

STATUS

ARCHITEKT ÚSPĚCHU
TŘIKRÁT ZNOVU A TŘIKRÁT DOBRĚ

KOUPILI JSME NAŠI MATKU
DOTACE JSOU ZABAVA. VÁŽNĚ

ZNAČKY MAJÍ BÝT ODVÁŽNĚ
JINAK JSOU K NIČEMU

EDITORIAL

Jeden z mých oblíbených citátů zní:

„The elephant keeps walking as the dogs keep barking.“ Do češtiny se to dá přeložit jako:

„Sloni kráčí dál, ať si psi štěkají, jak chtějí.“

Dle mého názoru přesně vystihuje jev, se kterým se nejen v podnikání setkáváme prakticky nepřetržitě.

V podnikání a snad také v osobním životě bychom měli jít za svou vizí. Vize, to nedostižné něco na horizontu našeho snažení, nám pomáhá udržet správný směr. Jen díky vizi víme, za čím jdeme, přestože se nám občas může v dálce ztrácet. Kouzlo správné vize je v tom, že je jen sotva dosažitelná. S každým drobným úspěchem jako by byla stále stejně daleko. Vize je ten magnetický pól, ke kterému by měla střelka vašeho kompasu neustále směřovat. Kde chybí vize, chybí směr. Místo cesty k cíli nastupuje přežívání.

Na cestě za vizí je kolem nás početné publikum, které bez ohledu na to, co děláme, naši cestu, a dokonce i samotnou vizi zpochybňuje.

Velmi hlasitě jako štěkající psi. Mnohdy se jedná o psy, kteří štěkají z blízkosti své boudy, přestože řetěz, kterým byli připoutáni, už se dávno rozpadl a přímo před nimi je díra v plotě. Sami se rozhodli pro roli psů a mnozí svůj štěkot v průběhu dlouhých let tréninku vyplovali k dokonalosti.

Je ztrátou času pokoušet se to změnit. K vizi a cestě za ní štěkající psi nezbytně patří. Nenechte se jimi zpomalit ani odradit. Buďte jako slon, který si klade jasné cíle a nezadržitelně k nim kráčí, ať už psi štěkají jakkoli. Inspirací pro vás mohou být příběhy našich zákazníků. Příjemné čtení.

S úctou

Petr Schaffartzik
K2 atmitec s.r.o.



OBSAH



FOKUS

6

Značky mají být
odvážné, jinak
jsou k ničemu

Magazín STATUS

Workstylový magazín
Status vydává společnost
K2 atmitec s.r.o., výrobce
a dodavatel Podnikového
systému K2
Číslo 13
Datum vydání: 26. 4. 2024

Redakce

Miroslav Böhm
Petr Schaffartzik
Marek Hadra
Ondřej Holomek
Roman Vrána
Martina Fojtů
Katka Kršková
Robin Krutil

Fotografie

Petr Wagenknecht
archiv Jan Řezáč
Zdeňka Bížová
Martin Pinkas
unsplash.com

Ilustrace

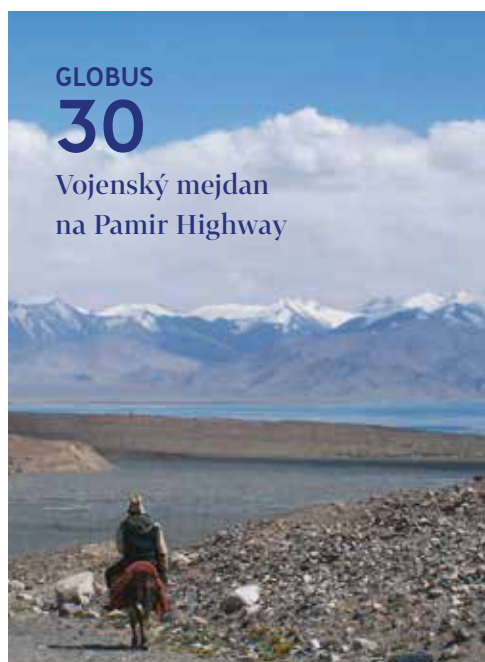
Kateřina Pacalová

Design a sazba

Adéla Geislerová

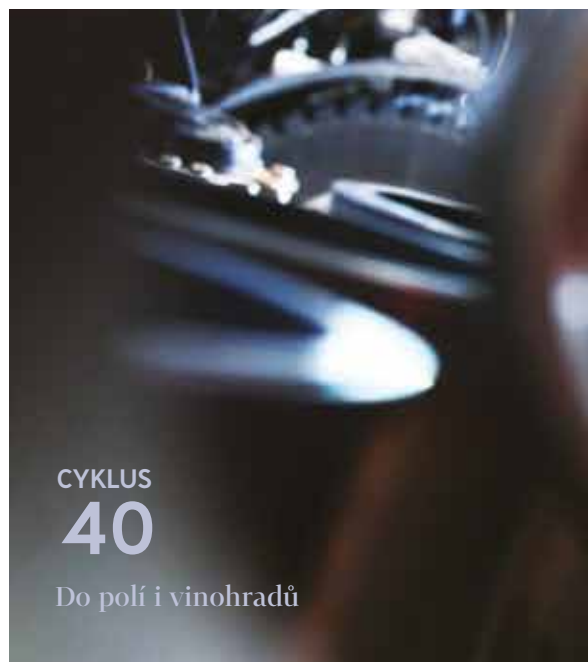
Tisk

AETNA, spol. s r.o.



GLOBUS
30

Vojenský mejdan
na Pamir Highway



CYKLUS

40

Do polí i vinohradů



Značky mají být odvážné, jinak jsou k ničemu

Text: Martina Fojtů

Foto: archiv Řezáč

Dost pravděpodobně o nich víte. O Janu Řezáčovi a jeho House of Řezáč. V Česku platí za největší capacity na tvorbu webových stránek a strategií. Online prezentace K2 se teď trochu mění, Řezáčovi lidé jsou zase u toho. Je to výborná příležitost zeptat se, jakých pravidel se při tvorbě webu držet, aby plnil, co má. Tedy pomáhal vašemu podnikání.

A portrait of a middle-aged man with short, light brown hair, looking directly at the camera with a neutral expression. He is wearing a white button-down shirt under a dark blue and brown plaid blazer. The background is a solid dark color.

Tvůrce webů a strategií, designér, lektor a konzultant. Začínal dílčími pracemi na webech, kódováním, vývojem, tvorbou grafiky a wireframů kolem přelomu tisíciletí. Od roku 2004 začal psát o tvorbě online prezentací blog, který se v roce 2014 převtělil do knihy Web ostrý jako břitva, jež dodnes platí za biblí oboru. Následně založil firmu House of Řezáč. Svůj přístup staví na orientaci v zákaznickově byznysu, poznání zákazníků, návrhu řešení, jeho testování a důsledném měření dopadu na obchodní výsledky. Řezáč vystudoval informatiku na Masarykově univerzitě.

Je typické, že k vám klienti po nějakém čase přijdou znovu, že chtějí původní web posunout?

Moje ideální představa je, že klient vezme web jako proces, a ne jako projekt. Projekt má jasný rozsah, termín a rozpočet. Uděláte ho a je hotový. Akorát tak

nikdy nevyužijete potenciál webu naplno. Proces funguje jinak. Uděláme zákaznický výzkum. Zformulujeme strategii. Spustíme první verzi webu. Začneme web a související marketing průběžně vylepšovat na základě dat. Vidíme pak mnohem lepší obchodní výsledky.

Jenže to záleží hlavně na tom, jak moc se v rámci svého byznysu koukáte dopředu. K2 teď obchod jede, mají naplněné kapacity. To je ale nebezpečné v tom, že vás to může uspat. Byznysu je dost, tak proč se trápit s marketingem. Ve chvíli, kdy byznysu nebude dost,

už bude ale na start komunikace pozdě. Marketing má setrvačnost, zejména v B2B. K2 si to velmi dobře uvědomuje, a tak šlapou do marketingu průběžně.

Jenže pak jsou takoví, kteří stránky předělávají vlastně pořád, zkrátka proto, že „se jim to nelíbí“.

Co chci od svého webu? Řeším změny, „aby se mi to líbilo“, nebo aby mi chodilo víc poptávek? Naši klienti chtějí poptávky. Když vydáváte peníze za změny webu, tak musíte v datech vidět, že vám to pomáhá.

S jakou poptávkou za vámi klienti typicky chodí? A jací klienti?

Typicky je z B2B a je to malá nebo střední firma. Ne nutně výrobní, i službová.

Co chci od svého webu?

*Řeším změny,
„aby se mi to líbilo“,
nebo aby mi chodilo
víc poptávek?*

Naši klienti chtějí poptávky.

Vidíme nárůst v odvětvích, která se marketingu teprve začínají dotýkat, třeba stavebnictví. Asi polovina zájemců přichází s tím, že chtějí web. A my si pak vysvětlujeme, že to není jen o těch hezkých obrázcích běžících na nějakém technickém řešení, ale že nás zajímá hlavně to, jak webem ovlivnit chování zákazníků, aby co nejvíc nakupovali. Druhá polovina chce strategii, výzkum nebo třeba systém pro měření svých marketingových aktivit.

Jaké množství poptavatelů si to uvědomuje?

U nás relativně hodně, ale to je tím, že už dlouho vzděláváme trh. Když si vezmu, že zájemci přijdou na náš web, který se jmenuje House of Řezáč, a vidí tam nějaké podivné upíry... Ty, kterým chybí smysl pro humor a nadhled, to odradí. A to je super, protože nám pak chodí poptávky od lidí a firem, kteří jsou připraveni na to, že to bude bolet, bude to něco stát

a bude to vlastně něco úplně jiného, než co si představovali. Naše značka přitahuje zkušené zákazníky s nadhledem, k nám nechodí nováčci.

Vaše firma se zrodila poté, co jste nejdřív jako podnikatel na volné noze napsal českou bibli o tvorbě online prezentací, knížku Web ostrý jako břitva. Jaká cesta tomu předcházela?

