SVOU VLASTNÍ CESTOU

NAPLNĚNÁ VIZE

3.

SVOU VLASTNÍ CESTOU

Naplněná vize

Vyšlo také v tištěné verzi

Kateřina Černá

Svou vlastní cestou - Naplněná vize – e-kniha
Copyright © EEZY Publishing, s.r.o., 2023

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.

Kateřina Černá

SVOU VLASTNÍ CESTOU
Naplněná vize

Tato kniha ani žádná její část nesmí být kopírovány, rozmnožovány ani jinak šířeny bez písemného souhlasu vydavatele.

© Kateřina Černá, 2023
© EEZY Publishing, s. r. o., 2023
© AGENTURA HELAS, s. r. o., 2023

Vydalo nakladatelství EEZY Publishing, s.r.o.,
Vyšehrad Garden, Na Pankráci 322/26, 140 00 Praha 4
www.eezy.cz

ISBN tištěné verze 978-80-88506-16-4
ISBN e-knihy 978-80-88506-21-8 (1. zveřejnění, 2023) (epub)
ISBN e-knihy 978-80-88506-22-5 (1. zveřejnění, 2023) (mobi)
ISBN e-knihy 978-80-88506-20-1 (1. zveřejnění, 2023) (ePDF)

SVOU VLASTNÍ CESTOU

NAPLNĚNÁ VIZE

„Vaše vize budou jasné pouze tehdy, když se podíváte do svého vlastního srdce. Kdo se dívá jen směrem ven, sní; kdo se dívá dovnitř, probouzí se."

Carl Gustav Jung

V minulosti jsem mívala pocit, že často jen pomáhám naplňovat vize jiných lidí, ale postupem času jsem s údivem zjistila, že oni pomáhají naplňovat ty moje. Jak říká Kateřina Šrámková v jedné kapitole této knihy: „Opřela jsem svůj žebřík o tu správnou zeď." Myslím, že úspěch samotný je založený na schopnosti vnímat své okolí a sebe v jeho kontextu. Úspěch je v tom, že vidíme příležitosti, jsme připraveni pomoci, spolupracovat a vytvářet kreativní prostředí, ve kterém mají šanci vznikat smysluplné projekty. Pokud navíc máme rádi, co děláme, a jsme v harmonii s lidmi, se kterými spolupracujeme, věříme stejným hodnotám a dokážeme dělat věci, které mají přesah, tak se můžeme přiblížit k naplnění své i společné vize.

Kateřina Černá

Naplněná vize znamená pro každého z nás něco jiného a tato kniha je plná příběhů lidí, kteří se vydali za svými sny stejně jako já. Všichni na své cestě potřebujeme spřízněnou duši, někoho, kdo s námi bude za všech okolností, ať už zažíváme vzlety, nebo pády, proto jsem se vždy snažila vytvářet prostředí, ve kterém si můžeme takovou blízkost a podporu nabídnout. Moje rada zní: Neberme se v životě moc vážně. Život je krátký, jsme nic a v nic se obrátíme. Zároveň se ale snažme o úplně to nejlepší, co můžeme udělat. To, co vychází přímo z našeho srdce a má význam nejen pro nás, ale i pro druhé. Věnujme se věcem, které nám dávají smysl, a hlavně to nikdy nevzdávejme.

Helena Kohoutová

Věci samy o sobě nemají smysl, ten jim dáváme teprve my – lidé.
Když postavíme dům, zasadíme strom, vychováme děti, staneme se úspěšnými a váženými, zdálo by se, že nám nic neschází.
Proč přesto v sobě cítíme narůstající prázdnotu a nespokojenost? Zaměnili jsme život za věci a prožitky! Zapomněli jsme dát smysl vlastnímu životu! Jedinečný a neopakovatelný NÁŠ život jsme zaměnili za algoritmus vsazený společenskou objednávkou. Žít v harmonii se sebou samým znamená vědomě naplňovat svůj úděl.
Proč však ti, kteří naplnili až po okraj své poslání, přesto nejsou spokojení, hledají cosi, co nikdy neztratili, neviděli, vlastně nevědí, co hledají?
Nestačí dát věcem okolo sebe smysl. Nestačí ani dát smysl vlastnímu životu. Teprve tehdy, když naším konáním dáme naději druhým, překročíme samotu. Tehdy se nám bude zdát každý den krásný, i když bude poslední.

Pavel Vosoba

SVOU VLASTNÍ CESTOU

Když se dlouhodobě věnujete tvůrčí práci a děláte ji s láskou, úspěchu se neubráníte.

RADOMÍR KLOFÁČ

PRACUJEME NA 107 %

Zakladateli rodinné společnosti MORIS design Radomíru Klofáčovi rozhodně nikdy nechyběla odvaha realizovat své nápady. Jeho společnost s přesahem do marketingu, designu a řešení prodejních strategií má dnes vlastní vývojové oddělení, výrobu i servisní týmy a dokáže navrhnout i realizovat celé sítě prodejen. Magické datum založení plné sedmiček přineslo firmě štěstí a odvážné vize zakladatele ji vynesly na vrchol bez ohledu na celospolečenskou hospodářskou krizi. V roce 2010 dokonce získal cenu Hospodářské komory „Krizi navzdory". Jeho firma je ověnčena českými i zahraničními cenami, za svůj komplexní přístup byl vyhlášen Marketérem roku 2013 a 2017. Jeho dva synové ve firmě tvoří skvělý manažerský tandem, dcera studuje interiérový design.

Máte za sebou mnoho let v kreativní profesi. Co vám pomohlo k úspěchu?
Myslím, že když se dlouhodobě věnujete tvůrčí práci a děláte ji s láskou, úspěchu se neubráníte. Řekl bych, že lidi dnes ztrácejí smysl pro improvizaci, představivost a tvořivost. Začíná to bohužel už u dětí. Dostanou dokonalý model hračky a svou fantazii téměř nepoužívají. Hrají dokonalé hry a nic je nenutí používat svou přirozenou tvořivost nebo fantazii. Myslím, že když má někdo velkou tvořivou schopnost a představivost, je jasné, že se mu bude dařit. Musíte samozřejmě vydržet to těžká období, ale to je moment, který je také o vůli a ta hraje velkou roli ve všem, co děláte. Vůle vám pomůže být zdravý, vyrovnaný, v rovnováze, bohatý, šťastný, a pokud ji nemáte, budete jenom celý život po něčem toužit.

Dnes je vaše firma lídrem na trhu a prakticky nemá konkurenci, ale vy osobně máte v podnikání za sebou i docela intenzivní punkové období...
To máte pravdu, a dokonce jsem bubnoval v kapele. Bubnuji sice dodneška, ale spolu už nehrajeme. K tomu divokému období se i váže historka spojená se zakázkou pro prezidenta. Přišli za námi z firmy BigBoard, že potřebují na volby dát dohromady obrovský plakát s Václavem Klausem. Ten měl dvě stě metrů čtverečních a měl být hlavním tahákem nastávajících voleb a jeho odhalení u pražského metronomu na Letné sledovala celá ČR. My jsme ho sice netiskli, ale jako jediní jsme si troufli spojit všechny vytištěné části dohromady. Byly to dlouhé pásy a nikdo si netroufl takový kus plachty spojit. Tenkrát jsme sídlili o ulici vedle a ihned jsme řekli, že to není problém, že to umíme. V životě jsme ale nic takového nedělali. Za chvilku to přivezla avie a ten plakát měl asi pět set kilo. Netušili jsme, co s tím, a tak jsme vyrazili do papírnictví na Vinohradech, koupili jsme deset lepidel a v našem testu nakonec vyhrál školní Butacel. Problém ale byl, že v tom jednom balení bylo hovínko tak na půl metru a my jsme potřebovali přes 200 metrů toho hovínka. Takže jsme vykoupili Butacel po celé Praze a začali jsme lepit. A když jsme měli asi třetí pruh z deseti, tak jsme si řekli, že to nějak půjde. Bylo

