

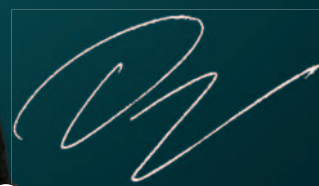
MONTY RICH

N.8

ZÁŘÍ 2015

CENA 149 Kč

OLIVER MÍŘÍ K NEBESŮM



Jeho firma působí po celém světě a v posledním investičním kole byla oceněna na dvě miliardy.

A **Oliver Dlouhý** s ní má velké plány.

+ Podnikatelské tipy od mladých a úspěšných



TOM TAILOR
EST. 1962

OC PALLADIUM, OC CHODOV,
OC LETŇANY, GALERIE VAŇKOVKA,
OLYMPIA BRNO



Vážení čtenáři,

doufám, že jste si užili mimořádně horké prázdniny a už se v plné síle chystáte na podzimní shon. Aní my v magazínu MontyRich jsme v poslední době nelenili a přichystali jsme hned několik novinek. Jednak jsme opět trochu zapracovali na kvalitě obsahu magazínu, který právě držíte v rukách, takže byste se nyní měli dočíst ještě více zajímavých informací. Následně jsme dali vzniknout úplně nové společnosti Montyrich Group, která nyní bude magazín MontyRich zastupovat. S tím souvisí také vstup strategického partnera Busyman TRUST, který bude přispívat svými odbornými znalostmi a zajímavými startupy. Na Facebooku jsme založili skupinu MontyRich Ambassadors, která slouží ke sdílení podnikatelských zkušeností a vzájemné pomoci, takže tam určitě mrkněte a pokud budete mít jakýkoli dotaz nebo prosbu, nebojte se napsat. No, a nakonec je tu projekt, na který jsem se já osobně hodně těšil. Projekt, do kterého se klasická tištěná média pouští naprosto minimálně – a přitom je to tak skvělá věc. S radostí mohu napsat, že ve druhé polovině září oficiálně odstartuje svůj provoz MontyRich TV. A na co se můžete těšit? V začátku na jeden exkluzivní rozhovor s úspěšnou osobností každý týden, ale tím určitě nekončíme. Už nyní jsou rozpracovány další programy a naším dlouhodobým cílem je, aby se z MRTV stala plnohodnotná televizní stanice. Zní to přehnaně? Možná, ale my prostě máme rádi výzvy. A doufám, že vy také. Tak se pusťte do čtení a pokud budete mít cokoli, najdete mě na e-mailu charvat@montyrich.cz

Milan Charvát

Milan Charvát, šéfredaktor

EDITORIAL

MONTYRICH

Šéfredaktor: Milan Charvát
Zástupce šéfredaktora: Jakub Skala
Redakce: Karin Szczyrbová, Tomáš Durčák, Roman Peterka
Korektura: František Prokop
Produkce: Lenka Volfová
Grafika a layout: Tomáš Klarovič
Foto: Tomáš Mach
Kresby: Karel Kunc
Obchodní oddělení: Veronika Hrůzková, Barbora Filipová
Předplatné: Michaela Černá
Technické oddělení: Martin Křístek
Finanční oddělení: Lukáš Bolla

www.montyrich.cz

Vydává: Montyrich Group, s. r. o., se sídlem Krakovská 1307/22, Praha 1

Vydání: září 2015, **Evidenční číslo:** E21880, **Tisk:** Triangl, a. s., Praha 9,

Distribuce: A.L.L. Production, **Ilustrační foto:** Fotky & Foto

Chcete se stát předplatitelem?

Kontaktujte Michaelu Černou na e-mailu michaela.cerna@montyrich.cz
nebo na telefonním čísle +420 777 900 822.

A nebo rovnou navštivte stránky www.montyrich.cz/magazin

Chcete zviditelnit svou firmu?

Kontaktujte Veroniku Hrůzkovou na e-mailu veronika.hruzkova@montyrich.cz
nebo na telefonním čísle +420 734 606 371

O MONTYRICH

MESURE ET DÉMESURE*



PERSHING 005 CBF
Titanium case
White gold bezel
Automatic chronograph
movement
Water resistant alligator strap
Made in Switzerland
www.parmigiani.ch

PARMIGIANI
FLEURIER

BENY
LUXURY WATCHES & JEWELLERY

Václavské náměstí 52, 110 00, Praha 1, tel. +420 222 210 045
Přížská 8, 110 00, Praha 1, tel. +420 222 315 928

www.beny.cz, info@beny.cz

Amazon

Nejcennější maloobchodník na světě stále expanduje. Vsadil na Indii
8

Walt Disney

Překonává díky úspěchu Avengers své rekordy, avšak na historický kasovní trhák je třeba si ještě počkat
10

Manažerská odpovědnost

a etika
12

Oliver míří k nebesům

Luxusní vila, hektolitry Red Bullu a globální ambice, tak by se dal stručně popsat současný život teprve sedmadvacetiletého Olivera Dlouhého. Ten si při dovolené s přítelkyní všiml, že různými kombinacemi letů se dá ušetřit až 80 procent z původní ceny jedné letenky. Dnes je Skypicker největším projektem svého druhu na světě a jeho aktuální hodnota se pohybuje kolem dvou miliard korun.
14

Mafia Business

Svět raperů byl kdysi temným a chaotickým místem. Pak však přišel na scénu David Snášel se svými Mafia Records a pustil se do „úklidu“.
24

Makat, Makat, Makat

První byznysový úspěch zaznamenal dnes dvaadvacetiletý Jakub Rož už ve svých šestnácti letech, když se mu zdálo zbytečné mít na lavici vedle notebooku také klasický sešit. Založil tedy projekt online školního sešitu, který si rychle získal oblibu mezi studenty a také investici v řádu milionů a možnost stát se globálním projektem. Dnes má Jakub několik projektů a stále jede naplno.
32

Z poradce investorem

Příběh Michala Mičky je příkladem toho, že když se člověk naplno zaměří na svůj cíl a věnuje mu veškerý čas a energii, může dosáhnout téměř čehokoli. Třeba stát se z pojišťovacího agenta podílníkem investiční skupiny s aktivy přesahujícími miliardu korun.
40



14 OLIVER MÍŘÍ K NEBESŮM



24 MAFIA BUSINESS



Vsázíte na euro po uklidnění situace v řecké ekonomice?



Věříte americkému dolaru, že zužitkuje blížící se zvýšení úrokových sazeb?



Využijete šestiletých minim na trhu s ropou k nákupu této komodity?



Hledáte způsob, jak se zajistit proti měnovému riziku?

Pro vstup na měnový trh je právě optimální čas – aktuální volatilita přináší mnoho zajímavých obchodních příležitostí. Přední český obchodník na forexovém trhu Patria Forex nabízí:

- › **Obchodování 24 hodin denně**
- › **Úzké spready** již od 1 pipu
- › Obchodování v systému **No-dealing-desk**
- › Profesionální **podporu v českém jazyce**
- › Širokou nabídku instrumentů
- › **Analytickou podporu** na denní bázi
- › Bezpečnou a spolehlivou obchodní aplikaci
- › **Virtuální server** pro vlastní AOS zdarma

Patria Forex je však platformou, kterou mohou využít i začínající obchodníci, kteří se s výše uvedenými pojmy teprve seznamují. Nejen jim pak Patria Forex nabízí:

- › Propracovaný **vzdělávací systém**
- › Pravidelné **webináře** se záznamy v archivu
- › **Vzdělávací literaturu** zdarma
- › **Vzdělávací kurzy** technické analýzy a AOS **zdarma**
- › Pravidelná instruktážní videa, články a publikace
- › Rozsáhlý **zpravodajský servis**

Noví klienti se také mohou těšit na přístup do placené sekce magazínu MontyRich!

Obchodujte na měnovém trhu již **od 500 USD / EUR** minimálního vkladu.

Úspěchu v Hollywoodu by se Pavel Kacerle bez měsíců intenzivní a soustředěné práce nikdy nadočkal

Každý ambiciózní a cílevědomý člověk sní o úspěchu ve svém oboru. Někdo za tímto snem jde od dětství, jiný svůj cíl objeví až později. O to usilovněji však na něm poté pracuje. Pavel Kacerle sice jako dítě přemýšlel o hollywoodských filmových tricích a kouzlech, avšak nikdy jej nenapadlo, že by tato kouzla mohl sám vytvářet.

46

Čeští a slovenští miliardáři

Každý chvilku tahá pilku

52

Dostihové odpoledne

Ve Velké Chuchli

54

Phonex

Bezpečnost na prvním místě

56

Tony Hsieh

A jeho miliardový příběh o prodeji bot

60

JetSmarter

Má v bance 20 milionů dolarů a buduje Uber v oblacích

64

Komodity

V souvislostech

68

Nejoblíbenější alternativní investice dneška?

Obnovitelné zdroje

70

Numizmatika

Alternativní investice pro vášnivě sběratele

74

Tipy na knihy

76

One&Only Ocean Club

Jedinečný golf na Bahamách

78



32 MAKAT, MAKAT, MAKAT



40 Z PORADCE INVESTOREM



46 ÚSPĚCHU V HOLLYWOODU BY SE PAVEL KACERLE BEZ MĚSÍCŮ INTENZIVNÍ A SOUSTŘEDĚNÉ PRÁCE NIKDY NEDOČKAL



60 TONY HSIEH A JEHO MILIARDOVÝ PŘÍBĚH O PRODEJI BOT

MÍSTA JSOU PŘIPRAVENA

14. září 2015
v 18:00 začínáme



www.montyrich.tv

AMAZON

NEJCENNĚJŠÍ MALOOBCHODNÍK NA SVĚTĚ STÁLE EXPANDUJE. VSADIL NA INDII

AUTOR: KARIN SZCZYRBOVÁ



INTERNETOVÝ OBCHODNÍ PORTÁL AMAZON NEPŘESTÁVÁ UDIVOVAT. NAPOSLEDY SE MU TO PODAŘILO PROSTŘEDNICTVÍM SVÝCH ČTVRTLETNÍCH VÝSLEDKŮ, DÍKY KTERÝM SE STAL NEJCENNĚJŠÍM MALOOBCHODNÍKEM NA SVĚTĚ. RUKU V RUCE S ÚSPĚCHEM FIRMY ŠEL I NÁRŮST BOHATSTVÍ JEJÍHO ZAKLADATELE, JEDENAPADESÁTILETÉHO AMERIČANA JEFFA BEZOSE, JEHOŽ JMĚNÍ JE NYNÍ ODHADOVÁNO NA VÍCE NEŽ 46 MILIARD DOLARŮ. AMAZON VŠAK STÁLE SPŘÁDÁ AMBICIÓZNÍ PLÁNY A SVOU POZORNOST UPÍRÁ ZEJMÉNA K INDII.

Letní měsíce a doba prázdnin bývá všeobecně považována za dobu dovolených a odpočinku, a tudíž není divu, že se v ekonomice a byznysu většinou příliš mnoho významného neděje. Finanční trhy se však nezastaví ani v tomto období, zvláště když očekávají kvartální výsledky významných hráčů, jako je například internetový obchodník Amazon. Tato společnost oznámila na konci července nečekaně příznivé údaje, které se okamžitě odrazily na ceně jejích akcií a na její tržní kapitalizaci, jejíž výše se přehoupla přes 247,6 miliardy dolarů a firma se tak stala nejcennějším maloobchodníkem na světě, přičemž předstihla i americký obchodní řetězec Wal-Mart Stores.

Ačkoliv jsou investoři společnosti Amazon zvyklí spíše na ztrátu než na zisk, podnik ve druhém čtvrtletí letošního roku vykázal díky vysokým tržbám kladný hospodářský výsledek ve výši 92 milionů dolarů. Výnos na akcii tak činil 0,19 dolaru místo očekávané ztráty 0,14 dolaru. Tržby společnosti narostly oproti stejnému období v loňském roce o rovných 20 procent, a to na 23,18 miliardy dolarů.

NADĚJNÁ CLOUDOVÁ DIVIZE

Investory velmi mile překvapily zvláště údaje týkající se sekce Amazon Web Services (AWS), která poskytuje cloudové služby. Tato divize utržila 1,8 miliardy dolarů, což představuje meziroční nárůst o celých 81 procent! Vzhledem k faktu, že se tyto cloudové služby podílí více než polovinou na celkovém provozním zisku společnosti, je jasné, že jde o velmi nadějnou firemní sekci. Pro Amazon

tedy může cloud a cloudová technologie představovat velkou příležitost.

Služby AWS byly spuštěny v roce 2006 a nabízí zákazníkům technologickou infrastrukturu složenou z výpočetních, paměťových, databázových, analytických a dalších služeb, které jsou zajišťovány specializovanými datacentry v několika různých lokalitách na světě. AWS využívá v současnosti více než milion zákazníků ze 190 zemí.

Právě s AWS hodlá Amazon, podle svého nedávného vyjádření, již v příštím roce expandovat do jednoho z nejperspektivnějších regionů světa – do Indie. Firma se pro tento krok rozhodla mimo jiné i na žádost svých zákazníků. V Indii služby AWS již využívají desítky tisíc klientů. Ti však musí používat infrastrukturu, která je umístěna v datacentrech mimo Indii, a proto tamní zákazníci, jako Tata Motors (výrobce automobilů), Ferns N Petals (maloobchod), Novi Digital (zábavní společnost) nebo NDTV (média), požádali Amazon, aby cloudovou infrastrukturu umístil přímo v Indii, což by z jejich pohledu mělo mnoho výhod.

INDIE – VELKÁ PŘÍLEŽITOST A VÝZVA

Amazon však v Indii nespolehá jen na AWS. Toto teritorium je totiž pro firmu velkým a také nadějným a perspektivním trhem, do kterého neváhá investovat nemalé prostředky.

Stránka Amazonu byla v této zemi spuštěna v červnu roku 2013 a začínala s prodejem elektroniky. Nyní je

Indie nejrychleji rostoucím regionem, pokud jde o objem prodeje Amazonu, který zde prodává více než 25 milionů produktů, což je o 5 milionů více, než kolik se daří prodat jeho největšímu lokálnímu konkurentovi – společnosti Flipkart. Paradoxní je, že oba zakladatelé Flipkartu pracovali až do roku 2007 právě pro svého budoucího konkurenta.

Indie je tedy pro Amazon velkou příležitostí a výzvou. Jak uvádí představitelé firmy, oni sami byli překvapeni a povzbuzeni dosavadním vývojem byznysu v tomto regionu a také úrovní inovací, které se v současnosti odehrávají jak na straně tamních zákazníků, tak i prodávajících. Trh zde velmi rychle roste, proto se Amazon při své expanzi neobává ani svých případných dalších konkurentů, kterými jsou především eBay, Snapdeal nebo Jabong.

Počet internetových uživatelů je nyní v Indii třetí nejvyšší na světě, a to hned po Číně a USA. Podobně se situace vyvíjí i v případě chytrých telefonů, z nichž by mělo do roku 2017 probíhat 70–80 procent všech online obchodů uskutečněných v tomto regionu. Navíc se předpokládá, že se zde objem online obchodů do příštího roku zvýší až na 15 miliard dolarů, a to z pouhých 35 milionů dolarů v roce 2014.

Další výraznou charakteristikou indického trhu jsou hotovostní platby, které v obchodě naprosto převládají. Jen méně než 12 procent Indů totiž vlastní kreditní nebo debetní kartu. V neposlední řadě nelze zapomínat na velikost tamního trhu – jakýkoliv byznysový projekt zde musí být naplánován a realizován v mnohem širším měřítku, než je běžné. Hovoříme totiž o stovkách měst, tisících prodejců a milionech produktů.

NEVÍDANÝ NÁRŮST POČTU ZAMĚSTNANCŮ

Expanzivní plány Amazonu se samozřejmě odráží i na počtu zaměstnanců společnosti. K letošnímu 30. červnu zaměstnávala celosvětově více než 183 tisíc pracovníků, což je od prvního čtvrtletí nárůst o 18 tisíc lidí, tedy největší čtvrtletní nárůst ve více než dvacetileté historii firmy.

Oproti minulému roku se počet zaměstnanců zvýšil o více než třetinu, konkrétně o 38 procent.

Firma hledá nové zaměstnance i v České republice. Již v dubnu začala nabírat pracovníky (zhruba 100 vedoucích a tisíc řadových zaměstnanců) pro své logistické centrum ve středočeské Dobrušce. Do špičky obchodní sezony, která nastává zhruba 8 týdnů před Vánocemi, hodlá zaměstnat až další 2 tisícovky sezónních pracovníků.

Zároveň s tím otevírá v Praze své nové kanceláře, ze kterých bude řídit IT služby a nábor zaměstnanců pro své pobočky v evropských zemích. Prostory si Amazon pronajal v Dejvicích, v budově The Blox. Uplatnění by zde mělo najít až 500 lidí.

DRONY – BUDOUCNOST DORUČOVÁNÍ

Ačkoliv se společnost Amazon netají svými ambiciózními plány, nezapomíná ani na projekty, na kterých pracuje již delší dobu. Již na konci roku 2013 představil její zakladatel Jeff Bezos plán na expresní doručování objednaného zboží zákazníkům zaregistrovaným do služby Prime Air do třiceti minut od podání objednávky, a to prostřednictvím bezpilotních letounů, takzvaných dronů. Tyto letouny mohla společnost až do března letošního roku testovat pouze mimo území Spojených států amerických. V březnu však získala povolení k provádění testů i nad americkými soukromými pozemky ležícími mimo města.

Jelikož je Amazon jako americká firma svázána tamními předpisy, předstihl ji v únoru letošního roku v praktickém doručování balíčků čínským zákazníkům s pomocí dronů její konkurent, čínský e-shop Alibaba. To však Amazonu nezabránilo představit v létě nejenom veřejnosti, ale také příslušným orgánům a institucím projekt letových zón, které by mohly drony využívat. Podle tohoto návrhu by měly sofistikované komerční bezpilotní stroje Amazonu létat ve výšce 61 až 122 metrů nad zemí. Drony, které používají například fanoušci těchto strojů pro svou zábavu, by směly létat pouze níže pod zmíněnou úroveň. Ať již s tímto návrhem společnost uspěje, nebo ne, minimálně jím rozproudila debatu nad touto stále aktuálnější problematikou. 



WALT DISNEY

PŘEKONÁVÁ DÍKY ÚSPĚCHU AVENGERS SVÉ REKORDY, AVŠAK NA HISTORICKÝ KASOVNÍ TRHÁK JE TŘEBA SI JEŠTĚ POČKAT

AUTOR: KARIN SZCZYRBOVÁ



TOVÁRNA NA SNY, PŘÍBĚHY A TAKÉ CELEBRITY A HVĚZDY, KTERÉ SE TĚŠÍ PŘÍZNÍ FANOUŠKŮ NA CELÉM SVĚTĚ. NEBO TAKÉ MAGNET TURISTŮ, SYMBOL FILMOVÉHO PRŮMYSLU, A TUDÍŽ I MEKKA FILMAŘŮ, KTEROU VÝMLUVNĚ SYMBOLIZUJE JIŽ VÍCE NEŽ 92 LET NÁPIS SLOŽENÝ Z DEVÍTI OBŘÍCH BÍLÝCH PÍSMEN, JEŽ SE TYČÍ NA JIŽNÍM SVAHU HORY MOUNT LEE NAD KALIFORNským MĚSTEM LOS ANGELES. TO VŠE A JEŠTĚ MNOHEM VÍCE JE HOLLYWOOD – MÍSTO, KDE JSOU KAŽDÝM ROKEM POKOŘOVÁNY RŮZNÉ REKORDY. JEDNOU V NÁVŠTĚVNOSTI FILMOVÝCH SNÍMKŮ, JINDY V ZISCÍCH NEBO TRŽBÁCH FILMOVÝCH SPOLEČNOSTÍ A STUDIÍ. I PŘES URČITOU ŘEVNIVOST JEDNOTLIVÝCH HRÁČŮ FILMOVÉHO PRŮMYSLU JE MOŽNÉ O HOLLYWOODU PROHLÁSIT, ŽE JDE ČASTO V PODSTATĚ O JEDNU VELKOU RODINU FIREMNÍCH KOLEGŮ, KTERÉ SPOJUJE SPOLEČNÝ ZÁJEM, A TO ÚSPĚCH A DOKONALE ODVEDENÁ PRÁCE, NAD KTEROU SE ZATAJÍ DECH MNOHA DIVÁKŮ. DŮKAZEM TAKOVÉ „RODINY“ MŮŽE BÝT NAPŘÍKLAD SPOLEČNOST WALTA DISNEYHO – THE WALT DISNEY COMPANY – A JEJÍ RELATIVNĚ NEDÁVNÉ AKVIZICE, DÍKY KTERÝM JIŽ DNES PŘEKONÁVÁ SVÉ DOSAVADNÍ REKORDY.

Společnost Walta Disneyho, jejímiž zakladateli byli bratři Walt a Roy Disneyovi, vznikla v říjnu roku 1923, tedy pouhé tři měsíce poté, co byl nad Městem andělů vztyčen již zmíněný legendární nápis Hollywood. Dnes tato firma patří mezi největší mediální a zábavní společnosti na světě. Její sídlo se nachází ve stotisícovém Burbanku, satelitním městečku poblíž Los Angeles. Více než devadesátiletá existence společnosti na trhu napovídá, že má za sebou velmi pestrou historii, ve které se střídají období úspěchů a vzestupů s dobami, které nebyly pro podnik zrovna příznivé.

PROMYŠLENÉ AKVIZICE, KTERÉ PŘISPÍVAJÍ K RŮSTU

Pro současný stabilní růst Společnosti Walta Disneyho je důležité zejména poslední desetiletí, ve kterém došlo k mnoha změnám nejenom v její struktuře. Velmi význam-

nou úlohu v rozvoji firmy sehrály zvláště tři následující akvizice, které spolu velmi úzce souvisí a díky kterým si získala spoustu oddaných fanoušků a diváků.

První z těchto akvizic se odehrála v roce 2006, kdy se Společnost Walta Disneyho spojila se studií Pixar, jež se specializují na počítačovou animaci a grafiku a jež v té době řídil Steve Jobs, zakladatel společnosti Apple. Disney za tuto fúzi zaplatil 7,4 miliardy dolarů a Steve Jobs se díky ní stal největším akcionářem Společnosti Walta Disneyho.

O tři roky později, tedy v roce 2009, projevila Společnost Walta Disneyho zájem o americké komiksové vydavatelství s historií sahající až do roku 1939, firmu Marvel Entertainment, za kterou zaplatila 4,24 miliardy dolarů. Z dílny této komiksové společnosti pochází například světoznámé příběhy Avengers, Spider-Man, X-Men, Daredevil, Hulk, Thor

nebo Iron Man, jež se staly předlohou mnoha úspěšných filmových hitů.

V říjnu roku 2012 pak Společnost Walta Disneyho oznámila svou další akvizici, kterou se celý pomyslný kruh uzavřel. Předmětem jejího zájmu se stala firma LucasFilm, za kterou byla ochotna zaplatit 4,1 miliardy dolarů. Zakladatelem LucasFilmu je americký miliardář George Lucas (výše jeho jmění je odhadována na 5 miliard dolarů), autor legendární vesmírné ságy Star Wars – Hvězdné války.

HVĚZDNÉ VÁLKY MAJÍ STÁLE CO NABÍDNOUT

Společnost LucasFilm byla založena v roce 1971 a kromě ságy Star Wars se může pyšnit i dalšími kasovními trháky, jako je například Indiana Jones nebo Americké graffiti. Jednou z jejích divizí byla i firma Industrial Light & Magic (ILM), která je stále považována za jednu z nejlepších a nejúspěšnějších firem, jež se zabývají filmovými vizuálními efekty. Právě studio ILM je původním zakladatelem již zmíněné společnosti Pixar, která byla v roce 1986 prodána Stevu Jobsovi a kterou Walt Disney získal v roce 2006.