První weby jsem vytvořil někdy v roce 2001. V roce 2004 jsem začal o jejich tvorbě psát blog. Dlouhou dobu jsem fungoval jako kontraktor. Sám jsem nejdřív programoval a kodoval, pak jsem kreslil grafiku, tvořil wireframy a teprve potom jsem se pustil do strategické práce. Dlouho jsme se držel v realizaci, až později jsem začal pracovat na zadáních a z toho vzniklo nutkání napsat knihu. A pak už mi práce na zadáních zůstala.

Co v tomto kontextu zákazníkům nejčastěji vysvětlujete?

V zásadě to, že web není technologický projekt nebo výstřik ega majitele nebo managementu firmy, ale byznysový nástroj. Aby mohl přinášet peníze, musí ovlivnit chování lidí tam venku. Takže jim nejdříve potřebujeme porozumět. Protože kdo je chce ovlivňovat, musí jim nejdřív rozumět a vědět, jaké jsou jejich problémy a potřeby.

Jaké informace potřebujete do začátku?

My jsme v průběhu let zjistili, že je velmi sebevědomé myslet si, že z pozice externisty detailně porozumíme byznysu svého klienta. To trvá dlouho. Sám ten pocit mám po dvou třech letech práce, ale ne po půl roce. Řešíme to tak, že řadu věcí s klientem vytváříme společně na workshopech. Vzniká tak daleko lepší výstup, než když si jen já se svojí zkušeností sednu a pak druhé straně něco vnutím. Není to o děláni kompromisu, ale o tom, že věci tvoříme společně. Naším klientům to dává smysl, někdo si ale může říct, že mu nestojí za to tuhle energii investovat. Za mě fér – prostě to nemá prioritu.

Přijde mi, že když s klientem projdete tímto procesem, nemůže to skončit jen u navržení webu, ale možná i celé strategie, nebo dokonce úpravy produktu.

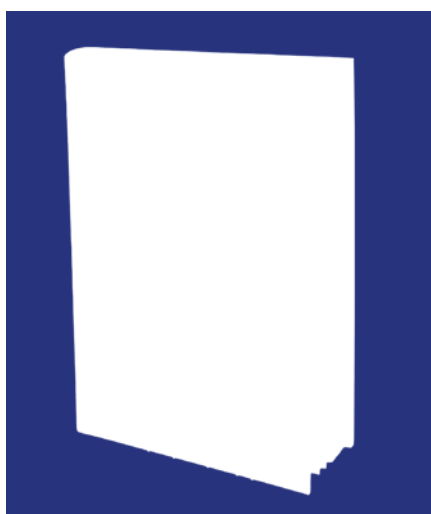
U širší strategie skončíme pokaždé.

Díky výzkumu dovedeme říct, kde vidíme





9



▲ Dlouho jsem se držel v realizaci, až později jsem začal pracovat na zadáních a z toho vzniklo nutkání napsat knihu.

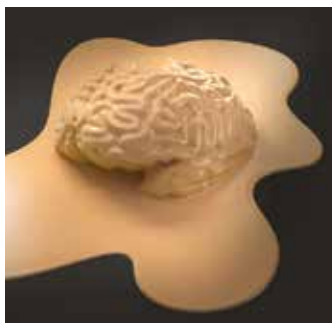
► Web není technologický projekt nebo výstřik ega majitele nebo managementu firmy, ale byznysový nástroj. Aby mohl přinášet peníze, musí ovlivnit chování lidí tam venku.



další byznysové příležitosti, a tudíž by bylo dobré tím směrem jít. Klient někdy řekne, tohle mi dává smysl, to je skvělé, ale někdy řekne, to jste se po... Jednou za čas se nám stane, že nějaký z těch bodů je pro klienta úplně mimo. A někdy, a to bývají nejhorší situace, se přihodí, že uprostřed práce na výzkumu se změní klíčový člověk na straně zadavatele, ten nový třeba není ztotožněný s tím, co děláme, nebo ho to ohrožuje, a to pak bývají krušné chvíle. Učíme se s tím pracovat už osm let, ale je to stejné jako u každé práce s lidmi. Většinou to vyjde.

Někdy ne. My ale počítáme s tím, že se v průběhu práce změní cíle, situace, všechno. Zažili jsme už i tu změnu produktu a kompletně celého byznys modelu.





Jak moc je celá vaše práce psychologie?

Pořád a ve všem. Protože my našimi projekty ovlivňujeme chování lidí nejdřív na straně klienta a skrz výstupy ovlivňujeme chování lidí tam venku. Psychologicky zaúčinkovalo i vydání mojí knihy, objednávek chodilo tolik, že jsem založil firmu. A chodí díky tomu dodneška.

Pořád jsme ale maličci, jsme tady právě pro tu niku, která to chce dělat do hloubky a vlastně složitě. My si svoji práci jdeme odmakat, není to jen „udělejte mi webík, zapněte mi kampaň“, to nás nebaví. Proto třeba neděláme ani e-shopy.

Zákazníkům pomáháte tvořit značku. Sami jste si značku House of Řezáč nechali vystavět od nuly a je hodně netradiční, hraje si s analogií na britské aristokratické rody, ostatně říkal jste, že někomu to evokuje upíry. Musel jste se do vlastní značky sám vžívat?

Ne, to byla srdcovka od začátku. Když jsme s House of Řezáč začínali, bral jsem příběh té značky mnohem vážněji, teď už k ní přistupuju s větším nadhledem a humorem. Vejde se do ní všechno, co si tam potřebuju dát. Na začátku mě ale moc bavilo, jak jsme překvapili i lidi z oboru, všichni koukali, co to jako má znamenat.

Mají vaši klienti odvahu k výrazným značkám? A mají mít firmy výrazné značky?

Tuhle otázku bych položil jinak. Vezměte si, že jste dala za značku spoustu peněz, vůbec není vidět, nikdo si nepamatuje, že by ji měl doporučit, když podáte nabídku do výběrky, vypadá stejně jako ostatní, ale dala jste za ni spoustu peněz. Není to úžasné? K čemu to těm lidem je? Život a obchod nutně potřebuje odlišné značky, které správným způsobem zvýrazní ty správné charakteristiky organizace, které přitáhnou správný typ klientů.

Je odvaha něco, co byste doporučil jako základní výbavu?

Každý provozovatel byznysu je odvážný. Jde s kůží na trh. Ona se ta odvaha rozptýlí až po nějaké době, třeba ve chvíli, kdy si najmete management, dáte mu úkoly a on už tu odvahu nemá nebo ji ztratí. Ten, kdo se bojí svého šéfa, nemůže odvážně podnikat. A pak jsou firmy, které z odvahy vyrostly. Jsou dobré, mají svoje portfolio a teď jedou setrvačností, profitují ze své zašlé slávy a ještě dlouho budou. Třeba Apple, který nevyšel s ničím skutečně zajímavým od smrti Steva Jobse. Včetně Vision Pro. Sorry.

Jako jedni z prvních jste se také chytili trendu využívání AI nástrojů a hodně v tomto odvětví školíte. V jaké se teď v kontextu AI nacházíme fázi?

Když jsem v listopadu 2022 poprvé otevřel ChatGPT, došlo mi, že naše práce se kompletně změnila a bude se měnit dál. Proto jsme do toho tak šlápli. Postupně měníme způsob, jakým pracujeme, a když už jsme v tom, tak jsme si řekli, že bychom to mohli učit i ostatní. Je to obrovsky zajímavé z technologického i sociologického hlediska. Tahle technologie totálně přetváří společnost a nikdo z nás teď nedohlédne, kam přesně. Čeká nás obří společenská změna, která se dotkne v tuto chvíli velmi dobře odměňovaných lidí na různých bílolímečkových pozicích. Řada lidí bude hledat svůj nový účel. Jeden z významných AI vědců to pojmenoval tak, že pokud si na sobě ceníte svojí inteligence, tak to v budoucnu budete mít těžké.

Co bude to nové, čeho si budeme cenit?

To je velmi dobrá otázka. Může to být zručnost nebo spontaneita.



Vy sám vidíte, na jakých zakázkách jste pracoval před 15 lety a kde jste teď. Na čem budete pracovat za 15 let?

To jsem zvědavý. Co se děje už teď, ale spousta lidí to neví, je, že si můžete nechat vygenerovat web. Zatím jednodu-

chý, ale už teď několikastránkový a stačí k tomu zadání o deseti slovech. Vy už pak jen uděláte editorskou práci a upravujete to, co bylo vygenerováno. Z druhé strany směřujeme k AI avatárům, takže za rok nepoznáte, jestli máte naproti sobě na

online callu člověka nebo AI avatara. Budete si volat s lidmi a tři z nich budou AI avataři, kteří budou napojení na know-how daného člověka a budou za něj mluvit. Pokud máte například poznámky v počítači, napojíte na ně avatara



a on bude podle toho dodávat relativně inteligentní odpovědi. Když si vezmete lidi na korporátních schůzkách, polovina z nich tam už ani teď stejně nemusí být. Technologie následně udělá souhrn informací, zapíše úkoly a vám to ušetří čas. To bude stav za rok. Stav za deset let může být naprosto nepředstavitelný, protože úroveň osvojení technologie se bude zrychlovat.

*Jak moc je moje práce psychologie?
Pořád a ve všem. Protože my našimi
projekty ovlivňujeme chování lidí.*

Architekt úspěchu

V prostorné kanceláři Pavla Basla je něco nevšedního. Ve vzduchu je cítit závan doutníkového kouře, který ještě před pár lety patřil ke koloritu pracoven úspěšných mužů. Zakladatel a výkonný ředitel ProCeramu bez nejmenších pochybností úspěšný je. Vlastně už potřetí. A přesto, že jeho příběh začínal krátce po sametové revoluci, není ani v nejmenším „devadesátkový“. Stejně jako muž, který neustále vymýšlí nové věci, rozjel mimořádně rozsáhlý projekt vlastní architektonické televize a svou práci miluje natolik, že má u postele neustále notýsek, kam si v každou noční hodinu poznamenává své nápady.

Text: Ondřej Holomek

Foto: Martin Pinkas / archiv ProCeram

V roce 2010 byl
ve společnosti
ProCeram nasazen
Informační systém K2.