jedenáct v noci, a tak jsme si skočili pro bednu Bohemky a začali ty úspěchy slavit. A když už jsme byli někde v půlce toho plakátu už slušně rozjetí, pili jsme a poslouchali hudbu, tak se jedna z těch lahví převrhla. Sekt vyleptal tomu Klausovi na kníru takovou obrovskou skvrnu o průměru asi metr. My jsme to sice rychle utírali, ale alkohol naleptával čím dál tím víc tisk. Byla to ještě stará technologie, která neměla takovou stabilitu jako dnes. Všichni jsme byli ve vteřině střízliví, naskákali jsme do aut a jeli jsme domů pro fixy. Dokreslovali jsme to vyleptané místo fixami, propiskami a tužkami. Ty vousy byly tlusté jako prst. Pohledová vzdálenost byla sice daleká asi 100 metrů, ale museli jsme vše zaretušovat, celý ten flek na kníru. Byl to hlavní moment voleb a v devadesátkách se tyhle věci neodpouštěly. Byl to v té době největší banner a my jsme na tom strávili úplně celou noc. Tenkrát nám za to dali 20 000, což byly skvělé peníze. A já byl večer úplně mokrý hrůzou, protože jsme nevěděli, jak to bude vypadat. Z blízka to vypadalo opravdu strašně. Vezli jsme to na místo dvě hodiny předtím a nikdo neměl jak to zkontrolovat… Byl to takový devadesátkový punk. Když se to večer odhalilo, tak všechno bylo fajn a vypadalo to v pohodě. A tak jsem si už otevíral pivo s tím, že konečně můžu vypnout, protože jsme byli vzhůru asi 35 hodin a v televizi ve zprávách najednou vidím, že šéf BigBoardu valí před sebou ten náš obří plakát jak hovnivál hovínko a říká „Byl poškozen, roztrhal se…" a já úplně ztuhnul. Naštěstí to ale nebylo na nás, zjistilo se totiž, že ten plakát měl tak velkou plochu, že skrz něj nešel vzduch, a když do něj foukl vítr, zlomilo se lešení a poškodilo ten banner. Dali nám pak dalších 20 000, když to spravíme do rána. Takže jsme vydělali za dvě noci 40 000.

A jak to bylo s vaší kapelou?

Nechci ze sebe dělat žádnou hvězdu, ale měl jsem kapelu, se kterou jsme hráli, šíleně nás to bavilo, blbli jsme a dělali průsery. Nebyli jsme žádní muzikanti, ale stejně jsme do toho šli.

To chtělo i kus odvahy....

Ano, drzost nebo spíše odvaha mi je blízká a naučil jsem se v životě využívat její přínosnou část. Ve všech oborech i v byznyse. Do určité míry je zdravá drzost potřeba vždycky. Imponují mi lidé, kteří jsou zdravě drzí, ale musí to mít určitou hranici a nesmí to nikomu uškodit. Mojí klíčovou vlastností je to, že mě věci začínají bavit, až když všichni už říkají, že to nejde. To miluju. Vyplatilo se mi to v životě asi tisíckrát. A když je k tomu i legrace, tak to mám rád bez limitu. No a jestli se to někdy nepovedlo, tak je z toho aspoň skvělá historka k vyprávění.

Váš přístup se promítá i do firemní kultury, nepotrpíte si na příliš formální chování a všichni si tykáte...

Od samého začátku jsem zavedl to, že se budeme navzájem respektovat, ale k tomu vykání nepotřebujete. Je pro mě důležité mít respekt k tomu, co ten druhý umí. Proto to tykání od prvního dne nástupu. Každý bez rozdílu má možnost ukázat, co v něm je. A přirozený respekt funguje mnohem více než to, že se šéfovi nebo nadřízenému vyká. Ukázalo se i v praxi, že je to správný postup, který nám funguje. Já si okolo sebe vybírám takové lidi, kteří jsou svérázní, nebojí se rozhodnutí a jsou třeba i proti tomu, co ostatní říkají. Líbí se mi, když člověk nemá strach říct klidně pravý opak toho, kam se ubírá veřejné mínění. Mluvím samozřejmě o lidech na manažerských pozicích. Nevybírám samozřejmě zaměstnance na nižší pozice. Líbí se mi, když mají svou hlavu a nebojí se vzdorovat šéfovi, říct nějaký oponentní návrh. To je totiž špatně i pro toho šéfa, když s ním všichni pořád jenom souhlasí. Ono by se zdálo, že takový zaměstnanec, který udělá, co se mu řekne, je ideální, ale není to pravda. Ve finále to vždycky odnese ten šéf, protože on je tady ten, co rozhoduje. A když nikomu nedáte prostor a nedáte lidem možnost vyjádřit se i proti vašemu názoru, tak nejsou schopni fungovat samostatně a pořád všechno stojí jen na vás. Faktem je, že když dáte lidem prostor, tak jim musíte dát i důvěru a pokud ji nezklamou, tak není důvod si vykat. Takže já dávám přednost lidem, kteří jsou co nejvíc svérázní a klidně i trochu divní. Mně se ta

Stoprocentní výkon se od vás čeká automaticky, ale když chcete udělat něco lépe než ostatní, tak do toho musíte dát víc.

osobitost líbí. Samozřejmě musí být příjemní na popovídání, a když je někdo trochu exot, tak to musí být z hlediska názorů, ne v chování k ostatním. Pokud jste s tím člověkem na stejné energetické úrovni, tak to poznáte okamžitě. Mně trvá výběr člověka, tak minutu až dvě, ale jsem rád, že už lidi vybírat nemusím.

Na co jste pyšný?

Když pominu to, že jsem velmi pyšný na své děti, tak jsem pyšný především na to, že jsme zvládli všechny krize, což je takový až trochu epický moment. Jsem pyšný také na to, co u nás ve firmě visí na stěnách, a to je přes osmdesát cen, které jsme vyhráli. My se snažíme pracovat nejen s designem, ale velký význam má pro nás hlavně přínos pro zákazníka. Jsme v tom dobří a daří se nám vyhrávat ceny i po světě. Pravidelně získáváme ocenění například v rámci POPAI AWARDS, která funguje v různých zemích. Soutěžíme v takové královské kategorii, protože děláme celky prodejen. A to je nejtěžší disciplína, kterou vyhráváme, máme tam ocenění i za marketing. Dvakrát jsem byl marketérem roku v rámci České republiky. Pro mě je to něco jako symbolické poplácání po zádech. Takovým množstvím cen se u nás nemůže pochlubit nikdo jiný, takže v tom jsme opravdu jedineční.

Co vás přivedlo k podnikání a jaké byly úplné začátky? Měl jste hned jasno, v čem chcete podnikat?

Moje cesta k podnikání byla docela pestrá a pracovní zkušenosti jsem měl ještě před revolucí. Hned po škole jsem dělal naprosto příšerné práce někde v ČKD, a protože jsem měl dost vyhraněné názory a byl proti komunismu, podepsal jsem Několik vět a byl jsem vyhozen z práce. Bral jsem tehdy 1400 Kč jako elektrikář, a když mě vyhodili, nemohl jsem nic sehnat, protože jsem měl škraloup. Jediné místo, kam mě přijali, byl topič na střední zdravotnické škole. A bylo to skvělé, protože jsem bubeník a mohl jsem tam bubnovat. Bral jsem asi 3500 za rizikovou práci, která trvala přibližně hodinu