Současně s nákupem LucasFilmu získal Walt Disney i práva spojená se ságou Hvězdné války a jejím dalším pokračováním. Ještě v letošním roce bude mít premiéru sedmá epizoda této filmové legendy, která ponese název „Hvězdné války: Síla se probouzí“. Očekává se, že půjde o jeden z největších kasovních trháků nejenom letošního roku, ale také celé historie filmového průmyslu.

Již v dubnu letošního roku byl veřejnosti představen teaser trailer k této sedmé epizodě Star Wars a soudě podle úspěchu dvouminutové ukázky se mají nejenom filmoví fanoušci na co těšit. Trailer na serveru YouTube zhlédlo v průběhu 24 hodin od uveřejnění více než 18 milionů lidí. Úspěch se odrazil i na ceně akcií Společnosti Walta Disneyho. Přestože cena akcií vzrostla jen o 1,5 procenta, celková hodnota firmy se v průběhu jednoho jediného dne zvýšila o 2 miliardy dolarů.

Společnost Walta Disneyho zároveň pracuje i na dalších dvou dílech Hvězdných válek. Osmá epizoda by se měla

v kinech objevit v květnu roku 2017, a to přesně čtyřicet let a jeden den po uvedení prvního filmu této vesmírné ságy. Devátá epizoda by pak měla hvězdnou kroniku uzavřít v roce 2019.

REKORDNÍ KVARTÁLNÍ TRŽBY I DÍKY AVENGERS

Podobně jako i jiné společnosti, tak i Walt Disney oznámil v průběhu prázdnin (konkrétně na počátku srpna) své dosavadní čtvrtletní hospodářské výsledky. Ve třetím kvartálu svého finančního roku, který skončil 27. června, zvýšila společnost svůj čistý zisk o 11 procent na dosud rekordních 2,5 miliardy dolarů (62 miliard korun).

Tržby Společnosti Walta Disneyho vzrostly na 13,1 miliardy dolarů, a to ze sumy 12,47 miliardy. I přes tento nárůst však výsledek mírně zaostal za očekáváním. Svou roli v tomto případě sehrál mimo jiné i slabší kurz eura, kdy kurzové rozdíly ovlivňují například příjmy ze zábavního parku Disneyland v Paříži. Tyto příjmy z evropského kontinentu poklesly o 100 milionů dolarů. Společně se zhoršeným výhledem divizí ních sítí vyústily skutečnosti do akcií Společnosti Walta Disneyho, a tedy i poklesu její hodnoty.

REKORDY PŘEKONÁVAJÍ I DALŠÍ FILMOVÁ STUDIA

Jak již bylo nastíněno, Společnost Walta Disneyho dosáhla rekordního zisku zejména díky rostoucím tržbám, za které podnik vděčí zvláště filmu „Avengers: Age of Ultron“, jehož předloha vznikla ve společnosti Marvel. Na tvorbě filmové verze původního komiksového příběhu se podílel i český specialista na filmové vizuální efekty Pavel Kacerle, který magazínu MontyRich poskytl exkluzivní rozhovor, jenž je součástí tohoto čísla magazínu.

Portfolio Pavla Kacerleho však obsahuje i další kasovní trháky letošního roku, Jurský svět, díky kterému slaví rekordy i filmové studio Universal Pictures. Toto studio vydělalo během letošního roku, respektive během jeho prvních sedmi měsíců, na vstupenkách do kin po celém světě více než 5,53 miliardy dolarů, což představuje nový světový rekord, který překonal loňské prvenství společnosti 20th Century Fox. 

MANAŽERSKÁ ODPOVĚDNOST A ETIKA

AUTOR: DUŠAN KUČERA, ISBM, VŠE V PRAZE



VEDENÍ MEZINÁRODNÍCH I DOMÁCÍCH FIREM SE STÁLE VÍCE SOUSTŘEDUJE NA OTÁZKU, ZA CO JSOU MANAŽEŘI VLASTNĚ ZODPOVĚDNI. JSOU ZODPOVĚDNI JEN ZA SLEDOVÁNÍ SVÉHO ZISKU, ANEBU TAKÉ ZA DALŠÍ DŮSLEDKY SVÉHO PODNIKÁNÍ? KDO JE ZODPOVĚDNÝ ZA POSLEDNÍ BANKOVNÍ A FINANČNÍ KRIZI A PROPADY STÁTNÍCH ROZPOČTŮ? KDO JE ZODPOVĚDNÝ ZA PROMRHANÉ STÁTNÍ PROSTŘEDKY A EVROPSKÉ FONDY? A PAK ČTEME VE SVĚTOVÉM TISKU O HAVÁRIÍCH TANKERŮ A ROZSÁHLÝCH ROPNÝCH SKRVNÁCH, ZBYTEČNÉ KATASTROFĚ V JADERNÉ ELEKTRÁRNĚ FUKUŠIMA. DOMA TAKÉ ČTEME O KORUPCI MEZI MANAŽERY FIREM A STÁTNÍCH INSTITUCÍ, FALŠOVÁNÍ ÚČETNICTVÍ A AUDITORSKÝCH ZPRÁV, PŘEKUPNICTVÍ S UPRCHLÍKY ATD. VE HŘE JSOU ROČNĚ MILIARDY KORUN, EUR A DOLARŮ!

Vedle managementu firem a korporací jsou to školy, univerzity, které si kladou stejnou otázku. Svými vzdělávacími programy vychovávají mladé inženýry a připravují své absolventy pro manažerskou praxi. Jsou tedy odborné školy (např. finanční, ekonomické, tzv. business school) nějak zodpovědné za myšlení a jednání současných či budoucích manažerů, za dění na finančních trzích, za nečestné podnikání některých bank a podniků či státních institucí?

ODPOVĚDNOST FIREM

Management firem stojí před aktuální otázkou, zda jsou tyto zodpovědné pouze za svůj ekonomický růst, zisk, anebo také za své zaměstnance, dodavatele, pracovní podmínky a dopady na životní prostředí. Má se vedení firem vážně zajímat o to, v jakém prostředí zaměstnanci pracují, zda např. jejich dodavatelé nepoužívají v materiálech jedovaté látky nebo nevyužívají v zahraničí práci dětí? A co dopady určité výroby a továrních odpadů na životní prostředí, zdroje pitné vody, čistotu ovzduší? Kdo je odpovědný za kvalitu produktů, úroveň a spolehlivost poprodejního servisu? Nedávno znovu ožila otázka, kdo nese zodpovědnost za dopady na lidské zdraví např. v potravinářském a kosmetickém průmyslu. Jakou roli hrají firmy a velké

korporace při daňových únicích a dalších podvodech, které se negativně odrážejí na státním hospodaření, školství, zdravotnictví, kvalitě silnic apod.? Jak dalece ovlivňuje pracovní prostředí a obchodní atmosféra celou společnost, rodiny, osobní charaktery a možná i politický vývoj v zemi?

ODPOVĚDNOST ŠKOL

Po vzniku bankovní krize v roce 2009 si vedení Harvard Business School položilo podobnou otázku. Neseme nějaký díl své odpovědnosti za dění ve finanční sféře, když téměř polovina našich absolventů končí na burzách, v bankách a přímo na Wall Street? Odpověď zněla: ano. Tato významná škola i mnohé další vysoké školy si uvědomují, že musí změnit své důrazy a učební osnovy z čistě matematických modelů řízení orientovaných na zisk směrem ke společenské a ekologické rovině manažerské odpovědnosti. Vede je k tomu řada posledních korupčních skandálů, přírodních katastrof a morálních selhání mnoha manažerů, kteří jsou absolventy určitých škol. Druhým důvodem pro změnu v pojetí své odpovědnosti jsou důrazy mezinárodních akreditačních komisí, které očekávají od jimi akreditovaných univerzit a fakult zásadní postoj k výuce podnikatelské a manažerské etiky. Nejdůležitějším podnětem jsou však ve školách průzkumy odhalující velmi

omezené chápání pojmu manažerské odpovědnosti mezi mladými absolventy ekonomických a finančních škol. Doporučení akreditačních institucí proto nesměřuje jen k zavedení nového etického předmětu do výuky. Školy slyší doporučení ke změně celkové filozofie odpovědnosti a etické perspektivy vzdělávání mladých inženýrů a budoucích vedoucích pracovníků. Ti totiž svým vlivem budou ovlivňovat další vývoj ve firmách a státních institucích v příštích desetiletích.

ZMĚNA PARADIGMAT

Vývoj v posledních letech ukazuje, že několik nezodpovědných manažerů negativně ovlivňuje jednak řadu svých zaměstnanců, ale hlavně ještě větší počet svých zákazníků, kteří jim důvěřovali a za jejich služby či produkty zaplatili. Zatímco v některých případech si majitelé a manažeři vytvořili vysoké zisky, pro zákazníky jejich produkty či služby nakonec přinesly ztráty a škody. Jen vzpomeňme dopady zkrachovalých bank, pojišťoven, záložen, cestovních kanceláří, stavebních firem, nekvalitních výrobků, služeb apod. Jak firmy, tak vysoké školy si musí uvědomit, že za současný stav nesou svůj díl odpovědnosti. Po mnoha skandálních odhaleních se začalo vedení několika korporací soustřeďovat na transparentnost v uzavírání zakázek a přísnější sledování své výroby i obchodů. Nejde však jen o sledování právních postupů, jde o celkové pojetí manažerské odpovědnosti ve všech oblastech vůči všem zúčastněným stranám – zaměstnancům, dodavatelům, společnosti, životnímu prostředí. Nakonec se musíme ptát rovněž po dopadu našeho jednání na budoucí generace. To je změna paradigmatu podnikatelského a manažerského myšlení a rozhodování. Kromě sledování svého ekonomického zisku potřebují zodpovědní manažeři rozšířit svou perspektivu na další součásti společnosti, které firmy ve svém podnikání aktivně využívají, ale už nemají stejný zájem o další a dlouhodobé důsledky svého jednání. Odborně mluvíme o nutném posunu ve sledování zájmu z pozice tzv. „shareholders“ na širší okruh tzv. „stakeholders“ – od akcionářů zájímajících se jen o svůj zisk k zohledňování všech zájmových skupin, kterých se naše podnikání týká. Změna paradigmatu přitom musí nastat jak v myšlení již aktivních manažerů, tak mezi učiteli odborných škol.

DŮSLEDKY MANAŽERSKÉHO JEDNÁNÍ

Poslední zprávy o zpronevěření veřejných prostředků se týkají jak ministerských úředníků a vybraných státních institucí, tak soukromých firem, jednotlivých manažerů, právníků atd. Ropná skvrna v Mexickém zálivu, špatná ochrana a bezpečnostní opatření jaderné elektrárny ve Fukušimě, celosvětová finanční krize, jakož i další četné, ač méně známé, škody spáchané na lidech a přírodě jsou výsledkem nezodpovědného myšlení a rozhodování manažerů. Často jsme svědky toho, jak firmy maximalizují své zisky bez ohledu na zdraví, přírodu a celospolečenský dopad. Odpovědní aktéři sledují jen krátkodobé výhody a ignorují rizika budoucnosti. Negativní důsledky nezodpovědného jednání však nepo-
ciťují pouze přímé oběti – zaměstnanci, zákazníci. V mnoha

případech se kritické dopady nezodpovědných rozhodnutí managementu firem a institucí vrací v další generaci. Firmy a jejich manažeři si tak zahrávají nejen se svou reputací, ale i se svým okolím a nakonec i dlouhodobou profitalibilitou.

POKUSY O ZMĚNU

Zásadními signály změny jsou nové důrazy ve vzdělávacích programech na manažerskou odpovědnost a etiku, vznik nových institucí, které se zabývají společenskou odpovědností, zavádění etických kodexů apod. Ve vztahu mezi školami a firmami začala pod UN Global Compact pracovat instituce PRME (Principles for responsible management education) se sídlem v New Yorku. Jen dvě české vysoké školy se zatím přihlásily k daným zásadám, které hovoří o úctě k člověku, přírodě, o důstojných podmínkách práce a odmítání korupce. Po známé značce *Corporate social responsibility* (CSR) tak své pojetí rozšiřuje na novou značku: *Sustainable Corporate Responsibility* – SCR.

POZVÁNKA NA KONFERENCI

Zcela konkrétním příkladem je letošní konference Vysoké školy ekonomické v Praze s titulem „Odpovědnost a etika v manažerském vzdělání“. Řečníci si kladou základní otázky pojetí manažerské odpovědnosti, kterou vyučují odborné školy ve svých bakalářských a magisterských programech. Další otázkou je manažerské vzdělávání ve speciálních manažerských institucích, které vedou programy typu MBA nebo jednotlivé manažerské kurzy a semináře. Příspěvky se týkají způsobů vyjednávání, důsledků podnikových rozhodnutí na širší prostředí. Teoretické přístupy jsou doplněny i konkrétními příklady z firemní praxe. Zástupci několika společností se vyjadřují k tomu, jak daný problém uchopili ve svých firmách, jaké mají zkušenosti s prosazováním manažerské odpovědnosti a podnikatelské etiky a co jim to přináší ve vztahu k zákazníkům. Věříme, že daný počín bude podnětem pro další úvahy nad tak významným tématem současného managementu. Každá firma se může rozhodnout, do jaké míry chce prohloubit svou zodpovědnost a zajistit si tak lepší vztah se svými zaměstnanci, partnery, dodavateli a veřejností pro budoucí léta. 





Zodpovědnost a etika
v manažerském
vzdělávání
Přístup česko-švýcarského dialogu

Responsibility and
Ethics in Management
Education
Czech-Swiss Approach

Vysoká škola ekonomická
v Praze – Likešova aula
čtvrtek 17. září 2015

University of Economics,
Prague – Likes hall
Thursday 17 September 2015

Mezinárodní konference / International Conference

OLIVER

MÍŘÍ K NEBESŮM

AUTOR: MILAN CHARVÁT



LUXUSNÍ VILA, HEKTOLITRY RED BULLU A GLOBÁLNÍ AMBICE, TAK BY SE DAL STRUČNĚ POPSAT SOUČASNÝ ŽIVOT TEPRVE SEDMADVACETILETÉHO **OLIVERA DLOUHÉHO**. TEN SI PŘI DOVOLENÉ S PŘÍTELKYNÍ VŠIML, ŽE RŮZNÝMI KOMBINACEMI LETŮ SE DÁ UŠETŘIT AŽ 80 PROCENT Z PŮVODNÍ CENY JEDNÉ LETENKY. DNES JE SKYPICKER NEJVĚTŠÍM PROJEKTEM SVÉHO DRUHU NA SVĚTĚ A JEHO AKTUÁLNÍ HODNOTA SE POHYBUJE KOLEM DVOU MILIARD KORUN.

S Oliverem jsme se sešli kdesi na konci světa, tedy lépe řečeno ve Kbelích, abychom mohli udělat stylové fotografie v místním leteckém muzeu. Očividně jsme brněnskému byznysmanovi udělali radost, jelikož si nyní sám dělá pilotní průkaz a chystá se pilotovat vlastní stroj.

Začnu lehce na rozmluvení. Jak ses na dnešek vyspal?

Dnes jsem vstával o půl šesté asi po půl hodině spánku. My máme vždycky v pondělí takové overnight sessions s klukama, protože na víkend se nám toho hodně nakupí a v pondělí chtějí všichni všechno řešit, takže se sejdeme i přes noc a jedeme až do úterka.

Takže hektické období?

Přesně tak. Létám také hodně do zahraničí na různé konference. Je to vždycky na jaře a na podzim. Teď je klid, takže jsem spíš v kanceláři, ale na podzim to začne a každý týden je tam něco – Londýn, Singapur, Florida.

Přichází v úvahu nějaká dovolená?

Já nechci dovolenou. Mě baví někam vyjet a pracovat z nějakého jiného místa. Ale vyložená dovča, že bych vypnul telefon a počítač, to by mě asi zatím nenaplnilo.

Kolik hodin denně pracuješ?

V podstatě když jsem vzhůru. Ono se to v poslední době táhne – těch overnight sessions máme víc, ale my jsme strašně velký odběratel Red Bullu, nám dokonce dávají velkou ledničku „redbulláckou“. V pátek dovezli novou várku a včera už došla. Často se jdu i projít nebo jdu na pivo, ale mám u sebe telefon a vyřizuji e-maily po telefonu. Snažím se ten každodenní život s prací provázat a integrovat.

Kromě Red Bullu, co Ti pomáhá vydržet to tempo?

Bydlím v Jindřichovém Hradci, do Brna jezdím v neděli večer a ve čtvrtek nebo v pátek jedu zpátky do Hradce na víkend. A mě nabíjí být v Hradci.

A kde tedy v Brně bydlíš, když tam jsi?

V kanceláři. My tam máme takovou vilu, teď se tedy stěhujeme do větší, říkáme tomu pracovně Versailles.

Kolik vás tam je?

Celkově je teď ve firmě 90 lidí (v době vydání magazínu už 130), z toho 30 je na Ukrajině. Takže tady v ČR 60 a teď přijímáme 4 nebo 5 lidí týdně, takže jich za chvíli bude už hodně. To už bychom se do té vilky, kde jsme teď, vůbec nevešli. Takže jsme se museli přestěhovat.

Stíháš sledovat, koho do firmy přijímáte?

HR si řeší teamleadeři jednotlivých týmů, já si hlídám jenom management. HR si řeší teamleadeři jednotlivých týmů, já si hlídám hlavně management. Máme ale každý měsíc teambuilding, kde se se všemi nováčky seznámíme, takže přehled mám.

„Já nechci dovolenou. Mě baví někam vyjet a pracovat z nějakého jiného místa.“

A na Ukrajině máte koho?

Tam je customer care.

Jaký je důvod?

My jsme totiž měli problém, že jsme moc rychle rostli a neměli jsme ten support dělat. Ani jsme neuměli ty lidi školit. V podstatě to během jednoho dvou měsíců vyrostlo ze stavu, kdy jsem celý support dělal já osobně až do týmu dvaceti lidí.

Byl v tom najednou chaos. A v té době se mi ozvala nějaká holka z Ukrajiny, že outsourcuje support pro online prodejce letenek, tak jsem si říkal, že se to hodí. Dali jsme si jeden skype call, potkali jsme se v Paříži a plácli jsme si a začali jsme u ní asi se čtyřmi lidmi. A dnes už tam je celý náš support.

Kolik členů má základní tým, se kterým ty dennodenně komunikuješ a spolupracuješ?



Tak to můžu klidně jmenovat: Lucka – CFO, Zdeněk – Business Development, Danča – COO, Martin, Peťa, abych na někoho nezapomněl. A to bude asi ten hlavní tým, se kterým jsem dennodenně. A ještě samozřejmě Jožo Képeši – CTO, a Luboš Charčenko, který je hlavním programátorem.

A to jsou lidi, které sis sám vybral do týmu.

V podstatě ano.

A jak jsi ty lidi našel?

Tak různě, Joža jsem našel na inzerát, když jsem to zakládal. Peťu Vaškových jsme „koupili“ společně s WhichAirline. Když jsme kupovali ten server, byla to podmínka, že tam zůstane hlavní pracovnice a v podstatě se ukázalo, že ona má pro nás už teď rozhodně větší hodnotu než ta samotná WhichAirline. Takže jednoznačně dobrý tah. Lucku jsem znal z Jihomoravského inovačního centra ze StarCube. Ona tam tenkrát byla s nějakým svým produktem a pak tam začala pracovat v JICu a já jsem věděl, že je schopná a že by se nám hodila. Tak jsem ji k nám přetáhl k neli-

„Například kolega si nedávno všiml, že roztál sníh, když mu došlo kafe a musel vyjít ven.“

bosti JICu. Zdeněk šel normálně na startup jobs na inzerát, je to hrozně šikovný kluk. Martin Ratolíška, to je můj kamarád z Jindřichova Hradce z gymplu, o kterém jsem vědělže je schopný. Takže prostě taková různorodost. Snažím se hodně využít svou síť kontaktů.

Budeš ještě nějaké manažery doplňovat?

Teď hledáme CMO, marketingového specialistu. Ale někoho s globálními zkušenostmi, ne „zkaženého“ českou kotlinou.

A nepřemýšlel jsi o tom se dívat po někom za hranicemi?

My fungujeme jako jedna velká rodina, takže já bych byl nerad, aby ten člověk fungoval na dálku. Protože ten team spirit je u nás hodně silný, hodně našich lidí nevylezlo z vily už strašně dlouho. Například kolega si nedávno všiml, že roztál sníh, když mu došlo kafe a musel vyjít ven. Takže to je super, to je ten správný zápal a nerad bych to rušil tím, že je někdo externista a ještě někdo takhle důležitý.

A tu vilu jste koupili, nebo jste v pronájmu?

V pronájmu. Ono při tomto tempu růstu nevíš, co bude za půl roku.

Na kolik vyjde nájem takové vily?

Sakum pikum asi 200 000 Kč, té nové myslím. Ta stará byla za 90 000 Kč i s energiemi, ale je to hodně předražené, protože to jsou tři byty a oni to chtěli udělat separátně. Takže tržně by to bylo o 20–30 % levnější, ale my jsme nějak neměli čas vyjednávat.

Takže pořád očekáváš dost velký růst?

Pořád. Rok 2016 bude zlomový. Máme připravených pár nových produktů a nových věcí.

V čem ten zlom bude?

Měli bychom se posunout o jeden level a také se o jeden stupínek výš posunout dál v potravním řetězci. Chtěli jsme nějaký vyhledávač, pak jsme začali prodávat, teď už máme dealy s aerolinkami a potom už asi provozovat letadla. Pak už to asi výš nejde.

A vnímáš na trhu nějakou globální konkurenci, kterou bys musel překonat, nebo si říkáš, že jste natolik unikátní, že to není žádná hrozba?

Žádná hrozba, to bych neřekl, to by bylo trošku rouhání, ale aktuálně přímou konkurenci nemáme. Nikdo na světě není tak technologicky vyspělý, aby dokázal konkurovat v tom segmentu, který jsme my obsadili. Ale to neznamená, že to nemůžou během dvou tří let dát dohromady. A proto musíme neustále inovovat, abychom byli pořád o ty dva tři roky napřed. Takže aktuálně se nebojím, že by zítra někdo něco spustil. To by pro mě bylo velké překvapení.

Pojďme k číslům. Jak jste na tom teď obrově?

Červen by měl být vyšší než celý rok 2014. Tehdy to bylo nějakých 143 milionů, červen by měl být něco přes 150 milionů. Takže rosteme stále. Je to nejlepší měsíc. Za posledních několik měsíců byl každý měsíc rekordní.

A jak se pohybují vaše marže?

Marže jsou pořád docela dobré, daří se nám držet v průměru okolo 14–15 %, takže gross margins z těch 150 milionů je nějakých 22 milionů. Na druhou stranu máme samozřejmě také nějaké náklady.

Pojďme na úplný začátek. Čím jsi chtěl v mládí být?

Já jsem chtěl vždycky dělat byznys. Můj tatka byl první podnikatel v České republice vůbec. V podstatě všechny své aktivity jsem tomu tak nějak podřídil už od školy.

Jaké to byly aktivity?

Byl jsem párkrát na brigádě, ale jenom málo. Já jsem z Jindřichova Hradce, což je asi 15 km od rakouských hranic a v Jindřichově Hradci jednou v létě Jednota vykupovala borůvky, které tam nasbírané vozili důchodci a Jednota jim dávala za kilogram 50 Kč. Nicméně já jsem si při jedné cestě do zahraničí všiml, že na hranicích se prodávají borůvky za 150 Kč za kilogram. Takže výrazná tržní nerovnováha a poměrně blízko od sebe. Takže jsem se postavil před tu výkupnu a dával důchodcům 55 Kč za kilogram, vozil jsem to na hranice a prodával jsem to tam za 150 Kč. Potom jsem borůvky skupoval i od ostatních prodejců, takový monopol, protože když je prodáváš sám, tak už si s tím můžeš dělat, co chceš. A pak, když jsem si vydělal nějaký kapitál, tak

jsem je všechny skoupil třeba i za těch 150 Kč. A když byla konkurence pryč, nasadil jsem cenu 180 Kč za kilogram.