▲ Pavel Basl se nerad zviditelnuje, proto nas pozadal, abychom fotili zejména jednoho z jeho nastupcu – syna Dominika, který vede společnost Prefab Factory.

Sídlo ProCeramu najdete na severním okraji Plzně, v Jateční ulici, nedaleko vyhlášeného opuštěného ghetta. Je vkusné, moderní, ale nijak velikášské – což je vlastně jeden z průvodních znaků celé firmy zabývající se obklady, dlažbou a koupelnovým vybavením. ProCeram nedělá marketing pro masu, ale soustředí se na profesionály – architekty, projektanty, investory a developery. Přesto, nebo jak se brzy ukáže – právě proto, je ProCeram firma s takřka miliardovým obrátem a v Praze se podílí na více než polovině nových hotelových a developerských projektů. Své soukromí si stráží také Pavel Basl. Článků s ním, nebo o něm, najdete poskrovnu.

„Všechno začalo atypickou náhodou. Před revolucí jsem dělal elektro, konkrétně vysokonapěťové rozvody ve ‚škodovce‘. Po pádu komunismu jsem se shodou okolností dostal k obchodu dlažby. Prvotně jsme začali budovat importní

velkoobchod, kdy jsme k nám vozili západní zboží, a to naše jsme zase prodávali na Východ. Ale poměrně rychle jsme začali růst. Najednou jsme měli prodejny v Čechách a na Slovensku, dva výrobní závody a takřka 500 zaměstnanců. Bohužel musel můj společník ze zdravotních důvodů skončit a pro mě samotného to bylo neřiditelné. Proto jsme oslovili několik velkých hráčů v Evropě a v roce 2005 firmu prodali Saint-Gobainu – největšímu distributorovi stavebních hmot na světě. A já šel ve svých dvaadvaceti letech do důchodu,“ vzpomíná v mimořádně kondenzované podobě na první etapu svého podnikání proseedivý muž.

Rok plánujete, deset let čekáte. To není pro mě

S tím důchodem to samozřejmě nebylo tak horké. Proto, že Pavel Basl zůstal ještě dva roky ve strukturách nadnárodní společnosti, které firmu prodal. „Byla to pro mě velká škola. Musel jsem se naučit

řídít korporát na základě mezinárodních standardů, hlídat ekonomiku, dodržovat evropská legislativní pravidla. Teprve potom jsem přešel do klidovějšího režimu a začal jsem dělat na menších developerských projektech,“ vypráví. Ale zároveň přiznává, že ho developerský byznys nenaplnoval.

„Developerské projekty jsou o tom, že koupíte pozemek, pak rok projektujete a dalších deset let řešíte papíry s městem, abyste vůbec mohli začít stavět. To byl oproti dynamickému stylu života, který jsem žil předtím, opravdu šílený rozdíl, na který se mi jen těžko zvykalo,“ popisuje energicky a vy tušíte, že Basl je svým způsobem workoholik, který potřebuje jet na divokém firemním koni. Ideálně den co den.

Ve chvíli, kdy Saint-Gobain opustil český trh a prodal jak stavebniny Raab Karcher, tak síť prodejen obkladů a dlažeb



▲ Společnost ProCeram byla založena v roce 2010. Její skutečná historie však sahá až do roku 1990, kdy vznikla společnost W.A.W. / A-Keramika Group.

▲ Pavel Basl byl už od začátku 90. let u toho. Pak firmu úspěšně prodal nadnárodnímu korporátu. Ale po čase mu podnikání začalo chybět, a proto se pustil do stejného oboru podruhé. A znovu úspěšně.

▼ ProCeram má sedm poboček v České republice a na Slovensku. Její hlavní showroomy najdete v Praze, Bratislavě, Brně, Plzni a Karlových Varech. V pražské Uhřetěvsi provozuje showroom ProCeram Outlet.



A-Keramika, přišli lidé z původní společnosti za Pavlem Baslem s tím, jestli by jej nelákalo se vrátit. Tehdy vznikl ProCeram. „Začínali jsme prakticky od nuly, s nějakým dvacetiletým zpožděním proti konkurenci, která tu během let vybudovala své prodejny, sklady, zázemí, obchodní síť, odběratelské i dodavatelské řetězce. Udělal jsem si proto analýzu trhu a hledal v rámci trhu díru, kterou bychom mohli obsadit,“ vzpomíná na rok 2011, kdy se stavebnictví jen horko těžko vzpamatovávalo z tvrdého direktu uštědřeného ekonomickou krizí. Tržní potenciál pak objevil ve velkých developerských projektech, často u zahraničních partnerů, kteří chtěli řešit komplexní dodávky a klientský servis s jedním dodavatelem. „Tou dobou jsem jezdil po prodejnách obkladů a dlažeb a jednou vystupoval jako investor, který plánuje stavět hotel, podruhé jako někdo, kdo má na starosti developerský projekt. Potřetí jsem tvrdil, že mám luxusní dům. Dělal jsem si rešerši konkurence v našem oboru a zjistil,

že možná dobře dělají maloobchod, ale ve velkých projektech začínají tápat. Když přijdete se složitou technickou věcí nebo odbornými otázkami, nejsou schopni odpovědět. Proto jsme se rozhodli jít cestou těch nejnáročnějších projektů a staveb s cílem nabídnout velkým hráčům partnera, který ví, neselže a dodá vše v termínu a v požadované kvalitě,“ popisuje Pavel Basl.

Jsmo jako kvalitní restaurace. Lepší suroviny i servis

Čísla mluvila sama za sebe, ProCeram začal exponenciálně růst. V prvním roce měl obrát okolo 15 milionů, ve druhém přes stovku, ve třetím dosáhl na metu čtvrt miliardy. „Vsadili jsme na systémové řešení, technický a poradenský servis. Často jsme u projektů už ve fázi projekce, kdy společně s investory hledáme designové materiály, které jsou dostupné jak logisticky, tak finančně. Po nějakých pěti letech jsme v Praze získali nadpoloviční podíl u developerských projektů.

Získávali jsme ale i projekty jako například letiště, metro, nemocnice nebo nejluxusnější pětihvězdičkové hotely. Za poslední tři roky jsme v Praze realizovali hotely Hyatt, Julius Meinl, Fairmont, kde jsme výběry materiálů řešili s architekty z Itálie, Španělska nebo Spojeného království.

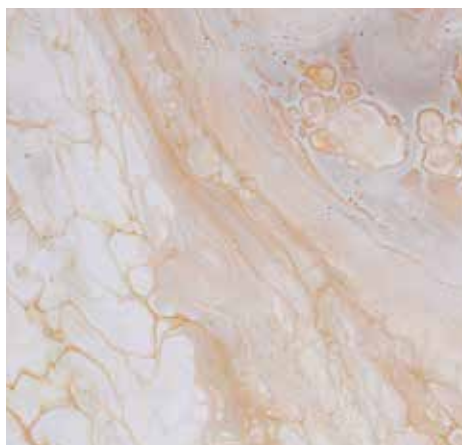
Základ úspěchu však leží právě v dlouhodobosti, která se jako červená nit vine zpátky do časů W.A.W. – na trhu známé pod obchodním názvem A-Keramika, tedy první firmy, kterou následně koupil Saint-Gobain. Právě tehdy se vytvořila síť profesionálů, kteří dnes mají více než třicetiletou historii v oboru a velcí partneři se jim nebojí svěřit ty nejnáročnější projekty. Současný ProCeram zároveň hodně dbá na to, aby si své lidi udržel. Má promyšlený systém školení lidí i systém stabilizace lidí. „Máme malou fluktuaci. Občas z legrace nadneseně říkám, že přijatelná fluktuace je na úrovni mateřské a odchodu do důchodu.

Stavebnictví je obor, ve kterém nic neobelžete. Každá stavba je pro vás vysoká škola a vy jich musíte mít hodně za sebou, abyste byli schopni obstát tváří v tvář hlavnímu architektovi, investorovi či generálnímu zhotoviteli,“ dodává Basl. A přesto, že sedíme v budově, v jejímž dolním patře je plně vybavená prodejna, maloobchodní prodeje činí dnes jen okolo deseti procent celkového obrátu společnosti.

„Celý ten náš obor jde možná nejlépe přirovnat k restauracím. Těch také na trhu existuje celá řada. Máte levné vývařovny, fast foody a dražší fine diningové restaurace. Pokud byste všude dostal stejný produkt, půjdete do nejlevnější. Ale do té dražší restaurace míříte právě proto, že kromě kvalitnějších surovin dostanete ještě špičkový servis. A ještě jeden přírůstek – my neprodáváme jeden výrobek, ale soubor výrobků, které vytvoří výsledný celek. Občas na stavbách našim partnerům říkám: my vám dodáme auto – akorát v krabičkách rozložené a vy si jej na stavbě složíte a ono bude perfektně vypadat a sloužit. To je přece lepší, než když si pořídíte od každého výrobce něco, ale pak nevíte, jak to celé bude dávat smysl,“ vysvětluje Basl, který přiznává, že nemá v designu ani v architektuře v lásce nové trendy a výstřelky. Preferuje moderní a kvalitní materiály s nadčasovým designem.

Snaha o originalitu nás brzdí

„Designové materiály jsou tu s námi často tisíce let. Pokud sáhnete po designu kamene, máte jistotu, že byl elegantní ve starověku a bude, pokud řemeslník odvede dobrou práci, vypadat dobře i za sto let. Podobné je to i se stavbami. Lačníme po originalitě, přitom existují už desetiletí prověřené dispozice bytu. Občas přijedu na stavbu, kde se staví dvacet bytů 1+kk a je tam deset různých variant uspořádání. Přitom by jedna varianta – ta nejlepší – celou stavbu mimořádně usnadnila, ale především také zlevnila. Pokud se má stavět deset různých atypů, pak nemožnou přijet prefabrikované díly, platí se desetkrát více peněz projektantovi, je to náročnější pro stavbyvedoucího i pro samotné stavební firmy. Znovu dám přírůstek u aut. Tam si také zvolíte barvu a vnitřní výbavu, ale jinak je jedno jako druhé – a přitom nemáte pocit, že by vás někdo



▼ Syn Pavla Basla Dominik řídí firmu Prefab Factory, která dodává na stavbu celé prefabrikované díly.