denně, takže jsem byl úplně nadšený. Tím, že to byla školní budova, měl jsem ještě k tomu celé prázdniny volno. Měl jsem trojnásobný plat, asi desetinovou pracovní dobu a byl to hrozný odvaz. Pak jsem musel na vojnu a přišla revoluce. To jsem už věděl, že je možné podnikat, a bylo mi shůry dáno, že to můžu dělat. Měl jsem ohromnou potřebu se realizovat. Jako své první podnikání jsem měl stánek s koženými náramky, které byly mimochodem dost příšerné, a tenhle můj projekt měl trvání v řádech týdnů. Pak jsme s kamarádem začali vyrábět nábytek z kovu a skla a veškerá designová a architektonická příprava byla taková, že jsme si uštípli kus drátu a z toho jsme vymodelovali tvar a z transparentní fólie udělali sklo. Opravdu jsme to tímto způsobem namodelovali a když jsme si pak vymysleli finální tvar, tak jsme začali vyrábět. Sami jsme si jezdili pro materiál, brousili, svářeli a nechali si nábytek lakovat. Distribuovali jsme jej do různých prodejen s nábytkem po celé republice, kam jsme to rozváželi vlastním barkasem. Zajímavý moment a příležitost jsme ucítili, když jsme si náš nábytek nechali lakovat a zjistili, že je problém s lakovnami. Na trhu byla zrovna nová technologie, takzvané práškové lakování, a tak jsme se jednou náhodou sešli tři kluci, co se znali z tábora, v jedné lakovně, a řekli si: „Pojďme udělat lakovnu, kam budou z venku lidi vozit věci." A v roce 1990 za 12 měsíců od naší schůzky jsme stáli v postavené hale se zařízením za 18 000 000 korun. To na tu dobu bylo opravdu hodně peněz. Stali jsme se v docela krátké době vlastníky komerční lakovny. Za 12 měsíců jsme získali stavební povolení, sehnali pozemek, sehnali peníze, postavili halu a objednali jsme si do ní technologie, kterými jsme ji vybavili. A za těch 12 měsíců jsme měli nalakovaný první plech, což bylo neuvěřitelné. Ovšem jak to v té době chodilo, ve chvíli, kdy náš byznys začal generovat první peníze, začali jsme se mezi sebou hádat a pak jsme se vcelku v míru rozešli. Já jsem dostal vyplacený podíl a díky těm penězům se mohl věnovat synům, kteří byli malí, a měl jsem čas cestovat. Při cestování po České republice jsem jednoho dne zjistil, že nemůžu nikde nic v českých městech najít. Po revoluci to bylo opravdu hrozné. A vymyslel jsem takový

projekt, jehož zkratka byla MORIS neboli Městské ORIentační Systémy. Princip toho projektu byl takový, že jsme městům označovali všechny jejich objekty zdarma a za každou ceduli pro město jsme tam měli možnost dvacet let provozovat pět komerčních cedulí. Tři města to zaujalo a my dodali cedule do Čáslavi, Českého Brodu a Plzně. Při realizaci těchto projektů jsem přičichl k výrobě samolep, velkoplošnému tisku a řekl jsem si, že to je můj obor. Cítil jsem to na 107 procent. No a 7. května 1997 jsem koupil inzertní časopis ANNONCE a sehnal jsem prvního grafika, první prostor a první plotr. Ještě ten den jsme se sešli, a to byl vlastně den, kdy vznikl MORIS. Datum založení je skutečně 7. května 1997, a protože jsou tam sedmičky, tak jsem v tom cítil symboliku a bylo to pro mě jasné. Na začátku jsme byli taková typická dílna, co vyrábí samolepy a tisk, po všem byl tehdy hlad, časem jsme začali dělat i světelné reklamy. Pak přišla velká zakázka pro Kodak. Začali jsme jim dělat polepy na všechny prodejny i světelné reklamy. Při realizaci té zakázky zjistili, že spousta peněz je ještě vevnitř v tom obchodě, a ty nám utíkají. Já vytáhl své znalosti z výroby nábytku a nabídli jsme jim, že uděláme i pulty dovnitř a prodejní regály. To se chytlo a začali jsme dělat celé prodejny. Ten moment byl prapočátek toho, v co se nakonec naše firma přetavila. Začali jsme směřovat k tomu nejzajímavějšímu, a to dělat celé obchody na klíč, což dnes děláme jako hlavní činnost a generální dodavatel. Ty původní věci v současnosti tvoří už jen zlomek v celkovém objemu práce.

Jaké vlastnosti vám v podnikání pomohly?

Není důležitá síla, nejdůležitější je flexibilita. Je mnohonásobně potřebnější než všechno ostatní, protože jakmile se nepřizpůsobíte, stanete se obětí a nedokážete si řídit život sami. Ve firmě máme heslo, kterým se celý život řídím. „Když něco děláš, tak to dělej na 107 %." Sedmička je moje šťastné číslo a celý život mi pomáhá. Stoprocentní výkon se od vás čeká automaticky, ale když chcete udělat něco lépe než ostatní, tak do toho musíte dát víc. Proto se nabízí 107 %. Máme to všude po firmě vylepené, ve formě různých

hlášek a hesel. To je přesně ta přidaná hodnota, dáte víc, než někdo čekal. To je ten moment, kdy se z někoho stává loajální zákazník, nebo kamarád, přítel, spolupracovník. V momentě, kdy jen plníte úkoly, jste jeden z davu, někdo nahraditelný a lidé ani nevědí, proč by se měli obracet právě na vás. Těch sedm procent je rozdíl mezi průměrem a nadprůměrem. Dále je klíčová schopnost rychle se rozhodnout a nebát se udělat rozhodnutí. To má vliv na spoustu věcí. Když se v tom dostanete do určitého stavu, naučíte se říkat ne. Protože když neposloucháte svou intuici a jenom se řídíte rozumovými argumenty, které samozřejmě nefungují, nikam daleko se nedostanete. Musíte si udělat jasno, že rozum není potřeba tolik poslouchat. I když to v jednu chvíli vypadá neracionálně.

Zmínil jste, že máte dva syny ve firmě. Jakým způsobem jste je zapojil?
Kluci mají 30 a 32 a mám ještě patnáctiletou dceru. Začal jsem je do firmy zapojovat hodně mladé, od patnácti let. Začínali s koštětem na dvoře, než začali dělat nějakou činnost, jako například produkční nebo projektové manažery, tak tam opravdu dělali ty nejposlednější smetáky. Uklízeli, vylupovali samolepky, prošli cestou odspodu. A já jsem na ně samozřejmě byl přísnější než na ostatní, takže to mají opravdu vydřené. Nejsou to žádné do firmy dosazené protekční děti, ale tu práci opravdu znají a dělali ji, proto je lidi ve firmě tolik respektují. Vědí, jak to chodí, a to se mi líbí. Proto ten moment předávání firmy je úplně jiný, než když necháte syna dostudovat, všechno udělat a pak je inženýr, co má dvě vysoké školy, přijde do firmy a začne páchat škody. Kluci už mají oba po vysoké škole, jsou hodně chytří, ale začali rukama. To je ten moment, co považuji za dobrý. Dceru jsem taky do ničeho nenutil a ona si sama přišla s tím, že chce být designérka interiérů. Byl jsem štěstím bez sebe. Tak jsem jí s tím teď dva roky pomáhal, protože talentové přijímačky na střední školu jsou těžké a mám radost, že se dostala na obě školy, kam se hlásila. Takže je tam i třetí potenciální pokračovatel. Je fajn, že se dcera vydala tímto směrem, protože oba kluci jsou duší manažeři,

dravci, ale nemají designový talent, tu jemnost, kterou mají umělci a ženy. A Lucka je opravdu velmi talentovaná, tak to do sebe pěkně zapadá. Kdyby to všechno vyšlo, tak by za pár let mohla fungovat s nimi ve firmě po té tvůrčí stránce. Děti mi dělají velkou radost.

To působí jako naplněná vize...

Ano, ale v této chvíli je důležité, abych si dokázal udržet nějaký odstup, aby necítili, že jim dýchám na záda. Ovšem zase z hlediska nějakého sebeuplatnění je pro mě důležité nepustit to úplně. Mě by to asi nebavilo, nedělat nic, a ztratil bych k té firmě vztah, kdybych tam neměl kancelář, kdybych tam nebyl nic.

Jaký byl návrat po dvou letech, kdy jste byl mimo firmu, věnoval se sám sobě, svému zdraví...?