A kolik ti to přineslo měsíčně?

Tím jsem vydělával tak 3 000 Kč denně. Ale bylo to krátkodobé, byly to tak dva měsíce. Protože pak ke konci už to nerostlo. Byl to čistě sezónní byznys, ale tehdy to pro mě bylo lepší než brigáda. Když mně bylo osmnáct, z našetřených peněz jsem si koupil auto a už jsem to vozil autem, předtím jsem to tahal autobusem v ikeácké tašce. To byly časy.

To byla tedy první věc, kdy sis ověřil, že máš, řekněme, byznysové myšlení a že

dokážeš fungovat na trhu, který si vybereš.

Asi ano. Někáká nejistota, jestli to člověk zvládne, tam je vždycky. Ale musím říct, že tahle zkušenost mi potom hodně pomohla a dodala sebedůvěru, že když bude nejhůř, tak vždycky něco vymyslím.

Co následovalo po borůvkách?

Měl jsem takovou malou manufakturu na jukeboxy do hospod. Znal jsem se s pár majiteli hospod a ti mi říkali, že kupují jukeboxy za 70 000 Kč. Tak jsem se jich zeptal, jestli by je odebírali ode mě za 35 000 Kč. Oni řekli, že samozřejmě ano. Tak jsem koupil počítač, nechal jsem truhlářem udělat kastli, napsal jsem na to nějaký program, mincovník, dal to celé dohromady a prodával s docela slušným



ziskem. Věnoval jsem se tomu asi tři roky do svých dvaceti a za tu dobu jsem vyrobil a prodal pár desítek jukeboxů.

Mezitím jsi dodělal střední školu a šel na vysokou?

Ano, dodělal jsem gympl a jel jsem do Brna studovat informatiku. Ne, že bych o to měl nějaký extrémní zájem, ale do Brna šli všichni kamarádi, tak jsem si říkal, že se k nim přidám a uvidíme. Ale informatika mě nebavila, pořád mě to táhlo k nějakému byznysu, takže jsem mezitím založil firmu na outsourcing logistiky pro internetové obchody. Oni si u nás uskladnili své zboží

a když jim přišla objednávka, přeposlali nám ji a my jsme vyexpedovali zboží. Samozřejmě za nějakou provizi. To mě začalo bavit, tak jsem se na školu vykašlal. Nicméně to nakonec nešlo podle mých představ, neměli jsme dost zákazníků. Takže jsme museli spustit vlastní e-shopy, například se sluchátky KOSS, pak Audigo, to byly mp3 přehrávače a různá hudební elektronika, BezCigaret.com, to byl zase první prodejce elektronických cigaret v Čechách. Jenže to mělo svá omezení a nebylo kam růst, takže mě to také přestalo bavit. Pak jsem od Honzy Bárty koupil balík domén a zkusit spekulovat s tím. Opět stejný výsledek, sice jsem

„Červen by měl být vyšší než celý rok 2014. Tehdy to bylo nějakých 143 milionů, červen by měl být něco přes 150 milionů.“



něco vydělal, ale nenašel jsem v tom tu vášeň. Pak jsem začal s taťkou mojí manželky XpressTV, chtěli jsme tady vytvořit nějaký portál, kde by si každý mohl streamovat živě po netu, něco jako živý Youtube. Ale nějak nám to nefungovalo, tak jsem plynule přešel do Skypickeru.

Tak zase tak plynule asi ne, že?

To ne, ale díky tomu, že ten poslední byznys nezabíral tolik času, tak jsem měl čas i na cestování. Takže jsem vzal zbytky peněz, co mi zbyly z těch domén, a odjeli jsme s mojí přítelkyní do Portugalska. A tady začíná ta slavná historka, jak jsme hledali nejlevnější letenky do Portugalska a ty klasické letenky, které nabízeli Letuška a jiní další prodejci, byly strašně drahé. Stály třeba 8 tisíc korun. A to pro nás v té době bylo docela dost peněz. A tak jsme hledali nějaké navazující spojení s lowcosty. A jelikož lowcosty tam nelítaly napřímo, hledali jsme návazný spoj a našli jsme Praha–Milán s Ryanairem, Milán–Porto s WizzAirem, nebo naopak, teď si nejsem jistý, a zpátky jsme letěli z Fara do Eindhovenu s WizzAirem a z Eindhovenu do Prahy s Ryanairem. Takže taková kombinace, čtyři lety, ale dohromady to vyšlo na nějakých 2000–2500 Kč na jednoho, což je zlomek té ceny, co nám nabízeli standartní dopravci. A v tu chvíli vznikl ten nápad, protože já chodím po světě a dívám se, kde je nějaká příležitost. Zajímá mě to a baví mě nad tím přemýšlet. A tak jsem si tehdy řekl, že by to mohla být super služba, kdybychom něco takového zautomatizovali a lidé by nemuseli sami ty lety dlouho vyhledávat. Navíc to lidem šetří peníze a takové služby mají lidé rádi. A tak tedy vznikl nápad na Skypicker.

Jak jsi přišel na tu doménu?

Měli jsme seznam asi 150 názvů, které jsme nějak vygenerovali.

A tu doménu jsi tenkrát vymýšlel ty?

Tu doménu jsem vymýšlel s Jurou Hlavenkou, s mým prvním investorem nebo spíš co-founderem než investorem. Zjišťovali jsme, co je volné. Vůbec nic nebylo a asi až na stém místě byl Skypicker.

Jaké tedy byly první kroky po návratu z Portugalska?

Řekl jsem o tom nápadu taťkovi své holky, se kterým jsem měl tu XpressTV. Jelikož mám nějaký IT background, věděl jsem, že to nebude levná záležitost, a tak jsem mu rovnou říkal, že na to bude potřeba investor. A on se znal právě s Jirkou Hlavenkou, který v té době zrovna likvidoval svůj

podíl v Redirectu, takže měl nějaké volné peníze a rozhlížel se, co s nimi. Tak nás propojil a já pak Jirku Hlavenku tři měsíce ukecával, než se rozhodl investovat.

Jaký byl ten původní plán?

Já jsem nevěděl vůbec nic. Dělal jsem sice nějaký byznys plán, ale to dokážeš napsat vždycky, i když o tom byznysu nic nevíš. Takže jsem spočítal, že to bude stát 200 000 Kč, ale Jura s tím nesouhlasil a řekl, že mi dá aspoň 400 000 Kč. Tak mi dal 400 000 Kč a samozřejmě to také nestačilo. Ale stačilo to k tomu, abychom ten produkt dotáhli do nějaké základní verze, kdy je co ukazovat dál a kdy jsou nějaké první mini sales a díky tomu se dá říct o další investici.

Jak byly nastavené podíly?

Já jsem tehdy neměl nic v ruce, jen nápad v hlavě, takže jsem byl v trochu složitější pozici. Nakonec to dopadlo tak, že Jura Hlavenka dostal 45 %, já měl taky 45 % a Jožo (první programátor) měl těch 10 %, s tím, že měl opci na dalších 10 % proporčně ode mně a od Jury.

Kdy tedy byla firma založená?

V dubnu 2012 jsme založili s. r. o.

Zkus popsat ty začátky, jak se vlastně ta služba vyvíjela.

My jsme ze začátku nechtěli prodávat letenky, my jsme chtěli ty letenky jenom vyhledávat a uživatele následně přesměrovávat na stránky aerolinek. To byla původní idea. My jsme chtěli žít z toho, že od těch aerolinek dostaneme nějakou provizi. Problémem byl ten focus na lowcosty, které neplatí žádným prostředníkům nikdy nic, žádné komisions. Takže jsme brzy zjistili, že z nich ty peníze nedostaneme. Navíc jsme začali narážet na jakýsi diskomfort těch uživatelů. Aby si zarezervovali všechny lety, museli ty rezervace dělat na několikrát u různých aerolinek, protože ty aerolinky spolu samozřejmě nespolupracují. Takže máš Ryanair a WizzAir a teď si bookuješ čtyři lidi tam a čtyři lidi tam, teď to vypisuj, jedna aerolinka ti odmítne z nějakého důvodu platbu kartou a tu druhou máš zabookovanou.

A v tu chvíli jsme vycítili příležitost to těm lidem usnadnit a vzít si z toho nějakou marži. Takže být trochu dražší, než kdyby si to ten člověk zabookoval sám, ale dát nějakou přidanou hodnotu, což je prostě jednoduchý booking. A druhá přidaná hodnota, která je z mého hlediska ještě zásadnější, je, že když napojuješ dva lety nespolupracujících společ-

„Nikdo na světě není tak technologicky vyspělý, aby dokázal konkurovat v tom segmentu, který jsme my obsadili. Ale to neznamená, že to nemůžou během dvou tří let dát dohromady.“

ností a jeden let se zpozdí a uletí ti druhý, tak kdyby sis to bookoval sám, nikdo ti nic nedá, ale my to kryjeme. Když se ti zpozdí ten první let a uletí ti druhý, tak tě posadíme na první letadlo do tvé destinace a zaplatíme to celé my.

Kdy podle Tebe přišel ten nejdůležitější zlom?

První zlom byl asi duben nebo květen minulého roku, kdy jsme zakomponovali první partnery. Možná to bylo dřív, už únor. My jsme se ze začátku pořád snažili dělat nějaký marketing a to nám moc nefungovalo. Ale pak jsme objevili srovnávače cen, do kterých jsme se zapojili a ony nám samozřejmě za nějaký poplatek, který není vůbec malý, začaly generovat traffic a začaly nám generovat sales. A tam jsme našli ten náš stávající modus operandi, kdy hledáme všechny možné srovnávače cen letenek, protože my jsme na určité procento letů nejlevnější. Takže úplně ideální způsob, jak to marketovat, je srovnávat to s cenami ostatních a být první.

Na konci roku 2013 do firmy vstoupili Touzimsky Kapital, kolik získali procent a za kolik?

Touzimsky na začátku dostali 20 % za 10 milionů Kč, pak ještě přikoupili další 4 %, takže celkem 24 %. Teď tam mám nějakých 30 % oficiálně, ale ještě něco dlužím Luce a Lubošovi, takže můj finální podíl je teď 28 % a je to pořád největší podíl spolu s Jirkou Hlavenkou.

Na podzim 2014 přišel Ondřej Tomek. Jaké bylo jednání s ním?

Rychlé. (smích) My jsme totiž kvůli jedné technické chybě v polovině roku ztratili asi milion korun a ty nám najednou chyběly. Investoři už další peníze do firmy dávat nechtěli a tak nezbylo než zkusit oslovit další. Jednali jsme s Ondrou Bartošem z Creda s J&T Ventures, s Ariadne Capital a dalšími, a vždycky tam bylo strašně moc podmínek. Naštěstí se právě Jirka Hlavenka znal s Ondrou Tomkem, a tak jsme si s ním domluvili schůzku v Praze. Bylo to úplně jiné jednání než ta předchozí. Místo aby se snažil vymýšlet důvody, proč by ten projekt neměl být úspěšný, snažil se s námi brainstormovat a vymýšlet cesty, jak to ještě zlepšit. Bylo to super setkání a hned druhý den mně od Ondry přišel term sheet. Pak už jsme si to jen schválili s ostatními investory a bylo hotovo.

Pomáhá vám nějak s provozem?

Od svého vstupu do firmy každý den sleduje obraty. Takže kdykoliv, když dáme rekord, tak volá a gratuluje. A řeší co dál, jak může pomoci. Když nám o Vánocích chyběly peníze v cash flow, tam bylo 5 dní svátků a to peníze nechodí,

tak jsme mu zavolali a druhý den byly peníze na účtu, abychom to období zvládli. Fakt se nám snaží pomoci a vyjít vstříc a bere to za své. Tak to má podle mě být.

Jaký je cíl, exit?

Popravdě, čím déle to dělám, tím míň jsem si jistý. Protože my jsme to ze začátku dělali čistě pro exit. Mysleli jsme si, že to bude jednorázovka, že něco spíchneme a bude to fungovat, střelíme to a půjdeme dál. Ale čím hloub se do toho byznysu noříme, tak tam vidíme čím dál víc věcí, které podle našeho názoru nefungují správně, které je potřeba narovnat. Ve chvíli, kdybychom se dostali do nějakého korporátního módu, kdy prostě tam vzrosteme o 3 %, tam spadneme o 2 %, tak v tu chvíli by byl asi exit, ale aktuálně si pořád držíme meziměsíční tempo růstu nějakých 40–50 %, což mě prostě baví. Ta firma se pořád mění, pořád se řeší nové a nové problémy. Já jsem nikdy nedostudoval vysokou školu, takže tohle беру jako takovou kompenzaci.

Nehrozí předčasný důchod a golf u moře?

Pro mě by ten život pak asi nebyl naplněný, já si nedokážu život užít nějakým lenošením na Bali. Už bych dneska asi zvládl být půl roku na home officu na Bali, aby to přežilo. Ale není to něco, co bych chtěl. Baví mě řešit problémy a pomáhat lidem, zajímá mě energetika, doprava... až budu mít víc prostředků a zkušeností, chci se rozvíjet tímto směrem. Třeba jako Elon Musk. (úsměv)

Jaké jsou podle Tebe základní složky úspěchu?

Pro ty, kteří ještě nezačali – tak začněte, není lepší načasování než dnes, druhé nejlepší je zítra.

A ti, kteří už začali? Nevím, jestli jsem úplně v pozici, abych někomu radil, u každého může fungovat něco jiného. Sám za sebou vidím tvrdou práci. Určitě se najde někdo, kdo vymyslí nějaký hack, za málo práce udělá miliardovou firmu, ale to jsou výhry v loterii a na to bych nespolehal. U Skypickeru třeba ta myšlenka byla dobrá, ale tu myšlenku dostalo už hodně lidí přede mnou. Zkombinovat lowcosty, to není žádná „rocket science“, ale ten úspěch – aspoň já to tak vnímám – tkví v té realizaci. V tom, jak jsme si to fakt oddřeli, vymysleli všechny algoritmy. Fakt jsme na tom pracovali hodně tvrdě a i teď na tom pracujeme hodně tvrdě, nespíme a makáme, takže to není zadarmo. Já si myslím, že i s mnohem horším nápadem, kdyby se mu obětovalo tolik času a práce jako ve Skypickeru, tak by tam nějaký úspěch přišel. Třeba menší, ale pořád by to byl úspěch. 

Děkujeme Vojenskému historickému ústavu Praha – Leteckému muzeu Kbely za poskytnutí prostor k focení.

CHCETE NÁVOD, JAK BĚHEM JEDNOHO ROKU VYTVOŘIT ÚSPĚŠNÝ GLOBÁLNÍ BYZNYS?

Otočte na stranu
59

MAFIA BUSINESS

AUTOR: MILAN CHARVÁT



SVĚT RAPERŮ BYL KDYSI TEMNÝM A CHAOTICKÝM MÍSTEM. PAK VŠAK PŘIŠEL NA SCÉNU **DAVID SNÁŠEL** SE SVÝMI MAFIA RECORDS A PUSTIL SE DO „ÚKLIDU“.

Pár dní před tím, než proběhl rozhovor, se v Táboře otevřelo nové fitness. Jeho název místním ihned napověděl, kdo za projektem stojí.

Jak vznikl nápad na projekt Mafia Fitness?

Sice jsme se o podobném projektu s bratrem bavili už dříve, ale na začátku letošního roku jsem ani netušil, že nějaké fitko vznikne, takže jsem si zařídil permanentku v jiném fitku. Teď ji můžu někomu darovat. (smích) Každopádně díky tomu, že značka Mafia Records už je na trhu poměrně dlouho a má mnoho věrných fanoušků, tak rozšíření do dalších oblastí je celkem logickým krokem. Kromě Mafia Fitness tak spouštíme projekty jako Mafia Cars, Mafia Gamezone...

Věříte v úspěch Mafia Fitness?

Určitě to bude chtít ještě hodně práce. V minulosti, a to v každém odvětví, tady nic nebylo, někdo přišel, něco udělal a fungovalo mu to. Dneska je doba jiná, trh je hrozně plný všeho. Je to hodně o vůli, o práci a myšlence. Člověk také musí prokázat trpělivost, nesmí si myslet, že si po týdně podnikání koupí Bentley. Já ty svoje projekty vždycky přirovnávám ke stromu – zasadím semínko, starám se o stromeček, ten stromeček mi roste, pak tam vyroste první jablíčko. Já ho nesním, schovám si semínka na další projekty a naplním košíček, až je ten strom silný. Takhle

ta firma roste a až budu mít silný strom, můžu si každý týden utrhnout plný koš těch jablek a nikomu to nevadí. Ale s tím jedním jablíčkem je to špatný. To je plod práce na tom stromě. Takže takhle vzniklo Mafia Fitness a snažíme se to dělat pořádně a musím říct – a to zaťukám – že lidé chodí a začínáme je stahovat. Teď ladíme web Mafia Fitness, máme hotový Facebook Mafia Fitness. Takové to corporate identity, jak se to má dělat, ta hlavní myšlenka, to řídí můj brácha, ten celkový koncept, jak to pojmout, to vymýšlel on ještě s naším společníkem Michalem Dvořákem. Vzali si na starost tu vizuální stránku, marketing, dělaly se k tomu nějaké billboardy a tak, ono to ještě půjde nahoru. A když se to Táboře dobře chytne a pojedete to, tak bychom udělali ještě další fitka po republice. Třeba Brno, Praha, Ostrava a udělali bychom takovou síť fitek.

Na kolik to vyjde si otevřít fitko?

V řádech milionů, tak , aby to bylo dobře udělané.

Seznamte nás s Vašimi začátky...

Dětství jsem měl asi klasické. Jsem ale dost specifický v tom, že jsem se nikdy dlouho nebavil se stejnou skupinou lidí. Nikdy jsem nehrál na kamarády na život a na smrt. Jak se měnilo mé myšlení, měnili se i moji kamarádi. Když mi bylo 15 či 16, chodili jsme na diskotéky, bořili popelnice a dělali hlouposti. První zlom přišel ve čtvrtáku

na gymnáziu, kdy můj tehdejší nejlepší kamarád odjel do Ameriky. A já najednou přestal dělat hlouposti a začal si věci dávat do pořádku. Hodně mě to tenkrát táhlo k hudbě, takže jsem poslouchal hip hop, zkoušel breakdance... V Táboře tenkrát byla starší generace hip hoperů, ale nebylo snadné se do jejich komunity dostat.

Co to znamenalo, dostat se do jejich komunity?

Ona ta hiphopová komunita je uzavřená. Tam nebyla vstupenka, že člověk šel prostě do obchodu, koupil si velkou kšiltovku, došel za nimi a řekl „čau, já jsem s vámi“. Tak to nefunguje. Člověk musí začít něco dělat a oni musí uznat, že to dělá dobře a má respekt. Není to o oblečení, je to o těch věcech. A já jsem se chtěl realizovat a ukázat, že to s hip hopen myslím vážně, že to není nějaký módní trend, že mě ta kultura baví a že jsem se v ní našel.

A tak jste tenkrát začal dělat promotéra.

Ano a rozjelo se to, ale byl to koníček, byla to zábava. Pořád jsem ale přemýšlel, jak bych vydělal nějaké peníze, ale nepřemýšlel jsem o Hip Hopu.

Něco jste na tom vydělal, ne?

Něco ano, ale nebylo to nic velkého, pořád to bylo málo.

Dřív jsem si nedokázal představit, že bych na hip hopu vydělal nějaké peníze. Měl jsem ho jako koníček, jako srdcovku a přemýšlel, že bych udělal nějaký jiný byznys. To bylo všechno v začátcích, první mejdan jsem udělal v 18, to byl zhruba rok 2005. Pak jsme založili společnost Public Project, o. p. s., a začali dělat první malé

akce, ale jen s využitím kamarádů, kdy jeden kamarád rapoval, kamarád grafiták maloval, abychom neprodělali. Pak byly další akce v malém jen s Djem, byly to akce pro 15 až 20 lidí. Vybírali jsme vstupné do kalíšku, hodte mi

„Je to hodně o vůli, o práci a myšlence. Člověk také musí prokázat trpělivost, nesmí si myslet, že si po týdnu podnikání koupí Bentley.“



dvacku, přispějte mi na mejdan, přispějte na Public Project, neziskovku v Táboře. Pak už jsme měli dva Dje, pak tři Dje, pak jsme se přestěhovali do většího klubu a pak přišla doba, kdy jsme udělali první koncert s kapelami.

Takže další zlom?

V podstatě ano. To bylo v roce 2006 a první jméno, které jsem tam pozval, byl Rytmus. Domluvili jsme se spolu, jenže když jsem mu volal dva týdny před akcí, řekl mi, že na to zapomněl a musíme to odložit. Úplně mě polil studený pot, že jsem si ještě nezískal respekt a už taková ostuda. Rytmus mi nakonec dal kontakt na půlku lidí z celé české scény, abych se s nimi domluvil. Volal jsem Indymu, ten nemohl, PSH nemohli... zachránili mě až Pio Squad. Tak jsme měli Pio Squad, mejdan se uskutečnil a povedl se. Takže ostuda se nekonala a my jsme mohli pokračovat dál.

Jak ta akce vyšla finančně?

My jsme na té akci prodělali asi dvacet tisíc. Na tom dalším

mejdanu jsme dvacet tisíc vydělali a takhle se to nějak stupňovalo. Ale bylo to takové dvacka sem, dvacka tam, padesát sem, padesát tam, byl jsem věčně nespokojený promotér. On je to takový kolotoč. Ale nějaké peníze jsme tam už generovali. No a nakonec to vyšlo i s tím Rytmusem. Udělali jsme nový koncert a ten se povedl. Když jsem mu potom platil, dal jsem mu víc peněz a on se zeptal, proč to dělám. Řekl

jsem mu, že se akce povedla a že si to zaslouží. Asi na to nebyl zvyklý, takže si mě od té doby pamatoval jako toho „Právníka z Tábora“. (smích)

Pak už jste se jen vezl na vlně úspěchu?

To určitě ne. V roce 2007 jsem se dal dohromady s nějakými zvláštními, minimálně z dnešního pohledu, lidmi, se kterými jsem chtěl začít vyrábět oblečení z konopí. Dokonce jsem si na to půjčil peníze. Jenomže kolega, který se mnou měl tu s. r. o., místo aby udělal oblečení z konopí a řešil

nákup vláken atd., tak udělal regulérní pěstírnu a řekl, že nejdřív si vypěstuje nějaké investice a pak že to budeme teprve vkládat. Já byl zadlužený, takže jsem prostě mlčel a věřil, že to dobře dopadne.

A nedopadlo...

Osmého ledna 2008 ve čtyři hodiny ráno si pro mě přišli policajti. Zatkli mě a trvalo to další tři roky, než celá věc skončila. Každopádně jsem tehdy spadl na úplné dno. Neměl jsem nic a navíc půlmilionový dluh na krku. Chvilku jsem přemýšlel, že si ublížím. Ale pak jsem si řekl, že to musím zvládnout a dostat se nahoru.

Co jste tedy udělal?

Tady mě zachránil hip hop. Začal jsem nad tím přemýšlet jinak, koukal jsem na to najednou hlavně z pohledu marketingu. A tak se stalo, že jsem partnerům akce řekl, že nechci karton piva, ale peníze. A oni souhlasili. V tu chvíli se věci daly do pohybu. Zároveň jsem si tenkrát všiml, že nikdo v rámci hip hopu nedělá koncertní turné. Díky známemu z Ústí nad Labem jsem se dostal ke skupině Moja reč a s nimi udělal první koncertní turné, čtyřicet zastávek. Turné dopadlo skvěle a najednou se všichni začali

vyptávat, kdo je ten kluk z Táboře, co to je zač, že udělal tak úspěšné turné a má za sebou tolik sponzorů. Nakonec jsme se ale s Moja reč rozešli, protože jim rostlo ego a chtěli přehnané honoráře.