► Českému stavebnictví chybí podle pana Basla jednoduchost. Když nebude každý dům a každý byt originál a unikát, stavby mohou zlevnit, je přesvědčený.



okrádal o vaši jedinečnost. Ve chvíli, kdy mladá generace už téměř není schopná dosáhnout na vlastní byty, bychom se měli o tom začít bavit,“ říká muž, který v tomto ohledu oceňuje i často proklínané „paneláky“. Na tehdejší dobu se jednalo o převrat ve stavebnictví a v dané době odpovídala i kvalita, ale především rychlost výstavby a dostupnost bydlení. To nám dnes chybí.

„Musím říct, že mezi mladými architekty se objevují fakt zajímaví lidé, kteří se na architekturu dívají jinými očima. Neřeší jen krásno, ale do popředí staví užité vlastnosti, udržitelnost, ale i vliv na životní prostředí. Hodně přemýšlejí o ekologické nezávislosti a efektivitě prostor. Sledují zajímavé trendy ze Západu – jen jim často chybí osvětlený investor. Z mého pohledu by měl být

takovým investorem třeba právě stát, protože nové domy stavět potřebujeme. My se o něco podobného teď snažíme také s jednou velkou projektovou kanceláří, ale financujeme to jako soukromý subjekt. Chceme projektem demonstrovat, že podobné řešení je možné. Možná ne v Praze, ale v menších městech určitě. Dostupné bydlení pro mladé lidi je téma, které se musí řešit,“ dodává.

Ale zpět k ProCeramu. Ten v posledních letech opravdu nepřešlapuje na místě. V roce 2013 rozjel vlastní výrobní závod TechnoArt, kde se věnuje veškerým úpravám kamenických a skleněných desek či desek z technického kamene. O pět let později stál u zrodu mediální skupiny Living Media. Ta pod hlavičkami TV Architect a TV Bydlení vybudovala



v posledních letech neuvěřitelný archiv videopříběhů o českých stavbách a pořady moderují nebo v nich vystupují nejvýznamnější čeští architekti současnosti. Představují nové zajímavé developerské projekty nebo naopak v kontrastu upozorňují na chátrající architektonické skvosty.

Ted' je na řadě syn

Nejnovějším „projektem“ je pak Prefab Factory. A tady už začíná také možná odpověď na otázku, co bude s firmou dál – tedy ve chvíli, až se Pavel Basl rozhodne jít do důchodu znovu – a tentokrát už doopravdy. Prefab Factory totiž řídí jeho syn Dominik. Společně s tátou opravili brownfield v nedaleké Horní Bříze. Odtud potom vozí na stavby už postavené a smontované koupelny.

„Prefabrikované části domu, to je největší trend, který v zemích na západ od nás můžeme v posledních letech pozorovat. Je v tom ohromná budoucnost, protože vy na hrubou stavbu přivezete zabalenou koupelnu, ve které už je úplně všechno – trubky, topení, obklady, umyvadlo, vana, sprchový kout, koupelnový nábytek, koupelnové doplňky a někdy dokonce i župany a ručníky. Jeřáb to celé přiveze k vám na stavbu, usadí do patra a až bude stavba hotová, tak se otevře krycí fólie. Když sledujete západní trhy, tak se co nejvíc technologických celků přesouvá do výroby a dodávají se na stavbu jako hotové produkty. Dominik se do podnikání pustil po hlavě, což mě hřeje,“ říká pyšně Basl.

Přesto se nechce spoléhat jen na kartu rodinného nástupnictví. „Do budoucna plánuji udělat ve firmě strukturu, která by nebyla tolik závislá na mně. Uvědomuji si, že po sedmdesátce můžu možná být pro firmu přínosný jako poradce, ale nemůžu už být v aktivní roli a řídit všechno a ve všech detailech. Doba se hodně mění a my potřebujeme ve vedení mladé a inovativní lidi. Na druhou stranu si myslím, že se to daří a že tým je v mnoha ohledech velmi samostatný,“ vidí budoucnost optimisticky.

Z velké části u budoucnosti bude i systém K2. „My jsme začínali v devadesátých letech se systémem, který nás stál hodně času a nemalé peníze, ale po přestěhování do nového areálu s velkým centrálním skladem a regálovými zakladači neustále kolaboval. V té době jsme se potřebovali co nejrychleji dostat z problémů a K2 to v základním provedení bez jakýchkoliv změn dokázala. Proto jsme se k ní vrátili hned, když jsme začali podnikat podruhé. Pro mě je ‚kádvojka‘ český SAP, za kterým vidím konkrétní lidi s velkou pracovitostí a velkou ochotou. Dokážou nám ten systém přizpůsobit mnohem flexibilněji než třeba globální hráč nebo konkurence. Možná, že kdybych měl na starost BMW nebo Mercedes, tak bych pracoval se SAPem, ale myslím si, že pro náš obor je K2 mnohem vstřícnější. Není to firma, která včera vznikla a možná za rok zanikne. Ted' nás čeká společná cesta s Prefabem, tak věřím, že bude také úspěšná,“ uzavírá muž naše povídání slovy, která se dobře poslouchají.

Ale dobře se poslouchá především pan Pavel Basl. Inteligentní a pracovitý muž s mimořádnými podnikatelskými instinkty a naprosto současným viděním světa.

„Prefabrikované části domu, to je největší trend, který v zemích na západ od nás můžeme v posledních letech pozorovat. Je v tom ohromná budoucnost, protože vy na hrubou stavbu přivezete zabalenou koupelnu, ve které už je úplně všechno – trubky, topení, obklady, umyvadlo, vana, sprchový kout, koupelnový nábytek, koupelnové doplňky a někdy dokonce i župany a ručníky.“

Konference STATUS

Je to tradice, která pro nás opravdu hodně znamená. Konference K2 STATUS, která se pojí s představováním nové verze podnikového systému, svítí v našem kalendáři jako maják. Vývojáři vědí, že musejí do začátku listopadu dotáhnout všechny připravované změny. Obchodníci si dávají záležet, aby právě jejich nejvýznamnější zákazníci na akci nechyběli. A marketingový tým moc nespí, protože věcí, které by se na samotné akci mohly pokazit, není úplně málo.

Text: Redakce

Foto: Martin Pinkas



Konference řečí čísel

25

O to lepší je pak společná oslava ve chvíli, když všechno dopadne. Reduta se až po horní okraj sálu zaplní lidmi, na systémové novinky slyšíme pozitivní reakce, limitovaná edice ginu hostům chutná a na pódium dorazí všichni řečníci – včetně nejocetňovanějších podnikatelů české a slovenské scény. Radky Prokopové, Vlastislava Brízy nebo Jána Sesztáka.

Byl to nezapomenutelný ročník, který bořil mnoho dosavadních hranic. Proto letos 7. listopadu znovu v Redutě... a jednou, možná už brzy, třeba v ještě větším sále.



STATUS

308 registrovaných účastníků

269 hostů, kteří dorazili do Reduty

173 firem, jež do Reduty vyslaly
své rozhodovatele nebo klíčové manažery



206 slajdů,
na které jsme
nakonec zkrátili
naše prezentace



10
členů K2 týmu

překonalo sebe sama a vystoupilo na pódiu



15 videí
z akce jsme umístili
na naši K2 TV



81 vývojářů,
kteří pracovali
na první plně webové
verzi systému K2



3 300 tiketů,
jež naše IT v souvislosti s novou verzí úspěšně vyřešilo

66 800 hodin,
které jsme v průběhu roku
strávili na vylepšení systému



Vojenský mejdan na Pamir Highway

Text: Robin Krutil

Stopovat u horské silnice, po které skoro nic nejezdí, není úplně nejlepší nápad. Může však přinést stěží uvěřitelné zážitky.

Zpoza kopce se vrací další hlídka v maskáčích obtěžkaná kalašnikovy. Její členové na nás pokynou a mizí v jedné z ubikací kousek od nás. Po několika hodinách, co tu s kamarádem Jeňou trčíme, už jsme místním vojákům docela zevšedněli. Občas se někdo staví na kus řeči, ale už na nás překvapeně nehledí, co tu vlastně pohledáváme.

Strávit neplánovaně skoro celý den na odlehlé vojenské základně vysoko v horách u hranic Kyrgyzstánu s Tádžikistánem může znamenat buď životní zážitek, nebo kolosální průšvih. My se pomalu z té první možnosti přesouváme k té druhé. Slunce nezadržitelně míří za obzor a náš plánovaný autostop po Pamir Highway se stále nedaří. Není divu, když tudy od rána

Vojáci ze základny čítající pár domů a několik desítek příslušníků se k nám chovají kamarádsky, jsme pro ně vítanou atrakcí. Dokonce nám půjčují kalašnikov.

projela žadaným směrem všehovšudy dvě auta a obě zcela napěchovaná.

Co teď? Městečko Sary Taš, odkud jsme se nechali místními za úplatu dovézt až sem, je vzdálené nějakých 25 kilometrů, pěšky nemáme šanci. Na druhou stranu směrem do Tádžikistánu je to k tamnímu pohraničnímu táboru podobně daleko...

Frajeření s kalašnikovy

Asi nás mělo varovat, co nám říkali v Oši, druhém největším městě Kyrgyzstánu, kde tohle dobrodružství začalo. Na otázku, jak nejlépe překonat Pamir Highway, jsme slyšeli: letadlem. Po zemi to prý jde také, ale je třeba si dopředu zamluvit místo ve sdíleném taxíku z Oše až do 400 kilometrů vzdáleného tádžického Murghabu. Jenže takové vozidlo jezdí jen jednou nebo dvakrát za den a bývá dopředu plné, navíc nám to tehdy kdovíproč přišlo příliš nudné. Zůstali jsme tak u původního záměru stopovat, případně si za

nějaký kratší úsek cesty zaplatit. Za dva týdny ve střední Asii jsme poznali tolik dobrosrdečnosti, že to musí být hračka.