Čekal jsem otevřenou náruč a něco jako – konečně jsi tady a bude to jako dřív. Ale už druhý den tam byl takový podivný stav, kdy jsme se tam začali třít, což jsme do té doby vůbec nikdy nezažili. Když jsme spolu fungovali aktivně, tak jsme byli super trojka, ale najednou se z toho stalo dva plus jedna.

Muselo být těžké najít nějakou novou cestu.

Naštěstí v tom hledání cest sehrála roli zkušenost. V byznysu, ve kterém děláme, potřebujeme do řady firem vidět. Děláme interiéry a design řetězcům a musíme vnímat, co ta firma chce. Hodně musíme vnímat a poznat i majitele těch firem. Často vidíme i to, jak zakladatel není schopen včas se stáhnout a nevidí, jak vlastně té firmě škodí. Bylo mockrát vidět, jak mladí koulí očima, když zakladatel firmy mluví. Už jsem něco podobného viděl tolikrát, že jsem to přijal jako výhodu a vidím, jak to chodí. To největší poznání z celého podnikání je to, že jsem našel rovnováhu. Zjišťuji, že když fungujete v rovnováze, je to jediný moment, kdy můžete fungovat dobře. Máte vyřešené věci na všech stranách. To kolísání by mělo být jen malé. Pokud tomu věříte a jdete si za tím

svým, tak to prostě musí fungovat. Nenecháte se zviklat nějakými brblaly, kteří ničeho v životě nedosáhli a jejich jediná práce v životě je škodit. Takoví lidé většinou neumějí nic vytvořit, ale dokážou leccos zničit. Tvůrců je málo. A když se nenecháte zviklat a jste v rovnováze, jste v klidu a funguje to. To se ale musí odžít. Nedá se to naučit na nějakém kurzu. Musíte si zažít ty své pády na držku sami. I to drápání nahoru.

Jaký byl váš nejtěžší moment v podnikání?

Když byla krize po roce 2008, všechno přestalo fungovat. Telefony přestaly zvonit a začalo se to sypat. Všichni mi radili, abych propustil lidi, protože jsme měli už relativně hodně zaměstnanců. A já jsem si je všechny udržel. Předstoupil jsem před ně a řekl: „Máme tady kritickou situaci a různé možnosti, jak ji řešit. Buď vás například dvě třetiny propustím, nebo si všichni sundáme plat. Já si z firmy nebudu brát nic." A opravdu to tak bylo, dva roky jsem z firmy neměl žádný příjem. Řekl jsem jim: „Vy všichni budete mít o dvacet procent nižší mzdu, já vezmu všechny své peníze a nacpu je do firmy a možná to přežijeme. Ale neznamená to, že když nemáme zakázky, tak nebudeme dělat nic. Začneme se školit a začneme dělat pořádně design interiérů." Proto jsem v tu chvíli začal nakupovat počítačové programy, začal jsem dělat ve firmě jiný systém a úplně jsme to přeorganizovali. Z takové poloamatérské firmy jsme se stali firmou, která má profesionální zázemí a vyškolené lidi. Samozřejmě konkurence všechny lidi propustila. My jsme byli nastartovaní, připravení. Ekonomicky to bylo sice šílené, ale pak se stala totálně zlomová věc. Přišel za námi obrovský zákazník – Drogerie Teta, že shání dodavatele na osm set prodejen. Byl to největší tendr v České republice. Do té doby nikdy takový nebyl a my jsme to tenkrát vyhráli. Jako jediní jsme to nevzdali, jediní jsme byli našláplí a jediní jsme to opravdu uměli. Byli jsme připravení. Všichni ostatní byli zdecimovaní a nebyli schopni dodávat. Měli narušený dodavatelský řetězec, neměli peníze stejně jako my, ale my jsme na rozdíl od nich byli připravení. Najednou po třech letech

naprostého zmaru něco vyšlo tak, že jsme měli ve firmě totální euforii. A když odbočím od té filozofické stránky, bylo to zajímavé i po technické stránce. Tenkrát jsme dělali občas jednu prodejnu, jednou za dva týdny, možná za měsíc, a najednou jsme jich za dvanáct měsíců od první schůzky, kdy jsme šest měsíců vyvíjeli design, za dalších šest měsíců měli hotových sto prodejen. To dodneška nechápu, jak jsme to mohli zvládnout. Vůbec jsme nespali a chodili jsme sedm dní v týdnu do práce.

Jak celá ta práce na takové zakázce probíhá?

Klient většinou přichází s tím, že chce nějaký redesign, rebrand, nějak svou značku omladit, takže se malinko změní logo nebo barvy. Nebo to chtějí udělat pořádně, a jsou přístupni velké změně, aby to pak mělo delší životnost. My jsme si vytvořili vlastní postup. Začínáme tím, že si navnímáme celý obor, protože každý klient je z jiného oboru. Jezdíme po prodejnách a zjišťujeme, jak to v jejich odvětví funguje, a máme tým lidí, co dělá jen průzkum trhu, děláme fotky toho, jak to tam vypadá, a děláme to v několika zemích. Z toho pak uděláme analýzu, jak to vypadá na současné scéně, a pak začneme dělat přímo analýzu prodejen zákazníka. Pak přichází nejdobrodružnější část naší práce. Přicházíme do firmy klienta a začneme mu popisovat současnou skutečnost. Jak to v té jejich firmě ve skutečnosti vypadá. Většinou se jim to nelíbí, protože mají často pocit, že to v jejich prodejnách je docela pěkné. Občas u toho bývá sranda, někdy se u toho i křičí, ale ne na nás. A pak většinou, a to v 99 procentech, dojde ke změně zadání. Oni to chtějí totiž nejdříve provést způsobem, o kterém jsou přesvědčeni, že je správný, my jim pomůžeme, abychom to více nasměrovali k lepšímu fungování, a pak z toho vznikne zadání. Když máme vyjasněno, kam to chceme směřovat dále, tak začneme dělat design, který se u velkého řetězce vyvíjí celé měsíce, u menších řetězců to je v řádu týdnů. U klienta, který má například stovku prodejen, pracujeme na designu měsíc až tři měsíce. A u nás v hale máme navíc možnost postavit prototypovou prodejnu a po vývoji designu jednu

celou prodejnu opravdu postavíme, abychom klientovi neblokovali reálnou prodejnu a nepřišel tak o tržby. A když máme hotovo, pozveme majitele. A máme takový fór, že na vyjížděcí vrata nalepíme obrovskou fotku staré prodejny a potom se zmáčkne kouzelné tlačítko, ta vrata pomalu vyjedou a za nimi stojí krásná nová prototypová prodejna. No a občas ukápne i slzička, a přesně tam je ten moment, kdy klient opravdu pochopí, že je u profíků, protože máme všechno vyladěné do posledního detailu a tohle nemá nikdo. Je to takový náš originální nápad. To je právě zmiňovaných 107 procent. Následně se dělá pilotní reálná prodejna, kde se to všechno ověří, a pak se dělají další prodejny po celé republice i v zahraničí. Momentálně pracujeme asi v deseti zemích. Máme několik divizí a ta, co dělá retail, je největší, máme i vlastní e-shop, kde si můžete sestavit a koupit prodejnu sami. Nyní jsme přišli s novinkou, kterou je úplně bezobslužná prodejna. Máme i obchodní divizi, která zastupuje světové značky, které prodáváme jako výhradní zastoupení po celé ČR a SR. Ta vznikla fúzí se zákazníkem, kterému jsme vyráběli prodejní stojany do celého světa, a tak jsme si sedli, že nám dali i obchodní zastoupení, abychom diverzifikovali portfolio. Dodám jen, že do pěti let po získání zastoupení jsme byli nejlepší prodejce v Evropě v naší kategorii. Úplně perfektně se nám tak podařilo využít zkušenosti ze všech oborů, které děláme.

Dal jste svým synům každému deset procent z firmy. V jaké souvislosti vás to napadlo?