Ale to jste tehdy ještě nefungoval pod značkou Mafia Records, že?

Přesně tak, to byl stále ten regionální Public Project. A to jsem chtěl změnit. A tenkrát v Americe fungoval nějaký Gansta Entertainment nebo Gangsta Label nebo tak nějak. Kamarád grafiták v Táboře dostal zakázku, aby mi namaloval logo. Maloval logo, přinesl mi obrázek a řekl, že je to ono. Já jsem říkal, že to ale není gangster. Že je to mafie 30. let. A řekl jsem si Mafia Records, to je ono. Já jsem měl v historii vždycky rád dvě období: 30. léta mafie a Řím. Takže budeme Mafia Records, to se dobře pamatuje a líbí se mi to.

A jak to bylo dál s koncerty?

Udělal jsem další koncert s Rytmusem v Táboře. A hodně lidí, co mě znali a věděli o těch mých problémech, tak mě pomlouvali a nepřáli mi úspěch. Ale mně to bylo jedno, já potichu makal a čekal, že za chvíli přijde pecka. A pecka

přišla. Připravil jsem koncertní turné s Kontrafakt and El nino, který byl první raper, který pod nás přišel. A udělal jsem t-music Kontrafakt and El nino a generální partner byl T-Mobile. Takže já jsem v jednadvaceti letech vzal kufříček, šel do T-Mobile a řekl jsem jim, že udělám turné s Kontrafaktem. A oni, že vážně? Říkám, ano. Tak oni, že mi na to dají peníze. T-Mobile nám dal velké peníze, sehnal jsem i další sponzory a v říjnu 2008 začal velkým mejdanem v Táboře. Spustil jsem webové stránky MafiaRecords.cz a najednou se to rozjelo. Rozjelo se úspěšné turné a pak to pokračovalo dalším velkým mejdanem, dalším koncertním turné a takhle to postupně začalo bobtnat. Přicházeli pod nás noví umělci, rozšiřovali jsme Youtu-be kanál, rozšiřovali jsme to portfolio, až to dospělo do fáze, že Tábor ta jména vyčerpал a musel nastat nějaký další zlom.

To bylo kdy?

To bylo v roce 2010, kdy jsem udělal kapelu Onyx, americkou legendu. A ti lidi byli zase na větvi z toho, že ten promotér z Táboře dělá americké jméno v Táboře. Zase vyprodaný koncert, všechno super. Pak k nám přišel David Steel, zase jsme měli další koncertní turné. No a po Onyx jsem začal dělat americká jména a už všichni začali cítit, že začnu útočit na Prahu, že se tam dostanu. Začal jsem mít v tom regionu sílu. Ostatní byli leniví, já jsem pracoval. A tu Prahu jsem s koncerty nakonec dobyl.

Měl jste úspěšný

byznys Mafia Records. Co Vás přivedlo na myšlenku LED multimedia?

To LED Multimedia vzniklo tak, že jsem v roce 2009 seděl s kamarádem z vysoké školy na obědě a on mi říká, že pojede do Číny kšeftovat s autorádií a že mám jet s ním.

Tak jsem mu nezávazně řekl, že ano a on mi koupil letenku. Tak jsem v létě roku 2009 odletěl do Číny na 14 dní. Týden jsem byl v Hongkongu a týden jsem byl v Šen-čenu ve fabrikách. Měl jsem si vymyslet, co tam chci vidět. A já si vzpomněl, že když jsem byl malý kluk, chodil jsem kolem LEDky na Nuselá-

ku a říkal si, že je to výborná LEDka a že bych ji chtěl v Táboře. A měl jsem vybrané jedno místo. Tam ta LEDka v současné době je, nakonec jsem ji tam dal. Ale předtím jsem nevěděl, jak to udělat, byl jsem kluk na střední škole. A z ničeho nic jsem se najednou ocitl v Číně a uvědomil si, že se tam vlastně ty LEDky asi budou vyrábět, že tam to bude fungovat. Tak jsem si na internetu vytypoval seznam fabrik, v Hongkongu si navolal schůzky, pak v Šen-čenu a ráno pro mě dojel taxík s Číňany a odvezl mě do nějaké fabriky v džungli. A já chodil s kufříkem po fabrice a jediné, na co jsem se dokázal zeptat, bylo, zda jsou ty obrazkovky vodotěsné. Ale byl jsem rozhodnutý do toho byznysu jít a dostat LED obrazovku na to své vyhlédnuté místo. Vrátil jsem se do Čech a našel si tady partnery, kteří mi nějakým způsobem vymysleli druhou část byznysu, a v roce 2010 jsem s nimi založil firmu. Půlku jsem měl s bráchou a půlku tam měli partneři. Vyrázili jsme zpátky do Číny, přivezli obrazovku, nainstalovali ji a zapli. A ona nefungovala. Tedy fungoval provoz, ale nefungoval obchod. Já jsem z toho byl nešťastný. Tam jsem zjistil, že se tomu člověk musí věnovat, že to samo o sobě nejde. Tak jsem se s partnery v roce 2011 pohádal, koupil si půlku firmy zpátky, takže jsme měli celou firmu s bráchou, a rozjel jsem to s tou jednou obrazovkou. Pak jsem v roce 2012 udělal druhou obrazovku, v roce 2013 třetí obrazovku a začal jsem postupně vydělávat. A v roce 2013 jsem si sehnal strategické financování, v půlce roku 2013 prodal půlku firmy, šly tam peníze, investice a v roce 2014 instaloval obrazovky a teď jich mám tři-náct. (V době vydání magazínu už jich je 19, LED Multimedia koupila druhého největšího hráče na trhu firmu Screenet) Ale tam bylo klíčové i setkání s panem Babišem.

Jak k němu došlo?

Já jsem ho v roce 2011 viděl v televizi a říkal jsem si, že mluvím pravdu o stavu ČR, že je dobrý a že se s ním chci potkat, že bych se od něj chtěl něco naučit. Je plno lidí co má peníze, nebo moc, ale on je jiný, on pracuje pořád a to tvrdě a to mi bylo blízké. Tak jsem mu napsal e-mail a on po nějaké



postupné komunikaci za mnou přijel do kanceláře. Nevím, jestli ty e-maily psal přímo on, ale někdo mi odepsal. A protože jsem fandil té myšlence podnikání bez korupce, začal jsem tomu ANO pomáhat. Pak byl nějaký mítink v roce 2012 a já jsem to celé zorganizoval a zaplatil. A chtěl jsem se potkat s tím člověkem, co si s ním píšu ty maily. Tak on za mnou přijel. A přijel před tu kancelář. Já jsem pro něj šel a on mi říká: „To jste vy, ten pan Snášel?“ A já říkám, že jsem to já. A on kolik že mi je, že jsem nějaký mladý. A já, že 25, jestli je na tom něco špatně. A on, že ne, že se mu to líbí. A co tedy dělám. Tak jsem mu to ukázal a on byl asi nadšený. Asi jsem na něho udělal dojem, pak mi hned napsal smsku, kdy mám čas, že by se se mnou chtěl sejit. Tak jsem za ním přijel, začali jsme spolu komunikovat, seznámili se spolu a po roce nějaké komunikace jsem mu nabídl, jestli by nechtěl udělat společný projekt. On že tedy ano, že to uděláme.

Otázka na tělo – jaký máte vztah k penězům?

Já mám nastavené priority, takže jsem v tomhle směru v pohodě. Neutrácím za zbytečnosti. Když jsem vydělal poprvé větší peníze, tak jsem samozřejmě také trochu ulítl. Když jsem se vylízal z toho průšvihy a zaplatil dluhy, koupil jsem si Chryslera 300C, americké auto, ale bylo dobré. Pak jsem to auto naboural a peníze vyhodil z okna. Takže jsem pak jezdil ve Fiatu Panda. Vůbec jsem to neřešil a bylo mi to úplně jedno. Já jsem všechny peníze cpal do podnikání a bylo mi úplně jedno, že jezdím v Pandě. Teď jsem si před měsícem koupil sedmičkového bavoráka. Ale šel jsem z extrému do extrému, protože jsem jezdil v té malé Pandě a teď mám sedmičku v longu, m packet, jaký jsem chtěl, takže jsem spokojený. Mám pohodlí a všechno, ale není to o tom autě. Jde jenom o to, že jezdím hodně velké dálky a už mě z toho auta začala bolet záda. Musel jsem začít chodit na masáže k masérovi, protože jsem s tím začal mít problémy, tak jsem si musel koupit velké auto a chtěl jsem si koupit auto, které jsem chtěl. Ale kdyby mě ta záda nebolela, tak bych doted' jezdil v Pandě a bylo by mi to asi jedno.

Což je sympatické, spoustu mladých by hned nejraději jezdila ve Ferrari...

To je právě ono, to je právě ta pokora. Ale já jsem si ty věci

kompenzoval tím, že Mafia Records nebo LED Multimedia jsou trochu rozdílné. Mafia Records jsou o respektu a člověk tam dělá příjemnou práci, vydělává peníze a lidi ho cení za to, že je to populární, chodí na koncerty a je to takový ten fame. A právě hodně lidí jenom prachy vydělává a chtěli by tohle také a právě proto si to kompenzují těmi drahými auty. Ale tím, že my jsme tady z toho rapu trochu zvyklí na ten fame, tak já si to nemusím kompenzovat drahými auty, takže jsem v klidu. Ale rozdíl je v tom byznysu takový, že LED Multimedia je byznys, na kterém se domluvíme a už to funguje.

Kdežto promotérství je o tom, že člověk může dělat všechno perfektně a ti lidé mu tam nepřijdou. Je to nejisté, je to vabank. Znáám promotéry, kteří na koncertu vydělali třeba 2 nebo 3 miliony za večer. Ale opravdu, já jsem to nechápal. Kolega udělal jedno americké jméno, které tady vůbec nebylo, a vydělal za večer 3 miliony. On byl z toho úplně hotový. Koupil si byt, auto atd. Ale ztratil soudnost a udělal za půl roku festival a tam ty 3 miliony prodělal. Jenomže on ty 3 miliony už neměl. A to je ten nespokojený promotér. Člověk udělá všechno, co jde, a pak to stejně spadne. A ta multimédia jsou trochu jiná. Já jsem to začal rozjíždět v roce 2010, začal jsem vydělávat nějaké peníze a chtěl jsem je investovat dál. Nechtěl jsem je nechat jen tak v košíku, protože on ten hip hop v té době trochu spadl.

Chcete i nadále rozšiřovat své portfolio?

Ano. Chci dokončit ta multimédia, chci se dostat na nějakých 40 nebo 50 obrazovek a být lídr v digitálním outdooru v Čechách. To je projekt tak ještě na dva roky. Potom chci samozřejmě i nadále rozšiřovat Mafia Records, podobně jako to bylo s fitness. No, a potom jsou tu lidé, kteří za mnou chodí a nabízejí projekty k zainvestování. Pokud jsou to rozumní, slušní a pracovití lidé, rád s nimi byznys udělám, ale na co trochu narážím, to je nedostatek takových lidí. Dnešní generace je vychovaná tak, že všechno dostanou zadarmo, nikde se nemusí dřít a z práce chtějí odcházet nejpозději ve tři, aby stihli nějakou zábavu.

A já v pátek z kanceláře odcházím třeba v devět, takže se v tom moc nepotkáváme. No a poslední věc je, že bych chtěl začít prodávat produkt. Dosud to byly jen služby, ale dnes už mám tolik zkušeností a takový dosah, že bych si troufl na produkt.

„A já chodil s kufříkem po fabrice a jedině, na co jsem se dokázal zeptat, bylo, zda jsou ty obrázky vodotěsné.“

„Nejdříve ten člověk musí něco dokázat v osobním životě, pak může začít ovlivňovat životy dalších lidí.“

Můžete dělat módu jako Rytmus...

S Rytmusem byla docela sranda, když mi tenkrát volal a říkal, že spolu musíme letět do Číny pro mikiny. To bylo pondělí a on chtěl letět hned to další pondělí a ve středu se vrátit. Letenka by nás stála asi 70 tisíc. Tak jsem ho přibrzdil a zeptal se, kolik těch mikin potřebuje. A on, že pět tisíc. Tak jsem mu musel vysvětlit, jak to v Číně funguje. Tam je klíčové to množství. Když tam přijdete a řeknete, že si chcete koupit milion květináčů, dají vám cenu 1 korunu za jeden. Když jich budete chtít tisíc, tak vám dají cenu 50 korun za jeden. Takže pro vás je lepší přijít tady za tím člověkem, co koupil ten milion a dát mu 25 korun za jeden květináč, protože on vydělává už na ceně 2 korun. A vy ušetříte i za cestu.

Přišla někdy nabídka na prodej Mafia Records?

Ano, zrovna nedávno přišla nabídka z USA, chtěli Mafia Records koupit za 1 milion dolarů. Ale to pro mě není aktuální.

A jaký je tedy Váš celoživotní cíl? Dokážete někdy skončit s byznysem?

Tak to nevím, to asi nedokážu. Teď chci dodělat Mafia Records, chci ty obrázky, aby se mohl spustit další projekt.

Založili jsme nedávno také novou neziskovku s názvem Eximie. Ta se věnuje podpoře mladých talentovaných dětí, které třeba nemají finanční podporu v rodině. Takže jim platíme různé kurzy, tréninky apod. Taková věc mě hodně naplňuje. Ale myslím si, že až se v byznysu dostatečně vyblbnu, tak bych mohl nastavit procesy ve firmách tak, aby fungovaly beze mě. A pak se můžu vrhnout třeba na politiku. Já už jsem sice nějaké nabídky měl, ale ještě na to nejsem připravený. Musím nejdřív něco dokázat, stát se opravdu úspěšným člověkem, abych pak sám mohl s čistým srdcem rozdávat moudra. Ne jako někteří politici, kteří ještě před rokem dělali v kravině a dneska jsou hrozně důležití a rozhodují o budoucnosti státu. To je podle mě špatně. Nejdříve ten člověk musí něco dokázat v osobním životě, pak může začít ovlivňovat životy dalších lidí. Ale já bych v politice byl asi hrozně neuchopitelný, což mi lidé často říkají. Když mě pan Babiš hodil mezi své manažery a já se stále vymykal jejich stylu vedení a dělal si věci po svém, abych nepropadl tomu koncernovému myšlení, tak mi finanční ředitelka Agrofertu začala říkat, že jsem neuchopitelný. Mladý, neuchopitelný rebel. (smích)

MR

Poděkování za poskytnutí prostoru k focení patří restauraci Rest (Podolské nábřeží 34/6, Praha 4).



MAKAT, MAKAT, MAKAT

AUTOR: MILAN CHARVÁT



PRVNÍ BYZNYSOVÝ ÚSPĚCH ZAZNAMENAL DNES DVAADVACETILETÝ **JAKUB ROŽ** UŽ VE SVÝCH ŠESTNÁCTI LETECH, KDYŽ SE MU ZDÁLO ZBYTEČNÉ MÍT NA LAVICI VEDLE NOTEBOOKU TAKÉ KLASICKÝ SEŠIT. ZALOŽIL TEDY PROJEKT ONLINE ŠKOLNÍHO SEŠITU, KTERÝ SI RYCHLE ZÍSKAL OBLIBU MEZI STUDENTY A TAKÉ INVESTICI V ŘÁDU MILIONŮ A MOŽNOST STÁT SE GLOBÁLNÍM PROJEKTEM. DNES MÁ JAKUB NĚKOLIK PROJEKTŮ A STÁLE JEDE NAPLNO.

Ačkoli už je pro Jakuba Rože projekt SkolniSesit.cz spíše byznysovým doplňkem, využili jsme příležitosti a udělali s ním rozhovor na Soukromé střední škole výpočetní techniky na Praze 8, kde tento nápad vznikl a dal tak rozvinout potenciálu jednoho ambiciózního mladíka.

První otázka je jasná. Jaké máš vzpomínky na školu?

Já mám vzpomínky dobré. Podle mě je škola hlavně skvělým zdrojem kvalitních spolupracovníků. Dneska mám problém s tím, že jak už jsem dlouho ze školy pryč, tak nemůžu najít dobré lidi. Najít dobré programátory, dobré designery – musíme dávat hodně peněz do headhuntingu, musíme si najímat agentury, které nám hledají lidi. Zatímco když jsem byl ve škole, tak jsem prostě oslovil svoje kamarády vedle z lavice a většinou to byli právě ti dobří programátoři. A několik z mých bývalých spolužáků se už dnes posunulo tak daleko, že už si je ani nemůžu dovolit zaplatit. Jeden z nich třeba pracuje v Silicon Valley pro GoDaddy, desi-

gnerskou společnost, a já už bych si dnes nemohl dovolit zaplatit to, co mu nabídnou oni.

Takže rada pro mladé lidi je, aby začali s byznysem už na škole?

Stoprocentně. Hlavně když oslovíš spolužáka, ať s tebou jde dělat byznys, tak po tobě nebude chtít 100 000 korun za měsíc, protože je to na bázi kamarádství a jdete do toho vlastně spolu. Oni ještě nemají žádné závazky jako rodiny, hypotéky, takže to v podstatě dělají z nadšení. A já sám můžu říct, že když jsem chodil na střední školu a začal dělat Školní sešit, tak jsem těch hodin odpracoval daleko víc než teď, když jsme normální firma. Protože zaměstnanci už chtějí jít večer domů, chtějí se jít normálně vyspat, chtějí mít občas nějakou dovolenou, jdou třeba na mateřskou... Když jsme byli ve škole, tak jsme třeba celou noc pracovali a druhý den šli zase do školy a zase jsme pracovali i ve škole. Ve škole jsme toho stihli daleko víc než dnes, když děláme normální firmu.



Ještě než se budeme věnovat tomu prvnímu byznysu – Školnímu sešitu – bylo už předtím něco? Nějaké podnikatelské náznaky, projekty?

Já jsem z Poděbrad a už když jsem chodil na základní školu, začal mě fascinovat internet. Tak jsem pořád četl různé knížky a články v časopisech. To byl ještě vytáčený internet, což bylo strašně drahé. Na internetu o tom ani moc článků nebylo. Tak jsem na to vlastně pomalinku přišel a začal dělat malé weby pro firmy z Poděbrad, pro firmy mých známých nebo rodičů mých známých. Pak i weby pro nějaké školy. No a potom už přišel Školní sešit. S ním jsme vyhráli soutěž Junior Internet, všimli si nás velcí hráči na trhu a začali od nás poptávat vývoj a poradenství. A tak se postupně přešlo k Flow Media.

Když už jsi zmínil tu soutěž. Myslíš si, že to je něco, co by se mělo více prosazovat? Že by mělo být více podobných akcí?

Já si právě myslím, že je jich až moc, a bojím se, že přichází doba, kdy jsou samé inkubátory, kdy už i na vysokých školách vznikají inkubátory. A mně se zdá, že se snaží ty vysokoškolské studenty do toho až moc nutit. Že chtějí jakoby přetvářet programátory na podnikatele nebo lidi, kteří by sami od sebe podnikateli nikdy nebyli, a strašně jim tlučou do hlavy, že by měli podnikat jenom proto, že si budou moct koupit nové auto. A ti mladí jdou do toho inkubátoru s vidinou, že vydělají strašně moc peněz. Ale v tom podnikání by neměly být motivací peníze. Protože jakmile jsou v tom peníze, tak ten byznys nikdy nemůže uspět. Takže ten Junior Internet bohatě stačí. Spíš vidím problém v tom, že se tam přihlašuje čím dál míň lidí. Od té doby, co jsem to vyhrál já, tam není skoro nikdo, kdo by dneska vlastnil nějakou velkou firmu.

Jak se tedy díváš celkově na startupovou scénu?

Já se na startupovou scénu dívám tak trochu z globálu, protože ta česká scéna mě nějak moc nezajímá. Zrovna minulý měsíc jsme byli na velké startupové konferenci v New Yorku. Celou akci pořádal TechCrunch a součástí bylo vystavování a předvádění nadějných startupů. Asi 300 jich tam bylo. A já jsem to vždycky ráno procházel

a ptal se, abych poznal, co dělají atd. Mám takovou rychlou otázku, co je jejich byznys model. Spousta z nich se mi začala smát, že jejich byznys model je sehnat investora nebo mít uživatele, anebo nevěděli. Takže spousta z nich dělá něco jenom proto, že je to cool, ale nevidí za tím vydělávání peněz. A já myslím, že dost podobné je to i v Čechách právě proto, že ti lidé jdou dělat něco, protože je to cool, ale už nepřemýšlejí nad tím, jak tím vydělají peníze. A právě to si myslím, že je dost často problém, že ty inkubátory naberou tři programátory a dělají jim tam přednášky o tom, jak podnikat. Ale podnikání se nedá naučit, to ten člověk prostě musí mít v sobě.

Nakouls jsi téma investorů. Jak se na investice do začínajících firem koukáš Ty?

Když pojeděš do Silicon Valley a půjdeš do nějakého dobrého inkubátoru, nebo se budeš radit s nějakým podnikatelem, tak ti řekne úplně to stejné. Oni ti řeknou: „Vůbec nepřemýšlej nad tím, jak vydělávat peníze“. My jsme byli v inkubátorech v Silicon Valley hodně dlouho a říkali nám to samé. Nepřemýšlet nad tím, jak vydělávat peníze. Důležité je jen risovat (sbírat peníze od investorů – pozn. redakce) peníze. Mně je to na jednu stranu trapné, když mám na účtu milion od investora a osobně sám vím, že ta firma ty peníze nevydělává a musím předstírat, že je to vlastně strašně cool – a to musí vlastně všechny tyto firmy – to se můžeme podívat na kteroukoliv firmu i v Čechách, které risují velké peníze. Jsou na tom stejně.

A když se teď budeme bavit o Tobě, jak bys sám sebe charakterizoval jako podnikatele? Co tě motivuje a žene dopředu?

Já jsem strašně self-motivated. Jsem nervózní z toho, když se něco neděje, když něco nevytvářím. Takže když jsem týden na dovolené, tak mám neustálý strach, že neuspěju, že půjdu bydlet pod most. A také ten pocit, že něco musím dělat. Nedokážu

jen tak ležet na pláži a odpočívat. Na druhou stranu cítím v této fázi, kdy už jsme trošku větší a stabilnější firma, že jsem hodně nadržovaný a když přijdu do práce, tak na lidi hrozně tlačím, aby se toho za ten den stihlo co nejvíc a ne každý zaměstnanec si na tohle zvykne. Chci Chci po nich ty věci strašně rychle – prostě prostě makat,

makat, makat. Někdy to je až moc. To je možná moje slabá stránka, že k tomu nedokážu přistupovat racionálně nebo volně, prostě chci všechno hned.

Jak svoje lidi motivuješ, aby toto tempo vydrželi?

To je těžké. Já se právě snažím motivovat tím, jaký jsem. Vyzařovat ze sebe energii, kterou chci, aby oni měli taky. A většinou je to o tom člověku – buď se on sám takto dokáže nastavit taky a bude ho motivovat ta energie, anebo to nevyjde. A půjde raději dělat třeba do Seznamu, kde bude v klidu.

Pojdme na úplný začátek – Školní sešit. Shrňme to nějak v kostce.

