já, tak mi to tady udržuj v pořádku. Tvůj Hubík.“ Osmiletý vnuk mu tak jasně naznačil, že se o slovo hlásí již třetí generace z rodiny. **Tomáš Prchal**

Na převzetí rodinné firmy se musí další generace připravovat

Světově vyhledávaný kouč Sandy Loder je jedním z hostů Family Business Week. Založil jeden z předních letních programů Next Gen, který se zaměřuje na rozvoj v oblasti rodinných firem. Sám je členem 5. generace dynastie Flemingů, která stojí za jmény jako Stonehage & Fleming a James Bond.



SANDY LODER, světově vyhledávaný kouč pro Next Gen v rodinných firmách Foto: se souhlasem FBW

covní nabídku nedostal, zavola mi někdo z naší rodinné firmy Robert Fleming & Co Ltd. a nabídl mi práci v bance. Začal jsem pracovat jako analytik akciového výzkumu v oddělení správy aktiv soukromých klientů. V době nástupu jsem byl pouze jedním ze tří členů rodiny, kteří v podniku pracovali. Moji dva bratři nikdy v naší rodinné firmě nepracovali. Můj dědeček nebyl nadšený z toho, že členové rodiny pracují v rodinném podniku. Svě děti v tom sám ani nepodporoval. Byla to pro mě těžká cesta, která mi nepřinesla mnoho radosti a štěstí. Nakonec jsem se po 18 letech, bě-

hem kterých jsem absolvoval Harvard Business School a založil jeden z předních letních programů Next Gen na světě, rozhodl odejít. Banku jsme prodali v roce 2000 Chase Manhattan za 7,7 miliardy dolarů.

Jakou nejlepší radu jste v této oblasti dostal?

Uvedu několik takových rad. Nejprve je důležité dobře si rozmyslet vstup do rodinného podniku. Nevstupujte do něj, když jste mladí a nezkušení. Budujte svou osobní značku během svého působení v podniku. Neztrácejte svou identitu ve prospěch podniku a staňte se pouze jeho služebníkem. Dále doporučuji mít vlastní kariéru cestu a nenechat ji za sebe vlastnit ostatní. V jejím rámci se staňte skutečným odborníkem v určité oblasti. A nakonec: dělejte chyby na výplatní pásce nějaké jiné společnosti. Pracujte proto nejprve jinde, nejlépe ve stejném oboru, abyste se mohli naučit, co dělají oni, a přinést to zpět do rodinné firmy.

A jak zní tipy Sandyho Lodera

pro výchovu dětí v podnikatelských rodinách?

V první řadě nedovolte svým dětem, aby je blahobyt zkazil. Tento stav se vyznačuje domýšlivostí, arogancí a rozmazleností. Dále zkráceným smyslem pro realitu, nedostatkem cílevědomosti, nepochopením hodnoty peněz, izolací od skutečného světa. Je velmi nebezpečné, cítit tlak na úspěch z důvodu vysokých očekávání rodičů, potom psychicky onemocnět, brát drogy a nakonec se ztratit.

Co rodiče podnikatelé v rodinné firmě musí podporovat?

Rodiče musí poskytovat svým dětem emocionální podporu a být tu prostě pro ně. Velmi důležité je změnit své chování, pokud chtějí, aby se chování jejich dětí změnilo. A je třeba ukázat svým dětem, „jak“ být úspěšní a šťastní. Zde platí, že je lepší být pro své děti rodiči, nikoliv mentory. A to těmi nejlepšími rodiči, jakými mohou být. Pro takové rodiče je důležité milovat své děti, povzbuzovat je a podporovat. To vše vychází ze srdce, a ne z peněz. A nakonec: říkejte svým dětem, že je máte rádi. (red)

Rodinné podniky jsou páteří italské ekonomiky

Giovanna Gregori, výkonná ředitelka FBN Italy a členka řídicího výboru European Family Businesses v Bruselu, je jedním z hostů FBW.