Když jsem měl kulaté výročí a bylo mi padesát. Narodil jsem se šestého ledna, těsně po Vánocích, a tím celý život trpím, protože všechny dárky dostanu na Vánoce a na narozeniny už toho moc nezbývá. Tenkrát jsem synům nechal udělat krabičky, ve kterých bylo maličké veslo, na něm napsáno 10 % a iniciála jejich jmen – Adam a Filip. To jsem jim dal k Vánocům s tím, že měli jen zajít k notáři podepsat jeden papír a začalo to platit 6. ledna. Takže přesně v den mých padesátin se stali majiteli deseti procent firmy. To bylo moc hezké. A i když měli celou dobu skvělý přístup k firmě a věděli,

že se s nimi počítá, po tomhle momentu je to hodně nakoplo a byla to velmi přínosná věc. Druhý zlom, co se týče předávání firmy, byl ten moment, kdy jsem vážně onemocněl. To se stalo tři roky nato a já musel na celé dva roky vypadnout z toho běhu, potřeboval jsem se zbavit veškerého stresu, a to znamenalo opravdu úplně vypnout a věnovat se sám sobě. Dopadlo to skvěle, nemoci jsem se zbavil sám a bez doktorů, a to jediné, co nedopadlo podle mých představ, byl návrat do firmy. Měl jsem bohužel očekávání, ale ta končí většinou zklamáním. Já jsem se už naučil nechávat věci být. Moje představa byla taková, že se uzdravím, vrátím se do firmy a všichni mě tam budou vítat s otevřenou náručí, ale to se vůbec nestalo. Ta firma se posunula dál a já jsem byl pro ni najednou krok zpátky o ty dva roky, kdy jsem nemohl, a musel jsem se přizpůsobit. Takže jsem ustoupil trochu do pozadí a dostal jsem se konečně ke své filozofii. Prvních pětadvacet let v životě firmy mě zajímal jenom úspěch a expanze, ale peníze pro mě nebyly ta klíčová motivace. Spousta lidí to dnes má opačně a je jim skoro jedno, co dělají, hlavně když z toho budou peníze. Myslím, že to souvisí s morální hodnotou a úrovní lidí, která z mého pohledu dnes často klesá dolů. A myslím, že si to můžu dovolit říct jako starší člověk, který má zkušenost a zažil různá období a změny ve společnosti. Když jsem se do té firmy po nemoci vrátil, tak už jsem chtěl čas a peníze. A osud mi řekl celkem jasně, že nastal ten moment a já to respektoval, ustoupil jsem do pozadí, nechal jsem synům úplně volné pole a dělám jen takové dozorčí věci. Najednou mám poprvé v životě čas věnovat se svým koníčkům, kterými je cestování a jachtařské expedice. Chodím tam občas, abych jim do toho moc nezasahoval, a kontroluji jen klíčové momenty. Dohodli jsme si, že v určitých situacích mám právo veta a oni to respektují, jsou skvělí, ale musím jim nechat volné ruce. Pro majitele firmy je hrozně těžké dívat se a nezasáhnout. Ale když se tohle naučíte a respektujete, dosáhnete toho, že firma roste. Jakmile stále za někoho opravujete chyby, tak se v životě nenaučí je sám vidět a vnímat, nemá sebereflexi, aby chyby nedělal. Teď vidím sám, že když nechávám klukům volné ruce, tak krásně rostou. A naplněná vize je přesně tenhle moment.

Radomír Klofáč

MORIS design s. r. o.

EKONOMICKÝ PROFIL FIRMY

IČO	27218228
Sídlo firmy	Pod Stárkou 1462/33, 140 00 Praha 4
Poslední známý obrat (tis. Kč)	632 899
Kategorie počtu zaměstnanců	50–99
Dosažené ekonomické hodnocení (Index Cribis)	c1
Negativní informace (semafor Cribis)	žádné
Počet subjektů v ekonomicky propojené skupině	2 (+ 1 FOP)
Negativní informace v rámci ekonomicky propojené skupiny	žádné

Rodinná firma, založená Radomírem Klofáčem v roce 1997. Firma vyvíjí, vyrábí, montuje, servisuje a staví designové interiéry pro obchodní řetězce po Evropě. Vyhrála přes 80 ocenění po světě za inovativní vývoj a skvělý design. Společnosti se podařilo překlenout nelehké období covidové pandemie a lze jí jen popřát další úspěšný růst pod vedením synů zakladatele Adama a Filipa.

FOP – fyzická osoba podnikatel
Data z aplikace Cribis společnosti CRIF-Czech Credit Bureau
Index: 10stupňové hodnocení (a1, a2, b1, b2, c1, c2, c3, d1, d2, e), kde stupně a1–b2 charakterizují výborně hospodařící firmu, stupně c1–c3 dobře až průměrně hospodařící firmu a stupně d1–e rizikovou společnost až na hranici bankrotu nebo v likvidaci.

Nikomu do nebe strom nevyrostl…

ROMANA BARTSCHOVÁ

VALAŠSKÉ SLUNCE V SRDCI

Romana Bartschová je majitelkou a zakladatelkou rodinné společnosti Naturprodukt CZ, která působí na českém trhu již třicet let a na Slovensku jen o dva roky kratší dobu. Je to nejen schopná manažerka, ale láska k přírodě a tradicím přináší do jejího podnikání přesah. Kromě toho, že firma v rámci distribuční sítě dodává volně prodejná léčiva, doplňky stravy, kosmetiku, kosmetické a zdravotní pomůcky, vyrábí také vlastní produktovou řadu čistě přírodních sirupů z ovoce a bylin, která je inspirována starými rodinnými recepturami. V rámci privátního výzkumu a vývoje dodává společnost na trh také vlastní řadu doplňků stravy a ústní hygieny. Jejími bestsellery v péči o zdraví jsou produkty podpořené spoluprací s Univerzitou Palackého v Olomouci a význačnými českými technologickými firmami.

Široký upřímný úsměv a pozitivní energie neopustily Romanu na žádné z našich schůzek. Možná je to tím, že své pracovní vytížení vyvažuje sbíráním bylin na valašských stráních, kde vyrostla a kde má dodnes své útočiště, co voní loukou a sluncem rozehřátým dřevem. Na chalupě si užívá absolutní ticho, večer pozoruje hvězdy a nad šálkem bylinkového čaje přichází uvolnění, ale často i nové nápady. Romana je sama autorkou mnoha unikátních receptur a pro její čaje se zákazníci pravidelně vracejí do její restaurace Pasta & Café Romana. Je skvělým příkladem toho, jak funguje ženská energie v podnikání, a přináší do světa byznysu kromě píle a pracovitosti také jemnost, intuitivní rozhodování a celou svou bytostí nabourává stereotypy o tom, že se v mužském světě musí žena chovat jako muž. Velkou chloubou jsou její dnes již dospělé děti, které ji v rodinné firmě provázely doslova na každém kroku a dnes jsou jí skvělými partnery, přinášejí svůj svěží pohled i podporu.

Jaké jsou vaše vzpomínky na dětství, studentská léta a jaké byly vaše vysněné profese? Co vás formovalo?