Já jsem seděl hezky v lavici a všichni kolem mě měli notebooky, já taky. A přišlo mi strašně nesmyslné mít vedle sebe papírový sešit a něco si do něj psát. Překáželo mně to na lavici vedle notebooku a byl to úplný nesmysl. Tak jsem si tehdy naprogramoval nějaký svůj vlastní systém zapisování poznámek a brzy ho ode mě chtěli další spolužáci. A až to chtělo čím dál víc lidí, tak jsem se dal dohromady s mým parťákem Honzou Kučouč založili jsme Školnísešit.cz jako veřejnou aplikaci, přepsali jsme to tak, že už to vypadalo opravdu jako poznámkový systém. A strašně se to chytlo. Během prvního týdne jsme měli tisíce uživatele a začala se o nás zajímat média. Během nějakých prvních tří měsíců jsme dostali dvacet, třicet tisíc uživatelů, nepamatuji si to přesně, ale byly to desítky tisíc.

A ta vlna byla kvůli tomu, že jste měli přihlašování přes Facebook?

Ano. To bylo super, protože tehdy byl Facebook ještě poměrně levným médiem a dalo se tam všechno skvěle promovat. Každý, kdo se u nás zaregistroval, tak se mu na Facebooku

objevila zpráva, že třeba Franta Novák začal používat Školní sešit, začni ho používat také. A lidé na to klikali, takže to šlo takovou řetězovou reakcí. A jednou v sobotu mi Honza

Řežáb poslal e-mail, kde měl v předmětu „ty vole, to je hustý“, a poslal mi tam screenshot od ředitelky českého Vodafone, kde bylo, že používá právě Školní sešit. A na druhý den se nám ozvali z Vodafone, že s námi chtějí udělat partnerství. Potom posílali v září esemesky na všechny studenty, ať si stáhnou aplikaci Školní sešit. Začala se o nás zajímat média, pak jsme vyhráli ten JuniorInternet a šlo to strašnou rychlostí. Začalo to používat opravdu hodně lidí. Až jsme tu aplikaci museli dvakrát kompletně přepsat, protože vůbec neustála ten nápor. Poprvé, když jsem šel do Show Jana Krause, ještě než přišla upoutávka na show, tak ten server celý spadl a můj kolega

seděl doma a každou minutu to musel nahazovat. To jsme si mysleli, že jsme nesmrteční, a dostali jsme lekci, že pokud nám tam přijde ještě několikrát více uživatelů, tak už to zase nezvládneme. Takže se to zase celé přepisovalo, aby to fungovalo. Pak jsme to měli už naškálované poměrně dobře a přišel BlackLex, kterému jsme prodali 15% a udělali mySchool-Notebook.com, otevřeli jsme pobočku v Chicagu a začali celý marketing dělat globálně.

Jak se podařil vstup na americký trh?

Čekali jsme, že ten samý fofr bude i ve Státech, ale to se nedělo. Nevěděli jsme proč, ale nikdo o nás nikde nepsal. Kolegyně v Chicagu psala snad 300 mailů denně na různá média atd., fakt strašně výkonná, vůbec to nechápu, já bych to nikdy nezvládl. Ale pořád o nás nic nevycházelo.

“Jsem nervózní z toho, když se něco neděje, když něco nevytvářím.”

Až za půl roku, když už jsem plánoval to tam zavřít, tak to najednou začalo – první médium, druhé, jeden youtuber, další blogger a pomaličku se to začalo rozjíždět. Až dodnes o nás vycházejí články a přitom tam už pobočku ani nemáme. A jede to setrvačností. Takže já říkám, že je potřeba fakt vytrvat, nevzdat to rychle. Dneska má ten projekt půl milionu uživatelů.

A na čem je založená monetizace?

Řekli jsme si, že uděláme freemium, tak jako má třeba Skype nebo Dropbox. Ale ukázalo se, že jsme byli hodně naivní, že něco takového se povede opravdu málo firmám. Odhadovali jsme průměrnou tržní konverzi na platícího zákazníka okolo 2–3 %. No, a bylo to 0,001 %. Takže jsme sice vydělali pár set nebo tisíc dolarů měsíčně, ale firma měla náklady v řádech desítek tisíc dolarů měsíčně, takže ta rovnice prostě nefungovala. Pak jsme prodávali i licence do škol, kdy nás první oslovila škola z Kanady, jestli bychom jim neopatřili Školní sešit jejich barvami a logy a pro ně že to bude super, protože to můžou ukázat médiím, jaká jsou inovativní škola. Tak jsem jim

“Řekli jsme si, že uděláme freemium, tak jako má třeba Skype nebo Dropbox. Ale ukázalo se, že jsme byli hodně naivní.”

nastřelil cenu 6000 dolarů a oni souhlasili. Poslal jsem to Honzovi a ten to měl za pět minut hotové. Tak jsme si řekli, že počkáme ještě tři týdny, aby to nebylo tak blbě a vypadalo to, že jsme to vyvíjeli strašně dlouho, pak jsme jim to poslali a oni byli strašně šťastní. Takto jsme to prodali asi šesti školám, které se samy ozvaly. Jenže jakmile jsme to chtěli začít sami aktivně nabízet, nastal



problém. Dělat obchodní jednání po Skypu, když ten se neustále seká, a nabízet ne zrovna levnou službu, to bylo prostě nad naše síly. Takže jsme od toho ustoupili. S tím, že my jsme stále v kontaktu s Evernotem, který několikrát dával na svoji homepage Evernote for School a snažil se, aby se jim registrovali studenti. Vždycky to tam dali a pak to po měsíci stáhli, protože to pro ně nekonvertovalo. Jednoduše – Evernote má 90 % zákazníků z byznys sféry a studenty se jim nikdy nepodařilo dostat. A my máme teď více než půl milionu studentů. Pro ně je to pořád málo, respektive oni nás už jednou chtěli koupit, ale za tak směšnou částku, že jsme odmítli. A myslím si, že pro ně budeme zajímaví, když budeme mít tři miliony uživatelů, aby nás opravdu koupili. Takže máme cíl tu firmu prodat, uvidíme, jak se to podaří.

Říkal jsi, že jste fungovali z Chicaga. Proč Chicago?

Bylo to z toho důvodu, že jsme hledali někoho, kdo by to pro nás z těch Států dělal. A ozvala se mi tehdy přes Facebook Dáša, kolegyně, která tehdy studovala v Chicagu. Dostudovávala vysokou školu a přemýšlela, co dělat dál. A celou dobu na škole Školní sešit používala, takže by to pro ni byl dream job dělat pro naši firmu. Byla úplně nadšená a my jsme přesně někoho takového hledali. Přiletěla kvůli tomu do Čech, setkali jsme se v kavárně a ještě než si sedla na židli, začala mi vykládat nápady, co by tam dodělala a jak by to udělala. Tak zapáleného člověka jsem snad nikdy neviděl. Domluvili jsme se rychle.

Co následovalo po Školním sešitu?

Paralelně s tím jsme dělali Flow Media, zakázkový vývoj, abychom z toho

mohli financovat to, co jsme dělali na Školním sešitu, a teď se věnuji z 90 % jen Flow Media, kdy jsme strategická digitální agentura. Strategická proto, že se snažíme vlastní zkušenosti z našeho byznysu předávat klientům. Jiná agentura jim sice může nabídnout kvalitní služby, ale když jí řeknou, že by chtěli svůj byznys rozjet v Brazílii, tak oni jim neporadí s tím, co tam funguje a nefunguje. Protože svoje vlastní zkušenosti nemají. My jsme si tam nabili pusy, propálili jsme tam vlastní peníze, takže ty zkušenosti máme. My klientům dáváme přidanou hodnotu tím, že jim řekneme, že v Británii jim přes kartu lidé platit nebudou, ať tam nedávají platební bránu, ať to radši udělají jinak. A snažíme se jim dávat přidanou hodnotu v tom, že jim poradíme, ať nenakupují reklamu třeba na Seznamu, protože je to drahé. Radši ať to nalijí do Facebooku, protože to vyjde líp. Takže to je to, co se snažíme svým klientům předávat. Což je jiné oproti konkurenčním firmám, že nejsem ani tak agentura, jako spíš takový parťák. Všechny klienty, které máme a není jich moc, máme asi osm nebo devět klientů, tak máme jako dlouhodobé partnery. A snažíme se vyhýbat těm klasickým korporacím. Pro mě je důležité, aby firmu vedl ideálně její zakladatel, nebo prostě někdo,

komu hodně záleží na výsledcích a penězích. Potom je spolupráce mnohem lepší a otevřenější.

Máš ještě nějaké další byznysy nebo aktivity?

Drtivou většinu času věnuji Flow Media a před rokem a půl jsem

založil s Jakubem Hrabovským firmu Jollor, což je nástroj a management sociálních sítí. Tam teď držím jenom minoritní podíl, žádnou exekutivu. A teď zakládám další byznys, zajímají mě totiž potravinové e-shopy, tak jsem se spojil s Liborem Hořením, což je majitel TopRecepty.cz, to je největší web s recepty v Čechách, mají více než 44 miliony návštěv za měsíc. Původní idea byla taková, že založíme klasický potravinový e-shop a u těch receptů budeme mít odkazy na potraviny z toho našeho e-shopu. Tak jsme to začali dělat, měli to nadesignované, začali programovat, ale nedokázali jsme sehnat třetího parťáka, který by uměl nákup potravin, logistiku a další potřebné věci. Jenže jsme nikoho takového nesehnali, tak jsme od toho nápadu upustili. Ale teď jsem přišel za Liborem s tím, že jsem možná vymyslel lepší byznys – porovnávač potravinových e-shopů. A to dává daleko větší smysl, byznysově to vychází daleko lépe. Tak jsme si řekli, že do toho půjdeme, bude to projekt KdeNakoupim.cz. Je to projekt, kam člověk přijde, nakliká si svůj nákup a my mu řekneme, kde to kolik stojí a on si to rovnou může koupit. A tam je důležitost v tom, že když si nakoupíš nákup za 2000 Kč, což je průměrný nákup na online, tak rozdíl mezi nejlevnějším a nejdražším obchodem je v průměru 800 Kč. Takže jestli nakoupíš za 1200 Kč nebo za 2000 Kč, to už je docela rozdíl. A to jsou potraviny běžné spotřeby. Jako příklad třeba čokoláda Milka stojí v Tesco 14,90 Kč a na Rohlíku stojí 34 Kč. A takové rozdíly jsou všude. Když si chceš třeba koupit Havanu, tak ta stojí na Tesco 340 Kč a 480 Kč na Rohlíku. Ty rozdíly jsou fakt velké. Chceme dělat takovou inteligenci typu: Koupíš si nákup za 3000 Kč a my ti řekneme, že tady tu část koupíme na Tesco a tady tu na Rohlíku, ty to zaplatíš jednou nám, my pošleme objednávky do těch dvou shopů a zařídíme, že ti to přijde.

V jaké fázi vývoje jste?

Teď jsme ve stavu, že makáme na vývoji, co to jde, abychom s tím byli co nejdřív venku, protože víme, že ještě jedna konkurence na tom pracuje také.

Takže Rohlici a spol. už o tom ví.

Ti už o tom ví a jsou hodně naštvaní. A až lidem ukážeme, jaké obrovské rozdíly to jsou a budeme ty nákupy rozdělovat, hodně jim snížíme profit. Problém je v tom, že všechny

„Pro mě je důležité, aby firmu vedl ideálně její zakladatel, nebo prostě někdo, komu hodně záleží na výsledcích a penězích.“

supermarkety fungují na principu, že některé potraviny mají v akci a nevydělají na nich nic a některé nemají v akci a na těch vydělávají. A my chceme z každého vytáhnout to nejlevnější. zdejší trh je obrovský, ročně se za potraviny utratí kolem 500 miliard a ty e-shopy díky tomu rostou o stovky procent. Takže se jim to logicky nelíbí. A my tím, že máme TopRecepty, chceme mít u každého receptu u suroviny tlačítko, které toho člověka pošle k nám. Takže přijdou i o důležitý komunikační kanál a místo toho budou muset peníze investovat jinde, třeba už ne s takovou rentabilitou.

Stíháš vůbec spát?

To jo, já mám spánek hodně rád, takže si každý den těch 8 hodin dopřeji. Nemohl bych jinak fungovat. Ale na druhou stranu, když už jsem vzhůru, tak jedu naplno, například víc jak půl minuty na jeden e-mail je na mě moc. Díky tomu se pak dá všechno stíhat.

Ale na nějaký volný čas ti času moc nezbyvá, že?

Já jsem za poslední dva roky docela zvolnil, abych měl čas také na přítelkyni. Chodím z práce kolem sedmé večer a už třeba ani doma neotevřu počítač. Naučil jsem se delegovat na kolegy, takže ty klasické procesní věci, jako návrhy designu a programování, už zařizují oni. Takto mi to naprosto vyhovuje, protože když jsme dělali Školní sešit, dělal jsem třeba 20 hodin denně a myslím si, že takto se to dlouhodobě dělat nedá. Pak už jsem byl často dost unavený a cítil, že po těch 3 nebo 4 letech, co jsem to dělal, to jde poznat. Dost lidí mi taky říkalo, že vypadám unaveně a to mi vadilo.

A co bys ty za sebe poradil mladým začínajícím podnikatelům?

Já bych jim poradil hlavně to, ať si nemyslí, že ten úspěch přijde sám. Je vždycky potřeba mu jít

naproti a já vždycky říkám, že úspěch je světlo na konci tunelu a ten tunel je tak strašně dlouhý, že tam ten konec skoro ani není vidět. A je potřeba fakt běžet, nejenom jít, ale běžet mu naproti, protože on sám nepřijde. A je potřeba to odpracovat. Nikdy nikdo peníze nevydělal – pokud to nebylo nějakým černým způsobem – jen tak, vždycky to bylo tak, že si to člověk musí odsedět na židli a odpracovat. 

Z PORADCE INVESTOREM

AUTOR: MILAN CHARVÁT



PŘÍBĚH **MICHALA MIČKY** JE PŘÍKLADEM TOHO, ŽE KDYŽ SE ČLOVĚK NAPLNO ZAMĚŘÍ NA SVŮJ CÍL A VĚNUJE MU VEŠKERÝ ČAS A ENERGII, MŮŽE DOSÁHNOUT TÉMĚŘ ČEHOKOLI. TŘEBA STÁT SE Z POJIŠŤOVACÍHO AGENTA PODÍLNÍKEM INVESTIČNÍ SKUPINY S AKTIVY PŘESAHOJÍCÍMI MILIARDU KORUN.

S Michalem Mičkou jsme se potkali v centru Prahy v krásných kancelářích DRFG s výhledem na Václavské náměstí. Nejen že je zde ideální prostředí pro profesionální focení, ale majestátnost prostoru zároveň naznačuje, kam se dnes osmadvacetiletý podnikatel za krátkou dobu vypracoval.

Podívejme se na začátek. Jak jste se dostal k podnikání?

Oba moji rodiče pracovali jako makléři, a tak když jsem se s nimi v sedmnácti letech radil, co bych měl v životě dělat, doporučili mi, abych se věnoval financím, zaměřil se na jeden typ produktu a šel do pojišťovny, kde se mám naučit dělat obchod. Zprostředkovali mi schůzku s manažerem pobočky v Čáslavi a ten se na základě našeho rozhovoru rozhodl dát mi šanci. To bylo v létě roku 2005. Během prázdnin jsem absolvoval školení o produktech, doma jsme trénovali obchodní rozhovory a já jsem se učil, jak prodávat životní pojištění. Dá se říci, že moje kariéra začala tím, že jsem prodával životní pojištění a získával zkušenosti v obchodě, v komunikaci s lidmi a v tom, co udělat pro to, abych si s nimi domluvil schůzku.

Jak se vám dařilo skloubit práci se školou?

Školu jsme měli zhruba do tří hodin odpoledne, následně

jsem šel na dvě až tři pracovní schůzky. Domů jsem přišel a hned se začal učit a na druhý den do školy. Takhle to bylo v podstatě celý třetí a čtvrtý ročník gymnázia.

Zbýval vám vůbec nějaký volný čas?

Vlastně ne. Na sport, přátele či osobní život opravdu nebylo moc času. Postupem času vše ustoupilo do pozadí. Byl jsem v tom období až extrémní případ, zásadní prioritou pro mě byla příležitost, která mi byla dána.

Tenkrát vám bylo teprve 18 let. Jak se na vás dívali starší klienti?

Když o tom zpětně přemýšlím, měl jsem vlastně ohromné štěstí. Přestože jsem byl mladý 18ti letý student, lidé si ode mě nechali poradit. Musím podotknout, že tři čtvrtiny mých zákazníků byli mladí lidé, zároveň jsem se zaměřoval na retailový segment klientely. Učil jsem se za pochodu. Pomohli mi první klienti, kteří vydělávali 15 až 25 tisíc měsíčně, a nezbyvaly jim žádné rezervy. Většinou jsme společně řešili hlavně zajištění rizik. Díky nim, jejich důvěře, jsem získal prvotní zkušenosti.

Co následovalo po dokončení střední školy?



Po škole za mnou rodiče přišli s nápadem společně založit finančně-poradenskou firmu. Měl jsem už volnější ruce a vysokou školu jsem chtěl studovat dálkově. Po mé maturitě, v polovině roku 2007, jsme si řekli, že do toho půjdeme. Založili jsme společnost, která dělala komplexní finanční služby, tedy pojištění, investice, zprostředkování úvěrů. Během půl roku se nám podařilo získat licence investičního zprostředkovatele a pojišťovacího agenta. Začali jsme dělat finanční poradenství v tom slova smyslu, jak je vnímáno dnes. To znamená oslovit klienta, udělat s ním analýzu potřeb, připravit řešení, představit mu je a pak ho s ním případně realizovat.

V roce 2007 jste tedy zakládali už přímo FinFin?

Společně jsme založili Ekvilibrium. Rodiče měli majoritu, mě připadla třetina. Strategie společnosti odpovídala tomu, na co byli zvyklí moji rodiče, když v minulosti budovali MLM firmu. V devadesátých letech totiž vytvořili strukturu přibližně tisíce lidí, kteří byli pod nimi registrovaní. V tomto typu systému většinou osmdesát procent obchodníků téměř nic nepřinášší, zhruba dvacet procent se tím živí a z toho asi polovina na plný úvazek. Tento způsob jsme aplikovali i do Ekvilibria a praktikovali ho do poloviny roku 2011. Já jsem si za ty tři roky uvědomil, že to není cesta, kterou chci jít. Představoval jsem si orientaci spíše na bonitnější segment, tedy primárně se zaměřit na investování, sekundárně zajištění rizik, či případně přidat financování bydlení. Proto jsem v polovině roku 2011 z Ekvilibria odešel a založil FinFin, ke kterému se přidalo několik zajímavých lidí z původního týmu. Dodnes v něm působí v Brně Aleš Brabenec a v Praze Oldřich Pátek. Jsou skvělí. Jsem rád, že spolupracujeme i nadále.

FinFin jste tedy zakládal na jiných principech?

Přemýšlel jsem, jak nastavit systém ve FinFinu, aby nedocházelo k masivním náborům a následně špatné pověsti kvůli nespolehlivým lidem, což celému oboru nesmírně škodí. V té době jsem potkal Miroslava Prince, který před svým návratem z Kanady v zemi javorového listu dělal poradenství a školil. Mluvili jsme o tom, jak nastavit ve firmě systém, aby byl bližší západnímu, anglosaskému modelu, který je postaven na kvalitě. Ta je předurčena samotným fungováním tohoto systému. Tvrdím, že každá firma

funguje tak dobře, jak jsou v ní nastaveny systémy. Ten sám o sobě totiž přitahuje do společnosti pro nás správný typ lidí. V systému MLM jsem pokračovat nechtěl. Za cíl

jsme si dali spolupracovat s nejlepšími lidmi s tím, že jim dáme odpovídající zázemí. Zaměřujeme se na bonitnější klientelu a ta očekává kvalitní servis.

Kde jste v té době s FinFinem působili?

Sídlili jsme ve Žďáru. Postupem času jsme začali víc vyjíždět z města hledat klienty i mimo Vysočinu. Já jsem jednou až dvakrát týdně jezdil do Brna i do Prahy. Po nějaké době už jsem trávil opravdu hodně času v Brně, takže jsem se sem na začátku roku 2013 přestěhoval. V Brně bylo více práce než na Vysočině, viděl jsem tam pro sebe daleko větší potenciál. Na Vysočinu se rád vracím. Tam jsem začal a díky získaným zkušenostem jsem tak kde jsem teď.

Kdy přesně přešel FinFin pod DRFG?

Oficiálně to bylo v prosinci roku 2013.

Kolik ve FinFinu bylo obchodníků a jak se jim dařilo?

Podařilo se vybudovat tým 12 lidí, z nichž 10 byli špičkoví obchodníci a zbytek kvalitní backoffice. Naše produkce, tedy provizní obrát celkově i na člověka je a byl v porovnání se zbytkem trhu bezkonkurenční.

Jak došlo ke spojení s DRFG?

Začal jsem se pohybovat v Brně a zajímaly mě další investiční příležitosti a alternativní investice pro klienty, kteří měli větší hotovost a kterým už jsem neměl co nabídnout. Měli podílové fondy, investovali s námi do různých produktů nebo i do zemědělské půdy prostřednictvím farmy Polabí, start-upů a dalších alternativ. Portfolio investičních příležitostí bylo opravdu široké. Dostali jsme se do situace, že už jsme nebyli schopni umísťovat kapitál našich klientů, přestože jsme neustále hledali nové příležitosti. Při networkingu jsem v březnu, 2013, potkal Davida Rusňáka

a zjistil, že se oba věnujeme investicím. Domluvili jsme si schůzku, na které mi David řekl, jaké má projekty a do čeho chce investovat. Zmínil, že 2 Crowns Capital (dceřiná společnost DRFG) emituje dluhopisy, z nichž získává zdroje pro financování projektů ve skupině. Rozhodli jsme se tedy

včlenit korporátní dluhopisy 2CC do našeho portfolia, a doporučovat je klientům FinFinu. Během pár měsíců jsme prodali objem v řádech desítek milionů korun a do konce roku 2013 to bylo něco k jednomu stu milionů.

To byl pěkný výkon...

To ano. V průběhu naší spolupráce nás napadlo, že bychom to mohli dělat společně a ne jako externí partner společnosti 2 Crowns Capital, respektive DRFG. Začala tedy jednání o tom, že bych svoji firmu vložil do DRFG a získal tím podíl. To se pak na konci roku 2013 stalo.

Jak spojení firem probíhalo, bylo kolem toho hodně právníků?

Ani ne. Šlo o to domluvit se na podmínkách a najít shodu v tom, kolik tomu byznysu každá strana může přinést. Pamatuji si Davidův návrh 5 % z DRFG. Moje představa byla 40 %. Nakonec jsme se potkali na 20 %. Nebylo to dáno tím, že by FinFin měl hodnotu 20 % DRFG, ale bylo to za to, že se budu naplno věnovat DRFG. Na začátku už měla skupina za sebou nějaké úspěchy a byly v ní velmi prosperující firmy. Daleko větší potenciál jsme oba viděli v budoucnosti. Takže jsme si spíše ujasnili, jaká bude moje přidaná hodnota pro firmu do budoucna.

Jaká je dnes investiční strategie DRFG?

Máme filozofii, že investujeme do nemovitostí, energetických projektů, telekomunikací a finančních služeb v lokalitě, kterou dobře známe, kde víme, jak funguje právní a účetní prostředí, máme zde kontakty. V projektech máme nejen rozhodující podíl, ale také se jim věnujeme. Nespoléháme tedy na třetí stranu v tom, že za nás vydělá peníze. Máme na to své



manažery, kteří jsou odpovědní za výsledek, tedy dosažení stanovených cílů. Zaměřujeme se na obory, kterým dobře rozumíme, pro které máme kompetentní lidi. Nejsme vyloženě oportunističtí. Například kdyby za námi přišel někdo se „zajímavou“ investiční příležitostí v biotechnologiích, nebudeme ji ignorovat.

Plánujete v rámci DRFG expanzi do zahraničí?