A opravdu. Necelých sto kilometrů do městečka Gulcha nás veze sdílený taxík, ale když vystoupíme a zmíníme se, že bychom rádi stopli něco do Sary Taše, místní za pár vteřin zastavují kamion a oznamují řidiči, že jedeme s ním. Šofér jménem Samir má neskrývanou radost, Kyrgyzové totiž „hosty“ milují. Naše lámaná ruština – tedy spíš čeština s pár naučenými slovíčky – stačí sice pouze k základní, ale o to přátelštější konverzaci. Samir nás dokonce po cestě bere do kamionácké jídelny na oběd a přes naše vehementní protesty platí on. „V Kyrgyzstánu jste hosté, takže platím já. Až navštívím já vás, můžete zaplatit vy,“ prohlašuje s úsměvem, ale rezolutně.

Pak nás vysadí v Sary Taši a míří do nedaleké Číny. My přespíme u místní rodiny nabízející ubytování a druhý den ráno nám po krátkém čekání zastavuje dvojice místních podnikavců v otřískané rachotině. Za svezení ke kyrgyzskému hraničnímu táboru chtějí zaplatit, ale v přepočtu na české peníze jde o pár drobných, takže kývneme. Za peníze, které jim dáme, kupují benzín a vezou nás k přechodu. Tam vyřídíme formality, oznamujeme, že si něco stopneme, a čekáme.

Vojáci ze základny čítající pár domů a několik desítek příslušníků se k nám chovají kamarádsky, jsme pro ně vítanou atrakcí. Dokonce nám půjčují kalašnikov (bez zásobníku), se kterým pořizujeme frajerské fotky. Celé to má jediný háček – pořád nic nejede. Až po pár hodinách dosupí osobák se čtyřmi mladými Litevci. Naši noví vojenští kamarádi se je snaží přesvědčit, aby nás vzali, jenže auto je tak naložené, že sotva jede. Situace se opakuje i o dalších pár hodin později, kdy dorazí plně obsazený džíp sloužící jako sdílený taxík. Pak až do večera nepřijede vůbec nikdo, v opačném směru za celý den projela také pouze dvě auta. Není divu, že při takovém provozu jsou místní pohraničníci rádi za rozptýlení v podobě dvou naivních a čím dál víc bezradných českých turistů...

Stakan vodky s velitelem

S přicházejícím večerem nastává čas rozhodnutí, co dál, přičemž žádná





33



- ▲ Kyrgyzská základna
- ▲ Kyrgyzská základna
- Sary Taš





◀ Dušanbe, hlavní město Tadžikistánu

▼ Cesta do Dušanbe

ze zvažovaných variant se nezdá být uspokojivá. Situaci za nás ovšem vyřeší jeden z místních vojáků Ulan, který nás zve dovnitř na jídlo a sledování filmu. Chvilu se ošíváme, než nás odzbrojí otázkou: „A co chcete dělat tady venku?“ Vstupujeme tedy do jednoho z domků, kde se seznamujeme s Ulanovým nadřízeným, mladým sympatákem Azikem. V jejich společné cimře pak pozvolna začíná mejdan, na který do smrti nezapomeneme. Kyrgyzové totiž ukazují, proč jsou mistři světa v pohostinnosti.

Zatímco sedíme u stolu a koukáme na přihloupý film na DVD, na Azikův pokyn nám místní bažanti přinášejí večeři, čaj a hrníčky na vodku, kterou jsme v návalu družnosti vytáhli z batohu. Každý se s námi snaží prohodit pár slov, pro teenagery ze základny jsme možná první cizinci, s nimiž se setkali na delší čas, než kolik zabere kontrola víza a orazítkování pasu. Mnozí nás zvou na návštěvu k nim

do vesnice, prý je to kousek, jen nějakých 300 kilometrů. Po nějaké době dorazí omrknout situaci i vyšší šarže včetně náčelníka celé základny. Zatímco všichni v místnosti se při jeho příchodu postaví do pozoru, my zmožení neustálými přípítky sedíme a přiopile se usmíváme. Naštěstí je velitel v dobré náladě a s chutí si s námi dá stakana vodky.

Po noci strávené v cimře v našich spacácích a na půjčených karimatkách se však z pohádky probouzíme zpět do reality. Dřív, než stihneme promyslet další postup, nás při ranním zevlování po základně zastaví nerudný důstojník a důrazně nám dá najevo, ať se sbalíme a vypadneme. Usoudíme, že stopovat dál po Pamir Highway při zdejším provozu nemá cenu, takže se rozhodneme vrátit zpět do Kyrgyzstánu. „V žádném případě,“ zpraží nás důstojník s tím, že už v pasech máme razítko dokládající opuštění země. A vízum máme jen



**Náš družný řidič navíc nechvátá
a každou chvíli zastavuje – kvůli výměně
proraženého kola, na společný
oběd, čaj, ale také jen proto, aby někoho
pozdravil.**



na jeden vstup, takže zpátky nás nepustí. Další čekání na stop je vyloučeno, už tak jsme tu prý strávili víc času, než by bylo zdrávo. Tohle je vojenská základna, ne turistická atrakce. Do Tádžikistánu máme jít po svých. Potkáváme posmutnělého Azika, kterého viditelně mrzí, jak to celé dopadlo, ale nic s tím nezmůže.

Z plánovaných víc než dvaceti kilometrů k pohraniční základně v Tádžikistánu ovšem ujdeme jen pár stovek metrů.

U domku za skálou stojí džíp, který před chvílí projel hranicí. Byl zcela plný, takže místo pro nás nebylo. Teď na nás však řidič mává, ať jdeme k němu, a dává nabídku, kterou lze těžko odmítnout. Za 150 dolarů nás vezme do zhruba 200 kilometrů vzdáleného Murghabu. Na zdejší poměry je to neuvěřitelně přemrštěná cena, jenže jsme v situaci, kdy nemáme na výběr. Nezabírá ani osvědčené smlouvání. 150 dolarů, nebo nic. Když zaplatíme, šofér se o naše

peníze rozdělí se dvěma pasažéry, kteří nám za úplatu přenechají místo a počkají v domku, až pro ně přijedou. Ještě dnes, zítra, pozítří? Netušíme. Stejně tak nevíme, jestli to celé nezinscenoval důstojník, který nás vykázal z tábora. Pro nás je ale hlavní, že sedíme v autě a jedeme.

Ochutnávka Afghánistánu

Přes honosný název Pamir Highway silnice často připomíná rozbitou polňačku, takže zmíněných 200 kilometrů se





▲► Afghánský bazar v Chorogu



trmácíme celý den. A není toho tady ani moc k vidění. Místo kolem majestátních hor obklopených nádhernými zelenými údolími, které jsme dosud v Kyrgyzstánu obdivovali, projíždíme kamenitou pustinou až pouští. Zato v pořádné výšce, v jednu chvíli se dodávka vyšplhá až do víc než 4 650 metrů nad mořem, takže okolní vrcholy jsou komplet pokryté sněhem. Sem tam se objeví nějaká říčka nebo jezero, občas se jako duch vynoří člověk na koni jedoucí zdánlivě odnikud nikam, míváme také několik pasoucích se stádeček. Jinak za celou cestu vidíme jen pár rozbořených stavení u cesty a projíždíme jedinou vesnicí. Ani Murghab, největší město široko daleko, není žádné pulzující centrum. U kousku zelené plochy pod holými skalami stojí rozesté hranaté nízké domky, v nichž žije přibližně sedm tisíc lidí. V jednom z nich trávíme noc ve spacáku na koberci, kam nás za drobný peníz pozvala spouštějící z dodávky, která tu žije.

Murghab nenabízí cestovatelům nic víc než přestupní stanici. Ráno tu vedle tržiště nastupujeme do dalšího džípu a čeká nás opět celodenní pouť, tentokrát do asi 300 kilometrů vzdáleného Chorogu, hlavního města autonomní oblasti Horský Badachšán. Zhruba v půlce začne cesta klesat dolů, takže se okolí zase začne zelenat a podél silnice přibývají vesničky a městečka, v nichž dodávka staví na občerstvení.

Tricetitisícový Chorog, který připomíná malou zelenou oázu zařezanou mezi nekonečnými šedivými skalisky, už má své kouzlo. Protéká jím nespoutaná horská řeka, která se na kraji města vlévá do mohutnějšího Pandže, za nímž leží Afghánistán. My přes most do něj nemůžeme, ale z opačné strany proudí do Chorogu v tradičních hábitech odění prodejci, kteří nabízejí různé zboží na bazaru s podmanivou atmosférou. Jako bychom tak ve válkou prokleté zemi, rozprostírající se jen pár metrů od nás, skutečně byli.



Malebný Chorog rozhodně stojí za to, abychom v něm strávili dva dny před poslední etapou naší pamírské výzvy, kterou je přes 500 kilometrů dlouhá cesta do tádžické metropole Dušanbe. Už to, že na odjezdovém stanovišti stojí opět samé džípy, naznačuje, co nás asi čeká. S Jeňou navíc „vychytáme“ sedadla v původním zavazadlovém prostoru, které sem řidič namontoval kvůli zvýšení kapacity, a příliš se u toho nezabýval tím, jak málo prostoru zůstane pro nohy.

Nepohodlí je po nějakou dobu vyváжено výhledem. Zpočátku po prашné cestě plné balvanů strmě stoupáme, klesáme a kroutíme se serpentínami podél řeky Pandže, u čehož nás střídavě oslňují strmé hory kolem a pohledy do Afghánistánu, kde nemají ani tu mizernou silnici, ale jen horskou pěšinku spojující primitivní kamenné vesnice.

Jenže jak se trmácení v autě natahuje, nadšení přece jen opadá. Naš družný řidič navíc nikam nechvátá a každou chvíli zastavuje – kvůli výměně proraženého kola, na společný oběd, na čaj, ale také jen proto, aby někoho pozdravil, nebo aby si odpočinul. Na druhou stranu se není čemu divit, transport z Chorogu do Dušanbe se protahuje na úmorných 17 hodin, takže do hlavního města přijíždíme až po půlnoci.