Vzpomínám ráda na dětství, prázdniny na Valašsku, prababičku, sestřenice a mé rodiče, kteří mě obklopili láskou. U nás bylo velké hospodářství a tak i plno práce. Naše rodina vždy velmi hospodárně uvažovala. Prarodiče, stejně jako rodiče, dokázali vše, co vypěstovali, zpracovat a uchovat. Špajzka ve sklepě byla kouzelným místem, kde člověk našel vše. Rodiče s námi pořád pracovali na poli, zahradách, sklízela se úroda. Mám to ráda dodnes. Příroda mě natolik ovlivnila, že jsem se pak asi zcela přirozeně produktům pocházejícím z přírody začala věnovat i profesně.
Studentská léta a obory, které jsem vystudovala, rozhodně nesměřovaly k tomu, čemu se věnuji dnes. Otcův bratr emigroval a moje vyhlídky na studium byly nejasné. Zkusila jsem průmyslovku s vizí, že bych jednou chtěla učit. Bohužel jsem dlouho ráčkovala a šance dostat se na pedagogickou školu, kde je základem dokonalá výslovnost, tehdy nebyla

velká. Maminka pracovala jako účetní, a tak jsem se rozhodla pro studium ekonomiky na Vysoké škole báňské v Ostravě. A až později jsem se vrátila k přírodě, k tomu, co mi bylo blízké odjakživa, ke studiu léčivých bylin na farmaceutické fakultě v Hradci Králové a absolvovala jsem ještě mnoho dalších kurzů v tomto oboru.
Studium a učení novým věcem je pro mě nekončící proces. Stále se mám co učit, stále se dostavuje ten pocit, kolik je ještě toho, co nevím. Má knihovna je přeplněná a říkám si, že vše nepřečtu snad ani v důchodu.
A jak tak stále brouzdám přírodou a mým milovaným Valašskem, vzpomenu si zase na prababičku, na její nádherné běloskvoucí výšivky, spojení půvabu, přírody a lásky. A to je obratnost, kterou mě učila, a ráda bych se k tomuto umění později vrátila. Mám také v plánu začít něco sama tvořit a věřím, že mě vzpomínky a prababiččina ruka přirozeně povedou.

Co vás přivedlo k rozhodnutí začít podnikat?
Myslím, že hlavně náš rodinný naturel a přístup k životu. A také okolnosti, které nastaly po roce 1989. Po sametové revoluci jsem mohla vyjet do zahraničí a viděla různé možnosti, které se nabízely. Naše rodina byla činorodá, stále se o něco zajímala. A když se prababička zmínila o nějakých švédských kapkách, které obsahují mnoho bylin prospěšných pro organismus a zatoužila po nich, rozhodla jsem se, že jí je přívezu. Prababička pak chtěla další a přibylo i jiné zboží. Doporučením se vytvořila poptávka a pro naši rodinu tak první podnikatelská příležitost.
Prababička, která dala první impulz mému podnikání, měla silný vztah k tradicím a byla mimo jiné velmi zručná vyšívačka. Na Valašsku se můžete setkat s typem výšivky, které se lidově říká „bílé na bílé", kdy bílou bavlnkou vyšíváte vzory na jemnou bílou bavlněnou látku zvanou batist. Prababička byla vyhlášená a její výšivky si objednala řada jak českých, tak zahraničních osobností. Jednou z nich byl také prezident Václav Havel.

Měla jste jasno hned od začátku, kam chcete směřovat?
Vůbec ne, stalo se to tak nějak mimoděk, kdy mě vlastní příběh s prababičkou přivedl na tuto cestu. Vše se pak vyvíjelo přirozeně.

Vaše firma je spojena s péčí o zdraví, snažíte se o maximální udržitelnost, vytváříte pracovní místa v regionu. Povězte nám něco více k filozofii společnosti...
Žádná firma dnes není stoprocentně udržitelná. Uhlíkovou stopu budeme mít vždy. Otázkou je, co děláme pro přírodu a naši společnost, abychom uhlíkovou stopu minimalizovali a vytvořili pozitivní uhlíkový otisk. A to je co nejvyšší míra produktů a služeb pomáhající snižovat emise. Měnit dnes tradiční malé a střední rodinné podniky k udržitelnosti není jednoduché. Mnoho firem má s tímto momentálně potíže. Ti, co mají potřebné finance, mají komplexní interní operace, a ti, co nemají finance, se soustředí na prvním místě na obrat firmy. My jsme začali tím, že se nám podařilo zefektivnit naše interní procesy. Mimo úsporu energie, což momentálně dělají všechny firmy, se snažíme vybudovat povědomí o tomto tématu v rámci společnosti i u našich zákazníků. Moje dcera Bibiana momentálně dokončuje magisterské studium v oboru udržitelnosti a cirkulární bioekonomie, aby nám právě s tímto tématem ve firmě pomohla a vytvořila náš plán přechodu k cirkularitě, revalorizaci a profesionalizaci. A to nejen pro nás, její ambicí je pomoci všem českým firmám.

V průběhu let jste své portfolio rozšířili i o vlastní produkty. Co vás k tomu nápadu přivedlo?
Tento nápad vznikl v době, kdy od nás odešel náš významný dodavatel, který chtěl fúzovat, a my si naopak přáli zachovat vlastní autonomii. Rozhodli jsme se, že půjdeme vlastní cestou, a začali jsme vyvíjet naše produkty. Zahájili jsme výrobní činnost a stali se i potravinářským podnikem, protože vyrábíme ovocné a bylinné sirupy. A v kooperaci

s jinými firmami i další produkty. Sirupy navazují na naši rodinnou tradici a jde o původní rodinné receptury. Takto sirupy vyráběla právě ta moje prababička, a pak také maminka. Já jsem ty receptury zdědila jako rodinný klenot a postupem času jsme je začali ještě vylepšovat. Jsou v nich pouze přírodní složky, skutečné ovoce a byliny, které si z velké části sami pěstujeme a nakupujeme od prověřených dodavatelů. Naše sirupy jsou zajímavé i tím, že ovocnou složku u mnoha sirupů odšťavňujeme a není tam pak ani trochu přidané vody, přidáváme jen vzácné silice v takovém množství, které je tělu prospěšné. Tyto finální receptury vznikají jednak ve spolupráci s Baťovou univerzitou ve Zlíně a také s Vysokou školou chemicko-technologickou v Praze. Necháváme si u nich pravidelně odzkoušet kvalitu. Stále navazujeme na naši minulost, dobu, kdy to celé začalo

Jak vás osobně podnikání změnilo?

Na počátku mé cesty jsem byla velmi mladá, velmi nezkušená a velmi nadšená. Měla jsem oporu a podporu rodičů, později pak manžela Otty, kterého jsem potkala na obchodních cestách v Německu, a následně pak také mladšího bratra a postupně celé naší rozrůstající se rodiny. Podnikatelské cesty jsou členité a klikaté, a proto jsem ráda, že se rozhodujeme společně, celý náš rodinný tým. Myslím, že v základu se neměním. Jen sbírám zkušenosti, rady a doporučení.

Dnes předáváte zkušenosti svým dětem. Jaké jsou podle vás výhody a úskalí rodinného podnikání?

Upřímně, tak nějak nad tím ani nedumám. Vše, co jsem získala od rodičů, předávám. Jak s tím naloží moje děti, bude jejich cestou, která se vyvíjí. Vím, že se všichni velmi podporujeme a umíme si naslouchat, rádi společně debatujeme, smějeme se. Baví nás společně prožitý čas. Vzájemně se inspirujeme, přemýšlíme, co ve firmě vylepšit či kam se

poohlédnout. Učíme se diskutovat, argumentovat. Většinou jsou naše debaty klidné a mají výsledek. Moje děti studovaly v zahraničí, mám dojem, že také díky tomu získaly nějaký přirozený studijní životní bonus, nadhled. Říkám tomu, že mají vzdělání navíc.
Pro mě je rodinné podnikání tím nejlepším, co mě mohlo potkat. Všichni víme, že dobré lidské vztahy jen tak někde nepořídíte. Jsem vděčná, že naše rodinná firma drží pospolu a svůj podíl na tom mají i letití zaměstnanci. Zcela určitě je velkým úskalím obrovské množství legislativy, které se na nás v posledních letech valí, a ústřední orgány vyžadující plnění legislativy mají svůj úzký okruh, zatím co my musíme pojmout celek.

V čem cítíte naprostou shodu a kde se vaše názory na podnikání různí?
Na čem se shodneme? Tak to je zcela jistě naslouchání. Stejně jako vnímáme sami sebe, stejně tak vnímáme naše spolupracovníky a stejně tak naslouchámе našim obchodním partnerům. Dobrý posluchač vyslyší i nevyřčené.
A v čem se neshodneme? Děti mi říkají, že bych si měla více užívat života. Vyčistit si hlavu, vypustit myšlenky kolem firmy, vice se bavit. Určitě na tom něco bude, ale však víte... musí zde být něco, na čem se neshodneme.