V blízké budoucnosti ne. Vidíme, že místní potenciál je dostatečně velký na to, abychom prostředky, které získáváme, mohli efektivně umisťovat zde v Česku. Samozřejmě pokud bilanční suma v budoucnu přesáhne určitou hranici, třeba miliardy eur, pak už prostředky těžko efektivně umísťme na českém trhu. Aktuálně jsme hodně aktivní v telekomunikacích. Nyní jednáme, prostřednictvím DRFG Telco, o koupi 50% podílu ve společnosti, která staví telekomunikační sítě pro velké operátory. Člověk, který

“Většinou když kupujeme byznys, tak ho kupujeme i s lidmi. Protože byznys je hlavně o lidech.”

tuto firmu řídí, má vyhlédnuté další zajímavé firmy, které bychom rádi koupili.

Je pro vás u akvizic důležité, aby ve firmě zůstal zakladatel, potažmo další zaměstnanci?

Většinou kupujeme firmu i s lidmi. Kompetentní zaměstnanci, kteří své práci rozumí, jsou klíčoví. Je proto třeba, aby ve firmě zůstali. Pokud z ní odejdou, tak kupujeme něco, co nemá svoji hodnotu.

Jak velká jsou dnes aktiva DRFG?

Naše aktiva přesahují jednu miliardu korun. Ke konci roku 2014 to bylo 927

miliónů, teď už máme za sebou polovinu roku 2015, takže to tuto částku budeme výrazně přesahovat.

A počet zaměstnanců jak v samotné DRFG, tak i komplexně?



V investiční skupině jsou jich stovky, na úrovni mateřské DRFG je do patnácti lidí, kteří se podílejí na řízení společnosti a jednotlivých investic.

Kam v současné době investujete vy osobně?

Jako akcionář se na peníze ve skupině dívám z pohledu jejich výnosnosti, zajímavých investičních příležitostí. Skupině věnuji veškerou svoji pozornost. Jednoduše řečeno, mojí jedinou aktuální investicí je DRFG. Té se věnuji na 100 procent. Věřím, že se nám bude dařit jako v minulých letech.

Dokážete říci, kolik hodin denně pracujete?

Já to vlastně nepočítám, funguji pracovní tak nějak pořád. Nerozděluji čas mezi práci a neprací. Když je potřeba nějakou firmu vyškolit o víkendu, pracuji o víkendu, když je potřeba jet o víkendu na nějakou konferenci, jedu. A když mi ve dvanáct večer zavolá kolega, že potřebuje pomoci, funguji. Toto nastavení mi vyhovuje. Stačí mi šest hodin denně na spánek a po zbytek času

jsem schopen reagovat na práci v podstatě kdykoliv.

Takže můžeme říct, že se váš byznys stal součástí vašeho života.

Ano, koresponduje s mým životním stylem. Když bych definoval, co dělám ve svém volném čase, tak se věnuji rodině, přítelkyni a sportu. Snažím se dvakrát týdně chodit na crossfit a aspoň dvakrát týdně běhat. Kromě toho mi na nic jiného nezbývá čas.

Klasická otázka na konec – co jsou podle vás tři základní složky úspěchu?

Důležitá je disciplína, bez té by to nešlo. Myslím si, že je to také schopnost obklopit se kvalitními lidmi. A nakonec je to morálka, to znamená být čestný a chovat se slušně. Takže hlavně pracovat na sobě, dělat věci správně,

mít nastavené morální hodnoty, nezaměřovat se jen sám na sebe, ale pomáhat společnosti jako celku. Myslím také, že je důležité si odpovědět na otázku, co mě baví, co chci dělat a s jakým cílem to chci dělat. Pak dělat kroky, které mě k tomu cíli dovedou. 

“Na začátku už sice mělo DRFG za sebou nějaké úspěchy a byly v něm úspěšné firmy, ale daleko větší potenciál jsme viděli v té budoucnosti než v tom, co se doposud podařilo.”

ÚSPĚCHU V HOLLYWOODU

BY SE PAVEL KACERLE BEZ MĚSÍCŮ INTENZIVNÍ A SOUSTŘEDĚNÉ PRÁCE NIKDY NEDOČKAL

AUTOR: KARIN SZCZYRBOVÁ



KAŽDÝ AMBICIÓZNÍ A CÍLEVĚDOMÝ ČLOVĚK SNÍ O ÚSPĚCHU VE SVÉM OBORU. NĚKDO ZA TÍMTO SNEM JDE OD DĚTSTVÍ, JINÝ SVŮJ CÍL OBJEVÍ AŽ POZDĚJI. O TO USILOVNĚJI VŠAK NA NĚM POTÉ PRACUJE. **PAVEL KACERLE** SICE JAKO DÍTĚ PŘEMÝŠLEL O HOLLYWOODSKÝCH FILMOVÝCH TRICÍCH A KOUZLECH, AVŠAK NIKDY JEJ NENAPADLO, ŽE BY TATO KOUZLA MOHL SÁM VYTVÁŘET.

Dnes je osmadvacetiletý Pavel Kacerle jedním z mála Čechů, kteří se v oblasti tvorby filmových vizuálních efektů prosadili přímo v Mekce všech filmařů – v Hollywoodu. Navíc pracuje pro „matku všech VFX studií“, společnost LucasFilm, a v jeho portfoliu je možné najít hned několik kasovních trháků, z nichž poslední je Jurský svět. Jaká tedy byla cesta Pavla Kacerleho z Plzeňského kraje do Hollywoodu? A nechystá náhodou pro české filmové fanoušky nějaké zajímavé překvapení?

Filmové tituly jako Avengers: Age of Ultron, Thor, Iron Man 3 nebo Total Recall, na kterých jste se podílel, jistě netřeba našim čtenářům dlouze představovat. Co

si však můžeme představit pod názvem Vaší pracovní pozice „Lighting Technical Director“?

Pokud bychom se na moji profesi podívali ze široka, řekl bych zjednodušeně, že jsem někdo, kdo se stará o vizuální efekty u filmu. Lighting Technical Director je označení specializace, která se zaměřuje na problematiku renderování (počítačová tvorba obrazů, které napodobují reálný svět – poznámka redakce), osvětlování virtuálních scén, vývoje vzhledu postav a filmových objektů (věcí) označovaných jako assety.

Mnoho lidí, kteří působí u filmu, televize, případně i u divadla, sní o svém budoucím povolání (herec, režisér, fotograf/kame-

raman...) už od dětství. Je to i Váš případ, nebo jste se pro svou současnou profesi rozhodl a nadchl až později?

Když jsem jako dítě poprvé viděl Jurský Park a kráječícího T-Rexe, ptal jsem se sám sebe, jaká to kouzla v Hollywoodu používají? Nikdy by mě ani ve snu nenapadlo, že se jednou stanu součástí pokračování této série. Lhal bych, kdybych tvrdil, že pracovat u filmu byl můj dětský sen. V té době byly takové myšlenky nereálné. Všechno se změnilo až s příchodem Internetu, který nám otevřel dveře k informacím z celého světa.

Mohl byste nám, prosím, popsat začátek Vašeho životního příběhu a začátky Vaší profesní kariéry, včetně Vašeho studia v New Yorku na Digital Film Academy?

Střední škola plná trápení, hledání sebe sama. Když jsem pochopil, že ze mě architekt nebude, musel jsem se rychle rozhodovat co dál. Škola už nechtěla tolerovat moji nedo-

cházkou a rodiče mě nutili do pozice skladníka v nejbližším nákupním supermarketu. Přesvědčil jsem kamaráda, aby si na sebe vzal půjčku v bance a uhradil za mě z velké části školu v New Yorku. Dodnes nemůžu uvěřit, že to udělal. Mně by vzhledem k věku banka peníze nedala. Dalším problémem byla neznalost anglického jazyka. Na školách jsem se vždy učil pouze němčinu. S papírováním a vstupní zkouškou mi pomohla sestra. Z dnešního pohledu šílenství, ale zoufalá doba si vyžádala zoufalé činy a já jsem věřil, že grafika by mi mohla jít od ruky. Školu v New Yorku jsem dokončil jen díky nekonečnému nočnímu studiu. Samotné výuce jsem díky neznalosti angličtiny moc nerozuměl. Odezíral jsem z tabule a doufal, že mi později pomůže Internet. Nicméně z New Yorku jsem odcházel s papírem v ruce a to je naštěstí to jediné, na co se historie ptá.

V roce 2011 jste začal poprvé pracovat v zahraničí, konkrétně v Londýně pro společnost Cinesite. Jak jste se k této práci





vůbec dostal? Jak vypadá pracovní pohovor pro zahraniční studio a jak jste se na něj připravoval?

Když jsem dělal svůj první telefonní pohovor do Londýna, moje angličtina byla pořád zoufalá. Měl jsem věty připravené na papíře a doufal, že se nezeptají na nic mimo ně. Obrovské štěstí - vyšlo to. Tohle ale asi nebyl klíčový moment. Než jsem se vůbec k pohovoru dostal, strávil jsem půl roku intenzivní práce na svém portfoliu ve sklepě, který jsem si přestavěl v domě svých rodičů. Investoval jsem každou minutu a korunu do toho, aby si mě někdo od filmu všiml.

V současnosti pracujete pro společnost LucasFilm. Jak těžké bylo získat práci u této prestižní, uznávané a dnes už legendární firmy, když ještě navíc uvážíme, že samotná filmová branže je velmi uzavřená? LucasFilm je matkou všech VFX studií světa (VFX je

zkratkou pro Visual Effects – poznámka redakce). Firma založená Georgem Lucasem v roce 1971 byla vůbec první svého druhu na světě. Těžko bych asi hledal někoho z oboru, kdo by mi řekl: „Tam jednou nechci pracovat.“ Největším problémem je přetlak v počtu talentovaných lidí na jednu pozici. Aplikoval jsem do LucasFilmu od roku 2009. První zpětnou kladnou odpověď jsem registroval až na konci roku 2014 a to si troufám tvrdit, že šlo o krátký časový úsek. Musel jsem udělat v kariéře hodně ústupků a nepříjemných změn, které mě k mojí současné pozici posunuly, ale tak to asi na trhu chodí všude.

Jaké to je, pracovat ve firmě, kterou zakládal George Lucas, jehož Hvězdné války se staly fenoménem. Viděl jste tuto „ságu“? Byla pro Vás někdy inspirací?

Já osobně nejsem jeden z těch, co byl tak masivně zasažen Hvězdnými válkami jako generace předchozí.

Ale to jsem asi jediný z celé firmy. Společnost je na této legendě postavená a odkaz na nás dýchá na každém rohu. Zvláště teď, když je na cestě další díl. Jestli jsem ságu viděl? A on ji snad ještě někdo neviděl? (smích)

Přejdeme nyní k Vaší práci a přiblížíme si ji trochu podrobněji. V LucasFilmu jste se již podílel například na filmu Avengers: Age of Ultron. Jaká byla Vaše úloha při tvorbě tohoto filmového snímku? Jak dlouho trvá zpracovat takový projekt – řekněme od momentu, kdy dostanete zadání až po uvedení filmu do kin? Kolik lidí (řádově) na projektu pracovalo?

Avengers jsou vlajkovou lodí a aktuálně nejvýdělečnější produkce v Hollywoodu – Marvel. (V překladu „zázrak“, ale zároveň také název amerického komiksového nakladatelství, z jehož dílny Avengers pochází – poznámka redakce). Jedná se, spolu s novými Star Wars, o největší letošní filmy, co do počtu očekávání z řad fanoušků. Tomu odpovídá i čas a velikost týmu. Já jsem strávil s Iron Manem a Ultronem přes osm měsíců. Zodpovídal jsem z velké části právě za bitvy mezi těmito dvěma charaktery. Přesná čísla vám sdělit nemůžu, ale na celém projektu se podílelo několik stovek VFX artistů z celého světa.

Jak často se při své práci setkáváte s připomínkami a změnami ze strany režiséra/zadavatele projektu? Máte na mysli jak připomínky ve smyslu - zde potřebuji strom, tato budova nebo objekt musí být větší apod., tak i třeba změny celého scénáře. Pokud dojde k významnější změně ve scénáři, zohlední tuto skutečnost zadavatel v délce termínu dodání? Poskytne Vám více času?

Změn, změ, ZměA? Počkejte, nechte mě změnit alespoň tu první změnu. Film je kreativní proces, koordinace

Investoval jsem každou minutu a korunu do toho, aby si mě někdo od filmu všiml.

mnoha lidí, změny ze strany režiséra jsou naším denním chlebem obvykle až do posledního možného dne. Už jsem zažil, že ze dne na den rozpustili celé sekvence a lidi během několika minut přišli o práci. Ano, i to se stává a naším úkolem je na to v co nejkratší době zareagovat.

Z dřívějších rozhovorů, které jste poskytl, vím, že občas musíte spolupracovat i s jinými studii. To jistě musí být velmi vyčerpávající, například s ohledem na skutečnost, že studia působí v různých koutech světa. Jak docílíte toho, aby ve



výsledku byl v celém filmu, dejme tomu, hlavní hrdina vždy stejný, nebo aby se nelišilo město, ve kterém se pohybuje? Komunikujete takové problémy Vy sám přímo s jiným studiem a jeho zaměstnanci, nebo se o takové záležitosti stará třeba produkce?

V našem případě jde o tak velké toky dat, že se o to musí starat jedno celé oddělení. V krizových případech se může stát, že si mě přivou k nějakému objasnění situace, ale abych seděl na telefonu a vysvětloval, jak má být Iron Man červený od Vancouveru po Londýn, to ne. Od toho je tady produkce.

Mohl byste nám přiblížit, jak fungují různá studia? Kolik lidí pracuje třeba v LucasFilm nebo v největších světových studiích? Jsou to zaměstnanci, nebo spíše freelanceři?

Pokud jde o film, tak jsme v naprosté většině všichni zaměstnanci. To má mnoho důvodů - od zabezpečení dat, přes vízová a pracovní povolení až po určitá interní pravidla, která byste po free-lancerech těžko vyžadovali. Pokud jde o špičku, která pravidelně zásobuje světová kina svými block-bustery, tak jde přibližně o 5 studií. Co do počtu, bavíme se o stovkách lidí na jedno studio, v případě těch největších - LucasFilmu, Wety, Double Negative, MPC - až o tisících. Hodně záleží na tom, jak je které studio zrovna zaneprázdněné.

Předpokládám, že práci si s ohledem jak na ochranu autorských práv, tak i na náročnost software a hardware vybavení domů brát nemůžete, a tudíž trávíte spoustu hodin s Vašimi kolegy přímo ve studiu. Jaká většinou bývá nálada v týmu?

Práci domů si brát nemůžeme, všechno začíná a končí za bezpečnostními dveřmi studia. Nálada je skvělá. Studia jsou mixem nejkreativnějších možných lidí z celého světa. Kulturní pračka, která slučuje neuvěřitelné a pestré zkušenosti pod jednou střechou. Tohle je určitě jedna z nejzajímavějších věcí u filmu obecně.

Dostanete se někdy ze studia takzvané „přímo na plac“?

Ta možnost tady existuje. Mnoho mých kolegů se na plac dostává, ale já zatím v takové pozici nejsem. Navíc tohle je záležitost hlavně strany klienta, my se tam objevujeme z velké části pouze jako dozor. Možná je na čase popřemýšlet o tom, jak se stát klientem :)

Jsou mezi Vašimi kolegy i nějací další Češi nebo Slováci? Dokážete odhadnout, kolik Čechů se v tomto oboru pohybuje?

Není nás mnoho, možná by mi na to stačily prsty na rukou. Několik Čechů v Anglii, několik v Kanadě. Se mnou v Singapuru pouze jeden. V podobných počtech Slováci, kterých je asi ještě méně. Podle mě u nás v Čechách a na Slovensku máme úžasné talenty. Je na čase, aby se více rozletěli do světa.

Když se podívám do Vašeho profesního životopisu, pak mě udivuje, že v současnosti působíte v již zmíněném Singapuru. Dříve to bylo v Londýně, Mnichově apod. Předpokládala bych, že se budete pohybovat spíše přímo v centru dění, tedy v Hollywoodu. Proč tomu tak není?

To je složité. Trh se neustále mění, na což reaguje i Hollywood. Proč dělat vizuální efekty v nejdražším státu USA, když vám Kanada nebo Anglie nabídné úlevy na daních? Dalším důvodem je určitě i složitý americký systém vydávání pracovních povolení, čekací lhůty, prokazování praxe atd. To většina dalších států tak komplikované nemá. Navíc Anglie má obrovskou filmovou historii. Není pro mě překvapením, že se Londýn stal takovým druhým Burbankem.

Která z postav nebo který projekt, na kterém jste se

podílel, patří k Vaším nejoblíbenějším? Nebo který z nich byl nejzajímavější?

Já jsem poslední čtyři roky strávil zejména se super hrdiny Marvelu: Iron Man 3, Thor: The Dark World, Captain America: The Winter Soldier, Ant-Man, Avengers: Age Of Ultron. Za tu dobu vám postavy musí přirůst k srdci. Zejména s Iron Manem jsem strávil dlouhé noci a měsíce. Měl jsem to štěstí dostat pozvánku a potkat všechny herce a celý tým Avengers 2 na letošní světové premiéře v Los Angeles. Projít se po červeném koberci na Hollywood boulevard pro mě bylo osobně největším kariérním i osobním zážitkem. Bude to znít jako klišé. Všichni se honíme za velkými sny, a když pak jeden takový opravdu prožijete, nesmazatelně se zapíše do vaší mysli. Nikdy asi nedokážu dostatečně poděkovat lidem, kteří mi tento moment a cestu k němu zprostředkovali.

Je nějaký projekt, postava, film apod., do kterého jste vkládal ať už osobně, nebo s celým týmem velké naděje, ale který se neshledal s nadšenou reakcí publika nebo kritiky?

Asi by to byl Jupiter Ascending. Na tomhle filmu jsme pracovali opravdu dlouho a tvrdě. Podle mě jsou vizu-

ální efekty skvělé, ale příběhu samotnému jsem na chuť nepřišel. Naopak nejvíce podceňovaným projektem byl ve své době Iron Man 3, o kterém jsme si mysleli, že ho fanoušci nejvíce nedocení. Nakonec se tenhle film stal jedním z finančně neúspěšnějších v celé historii kinematografie. Navíc jsme za něj dostali i nominaci na Oscara v kategorii vizuální efekty.

Jistě máte možnost setkávat se s různými osobnostmi působícími ve filmové branži. Která z nich (herec, režisér, kameraman...) na Vás udělala dojem a z jakého důvodu?

V paměti mám Christophera Nolana. V době, kdy s ním studio pracovalo na jeho Interstellaru, často sedával v kuchyni, jedl nějaké asijské jídlo a na stole měl svoje naleštěné botky se zářivě červenými ponožkami. Na to se opravdu nedá zapomenout.

Pak jsou to lidi jako George Lucas, který vyzařuje neuvěřitelně silnou auru. Není jediného páru očí, který by se za ním ve studiu neohlédl. Z herců mi nejpřátelštější přišel Chris Evans (Captain America) a Mark Ruffalo (Hulk).

Máte nějaký svůj profesní vzor? Kde hledáte inspiraci pro svou práci?



Největším vzorem, pokud jde o vizuální efekty, je pro mě Patrik Marek - Čech pracující již více jak 8 let v LucasFilmu, v současné době jako layout supervizor v San Franciscu. Talent od boha, profesionál v mnoha oblastech vizuálních efektů a skvělý člověk. On je na svém místě posazený správně.

Pokud byste se ohlédl, dokázal byste zpětně říci, co stálo za Vaším úspěchem?

Já si myslím, že je to vždy jen o dlouhodobé a specificky zaměřené práci. Dříve nebo později si vás někdo všimne a posune vás dál. Musíte mít nějaké štěstí a trochu talentu od boha, pak jde pohnout třeba horou, pokud o to opravdu stojíte. A to je klíčem.

V závěru našeho rozhovoru bych Vás ještě ráda požádala o Váš názor na budoucnost profese a oboru, ve kterém působíte, popřípadě filmu jako takového.

Nerad spekuluji o budoucnosti, trh je neustále v pohybu a reaguje na potřeby diváků. V tuhle chvíli se zdá, že se vracíme více k praktickým efektům a příběhům založeným na skutečných událostech.

Mé poslední otázky se samozřejmě budou týkat Vašich tipů a doporučení. Mohl byste nám prozradit, na jakém projektu (filmu) nyní pracujete? A jaký film by si, podle Vašeho názoru, neměli nechat ujít naši čtenáři?

Na kterém projektu právě pracuji, prozradit bohužel nemůžu, ale zdá se, že může jít o budoucí velký milník filmové industrie. Rozhodně si nenechte ujít Jurassic World a výše zmíněnou novou epizodu Hvězdných válek!

A nyní skutečně má poslední otázka. Zmínil jste se, že pro Vás možná nadešel čas popřemýšlet o tom, jak se z „běžného“ zaměstnance LucasFilmu stát klientem VFX studií. Mohl byste být, prosím, konkrétnější a nastínit alespoň obrysy Vašich plánů do nejbližší budoucnosti?

Domluvil jsem se s LucasFilmem na půlroční přestávce, během které se pokusím s několika dalšími velmi talentovanými Čechy prorazit na trhu v Hollywoodu s vlastní firmou Unique&Limited, kterou již přes půl druhého roku budujeme. Ted' nadešel čas ji vypustit do plného provozu.

Sám sebe se pochopitelně ptám. Může vůbec malá skupina Čechů s tak barevným a košatým snem na tak velkém a konkurencí sledovaném trhu uspět? Rozhodně ne... , a nebo? Ale o tom asi až příště.

MontyRich děkuje Pavlovi Kacerlemu za poskytnutí fotografií. 

ČEŠTÍ A SLOVENŠTÍ MILIARDÁŘI KAŽDÝ CHVILKU TAHÁ PILKU

AUTOR: KARIN SZCZYRBOVÁ



ŽIVOTY A PODNIKÁNÍ ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH MILIARDÁŘŮ SE ČASTO PROLÍNÁJÍ. TITO LIDÉ SE SETKÁVAJÍ JAK VE SVÉM OSOBNÍM ŽIVOTĚ, TAK I V BYZNYSU. ZATÍMCO SE OBCHODNÍ ZÁJMY NĚKTERÝCH Z NICH KONCENTRUJÍ ZEJMÉNA NA ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY, JINÍ EXPANDUJÍ I DO ZAHRANIČÍ – NEJČASTĚJI NA SLOVENSKO A DO POLSKA. V PRŮBĚHU LÉTA SE V ŽIVOTĚ TŘÍ Z NICH, KTERÉ SPOJUJE MIMO JINÉ I PODNIKÁNÍ VE ZMÍNĚNÝCH ZEMÍCH, ODEHRÁLY ZAJÍMAVÉ ZMĚNY. PŘIBLIŽME SI JE TEDY.

Miliardáři, nejenom ti čeští, se větší-nou dobře znají. Čas od času se pouští do společných obchodů, někdy mezi nimi vznikají celoživotní přátelství, jindy naopak dlouhodobé spory. Jednou z nejdelších a také nejkomplikovanějších soudních rozepří je v tuzemsku spor mezi Davidem Beranem a Janem Světlíkem. Jejich neshody, které se týkají akcií strojírenského podniku Vítkovice Holding, se táhnou již celé desetiletí, a přestože bylo na konci července vyneseno další soudní rozhodnutí, nyní ve prospěch prvního uvedeného, nezdá se, že by se celý spor chýlil ke konci. Spíše naopak.

ROSTOUCÍ PROFI CREDIT DAVIDA BERANA

David Beran (47), jehož jmění je odhadováno na více než 12 miliard korun a jehož jméno je v tuzemsku spojeno hned s několika různými soudními rozepřemi, začal podnikat na počátku devadesátých let. V roce 1994 položil základy své nadnárodní finanční skupiny Profireal Group se sídlem v Nizozemsku. Tato skupina poskytuje prostřednictvím společnosti

Profi Credit nebankovní půjčky a úvěry v České republice, na Slovensku



a v Polsku. Kromě toho je také přítomna na bulharském a ruském trhu.