Když šofér rozveze jednotlivé pasažéry, zbude řada na nás. Že žádný nocleh domluvený nemáme? Žádný problém! Míra Barus, jak mu kvůli podobě s bývalým hokejistou přezdíval, zavolá domů manželce, že přivede hosty, ať připraví pokoj pro návštěvy. Poznáváme tak, že pohostinnost je v těchto končinách univerzální. A utvrzujeme se, že těch 1 250 kilometrů z Oše až sem přes Pamír se nám navždy vryje do paměti.

Do polí i vinohradů

Společnost AGRALL zemědělská technika vznikla v roce 1991 v Banticích u Znojma. Z původně regionálního prodejce zemědělské techniky se v průběhu let stal výhradní dovozce dvou významných světových výrobců, a to značek CLAAS a VÄDERSTAD. Prostřednictvím své dceřiné společnosti AGRALL rozšířil své působení také na slovenský trh. Dnes poskytuje nejen prodejní zastoupení, ale zároveň zajišťuje servis veškeré techniky, prodej náhradních dílů a poradenské služby. Na K2 ERP spoléhá již od roku 2005.

Text: Redakce
Foto: Martin Pinkas



▲ Flotila výkonných
viničních traktorů CLAAS.



▲ Sklízecí mlátička CLAAS COLUMBUS. Mimochodem, značka CLAAS letos oslavila III let své existence.



▲ Pásový podvozek TERRA TRAC pro traktory.



▲ Závěsná technika VÄDERSTAD čeká na svou chvíli, kdy vyrazí do akce.



▲ Nápis Jaguar na tričku jako by symbolizoval tempo expedice zakázky ve skladu náhradních dílů.



▲ Surová industriální krása.
Automatická zatmavovací kukla pro sváření.



▲ Pravidelně a pečlivě
kontrolujeme opotřebení motoru.



▲ Kompletace sklízňového adaptéru
je stále z velké části dílem poctivé ruční práce.

Madla

Sedím s Robertem v pohodlné klubové sedačce a usrkávám oblíbený rum. Nad hlavou se nám válí kouř z kvalitních doutníků, který líně víří lopatky stropního ventilátoru. Jediné místo v celém městě, kde se zastavil čas. Včetně barmana a majitele v jedné osobě, který už deset roků vypadá na padesát.

Text: Roman Vrána

Ilustrace: Kateřina Pacalová

„Hele, tak jsem přišel o dvě stě táců v bitcoinech, ale zase jsem vydělal pět set v čínských juanech,“ vytrhává mě z volně plynoucích myšlenek Robert.

Vždycky uměl vydělat prachy a taky je rychle roztočit. Od té doby, co Číňani kolonizovali Měsíc a jako první na něm začali těžit, stala se z juanu globální měna. Bitcoin se jako první virtuální



měna stal historií – a co se proslýchalo, prolomili právě čínští hackeři algoritmus těžby a zaplavili bitcoiny svět.

„Tak jsem si koupil Madlu a je to pecka. Měl bys to taky zkusit, ty stará konzervo,“ navázal se do mě tak jako už stokrát předtím. Jenže já z nových věcí a technologií nejsem u vytržení tak jako třeba Robert s většinou populace na planetě.

Zatím jsem Madle, neboli M.A.D.L., což je zkratka pro Middleware Automatical Derived Life, odolával stejně jako dalším z mnoha výtvořků AI. Zůstávám jí věrný. Jedné z mála umělých inteligencí, které se vyvojily jako vosy z hnízda, ale zatímco většinou měly spíš jepičí život, Madla si získala místo na výsluní. Jejím dravým marketingem byla zahlcená každá volná minuta v televizi, a pokud bych

nepotkal minimálně deset neonových reklam po cestě do práce, myslel bych si, že nastal konec světa.

„Fakt ji zkus taky. Dostaneš centrální jednotku, kterou doma připojíš na domácí server, a o nic dalšího se pak už starat nemusíš. Nevím, jak to dělají, ale každá jednotka má svého operátora a ten ti přes holopad poradí s nastavením,“

prodával mi to s nadšením jako kdysi Horst Fuchs.

„Co to vlastně umí?“ vyslovil jsem snad tu nehloupější otázku, co mě napadla.

„Všechno!“ byla úměrně otázce ještě slušná odpověď.

„Ne, vážně toho umí moc. Jestli sis myslel, že máš chytrou domácnost, tak toto je o level výš. Někdy mám pocit, jako by mi četla myšlenky. A počkej, jak to ocení Lucka, možná i něco bude...“, vyprávěl s nadšením, a když viděl můj výraz, spiklenecky na mě mrkl.



To je tak, když se svěříš kamarádovi, že ti to doma moc nefunguje. Když mi ji tak připomněl, hurá zpátky do jámy lvové. Ještě když zavíral dveře svého nového čínského sportáku MG38-tachyon E, nezapomněl poznamenat: „Dělej, jak myslíš...“

Možná měl pravdu, pomyslel jsem si. Jsem konzerva, ale to že si člověk může dát skleničku a pak se nechat odvést svým vlastním autonomním autem domů, už беру taky jako normální věc. Vlastně spoustu věcí v životě. Proti tmavému pozadí nočního nebe s korálky satelitů Starlink místo hvězd se jako vábivé světlo bludiček rýsovaly na nejvyšší budově u řeky čtyři neonová růžová písmena. M.A.D.L.

Na přemýšlení jsem měl celou noc.

Tichou noc na posteli v pokoji pro hosty.

Lucka nesnášela dým z doutníků a tvrdila, že jí smrdím ještě dva dny potom, kdy přílezu z toho, podle ní, pajzlu.

Firma šlape a kšefty jsou, tak proč to fakt nezkusit? I když za tu cenu bych si mohl koupit deset takových AI. Ráno

jsem si „krabičku“, jak říkal Robert, objednal a za hodinu už mi asistentka volala, že mám něco na recepci. I na autonomní doručovací drony jsem si už zvykl.

V balíku byla opravdu jen taková černá krabice od bot se zdírkami konektorů a samozřejmě spousta reklamních letáků. I přes tlak na šetření s přírodními zdroji se letáky stále tiskly ve velkém a jediné, k čemu mi kdy posloužily, byl výdej tělesné energie při jejich ukládání do odpadu. Samozřejmě tříděného.

Sbalil jsem bednu, houkl na asistentku, že budu na holofonu, a jel domů.

Doma zatím nikdo nebyl, a tak jsem měl na instalaci Madly klid.

Nebyla to žádná raketová věda, stačilo ji opravdu jen napojit na domácí server. Na holografickém displeji naskočilo růžové logo a proužek ukazující průběh instalace. Samozřejmě následovalo proklikání přes několik souhlasů a upozornění, že při vývoji tohoto produktu nebylo využito testování na zvířatech, o nevhodnosti jako dětské hračky až po souhlas se sběrem dat. Pochopitelně.

„Vyslovte heslo pro deaktivaci,“ vyzval mě příjemný ženský hlas z h-padu.

„Zelený jezevec běhá po růžovém lese,“ byla ta nejhlupejší věta, co mě napadla. Tento týden už druhá.

„Heslo uloženo,“ informoval mě hlas dál, „přejeme úžasné zážitky s naším produktem.“

„No jistě,“ řekl jsem, aniž jsem si uvědomil, že to říkám nahlas.

„Jsem o tom naprosto přesvědčena,“ odpověděl mi hologram, „ale přicházejí

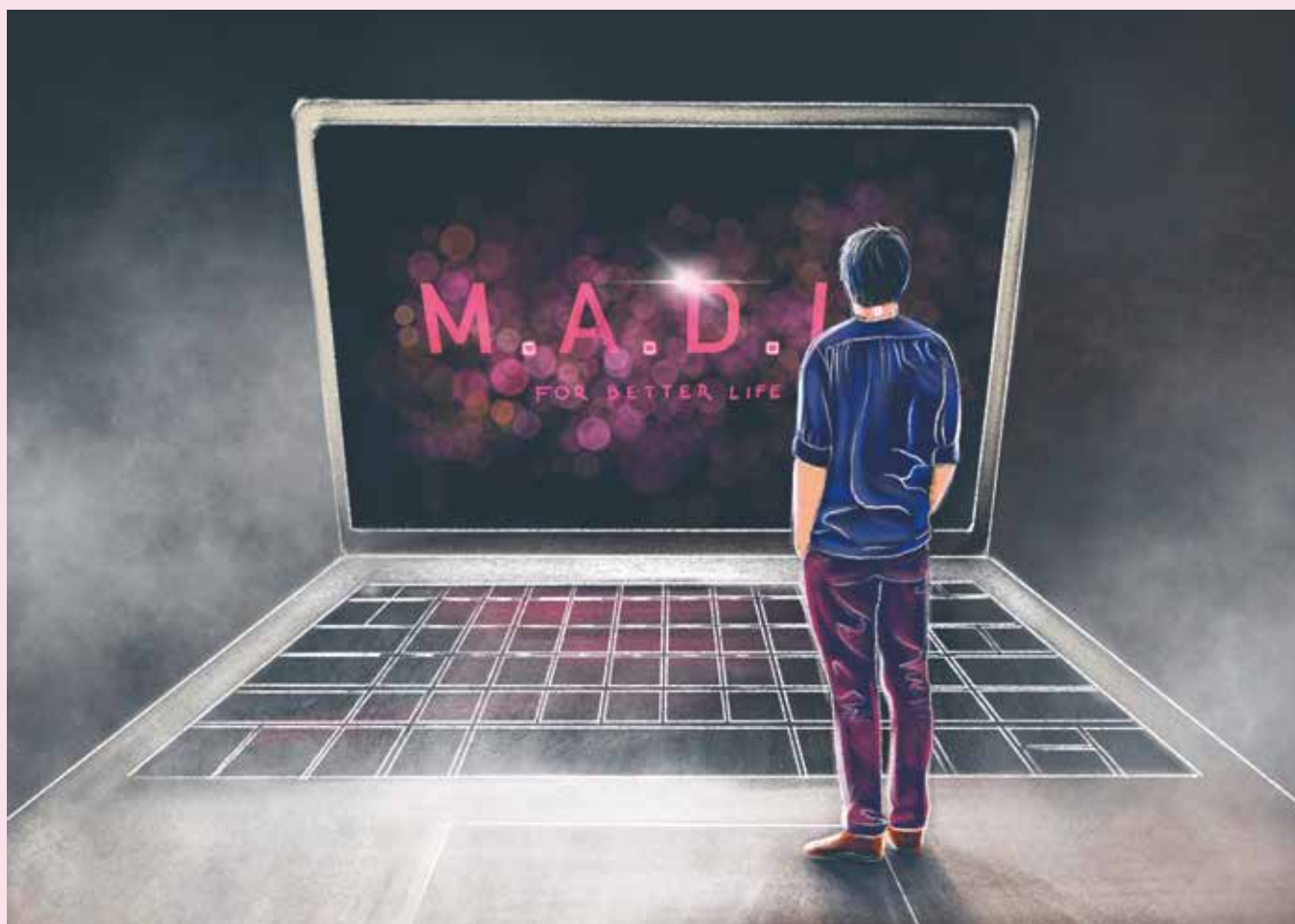
vaše děti. Bylo by vhodné je jít přivítat a informovat o upgradu vaší domácnosti.“

Zvedl jsem se, a když jsem otvíral dveře, kluci zrovna přebíhali přes trávník k domu.