Rodinné podnikání stojí na dobrých vztazích a často je může ještě velmi upevnit...
Sama jsem vstoupila do podnikání až po škole. Rodiče se postupně vzdali svého zaměstnání a v nejisté době přešli do garáže rodinného domu, kde se pracovalo stále. Dokonce se stalo, že když už nebylo místo v garáži, složili jsme produkty na rozličná místa v domě. Můj syn Otto se narodil téměř ve firmě a dcera Bibiana to stihla hodinu a půl po poradě. Nebyla to lehká situace, ale pomáhali jsme si a pomáháme dodnes, ať se děje

co se děje. Přijímáme život se vším všudy, mluvíme spolu, radujeme se společně, užíváme se vzájemné blízkosti a důvěry. Stejně jak jsme si všichni přivykli starat se o své zdraví, staráme se také my o zdraví naší společné firmy. Jsme Naturprodukt, rodinná firma, kde jsme za třicet let práce vytvořili hodnoty, kterých si ceníme a pracujeme na vývoji nových cest už s další generací.

Co vás motivuje?

Možná to bude znít jako klišé, ale je to spokojený zákazník. Každý, kdo si u nás něco nakoupil či nakoupí. Motivují mě také příběhy jiných firem. Oslovují mě podnikatelské příběhy ostatních a žasnu, co vše se jim podařilo vytvořit.

Jaký nejtěžší moment jste musela v podnikání překonat?

Rodinné podnikání je vzácný dar. Nejste jen rodiče a děti, ale také obchodní spolupracovníci a partneři. Nejtěžší je, když někdo z tohoto okruhu onemocní a nebo zemře. Tak to bylo i v případě mé maminky. Její úmrtí bylo pro mě prozatím tou nejtěžší situací. Maminka měla ve firmě spoustu rozpracovaných plánů, do kterých jsem pak začala postupně nahlížet, poodhalovat je. Naučilo mě to přijmout a zvládnout jak její plány a úkoly, tak také na ně navázat nejlépe, jak jsem uměla.

Začínali jste doslova od nuly. Jaké byly nejdůležitější momenty v rozvoji společnosti?

Na začátku své podnikatelské cesty jsem nakupovala zboží v zahraničí a prodávala je sama ve stánku a poté prvním soukromým lékárnám. Bez nich by to nešlo. Postupně se k tomu přidalo zcela přirozeně zastoupení mnoha firem. Z tohoto nadšení vznikla později rodinná firma Naturpodukt. Vybudovali jsme restauraci Pasta & Café Romana v Havířově, kde jsme také zkoušeli vařit sirupy a ty nás přivedly díky zákazníkům a poctivé

výrobě ze skutečných bylin a ovoce na cestu moderní výroby sirupů.
V našem hospodářství pěstujeme jablka, která jsou základem výroby destilátu, v němž louhujeme byliny pro výrobu dalších produktů, jako jsou echinacea nebo žaludeční kapky a slavné švédské kapky.
Jsme také výrobci mnoha dalších produktů, jako je medicinální zubní pasta Glucadent, která má stahující účinek, obsahuje glukan a stará se o imunitu dutiny ústní. Řada Glucadent je revoluční moderní péče pro zákazníky, kteří chtějí od zubní pasty více, než je běžné.
Dalším naším produktem, který je velmi oblíbený, je právě IQ Mag. Zákazník si najde přesně takové magnezium, které mu vyhovuje. Máme tablety, velmi oblíbené mezi manažery a vytíženými lidmi, kde v ranní tabletě je více kyseliny listové a ve večerní pak více hořčíku a vitaminu B12. Vyrábíme také magnezium vhodné před sportem nebo proti svalovým křečím. Je to široká řada a každý zákazník si najde ten svůj produkt.
O účinky magnezia se zajímám již celých třicet let a spolupracujeme i s Palackého univerzitou v Olomouci, kde jsme měli různé projekty a podíleli se na vývoji. Oblíbená je také naše řada, která obsahuje tradiční zapomenuté a účinné byliny pro zdraví dýchacích cest nejen dětí od jednoho roku, ale také dospělých. Těch oblíbených a vysoce kvalitních produktů v našem portfoliu najdete spoustu.
Významným milníkem byl také rozvoj distribuce, počáteční sklad u nás v rodinném domě v Rodinné ulici, to množství krabic, dokladů a faktur, na to se nedá zapomenout. Bylo to období, kdy jsme se učili všemu novému co podnikání obnáší. V současné době už samozřejmě máme moderní distribuci a sklad.

Na co jste ve firmě hrdí?

My stále něco budujeme. Jako bychom snad ani nechtěli přestat. Dobrým příkladem toho je můj otec. Je to mimořádně činorodý muž bystrého uvažování a mladistvého ducha. Má stále potřebu tvořit, poznávat

S čepicí pod paží projdeš celý svět...

a cestovat. Myslím, že právě tato tvůrčí schopnost a vytrvalost jsou základem naší již více než třicetileté historie.
Hrdí jsme také na to, že mnozí naši obchodní zástupci jsou s námi úplně od počátku nebo již mnoho let, i na to, že symbol loga naší společnosti, náš strom, pevně zakořenil, jeho koruna se rozrostla a zmohutněla.

Co vám dává sílu překonávat těžkosti a jít dál?
Změn a zvratů máme za sebou již mnoho. Ale víme, že patří k životu a že jejich překonání nás vždy posílí, posune jinam a něco nás naučí. Hodně analyzujeme, porovnáváme. Vzpomínáme, jak jsme postupovali v minulosti, ale díváme se spíše do budoucnosti. Vždy o všem rozhodujeme společně, jako rodinná firma a řešení nalezneme.

Musela jste se něčeho kvůli kariéře vzdát?
Je to zvláštní, ale když tak nad tím přemýšlím, to, čeho jsem se musela vzdát, nebylo kvůli kariéře. Jak jsem v úvodu zmiňovala, chtěla jsem být učitelkou, ale ráčkovala jsem a pro výuku dětí jsem v tu dobu nebyla vhodným adeptem. Nikdy jsem se nevzdávala. Snažila jsem se organizovat si čas tak, abych se mohla co nejvíce věnovat nejen firmě, ale i svým dětem, i když všechno skloubit bylo těžké. Děti jsem tahala jako kočka koťata z jednání na jednání a celý svět mi to nějakým zázrakem toleroval. Nevím, jestli to bylo správné, pro mě to bylo každopádně neskutečně náročné, ale chtěla jsem to tak a vybrala jsem si sama tuto cestu.
Vybavuji si úplně přesně z této doby dvě zásadní situace. První byla, když mi můj syn na dovolené hodil telefon do záchodu, protože pořád zvonil. Telefon se potom dlouho sušil a začal fungovat až poslední den dovolené. A druhá situace byla komická. To mi moje dcera Bibianka nalepila všechny doklady na skříň, včetně rodného listu. Díky tomu jsem se dozvěděla, že ode mě chtěla více pozornosti a tím to dokázala. Dnes už rodinné podnikání není až tolik o vzdávání se. Pracujeme s nasazením, vzájemnou

výpomocí. Když jsem nemohla já, zastoupil mě skvěle manžel Otto. Okolnosti a příběhy života naše rodinné podnikání spíše posilují a ještě více propojují vazby napříč generacemi.

Jaká je vaše osobní filozofie, nebo pomyslné desatero. Čeho se v tomto směru držíte celý život?

Nikomu do nebe strom nevyrostl a s čepicí pod paží projdeš celý svět. To mě naučili rodiče a nějak přirozeně se toho držím. A pomyslné desatero? U mě vychází z přírody. Je to například slunce. Přináší mi úplně obyčejnou lidskou radost. Miluji české louky plné slunných pampelišek. Pamatuji si na dětský pokojík mého syna. Hned po první výmalbě domaloval na stěny samá sluníčka. Pak to teprve byla krásná stěna. A stejně slunce přenášíme do všeho, co tvoříme. Například pro naši restauraci Pasta & Café Romana pěstujeme byliny a květy k jídlu a víme, že bez půdy, slunce, vláhy by náš zákazník nepoznal radost na talíři...