Profi Creditu se v posledních letech na všech uvedených trzích velmi dobře daří. Jen loni poskytl klientům z těchto zemí úvěry v celkové nominální hodnotě 8,3 miliardy korun, což představuje nárůst o 12 procent oproti roku 2013. Největší úspěchy si společnost připisuje v Polsku, kde rozpůjčovala více než 3,2 miliardy korun. I z tohoto důvodu se pozornost

firmy upírá právě na tento region, ve kterém je druhým největším poskytovatelem nebankovních půjček.

NEJDELŠÍ A NEJKOMPLIKOVANĚJŠÍ SPOR ČESKÝCH MILIARDÁŘŮ

Jan Světlík (57), jehož jmění převyšuje 5 miliard korun, vsadil na rozdíl od Davida Berana na strojírenství, které oba miliardáře spojilo a které je také příčinou jejich rozepře. V letech 2002 až 2003 privatizovala česká vláda strojírenskou divizi ostravského podniku Vítkovice, kterou získal za 402 milionů korun právě Jan Světlík spolu s Davidem Beranem a Petrem Novotným. Podnikatelé nabyli akcie, které odpovídaly padesáti, pětáctyřiceti a pěti procentům firmy. Hodnota Beranova pětáctyřicetiprocentního podílu byla podle zakladatelských listin v roce 2003 vyčíslena na 73 milionů korun.

O dva roky později se Novotný a Beran rozhodli, že své podíly prodají miliardáři Karlu Komárkovi, a to za zády Jana Světlíka, který si

však nárokoval předkupní práva. Tyto kroky odstartovaly dnes již desetileté soudní spory. Zpočátku



se rozepře týkaly hodnoty akcií a určení jejich skutečného majitele. Proto také předmětné akcie skončily v soudní úschovně u Okresního soudu pro Prahu-východ.

Důležité bylo z tohoto pohledu soudní rozhodnutí z ledna roku 2008, podle kterého musel zmíněných 45 procent akcií Vítkovic Beran Světlíkovi vrátit. Případnout mu za ně mělo 78 milionů korun. Soud tedy nevzal v potaz aktuální hodnotu akcií, kterou Beran odhadoval na 3–4 miliardy korun, ale pouze jejich hodnotu původní.

Další krok, se kterým se nehodlal Beran smířit, udělal Světlík v roce 2010, kdy navýšil kapitál Vítkovic a Beranův podíl se tímto snížil ze 45 na 11,25 procenta. Beran se proto obrátil jak na Nejvyšší soud, tak i na Ústavní soud, které však potvrdily rozsudek z roku 2008.

Ani to Berana loni neodradilo od vyvolání další arbitráže, ve které se domáhal za své akcie mnohem vyšší náhrady. Rozhodčí soud se letos v červenci přiklonil k Beranovu názoru a rozhodl, že mu Světlík musí zaplatit 1,69 miliardy korun plus úroky. Zatímco Beran toto rozhodnutí Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR přivítal jako alespoň částečné zado-stiučnění, Světlík jej považuje za zmanipulované a podal proto trestní

oznámení, čímž se spor těchto dvou miliardářů opět prodlužuje.

SVĚTLÍKOVÝM VÍTKOVICÍM HROZÍ ZTRÁTY I PŘES DOBRÉ VÝSLEDKY

Světlíkova společnost Vítkovice Holding v současnosti zastřešuje skupinu zhruba 30 firem, jejichž obrat loni dosáhl 25 miliard korun, přičemž podnik loni vydělal 479 milionů korun. V Ostravě firma zaměstnává přes 8 tisíc pracovníků. Export skupiny tvoří v současnosti více než 60 procent celkových tržeb, avšak v tuzemsku, na Slovensku a v Polsku se firmě získávat nové zakázky příliš nedaří.

Problémy má podnik také v Turecku, kde se stal generálním dodavatelem pro výstavbu moderní elektrárny. Projekt Yunus Emre má hodnotu 14 miliard korun. Stavba ale nabírá zpoždění, protože elektrárna měla být teoreticky již rok a půl v provozu. Vítkovicím hrozí, že za prodlení budou muset zaplatit pokutu až 700 milionů korun. Turecko podniku navíc dluží na DPH téměř 200 milionů korun a vyvstaly i spory o vícepráce v hodnotě 450 milionů korun, které turecká strana odmítá proplatit. Celkem by tak ostravská firma mohla přijít o více než 1,3 miliardy korun. To jí však nebrání v tom, aby se neustále poohlížela po nových zakázkách v zahraničí, zvláště v zemích mimo Evropskou unii. Svou pozornost nyní upírá zejména na arabské země a plánuje, že její export vzroste až na 90 procent.

IGOR RATTAJ A TMR SKLÍZÍ ÚSPĚCHY NA VŠECH FRONTÁCH

Vítkovice – ne však zmíněný stejnojmenný podnik, ale oblast – se staly předmětem zájmu dalšího miliardáře, tentokrát **Igora Rattaje (44)**, který je prostřednictvím společnosti Tatry Mountain Resorts (TMR) spojený se slovenskou finanční skupinou J&T. Tento slovenský miliardář kontaktoval v první polovině letošního roku Jana Světlíka kvůli miliardové investici právě na území Ostravy v oblasti Vítkovic.

Firma TMR projevila zájem vybudovat mezi Dolní oblastí Vítkovic a Novou Karolinou zábavní park. Tato investice však zrealizována nebude, jelikož se po určitých nejasnostech a průtazích nakonec slovenská společnost dohodla s polskou firmou WPKiW a zmodernizuje nejstarší a největší polský zábavní park Veselé městečko, které se nachází poblíž Katovic. Za 75procentní podíl zaplatila slovenská firma 205 milionů korun, přičemž se zavázala investovat do modernizace parku v průběhu následujících pěti let dalších 800 milionů korun.

Společnosti TMR, v čele jejíž dozorčí rady Igor Rattaj stojí, se v poslední době dobře daří. Jen za prvních šest měsíců letošního roku vzrostly její



výnosy meziročně na 40,5 milionu eur, tedy o 23,4 procenta. Čistý zisk se zvýšil dokonce o 35,8 procenta, a to na 3,8 milionu eur. Společnost, která je obchodována na burzách v Bratislavě, Praze a Varšavě, provozuje největší lyžařská střediska ve Vysokých a Nízkých Tatrách a také největší slovenský aquapark. Má také podíl ve firmě provozující největší český skiareál ve Špindlerově Mlýně a v polském lyžařském středisku ve městě Szczyrk.

Igor Rattaj se v červenci stal majitelem 90 procent největší fotobanky ve střední a východní Evropě, společnosti Profimedia, která se připravuje na zahraniční expanzi. První z destinací, kam zamíří, je Polsko. 

DOSTIHOVÉ ODPOLEDNE VE VELKÉ CHUCHLI

AUTOR: LENKA VOLFOVÁ



DOSTIHY – CO OBNÁŠÍ TENTO DRUH ZÁBAVY? JAKO PRVNÍ MNOHÉ NEJSPIŠ NAPADNE, ŽE ŽENY BY SI MĚLY POŘÍDIT CO NEJSLUŠIVĚJŠÍ KLOBOUK A PÁNOVÉ NAPLNIT PENĚŽENKY, AŽ JE KAM PŘI SÁZKÁCH SÁHNOUT, ANEBO LZE OBĚ ČINNOSTI JAK U ŽEN, TAK U MUŽŮ SPOJIT. DOSTIHOVÉ DNY V SOBĚ UKRÝVAJÍ ALE MNOHEM VÍCE, POJĎME SE TEDY SPOLEČNĚ PODÍVAT NA TO, CO JE VLASTNĚ TÍM „MNOHEM VÍCE“ MYŠLENO.

Jestli jste někdy slyšeli, že byznys se dělá dobře na golfu, ale zároveň nejste zrovna milovníci dlouhých pěších tras, neváhejte vyzkoušet dostihy. Není tím myšleno, že byste měli hned pořizovat koně a začít jezdit. Ne každý má pro to vlohy a vůbec, ze sedla koně byste toho nejspíš moc nedomluvíli.

Pro začátek stačí zkusit nějaký dostih navštívit. Vždycky je dobré nejprve tzv. „obhlédnout terén“. Že je z čeho vybírat, dokazuje pestrý program dostihových závodů. Pokud jste obyvatelé české metropole, máte nejbližší Velkou Chuchli, pokud jste jinde z Čech, věřte, že v každém

širším okolí se nějaké – ať už menší nebo větší závodisko – najde. Pak už stačí vyrazit.

Tým MontyRich otestoval právě Velkou Chuchli. Závodisko se nám líbí už jen proto, že



z centra jste tam do 15 minut, a to i vlakem. Vyplatí se mít řidiče nebo opravdu využít hromadné dopravy, neboť jinak Vám unikne nejen welcome drink, ale i možnost užít si degustaci vín, která byla mimo jiné příjemnou součástí dostihového odpoledne.

Přijali jsme pozvání na dostihový den 95. Mercedes-Benz České derby přímo do VIP Panoromatické restaurace, která zajistila nejen opravdu panoramatický výhled na dostihová klání, ale jak už i samotný název napovídá, zároveň i ty největší laskominy. Od výborného oběda až po luxusní dezerty. Jednoduše, stálo by za to přijít znovu i jen kvůli tomu!

Vraťme se ale k hlavní náplni nedělního odpoledne, kterou byly dostihové závody, a to ne ledajaké. Jednalo se totiž o nejprestižnější dostihový den sezóny, jehož



klasickým vrcholem je závod 95. Mercedes-Benz České derby (2400 m). Díky celkové dotaci 2,5 miliónu korun se České derby i letos stalo opět nejbohatším středoevropským rovinovým dostihem. Pro svůj první klasický titul si doběhl hřebec Touch of Genius pod taktovkou Jaromíra Šafáře. Tajemstvím stejně tak není, že jeho trenérem je česká dostihová legenda, žokej Josef Váňa.

Dostihové odpoledne nicméně zaplnilo hned 8 zajímavých dostihových závodů, mezi nimiž byl vždy dostatečný prostor



na cokoli, co vás napadne. Máte rádi adrenalin? Pak máte dost času si vsadit. Jste opravdoví milovníci koní? Jděte obhlédnout závodní koně pěkně zblízka. Jste čistě společenský typ? Potom se vyfoťte, dejte si sklenku vína, rozvedte konverzaci s kýmkoli poblíž – nebojte, koně nejsou jediné významné téma takového odpoledne! Myslím, že ať jste typ jakýkoli, půlhodinové intervaly mezi závody pro vás bude snadné vyplnit.

Navíc, pokud vás tento způsob střetávání nadchne tak jako nás, není nic snazšího, než si pronajmout jeden z nabízených salonků, které zaručují stejný servis jako samotná VIP restaurace PANORAMA, jen v trochu komornějším duchu, a uspořádat nějaké setkání pro zaměstnance či klienty. Jaké bylo to naše, se dozvíte již brzy.

Ještě stále se chcete držet hesla: „V neděli se nedělá.“? Pokud ne, až budete mít nějakou neděli od dubna do října chvíli, zavítejte na dostihy. 



PHONEX

BEZPEČNOST NA PRVNÍM MÍSTĚ

AUTOR: JAKUB SKALA



ROZHOVOR S PETREM BENEŠEM, TVŮRCEM APLIKACE PRO ŠIFROVANOU KOMUNIKACI PHONEX, O PALČIVÉ OSOBNÍ ZKUŠENOSTI, ODPOSLOUCHÁVACÍCH PRAKTIKÁCH TŘETÍCH STRAN A BEZPEČNOSTNÍCH DÍRÁCH NEJEN V TELEFONNÍ KOMUNIKACI.

Čím jste se zabýval ještě před PhoneX?

Začal jsem podnikat online už jako teenager. Postupně jsem založil firmu, která sestávala z řady e-shopů, kde se prodávalo luxusní zboží, hodinky, boty. Všechno všude asi 150 značek jako Armani, Replay, Diesel atp. Jednalo se o zboží většinou z USA, Velké Británie a Francie, jednoduše značky, které tu v té době nebyly (roky 2001–2, pozn. redakce). A úplně původně jsem dovážel luxusní telefony,

které tu v té době neměly žádnou distribuci. V té době to byl hodně dobrý byznys, jelikož byl na trhu veliký hlad po v Evropě v podstatě nedostupném zboží. Zároveň šlo o v té době relativně revoluční myšlenku dodávky oblečení po internetu.

Jak vznikl projekt PhoneX?

PhoneX je projekt založený na osobní zkušenosti, kdy jsem před lety přišel o firmu v hodnotě cca 30–40 milionů korun díky cílenému útoku třetí osoby. Tato osoba dokázala zlikvidovat firmu, mě a mého společníka během 24 hodin. Dopomohly jí k tomu právě informace získané prostřednictvím nelegálních odposlechů. Dodnes se soudíme.

To zní hrozně...

Nevěřili jsme pak samozřejmě vůbec nikomu a ničemu, obzvláště pak vlastním telefonům. Začali jsme se chovat tak, jak jsme to odkoukali z filmů, tzn. před schůzkou rozebrat telefon, ideálně někde pod mostem. Přirozeně jsem proto začal hledat řešení. Ptal jsem se všech kontaktů a známých na skutečně vysokých místech – ať již v politice, nebo v manažerské sféře, jakým způsobem chrání svou komunikaci. Odpovědi byly vesměs totožné. Nenosíme telefony na schůzku, rozebíráme je, scházíme se na půl cesty na benzínce. K tomu ještě existovala řada tipů jako: neříkat názvy ben-

zínky do telefonu, říkat pouze zelená, žlutá nebo modrá. Zkrátka žádné řešení neexistovalo. Vlastně, mluvilo se o nějakých telefonech z Francie, že se jmenují Sagem a že je používá policie a politici. Problémem bylo, že jeden stál cca 150 tisíc a navíc jste museli mít dva kusy a zavolat jste si jen vy dva mezi sebou. Což v praxi nikdo nepoužíval. A to mluvíme o lidech, kteří na to prostředky měli. Hledání řešení tak nakonec vyústilo v realizaci projektu PhoneX.

Jak funguje zabezpečené telefonování prostřednictvím PhoneX?

Podstatná informace je, že se jedná o aplikaci. Dlouho jsme se rozhodovali, zda tlačit člověku do rukou nějaké další zařízení, další nabíječku, další cokoli, o co se musí starat. To nebyla cesta. Chtěli jsme směřovat k řešení, jež může člověk aplikovat na své stávající zařízení – smartphone. Rozhodli jsme se pro aplikaci pro šifrovanou komunikaci. Klíčové je, že aplikace využívá ke komunikaci s druhým zařízením datový tok – wi-fi, hotspoty, popř. mobilní data od operátora. Díky tomu nejsme nijak lokálně omezeni, službu můžete využívat kdekoli po světě. Právě absence

“Nenosíme telefony na schůzku, rozebíráme je, scházíme se na půl cesty na benzínce.”

teritoriálního omezení je důvodem, proč se projektu předpovídá velmi slibná budoucnost. Po uživatelské stránce je dnes řada lidí zvyklá využívat služby jako WhatsApp či Viber. Na první pohled fungujeme stejně. Avšak u těchto systémů je jasné, že jsou napojeny na sledovací systémy. Proč by jinak byly tak masivně podporované? Stejný případ je Skype, je to direktivní cesta do sledovacích systémů. Stejně jako všechny veřejné emailové služby – Seznam, Centrum nebo třeba Gmail. Servery těchto společností jsou napojeny na policii a neustále monitorují klíčová slova, která vyhledáváte, hledají zakázaná zařízení a spojitosti mezi nimi. Právě proto jsme chtěli postavit čistý systém, který tyto vlastnosti nemá. U PhoneX neexistuje žádný systémový background a není možné ho udělat. Systém je zkonstruován tak, aby se nedal otočit proti nám. Aby se skutečně nedal prolomit ani z naší strany z důvodu libovolného nátlaku třetí osoby. I to je jeden z důvodů, proč se systém vyvíjel takovou dobu (4,5 roku).

Jak Vás to napadlo?

Nápad tady byl, nepovažuji ho za nějak výjimečný. Problém je však, kdo vám to zkonstruuje. Taková osoba musí být zcela věrohodná a musíte mít jistotu, že vám s vytvořeným produktem neuteče. Naštěstí jsem měl kamaráda, jenž



Busyman Shooting Stars

Pravidelnou rubriku **Busyman Shooting Stars** Vám přinášíme ve spolupráci s naší partnerskou platformou www.busyman.cz.

V rámci této rubriky Vás chceme informovat o příbězích startupistů, kterým tým Busyman pomohl najít vhodného investora pro samotný start, či další rozvoj jejich podnikání.

Chceme, abyste měli možnost pravidelně sledovat tyto reálné příběhy lidí, kteří byli ještě před časem možná právě v pozici, ve které se teď nacházíte Vy.

Jako první vystoupil „**PhoneX**“, unikátní projekt, poskytující kryptovanou komunikaci.

Tento projekt u nás získal investici přibližně **3 000 000 Kč** od jednoho z členů našeho Busyman klubu, který sdružuje privátní investory s chutí investovat a aktivně se podílet na něčem novém.

Hledáte investora a zároveň partnera pro nastartování Vašeho podnikání? Nebojte se to také zkusit!

Kdo jsme?

- 5 let na trhu
- Proinvestováno více než 70 milionů korun do českých startupů
- 1-2 realizované projekty každý měsíc
- Komplexní podpora nových projektů (poradenství, mentoring, právo, účetnictví, IT development)
- Vlastní kapitál k investování

byl expertem v šifrování. Nastínil jsem mu své představy, dohodli jsme se na směru a šli do toho. Vyvinuli jsme plat-formu pro Android, kterou jsem nechal otestovat i přes své známé v armádě. Díky tomu jsme věděli, že aplikace fungu-je výborně. Nyní fungujeme na všech hlavních platformách – iPhone, Android, BlackBerry a brzy chystáme spuštění verze pro Windows Mobile 10.

V čem se PhoneX liší od ostatních šifrova-cích systémů?

Aplikace umí nejen volat, ale i posílat zprávy (nikoli sms – nepoužívá GSM protokol). Telefony jsou propojeny napřímo oproti všem systémům, o kterých jsem hovořil, jež využívají jako mezičlánek server (fungují tzv. do trojúhelníku). Náš server pouze zajistí počáteční propojení zaří-zení, ověří, že váš telefon je bezpečnou entitou, a odpojí se. Jediné, co je zranitelné, je internet (BTS, operátor atd.). My tak komunikaci nedokážeme zaznamenávat ani jinak sledovat. Navíc veškerá forma komunikace, ať již se jedná o hovor, nebo zprávu (soubor), má vlastní šifru. Je to umožněno díky vysoké výpočetní kapaci-tě dnešních smartphonů. Důležité je, že šifra náleží pouze dvěma stranám, které spolu komunikují. Server má jiný klíč než protější strana, proto je bezpečné uložit i offline soubor na serveru. Třetí pojiškou je automatické zahození klíče, jakmile byl hovor, zpráva či soubor dokončen, přečten nebo použit. Používání stejných klíčů a jejich uchovávání je nejčastější díra v bezpečnostních systémech. Díky používání originálních klíčů se naše šifra stává neprolomitelnou.

Jak řešíte hardwarové odposlouchávání? Když kupříkladu někdo nalepí něco na baterii telefonu?

Ve velkých security společnostech to řeší jednoduchými pravidly, která logicky žádným softwarem nenahradíte. První je nedat telefon z ruky. Za druhé je třeba si uvědomit, že pro-středí, ve kterém telefonujete, není žádná uzavřená bublina, kde vás nikdo nemůže slyšet. Nedávno jsem např. viděl spe-ciální hardware rušičky jako přívěšek na krk, které umožní spojení hovoru v okruhu 10 metrů pouze vašemu telefonu. Největším bezpečnostním rizikem je pak vždy vaše proti-

strana. A konečně zlatým pravidlem je netelefonovat v autě. Protože infiltrovat něčí auto je v dnešní době to nejmenší.

Můžete nám říci více o praktikách třetích stran, jež se snaží z našeho telefonu zís-kat důvěrné informace?

Mezi hlavní patří skenování displeje telefonu, konstantní nahrávání mikrofonu apod. Taková špionážní aplikace se vám dostane do telefonu velmi jednoduše prostřednic-tvím operátora. Stačí vytvořit fiktivní (stačí prázdnou) sms nebo třeba e-mail od známého uživatele. Váš telefon data automaticky načte, ať již pomocí mobilních dat, či pro-střednictvím wi-fi. Úspěšnost implementace je v takových případech cca 70–80 %. Příkaz telefonu pak může vypadat třeba tak, že sekvenčně po 15 vteřinách snímá displej telefonu. Tím pádem vše, co máte šifrované, vy nako-nec dešifrované na displeji čtete (plain text). S mikro-fonem je to stejné. Proč by se někdo zaobíral tím, že bude lámat složité šifry, když to lze tímto způsobem obejít? Tyto praktiky využí-vají např. policejní vyšetřo-vací složky. Naše aplikace problém řeší, v průběhu hovoru zamezuje skenová-ní displeje a přebírá plnou kontrolu nad mikrofonem.

Jak nasbíraná data z telefonu získají?

Jednoduše. Ve chvíli, kdy se připojíte na domácí wi-fi či hotspot, aplikace zadá příkaz k odeslání dat. Máte v telefonu možnost zobrazit,

kolik dat se stahuje prostřednictvím (domácí) Wi-fi? Nemá to žádný telefon. Wi-fi je doslova bez kontroly. Aplikace pak data z telefonu vymaže.

Kam se bude šifrování ubírat do budouc-na?

Věřím, že kontrola komunikace v podobě odposlechů a geolokace bude pokračovat, respektive se na veřejnost bude dostávat více kauz typu Merkelová apod. Stejně je to ve firemním prostředí. Firmy si čím dál více uvědomují, že zabezpečení komunikace je důležité. Množí se krádeže firemních počítačů, telefonů atd. V přímé úměře s tím stoupá ovlivňování lidí ve vysokých funkcích ze strany třetích osob. Obecně se tak dá říci, že hlad po zabezpečené komunikaci bude jenom narůstat. 

JAK BĚHEM JEDNOHO ROKU VYTVOŘIT ÚSPĚŠNÝ GLOBÁLNÍ BYZNYS?

1. Běžte na stránky www.montyrich.cz/magazin
2. Objednejte si roční předplatné magazínu MontyRich
3. Přečtěte si první číslo magazínu MontyRich
4. Pracujte na svém byznysu
5. Přečtěte si druhé číslo magazínu MontyRich
6. Pracujte na svém byznysu
7. Opakujte celý rok

„Každá cesta začíná pouhým kliknutím.“

— Bill Gates —

Kdy vykročíte Vy?
www.montyrich.cz/magazin

TONY HSIEH

A JEHO MILIARDOVÝ PŘÍBĚH O PRODEJI BOT

AUTOR: TOMÁŠ DURČÁK



KDYŽ BYCH VÁS POŽÁDAL, ABYSTE SI PŘEDSTAVILI TYPICKÉHO PRODEJCE BOT, MOŽNÁ BY ŘADU Z VÁS NAPADLA POSTAVA JMÉNEM AL BUNDY ZE SERIÁLU ŽENATÝ ZE ZÁVAZKY. NĚKTERÉ MOŽNÁ BAŤA. ASI NIKDO BY SI ALE ZŘEJMĚ NEPŘEDSTAVIL JEDNAČTYŘICETILETÉHO MUŽE PŮVODEM Z TCHAJ-WANU S DIPLOMEM Z HARVARDU A JMĚNÍM 840 MILIONŮ DOLARŮ (VÍCE NEŽ 20,1 MILIARDY KORUN), KTERÝ BYDLÍ V KARAVANU. ALE UPŘÍMNĚ, ZAPPOS.COM TAKÉ NENÍ ZROVNA TYPICKÝM OBCHODEM S BOTAMI NA ROHU ULICE A TONY HSIEH NENÍ ANI ZDALEKA TYPICKÝM PRODEJCEM BOT Z OBCHOĐÁKU, JAKÝM BYL KULTOVNÍ AL BUNDY.