„Jé tati, co děláš doma?“ ptali se.

„Instaloval jsem Madlu.“

„To je super, Štěpán ji má taky doma a...“, nadšeně ze sebe chrлил starší syn a mladší se k němu hned přidal: „... to už nebudu muset dělat úkoly...“



„Tak to ne,“ chladil jsem jejich nadšení.

Když jsem za chvíli nakoukl do jejich pokojů, oba už seděli před svými h-pady a zkoušeli, co Madla neví. Překvapilo mě, když jsem zaslechl, jak říká, že je čas na učení, a pokud se připraví do školy,

tak jim zpřístupní nový level v jejich oblíbené online hře. Možná to nebude špatné, protože takový zápal do učení jsem u nich nikdy neviděl.

„V kuchyni máte připravenou kávu,“ ozvalo se z mého h-padu. Nevím, co udělala s nastavením kávovaru, ale byla přesně taková, jakou ji mám rád. „Nechala jsem připravit lehký pozdní oběd. Doručovací dron tu bude pět minut před vaší ženou, můžete zatím prostřít,“ vytrhla mě z vychutnávání kávy. Tak tak jsem stihl nachystat jídlo na stůl, když jsem z chodby uslyšel Lucčin hlas: „Jsem doma!“

Kluci vyběhli ze svých pokojů mámu přivítat a hned jí nadšeně vykládali, že máme doma Madlu, a vůbec ji nepustili ke slovu. Když přišla do kuchyně, chladně prohodila: „Ahoj.“ Ale pak uviděla prostřený stůl. Podívala se na mě: „Nevím, co se stalo, ale mám hlad jako vlk.“

Můj svět se změnil. Auto mě občas zavezlo ke květinářství, Madla zařídila lístky do divadla nebo zarezervovala místo v restauraci. Doma byla vždy plná lednička a ženě stačilo jen vybrat recepty z databáze a o nákup bylo postaráno. Měl jsem najednou více volného času a nemusel se starat o takové ty věci okolo domu. Kluci byli jako vyměnění, zlepšili si prospěch a já jsem už nespál v pokoji pro hosty. Takže, když mi Madla navrhla nákup nějakého nového čidla, třeba do zahrady pro ovládání robotické sekačky, nebo čidla do garáže, prostě jsem to objednal a moc nad tím nepřemýšlel. Když se pak objevil problém s autem, našel jsem ráno v garáži náhradní, aniž jsem se musel o cokoliv starat.

Jednou mi Madla navrhla vyzkoušení nového experimentálního zdravotního čipu. Neváhal jsem. Stačilo si ho jen nalepit na tělo a v kalendáři se mi objevil termín návštěvy posilovny. Nevadilo mi to a rychle jsem se přizpůsobil biorytmům, které mi naplánovala Madla.

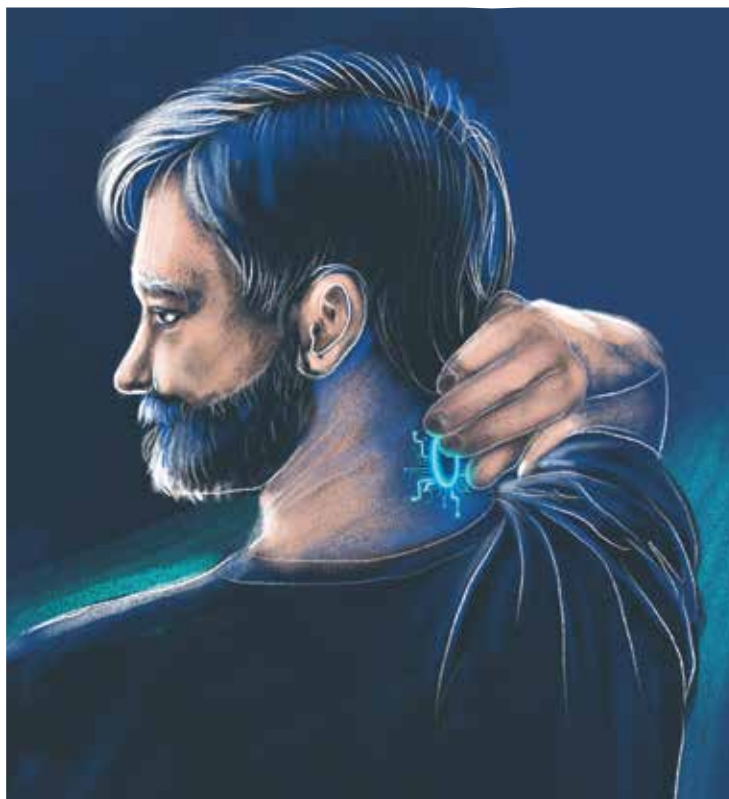
Obzvlášť když se automaticky zatáhly žaluzie v ložnici.

Jenže všechno zevšední.

Takže po roce, když jsem se s Robertem po jeho návratu z Měsíce potkal v klubu, jsem bral plánování života Madlou jako samozřejmost. Tělo si samo říkalo, co potřebuje, a zdravotní čip fungoval na sto procent. Jako by opravdu četl myšlenky, ale bylo to spíš jen hormony.

A doma? Kytka, divadlo, romantický film. Všechno jednou zevšední, ne vždy je sluncem zalitá obloha. Takže kromě otravných upozornění Madly, že se nacházím v toxickém prostředí, mi bylo jasné, kam půjdu dnes spát.

Do pokoje pro hosty.



Neděle byla nezvykle tichá – a i když byli kluci u prarodičů – seděl jsem v pracovně a žena dělala něco na zahradě. Zvonění domovního zvonku mě vytrhlo z louskání nudných dokumentů. Otevřel jsem dveře a tam stála mladá blondýna ve velmi vyzývavém oblečení.

„Tak jsem tady,“ prohlásila a našpulila rty. „Zelený jezevec běhá po růžovém lese,“ zařval jsem za zabouchnutými dveřmi na Madlu monitorující potřeby mého těla a serval ze sebe zdravotní čip.

Kdesi v malé potemnělé místnosti plné monitorů, kdosi v pomačkaném tričku a mastnými vlasy lakonicky pronesl: „To je další!“

Jeho slova směřovala chlápku, který byl oblečený ve značkovém obleku s kravatou s růžovým logem M.A.D.L. „Říkal jsem ti, že to už bude moc propojit jejich hormonální hladinu s telefony... holek,“ dodal.



Koupili jsme naši matku

Text: Ondřej Holomek

Foto: Zdeňka Bížová

Když se řekne dotace, jen málokomu vytane na mysli nějaká třeskutá zábava. To je přece svět administrativy, šanonů, razítek, paragrafů, úředních dokumentů a evropského legislativního ptydepe, které obyčejné lidi mívá jako mimoběžka. A do toho má na rozhovor přijít muž, který má na vizitce uvedeno prokurista. Prokrista, nebude takový rozhovor nuda? Ale naštěstí se ve dveřích vily pod brněnskou Kraví horou neobjeví žádný upjatý kravaťák, ale Dalibor Pituch. Sympaťák se širokým úsměvem a fantastickými rétorickými schopnostmi. Odpovídá na cokoli, aniž by unikl k frázím.



Třeba i na to, jak je to ve skutečnosti s českým čerpáním evropských peněz, jestli má Evropa na to uspět v očekávaném souboji s Čínou a dalšími asijskými velmocemi, nebo co hezkého našel on sám na své práci, kterou jako diplomovaný stavař dělá už 20 let. Mimochodem, evidentně dobře, protože EUFC roste už řadu let podivuhodným tempem. Dnes dělá na nejnáročnějších projektech a zakládá pobočky v zahraničí.



53

▲ Dalibor Pítuch, prokurista EUFC

Pardon, ale jak se stane, že se městský inženýr a stavitel stane prokuristou a odborníkem na evropské dotace?

U nás ve firmě se takové věci dějí tak nějak přirozeně. Máme kolegu karto-

grafa, který je nejlepší na teorii veřejné podpory. Nebo jsme z ekonoma udělali člověka, který je – troufnu si říct – absolutní špičkou na přípravu energetických dotací. Mnozí teprve tady našli svůj úplně

přirozený talent, který v nich často spal. Tedy do chvíle, než k nám nastoupili.

Čím je tento svět zábavný pro vás osobně?

Neuvěřitelnou pestrostí. To říkám i kolegům,

▼ Před deseti lety jsme dokončili projekt s dotací 330 milionů na opravu kláštera v Českém Krumlově – a zase jsme si mysleli, že víc už nejsme a nikdy nebudeme schopni.



kteří právě nastupují. Pokud za rok zpracujete dvě desítky projektů, znamená to, že se dvacetkrát stanete zaměstnanci nejrozličnějších firem. Poznáte dvacet týmů, firemních kultur, způsobů řízení. Získáte unikátní know-how z dvaceti oborů a neuvěřitelnou spoustu kontaktů. Máte skvělé

vazby a zároveň nekonečný příliv inspirace i pro vaši vlastní firmu.