Bohatý nádech a hluboký výdech. Vzduch. Čistý vzduch. Pokud můžu, balím saky paky a vyrážím na hory nebo na chalupu. Dýchám vzduch valašských kopců při sběru bylin.

To vše mě posiluje, rozvíjí, obohacuje a vede dál. Neumím moc odpočívat, proto je pro mě aktivní Odpočinek velmi důležitý. Odpočívat se učím celý život. Spánek mi dává sílu. Vstávám velmi brzy a brzy také usínám. Pokud potřebuji načerpat sílu třeba před významnou obchodní schůzkou, prostě spím.

Prý je důležité mít místo v srdci také pro sebe. Nevím, jestli to umím. Vždy u mě převažuje potřeba či povinnost postarat se o druhé, o rodinu, přátele, spolupracovníky a pak až o sebe. A tak se to učím. Co vím ale zcela jistě je, že místo pro lásku v srdci budu mít napořád. Patří to ke mě naprosto přirozeně.

Svobodná vůle je předpokladem úspěchu a rozhodnutí. Platí to jak v soukromí, tak ve firmách. Společnost Naturprodukt je založena na

svobodné vůli člověka. Svobodně se vyjadřujeme, zcela svobodně se dohadujeme. Když se nám nedaří, mluvíme intenzivně a hledáme řešení. Konáme dobro, které je tolik důležité nejen pro naše zdraví, ale i pro zdraví firmy. Náš volný čas i část našich zdrojů vkládáme do smysluplných projektů, ke kterým máme vztah. Nejraději pomáháme a podporujeme dlouhodobě. Tak nejlépe vidíme výsledky. Například disponujeme transparentním účtem pro skvělého a chytrého chlapce Petříka, který potřebuje našetřit spoustu peněz na náročnou zdravotní operaci. Podporujeme ale také mnohé soutěže a sbírky, spolupracujeme na různorodých projektech.
V životě je pro nás důležitý smysl pro krásu a smysl zákona výroby. Snažíme se, aby se náš zákazník cítil dobře a přispěli jsme k jeho zdraví, ať už přípravou z čerstvých surovin u nás v restauraci, či díky našim přírodním produktům. Věříme, že přirozeně sehraná a vyladěná kvalita služby a výroby se donese až k našemu zákazníkovi.

Co byste ráda ze svých zkušeností předala mladší generaci?
Pracovitost. Důvěru v lidské schopnosti a lásku k lidem.

Co považujete za úspěch?
Možná bych měla napsat, že jsme vytvořili firmu Naturprodukt CZ spol. s r.o., která zavedla významné značky na trh a všechny byly úspěšné. Tyto značky se prodávají dodnes, i když my už nejsme výhradními distributory. Všechny tyto značky nás ale mnohému naučily a tyto zkušenosti nyní předáváme dál. Stále zastupujeme významné značky a společnosti a také nyní jdeme cestou vlastního rozvoje a vlastní výroby. Vybudovali jsme přátelskou a naší filozofii nakloněnou restauraci Pasta & Café Romana. Právě zde si naši zákazníci oblíbili Naturprodukt sirupy z ovoce a bylin, které u nás v Havířově vyrábíme a dodáváme na český a slovenský trh. Náš úspěch spočívá v neustálé pilné práci a víře. Věříme a pracujeme a to

nás vyvedlo z mnoha krizí za třicet let podnikání...

Co je pro vás v životě a podnikání nejdůležitější?
Zdraví, rodinná podpora, přátelství a dobré lidské vztahy. Platí to jak v rodině, tak v podnikání.
Mám ráda spolehlivé lidi, cením si vzájemné důvěry.

Jak se vám osobně daří relaxovat, ventilovat stres, jak odpočíváte, jaké máte koníčky?
Jezdívám na chalupu na Valašsko. Mezi kopci je klid na přemýšlení, na spánek, na sběr bylin.
Večer září hvězdy a kolem dokola je absolutní ticho. Uvařím si bylinkový čaj, čtu si.

Kdybyste měla charakterizovat krátce samu sebe. Jaké vaše vlastnosti vám přinesly v podnikání úspěch?
Na tuto odpověď jsem si vzala na pomoc své děti...
Dcera Bibiana: Pracovitost. Pro mamku je typická píle a odpovědnost k práci. Její nebojácnost učit se novým věcem k tomuto určitě přispěla také. Díky neustálému vzdělávání si dokázala doplnit znalosti i tam, kde měla mezery, a postupně se vypracovala na pozici, ve které je dnes.
Syn Ottík: Maminka je hnací motor, nejen můj, ale nás všech. Dokáže nás skvěle motivovat. Rád bych jednou navázal na to, co vytvořila a zvládal vše stejně dobře jako ona, chtěl bych jít v jejich stopách a dál hledat nové obzory, možnosti a příležitosti pro rozvoj a růst naší rodinné společnosti.

Jakým způsobem se chystáte své aktivity dále rozvíjet? Co plánujete do budoucna?
Plány máme jak my, tak i naše děti. Jsme rodinná firma. Dorůstající generace se postupně zapojuje do řízení společnosti. Má také své vize,

své sny a plány, jak Naturprodukt dále rozvíjet či kam naše podnikání směřovat. Naše Naturprodukt sirupy z ovoce a bylin už zaregistrovaly zahraniční trhy a naším úkolem je připravit vše k jejich úspěšnému zavedení v zahraničí.

Co pro vás znamená naplněná vize?

I když jsme ušli kus cesty a ve firmě máme již třetí generaci, jsme na začátku, přitom za námi je mnoho práce. Jak jsem již zmínila, první krůček našeho podnikání byl dovoz produktů a jejich distribuce. Na ně pak navázaly další bylinné produkty, které zájem zákazníků potvrdily. Naplnění jejich očekávání patří mezi pilíře našeho podnikání. A to je přímou součástí mé naplněné vize.

Se spokojeným zákazníkem souvisí také vysoká kvalita našich produktů, na kterou bedlivě dohlížíme. Naturprodukt se po celou svou podnikatelskou éru věnuje také osvětě, přednáškové činnosti a poradenství. Jsme partnery a podporovateli mnoha projektů, pomáháme, kde je potřeba a stačí nám síly. A tak po více než třicetiletém podnikání si dovolím naše původní motto obohatit.

„Naturprodukt, spolehlivý partner vašeho zdraví."

Romana Bartschová

Naturprodukt CZ spol. s r. o.

EKONOMICKÝ PROFIL FIRMY

IČO	48401722
Sídlo firmy	Na Viničkách 638, 250 92 Šestajovice
Poslední známý obrat (tis. Kč)	135 000
Kategorie počtu zaměstnanců	50–99
Dosažené ekonomické hodnocení (Index Cribis)	a2
Negativní informace (semafor Cribis)	žádné
Počet subjektů v ekonomicky propojené skupině	5 (+3 FOP)
Negativní informace v rámci ekonomicky propojené skupiny	žádné

Velmi dobře hospodařící firma Naturprodukt CZ dosahuje stamilionových obratů z prodeje doplňků stravy, potravin a kosmetických produktů a její jednatelkou je Ing. Romana Bartschová, která je také majitelkou největšího podílu v této společnosti.

FOP – fyzická osoba podnikatel
Data z aplikace Cribis společnosti CRIF-Czech Credit Bureau
Index: 10stupňové hodnocení (a1, a2, b1, b2, c1, c2, c3, d1, d2, e), kde stupně a1–b2 charakterizují výborně hospodařící firmu, stupně c1–c3 dobře až průměrně hospodařící firmu a stupně d1–e rizikovou společnost až na hranici bankrotu nebo v likvidaci.