GIOVANNA GREGORI, výkonná ředitelka FBN Italy Foto: se souhlasem FBW

Jaký je současný stav rodinných podniků v Itálii z hlediska dopadu na národní hospodářství a společnost?

Rodinné podniky vždy představovaly páteř italské ekonomiky. Díky výzkumu, který každoročně provádí Bocconi-AIDAF (Italská asociace rodinných firem), se mohou podělit o několik aktuálních čísel: monitorujeme italské rodinné podniky nad 20 milionů eur tržeb, kterých bylo v roce 2022 11 635 – tedy asi 65 procent všech italských firem. Mezi nimi, s přihlédnutím k holdingům a jiným formám uspořádání, nejnovější vydání výzkumu Bocconi (2022) zkontrolovalo strukturu a výkonnost 8589 rodinných skupin v roce 2021: při-

jmy rodinných podniků se odrazily od éry covidu o 20 procent více než u nerodinných podniků, což svědčí o odolnosti a schopnosti přizpůsobit se krizi, kterou rodinní podnikatelé zřejmě mají. Stejně údaje o ziskovosti, včetně té z prvního pololetí roku 2022 (k dispozici pouze pro kótované společnosti – nezapomínejme, že téměř 70 procent kótovaných společností v Itálii

je kontrolováno rodinou). Rodinné podniky v Itálii – i díky práci, kterou naše asociace vykonává již 25 let – rostou, pokud jde o velikost a konkurenceschopnost, a vyvíjejí se také z hlediska řízení.

Jaké trendy jste zaznamenali v oblasti plánování nástupnictví a rozvoje další generace v rodinných podnicích?

Italské rodinné podniky v poslední době plánují nástupnictví mnohem strukturovaněji: virtuální rodinné řízení (spolu s moderním řízením společnosti), které zahrnuje rodinné ústavy, se v našich podnicích vyvinulo v běžnou praxi. Předsednictvo Bocconi-AIDAF vypracovalo Kodex správy a řízení rodinných podniků, který obsahuje klíčová doporučení na podporu zdravého plánování nástupnictví. Je nutné, aby Next Gen byla připravena, kvalifikována a zmocněna převzít ne nezbytně provozní řízení společnosti, ale zcela jistě odpovědné vlastnictví a strategické vedení společnosti.

Existují v Evropské unii nějaké plány na podporu rodinných podniků?

Prostřednictvím činnosti EFB (European Family Businesses) neustále sledujeme a komunikujeme s institucemi EU, abychom je podpořili aktuálními informacemi o evropských rodinných podnicích s cílem chránit zájmy našich členských společností a rodinných podniků obecně, neboť představují skutečnou podstatu naší evropské ekonomiky. Bez rozkvětu zdravého a odpovědného rodinného podnikání by nedošlo ke skutečnému udržitelnému rozvoji a dvojímu (ekologickému a digitálnímu) přechodu, který je, jak už všichni dobře víme, pro svět nezbytný. EU v tomto smyslu zaujala silnou vedoucí pozici v novém vyvíjejícím se globálním geopolitickém řádu, ale je třeba, aby v tomto přechodu a rozvoji podporovala rodinné podniky (bez ohledu na to, zda jsou malé, střední nebo velké), aby mohly prosperovat a zůstaly páteří evropské ekonomiky. (red)

Partneři

Ve spolupráci s

Deloitte.
Private

Hlavní partner

ČESKÁ S
spořitelna

Gold partneři

respect.
Group 30^{let}

*Spengler***Fox**[™]
Talent, grown.

algotech
pečujeme o IT

PSN 

Odborný partner

WARDENS

Regionální partneři

LASVIT

LiK  **S**
internacionální

HB **HOTEL...**
BUDWEIS

completecz

Hlavní mediální partneři

CNN **Prima**
NEWS

 **VLTAVA LABE**
MEDIA

deník

Mediální partneři

CZECHCRUNCH

WEALTH
magazín

Záštita



MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU



fbweek.cz/summit

Děkujeme za podporu!