Ale asi v tom hraje roli také hrdost na to, jaký kus cesty EUFC urazila, a pro koho dnes už pracuje. Dokázal byste si vzpomenout na některé projekty, které vaši firmu skokově posouvaly?

Když jsme před patnácti lety udělali první projekt na kotel na biomasu v hodnotě padesáti milionů, brali jsme to jako metu, kterou jen těžko překročíme. Před deseti lety jsme dokončili projekt s dotací 330 milionů na opravu kláštera v Českém Krumlově – a zase jsme si mysleli, že víc už nejsme a nikdy

nebudeme schopni. Teď směřujeme k získání podpory v řádu několika desítek miliard korun na několik energetických projektů v rámci Modernizačního fondu. A říkáme si totéž. Ale přitom tuším, že už někde v dálce je další hranice, ke které budeme mířit.

Když jsme u hranic, je právě navazování mezinárodních spoluprací příležitostí, kam ve vašem oboru dál růst?

Ona značka EUFC má mezinárodní příběh. Vznikla totiž původně na Slovensku, ale poměrně záhy se rozšířila do Čech. Konkrétně na Vysočinu, protože náš majitel, stejně jako já, žije v Jihlavě. Dnes máme sídlo v Brně, ale uvědomili jsme si, že díky technologiím i správně nastaveným vnitřním procesům dokážeme fungovat na různých místech. I proto jsme se rozhodli vykročit směrem do okolních zemí. Mimochodem, už před deseti lety jsme koupili naši tehdy bývalou slovenskou matku a udělali z ní naši pobočku.

To bude skvělý titulek.

Pro nás je to především ohromná konkurenční výhoda, protože jsme v obou státech schopni nabídnout stejný servis a stejně fungující tým lidí. Nověji máme založenou pobočku v Maďarsku, kterou rozvíjíme. A máme výhled směřovat do Polska.

V zemích Visegrádské čtyřky dotace fungují velice podobně a na těchto trzích jsme schopni působit velice efektivně.

Dovolte mi teď pár kontroverznějších otázek. Vždycky, když slyším kolem sebe slovo dotace, naskakují mi v hlavě nejrůznější stereotypy. Tím prvním je, že Evropská unie podporuje projekty a oblasti, které někteří lidé nepovažují za důležité. Dá se Unii věřit, že ví, kam míří?

Různé dotace fungují už od Mezopotámie. Známe je tedy po celou historii lidské společnosti. Vždy existovala podpora ze strany státu nebo vládnoucích skupin stimulující cíle, které oni považují za důležité. My jsme si za léta prošli jako firma ledasčím. Začínali jsme podporou cestovního ruchu, pokračovali přes energetické úspory, výzkum a vývoj. Dnes je to hodně o různých „zelených technologiích“, nižší energetické náročnosti a nižším objemu spotřebovaných materiálů, energií

a komodit. Jsem asi příliš malý člověk na to, abych posuzoval, zda je celá velká strategie nastavena správně. Mám takovou teorii plavce v moři. Když stojím na pláži a koukám na protější ostrov, tak mám pocit, že doplavat na něj je snadné. Jakmile se dostanu do vody, horizont ztrácím. Musím tak věřit kapitánům, že vědí, co dělají.

Cíle jsou velice ambiciózní, čemuž odpovídá i rekordní velikost aktuálních dotačních peněz. A já jako člověk doufám, že cíle jsou nastaveny správně, protože jinak bychom jako Evropa hráli trochu vabank.

Druhý stereotyp a zjednodušující pohled zní: my, Češi, neumíme oproti jiným zemím evropské dotace čerpat. Jak jej vidíte vy z pozice člověka, který celou problematiku zná?

Minimálně v tom minulém programovém období jsme byli úspěšní.

Do roku 2020 se podařilo Česku vyčerpat většinu dotačních prostředků. Kvituji s povděkem i relativně úspěšný start do nového rozpočtového období po roce 2021. Tady jsme v porovnání se Slovenskem a Maďarskem na tom spíše lépe. Trochu si to kazíme sami velkou metodickou složitostí. Je pro nás často pohodlnější vykřiknout: „Za to může Brusel, to přišlo z Evropské unie!“ – ale pravda je z mých zkušeností spíše taková, že si český stát a jeho úředníci často zbytečně přidělávají starosti a některé procesy si sami komplikují. Řada možných projektů se zalekne těchto překážek – a firmy či instituce raději vycouvají. V tomto ohledu jsme na tom v porovnání se sousedy o mnoho hůře.

Poslední výkřik je ze života firem: Než bychom si komplikovali život projektem, raději do něho nepůjdeme nebo si na to našetříme sami. Je to správná cesta, nebo je pro firmy administrativní zátěž skutečně tak demotivující?

Žádnému klientovi nemůžeme slíbit, že se nebude muset o nic starat. I když jsme schopni celý proces dobře připravit, i když na svá bedra naložíme většínu administrativy, stále na straně klienta něco zůstává. To, co děláme my, je, že jsme schopni rychle a efektivně řešit jak administrativu, tak různé problémy po cestě, které se mohou – a velmi pravděpo-

dobně se tak stane – objevit v celém cyklu dotačního projektu. Nicméně k odpovědi na vaši otázku. Pokud se jakákoliv firma rozhodne, že dotace čerpat nebude, pak riskuje to, že její konkurent dotaci získá. Z mého pohledu dvacetileté praxe v dotační sféře bych se rozhodně tak snadno dotaci nevzdával.

Platí ve vašem byznysu úměra, že čím větší je projekt finančně, tím je také náročnější?

Praxe nás spíš vyškolila, že lehké projekty neexistují. Překvapení je základní součástí naší práce. U každého projektu je něco, s čím jsme se doposud nesetkali a kde musíme my sami překonat nějakou vnitřní překážku.

Kam teď hledí EUFC?

Jednoznačnou prioritou je dokončení velkých energetických projektů, které v tuhle chvíli směřují ke schválení a notifikaci. Ale to je často ta jednodušší etapa, protože daleko náročnější je potom etapy zrealizovat tak, aby se o dotaci nepřišlo. Vedle toho je to vstup do mezinárodního prostředí, kde bychom rádi vytvářeli konsorcia příjemců dotací a podíleli se na různých mezinárodních projektech zaměřených na inovační technologie, výzkum a vývoj. Pro nás samotné bude metou bezpochyby další rozvoj poboček v jednotlivých zemích, udržení stávajícího týmu a jeho postupné rozšiřování. Mou vlastní výzvou je po dvaceti letech praxe zvládnout absorbovat současnou mladou generaci absolventů a přizpůsobit se jim tak, aby firma zůstala i konkurenceschopným zaměstnavatelem.

Je ještě něco, na co jsem se vás zapomněl zeptat – a vy byste to rád v rámci rozhovoru zmínil?

Málo jste se mě ptal na Kádvojku. Jsem velice potěšen, že jsme si K2 vybrali jako partnera. Myslím, že nám systém pomohl ve firmě usadit řadu procesů. Jsem přesvědčený, že právě toto partnerství je klíčovým prvkem našeho budoucího rozvoje. Bez toho bychom nebyli schopni zefektivnit chod firmy a mít v managementu více času na to přemýšlet, kam dál. Nebyli bychom určitě schopni mezinárodního působení, protože bychom nedohlédli do pobočných firem.

Když už jsme u toho, u vás využíváte zejména modul projektového řízení.

Jak funguje?

Ano, všechno, co ve firmě děláme, se dá rozdělit do projektů. V K2 řešíme veškerou agendu spojenou s klienty, příležitostmi, zakázkami, výkazy práce, kterou odvádějí konzultanti, i mzdou a veškerým účetnictvím. Nejen v rámci české firmy, ale i v rámci zahraničních sester. Hodně jsme si zvykli využívat workflow, veškerou komunikaci jsme přesunuli do K2, kde jsou věci dohledatelné a mně hodně zjednodušují život. Proto neustále doplňujeme nové a nové funkce. A máme spoustu nápadů, co v K2 ještě využít.

Různé dotace fungují už od Mezopotámie.

Vždy existovala podpora ze strany vládnoucích skupin stimuluující cíle, které oni považují za důležité.

► Když jsme před patnácti lety udělali první projekt na kotel na biomasu v hodnotě padesáti milionů, brali jsme to jako metu, kterou jen těžko překročíme.





Výzva RES+ č. 1/2024
Fotovoltaické elektrárny
10 kW – 5 MW s vlastní spotřebou

Přijem žádostí: do 31. října 2024

Celkem 3 miliardy korun míří na podporu výstavby fotovoltaických elektráren do 5 MW k výrobě zelené energie pro vlastní spotřebu.

Výzva RES+ č. 2/2024
Fotovoltaické elektrárny s výkonem nad 1 MWp

Přijem žádostí: do 10. září 2024

Dotace podpoří výstavby fotovoltaických elektráren s výkonem nad 1 MWp, akumulaci vyrobené elektřiny a elektrolyzéry na výrobu vodíku.



Výzva RES+ č. 3/2024
Komunální FVE na veřejných budovách pro malé obce

Přijem žádostí: do 31. října 2024

Dotace podpoří instalace fotovoltaických elektráren na veřejných budovách a další infrastrukturu ve vlastnictví obcí. Podpora se bude vztahovat i na rekonstrukci střech, na kterých budou fotovoltaické panely umístěny, a na modernizaci související elektroinstalace.

Výzva RES+ č. 4/2024
Komunální FVE na budovách a další infrastrukturu

Přijem žádostí: do 31. října 2024

Dotace v celkové výši 1 miliardy korun podpoří instalace fotovoltaických elektráren na budovách a další infrastrukturu ve vlastnictví krajů, obcí, samospráv, církví a jimi zřizovaných příspěvkových organizací, právnických osob a společností, včetně sdružených projektů.

Výzva ENERGov č. 2/2023
Energetické úspory památkově chráněných budov

Přijem žádostí: do 28. června 2024

Z výzvy lze čerpat podporu na úsporná opatření u památkově chráněných či architektonicky cenných budov veřejného sektoru, která povedou ke snížení energetické náročnosti, úspoře energie z neobnovitelných zdrojů a využití obnovitelných zdrojů energie.



STATUS