Jeho životopis je totiž mnohem působivější. Svou vůbec první společnost prodal Hsieh Microsoftu za 265 milionů dolarů a ve 26 letech se stal výkonným ředitelem online obchodu Zappos.com. Za posledních 15 let Zappos úspěšně vyrostl a stal se jednou z největších e-komerčních společností na světě. Během této doby navíc Tony přirozeně poměrně výrazně zbohatl. A takhle se mu to podařilo...

PODNIKATELSKÝ DUCH V GENECH

Někteří lidé se už s byznysem v krvi narodí a dnešní CEO společnosti Zappos nebyl ani trochu jiný. Hsieh se narodil v Illinois a vyrůstal v San Franciscu jako první syn tchajwanských přistěhovalců. Velmi brzy se ukázalo, že jde o velmi nadaného chytrého chlapce.

Po vystudování střední školy Branson School ve městě Marin County ve státě Kalifornie se Tony dostal na **Harvard**, odkud si v roce 1995 odnesl titul v oboru Computer Science. Už během studií na Harvardu se začal poprvé doopravdy objevovat jeho podnikatelský duch. Přivydělával si v restauraci Quincy House Grille a za extra příplatek roznášel pizzy po harvardských kolejích už v době, když ještě donášku jídla nikdo běžně nenabízel.

Po studiích nadějněho počítačového mága naverbovala společnost Oracle, avšak Hsieh zde vydržel pouhých pět měsíců, protože velmi rychle přišel na to, že práce v korporátním prostředí není zrovna jeho šálek čaje. Ve věku

22 let se proto rozhodl pokračovat v kariéře dál na vlastní pěst a v roce 1996 založil společnost **LinkExchange**, jednu z vůbec prvních internetových reklamních sítí.

PRVNÍ FIRMA, PRVNÍ ÚSPĚCH

LinkExchange stála na reklamě a začala rychle vydělávat společně s tím, jak rostla popularita internetu. Členové této sítě propagovali své webové stránky skrz LinkExchange pomocí bannerů, které byly zobrazovány na širokém seznamu různých partnerských a registrovaných webů.

Společnost oficiálně zahájila svou činnost v roce 1996 a Hsieh se stal jejím výkonným ředitelem. Už od samotného začátku zažívala stránka explozivní růst. Po pár měsících provozu bylo jasné, že Tony objevil trhlinu na trhu a zaplnil ji v ten nejlepší možný čas. Za pouhé dva roky měla stránka více než 400 tisíc členů a na její síti se každý den protočilo na 5 milionů různých reklam.

O rok později byla na stole nabídka od společnosti Microsoft, která za zajímavý projekt LinkExchange nabídla Tonymu Hsiehovi velmi solidních 265 milionů dolarů (6,36 miliardy korun). Jen pár týdnů před svými pětadvacátými narozeninami Tony na lákavou nabídku kývl a stal se rázem velmi bohatým.

Řada lidí by možná čtvrt miliardy dolarů vzala a spokojeně odešla do důchodu ve velmi příjemném věku 25 let. Ne



tak Tony Hsieh. Jeho ambice sahaly mnohem hlouběji než k sezení na pláži a popíjení drinků v obklopení žen. Netrvalo proto dlouho a Tony byl zpět v byznysu. Se svým nejlepším zákazníkem z dob, kdy na Harvardu roznášel pizzu, **Alfredem Linem**, založil společnost **Venture Frogs**, což byl startupový inkubátor a investiční firma. Postupně Hsieh s Linem zainvestovali do široké škály technologických startupů, jako Ask Jeeves, OpenTable a samozřejmě Zappos.

V roce 1999 Hsieh oslavil své 25. narozeniny v situaci, kdy byl úspěšným podnikatelem, velmi bohatým dolarovým milionářem a aktivním investorem v oblasti technologických firem. Právě tehdy byl jemu i jeho společníkovi Linovi předložen nápad s prodejem bot online. Hsieh byl zpočátku skeptický a pochyboval, zda jde aspoň zčásti o zajímavý nápad.

„Zeptali jsme se sami sebe, za čím by podle nás tato společnost měla stát. Nechtěli jsme jenom prodávat boty. Boty mě vlastně ani moc nezajímaly – ale byl jsem opravdu zapálený do služeb pro zákazníky.“ – Tony Hsieh

ZLATÁ ŽÍLA NA TRHU S OBUVÍ

Velmi rychle ovšem změnil názor, když zjistil, že obuvní průmysl měl sice v té době jen ve Spojených státech amerických hodnotu 40 miliard dolarů (téměř 1 bilion korun), ale prakticky žádné prodeje se zatím neode-

Zappos Family Core Values

Tony Hsieh řídí firemní kulturu Zapposu pomocí pravidel, která nazývá klíčovými hodnotami rodiny Zappos. Na první pohled se může zdát jako mírumilovný člověk, ale nemá problém kohokoliv na místě propustit, pokud se mu zdá, že nesdílí jednotnou myšlenku firmy, nemá chuť dodržovat tyto hlavní hodnoty, nebo si prostě s Tonym nesesedne lidsky. Hodnot je celkem deset a tady jsou:

1. Dodej skrz naši službu WOW efekt.
2. Vítejte změny a ber je jako svůj pohon.
3. Vytvoř zábavu a trošku divnosti.
4. Buď dobrodružný, kreativní a otevřený novým myšlenkám.
5. Neustále hledej růst a uč se.
6. Vytvoř si otevřený a upřímný vztah s komunikací.
7. Vybuduj pozitivní tým a rodinného ducha.
8. Použij méně a udělej s tím víc.
9. Buď zapálený a odhodlaný.
10. Buď skromný.



hrávaly skrz internet. Stačil jeden rok a Tony měl jasno – v roce 2000 vstoupil jako výkonný ředitel do svého investičního aktiva jménem Zappos a vydal se tvořit online trh s obuví. Jedním z jeho úplně prvních rozhodnutí v roli výkonného ředitele bylo přesunutí firemního sídla Zapposu z podle jeho názoru příliš drahého San Francisca do Las Vegas, kde byly k dispozici mnohem přijatelnější ceny za práci i nemovitosti. Za svůj první rok s novým CEO v čele dokázal Zappos vytvořit působivý zisk 1,6 milionu dolarů (38,4 milionu korun). O devět let později už zisky Zapposu každoročně přesahovaly jednu miliardu dolarů. Během svého nezastavitelného růstu si začal Zappos budovat reputaci společnosti s úžasnou firemní kulturou, která se zaměřovala především na spokojenost svých zaměstnanců a poskytování té nejlepší zákaznické podpory ze všech maloobchodních prodejců. Dne 22. července 2009 byl Zappos koupen společností Amazon za akcie této společnosti v hodnotě 1,2 miliardy dolarů (necelých 29 miliard korun). Hsieh na prodeji vydělal minimálně 214 milionů dolarů (5,1 miliardy korun). Číslo ovšem nezahrnuje zisk z jeho původní investice do Zapposu skrz Venture Frogs.

V roce 2010 pak Tony vydal svou knihu „Delivering Happiness“, ve které detailně popsal svůj podnikatelský život. Kniha se po 27 po sobě jdoucích týdnů dokázala udržet jako nejprodávanější kniha v žebříčku New York Times Best Sellers.

EXPERIMENTOVÁNÍ S PENĚZI

Po prodeji Zapposu zůstal Hsieh u firmy jako poradce, ale jeho nové cíle už ležely úplně jinde a poprvé ve svém životě na jejich uskutečnění měl i dostatek peněz. Zaměřil se na Las Vegas, jehož pověst upadá a centrum města během posledních 25 let plní především bezdomovci a pochybné motely.

Tony v tomto prostředí ovšem uviděl velký potenciál a rozhodl se vlastními silami pověst Vegas změnit. Do konce roku 2013 se všech 1500 zaměstnanců Zapposu přestěhovalo ze stávajícího sídla společnosti na předměstí Las Vegas v Hendersonu přímo do centra města, kde vznikly nové firemní kanceláře.

Jako další Hsieh založil projekt Downtown, zaměřený na revitalizaci a přitáhnutí byznysu, škol, developerů a technologických firem do centra Vegas. Tony chce z města známého hýřením a hazardem udělat moderní centrum konkurující Silicon Valley, kam budou rádi jezdit podnikatelé i startupy.

Z vlastní kapsy do tohoto projektu investoval 350 milionů dolarů. Z toho 200 milionů půjde na investice do realit, 50 milionů na zdravotnictví, kulturu a vzdělávací iniciativy v Las Vegas, 50 milionů na technologické startupy a zbývajících 50 milionů na malé podniky.

Hsieh má vizi propojeného městského centra, kde obyvatelé a provozovatelé byznysu vzájemně aktivně interagují, díky čemuž by tato městská část tak trochu připomínala univerzitní kampus, kde jen při cestě po chodníku potkáte 10 lidí, které znáte. Tony rozhodně od této investice nečeká žádnou rychlou návratnost. Podle jeho vlastního odhadu zabere taková transformace centra Vegas deset i víc let.

ŽIVOT V KARAVANU

Když se o jeho život začnete blíže zajímat, zjistíte, že Tony Hsieh vás zkrátka nikdy nepřestane překvapovat. Je totiž oproti ostatním úspěšným milionářům tak trochu jiný. Důkazem budiž i fakt, že byt by si ve Vegas mohl dovolit bydlení někde ve vysokém patře luxusní budovy v přepychovém apartmánu, rozhodl se pro něco úplně jiného. Svůj luxusní byt ve Vegas totiž vyměnil za stříbrný karavan Airstream a park pro karavany. Než si ale začnete klepat na čelo, tady je celý příběh.

Hsieh nebydlí v jen tak nějakém pochybném parku pro karavany. Tento park i všech třicet stříbrných prostorných karavanů značky Airstream (cena jednoho může vyjít až na 48 tisíc dolarů, což je v přepočtu 1,1 milionu korun) v něm vlastní a dává je k dispozici programátorům ze Silicon Valley i odjinud, kteří sem, věřte tomu nebo ne, velmi rádi jezdí, aby poznali nové lidi a sdíleli vzájemně své nápady

či myšlenky. Řada z nich sem míří také proto, že zrovna s Tonym na něčem spolupracují a píší pro něj kód. A jak už napovídá cena karavanů, nejde o žádné polorozpadlé špinavé vraky. Jde o nádherné stříbrné pojízdné domovy s futuristickým designem a více než 18 metry čtverečními životního prostoru. Každý karavan obsahuje dvě televize, hudební systém s Bluetooth připojením a je obložen dřevem. Nechybí samozřejmě připojení k internetu i vlastní koupelna se sprchou. Před tím, než zde zapustil kořeny Tony, bylo na místě jeho dnešního parku jen opuštěné parkoviště. Dnes je však místo změněno k nepoznání.

Ve svých XX letech už Tony Hsieh zažil víc úspěchů, než kolik jich drtivá většina lidí zažije za celý svůj život. Na vrchol se dostal z nuly, má neobyčejnou schopnost nacházet trendy těsně před jejich explozí do mainstreamu a jeho zaměření na skvělou zákaznickou podporu a šťastné zaměstnance je testamentem jeho charakteru. Conan O'Brien jednou řekl: „Pokud pracujete opravdu tvrdě a máte dobré srdce, budou se vám stávat skvělé věci.“ Tony tenhle princip očividně dovedl k dokonalosti a při jeho budování si mimo jiné vydělal přes 20 miliard korun. 

Holokracie na půdě Zapposu

Pokud vám všechny ty zvláštnosti a zajímavosti o Tonym ještě nestačí, tady je další. Zappos v praxi provozuje jako největší společnost na světě koncept takzvané **holokracie**. Tedy systém řízení firmy, ve kterém mají všichni zaměstnanci velmi široké pravomoci a mohou se vyjadřovat prakticky ke všemu zásadnímu ohledně chodu firmy. Někdy se konceptu holokracie říká také „radikální management“.

Cílem holokracie je vytvořit byznys, který jsou schopni řídit sami zaměstnanci, aniž by nad sebou potřebovali armádu manažerů a supervizorů. Jednoduše řečeno velkou a neformnou byrokracií nahradí akce. Prakticky jedinou podmínkou fungování tohoto konceptu je tým lidí oddaných myšlence holokracie a ochotných skutečně společně budovat firmu v jakémsi smyslu rodinného byznysu (Zappos má 1500 zaměstnanců). Kdokoliv se tedy může v Zapposu kdykoliv svobodně vyjádřit k čemukoliv, navrhnout řešení nově vzniklých problémů nebo odmítnout vše, co se jemu osobně nelíbí. Tony rovněž pravidelně své zaměstnance vyzývá, aby kdokoliv, komu se nelíbí nové změny, nebo už nemá chuť nadále takto pracovat, neváhal a podal výpověď. S odstupným není problém.

JETSMARTER

MÁ V BANCE 20 MILIONŮ DOLARŮ A BUDUJE UBER V OBLACÍCH

AUTOR: TOMÁŠ DURČÁK



NAJMOUT SI SOUKROMÝ TRYSKÁČ NA KONKRÉTNÍ CESTU MŮŽE BÝT ČAS OD ČASU POTÍŽ, I KDYŽ PATŘÍTE MEZI 1 % VYVOLENÝCH. REZEROVÁNÍ SOUKROMÝCH LETOUNŮ BYLO TOTIŽ TRADIČNĚ VŽDY VELMI MATOUČÍM PROCESEM PLNÝM RŮZNORODÝCH FORMULÁŘŮ A NEKONEČNÝCH VYJEDNÁVÁNÍ S BROKERY. DNES UŽ JE ALE VŠE JINAK.

V roce 2012 se **Sergej Petrossov** rozhodl, že je načase celý proces výrazně zjednodušit, a tak s tímto cílem v hlavě založil startup **JetSmarter**. Plán byl jasný – vyvinout aplikaci, která udělá z rezervace soukromého letu privátním

tryskáčem odkudkoliv záležitost několika sekund. Sám Petrossov byl častým uživatelem soukromých letadel a podle svých slov společnost založil z čiré frustrace nad tím, jak celý proces fungoval, a také proto, že do té doby

nikoho nenapadlo celou službu vzít a převést do pružnějšího a rychlejšího digitálního světa. Mnoho lidí dnes

srovnává nebeský úspěch JetSmarteru s tím pozemním **Uberu**. Podle Petrossova lze jeho produkt porovnat s jakoukoliv službou poskytovanou v reálném čase na základě okamžitého požadavku zákazníku. Srovnání konkrétně s Uberem se ovšem nebrání, podobnosti přiznává. Aplikace JetSmarter vás

aktuálně bez problémů dopraví kamkoliv na světě vyjma válečných zón a těch vzdušných prostorů, které jsou označeny za příliš nebezpečné pro cestování letadlem.



Zakladatel projektu JetSmarter Sergej Petrossov



Hlavním dlouhodobým cílem společnosti JetSmarter je učinit veškeré vzdušné cestování soukromým. Petrossov chce revolučním způsobem změnit ceny za lety tryskáči tak, aby si je mohlo dovolit víc lidí, kteří už nechtějí zažívat „otřesnou“ zkušenost létání s komerčními aerolinkami. „Lidé dnes létají soukromými letadly, aby nemuseli absolvovat zdlouhavou cestu skrz letištní halu. Mohou se objevit pět minut před odletem, zaparkovat svůj vůz hned vedle letadla a pohodlně odletět bez jakéhokoliv zdržování,“ zdůvodňuje své ambice Petrossov.

ČLENSTVÍ V KLUBU JETSMARTER

Členové klubu JetSmarter platí roční poplatek ve výši 9000 dolarů (216 tisíc korun), tedy asi 19 200 korun měsíčně. To není tak mnoho, že? Co za to dostanou? Neomezený přístup k soukromým letům či exkluzivní akce na lety kolem světa. U vybraných letů dále bezkonkurenční slevy a prakticky garantované levnější ceny u všech letů rezervovaných skrz JetSmarter.

Jeden příklad za všechny – 11. června 2015 bylo možné cestovat letounem Hawker 800 XP z Bostonu do New Yorku. Původní cena letu? Plných 9230 dolarů (221 520 korun).

Uživatel aplikace JetSmarter ovšem mohl letět za 2333 dolarů (necelých 56 tisíc korun čili o 74 procent levněji). A členové klubu? Ti měli let dokonce zcela zdarma. Sama společnost proklamuje, že takových akcí má každý měsíc ve své nabídce až 2500. Celkem se za měsíc aplikací JetSmarter protočí na 3000 soukromých letadel.

Při využití produktu JetShuttle mají členové rovněž zpravidla první zarezervované sedadlo zdarma a až za druhé platí normální sazbu uživatele (pokud jejich spolucestující není rovněž členem). Nejmenší slevu mají všichni, kdo platí členský poplatek v případě, že si chtějí vytvořit zcela nový let zcela podle svého gusta (JetCharter). Ale i zde mohou na rozdíl od zákazníků bez členství ušetřit na pronájmu soukromého tryskáče pár tisíc dolarů.

Jako třešinku na dortu obdrží každý člen členskou kartu z 24karátového zlata, bezplatné lety helikoptérou z a na všechna letiště v New Yorku (na požádání možno zabezpečit transport helikoptérou z letiště do cílové destinace i jinde) a čas od času také pozvánku na soukromé akce pořádané pouze pro členy klubu.

Stát se členem ovšem není jen tak. Každý zájemce musí podat online žádost obsahující jeho pravé celé jméno, kon-

taktní informace a také se svěřit, jakým způsobem aktuálně cestuje. Společnosti Sergeje Petrossova jde viditelně o to, aby se členem VIP klubu nestal jen tak někdo.

CESTOVÁNÍ SOUKROMÝM TRYSKÁČEM DOSTUPNĚJŠÍ NEŽ KDY DŘÍV

Jak dokáže startup srazit cenu za soukromé lety? Existuje několik různých způsobů. JetSmarter buď od soukromých dopravců nakupuje místa v letadlech dopředu za nižší cenu, nebo nabízí zaplnění volných míst v soukromých letech, která se ještě nepodařilo prodat. Podle



Petrossova je každoročně v oblacích odlétáno 1,6 milionu letových hodin, během kterých létají soukromá letadla

prázdná do destinací, kde mají někoho teprve vyzvednout. JetSmarter nakupuje na těchto letech s předstihem celkem asi 35 tisíc letových hodin, které následně nabízí uživatelům své aplikace za exkluzivní ceny. Začínáte už přemýšlet o tom, že si takovou možnost luxus letu v soukromém tryskáči někdy užijete také? CEO a zakladatel společnosti JetSmarter vám dá za pravdu:

„Podařilo se nám dostat k soukromému létání zcela novou skupinu uživatelů, kteří by si předtím nemohli let soukromým tryskáčem vůbec dovolit. Měli už jsme tady i vysokoškolačka, který si koupil členství na pravidelné cestování do školy.“

NOVÍ INVESTOŘI ROVNOU Z ŘAD BOHATÝCH UŽIVATELŮ

Zrovna minulý měsíc společnost JetSmarter oznámila, že úspěšně ukončila své druhé kolo financování. „Uberu

v oblacích“ se podařilo získat 20 milionů dolarů (480 milionů korun). Mezi investory, kteří se rozhodli dát peníze do tohoto projektu, je nově královská rodina ze Saúdské Arábie (údajně až deset princů, kteří aplikaci aktivně využívají), několik bezejmenných zábavních magnátů i velmi bohatých jedinců, vysoce postavení lidé z Goldman Sachs, sociální síť Twitter, nebo rapper Jay-Z. Petrossov má z výsledku nepochybně radost, protože většina nových investorů do projektu se rekrutovala přímo z těch, kteří již aplikaci aktivně využívají a vidí tak v práci její obrovský potenciál. „Tohle kolo financování bylo opravdu unikátní, protože jsme vůbec nemuseli vyrazit ven a hledat investory. Naši noví investoři totiž už dávno jsou i našimi uživateli.“

Společnost chce podle svého výkonného ředitele využít získané peníze především na rozšíření svých letových tras i k nákupu většího množství letů pro své uživatele od dopravců. Část investičního kapitálu poputuje také na zdokonalení stávající aplikace a kancelářskou expanzi do Asie a Jižní Ameriky. 

JetSmarter dnes nabízí tři rozdílné produkty:

JetDeals – Jednosměrné lety, exkluzivní pouze pro tuto společnost, které umožňují rezervovat si soukromý let z široké nabídky. Aplikace JetSmarter navíc umožňuje přednastavit si lokace, mezi kterými se často pohybujete, a následně uživateli zobrazuje jen ty lety, které by jej mohly skutečně zajímat, takže nemusí listovat hromadou nezajímavých letů.

JetShuttle – Samotná společnost JetSmarter provozuje vlastní revoluční cestování první třídou za pomoci soukromých letadel partnerských přepravních společností a leteckých dopravců. Uživatelé tak mohou prostřednictvím aplikace vyhledávat ve stovkách plánovaných letů mezi významnými a velkými městy. Stačí jen zarezervovat si sedadlo a těšit se na odletovou halu bez chaosu a lidí, červený koberec a let tryskáčem s přístupem k Wi-Fi, s gurmánskými pokrmy i šampaňským.

JetCharter – Možnost naplánovat si kompletně svůj vlastní let od požadovaných destinací až po letadlo, které vám pomůže váš cestovní plán uskutečnit. JetSmarter celoročně garantuje přijatelné ceny i dostupnost všech nabízených letadel. Ideální řešení pro každého, kdo se zrovna dozvědě, že má zítra být na druhém konci světa a nemá zájem letět běžným přeplněným charterem.

Správná investice!

Chcete mít schopné a motivované zaměstnance?

Nemusíte do firmy pořizovat skluzavku, stolní fotbálek či pořádat teambuiding několikrát do měsíce... stačí předplatné magazínu MontyRich!

Objednejte si do firmy předplatné 5 a více kusů a získáte výraznou slevu až 50 %.

V případě zájmu kontaktujte prosím Michaelu Černou:
Tel. +420 777 900 822, E-mail. michaela.cerna@fitgroup.cz

MONTYRICH

KOMODITY

V SOUVISLOSTECH

AUTOR: MICHALA MORAVCOVÁ
ANALYTIK FINANČNÍCH TRHŮ, BOSSA



Jednou z hlavních událostí letošního roku na poli finančních trhů je zvýšení úrokových sazeb v USA. Diskutuje se o tom již od začátku roku a spekuluje se, kdy americká centrální banka (Fed) utáhne měnový opasek po sérii třech kol kvantitativního uvolňování a 6 letech nízkých úrokových sazeb. Fed na rozdíl od evropské (ECB) nebo britské (BoE) centrální banky směřuje měnovou politiku k dosažení ne jednoho (inflace), ale dvou cílů (inflace, nezaměstnanost). Zatímco situace na trhu práce se vyvíjí správným směrem, dosažení 2procentního inflačního cíle může být pro banku obtížné. Aktuální míra nezaměstnanosti (5,3 procenta) se úspěšně přibližuje k úrovni plné zaměstnanosti (neexistuje strukturní, jenom frikční nezaměstnanost), kterou Fed definoval na úrovni 5,1 procenta. Nicméně inflace byla v červenci jenom kousek nad nulou (0,2 procenta), tedy hodně vzdálená inflačnímu cíli 2 procent.

RŮST CEN KOMODIT JE CESTA K ÚSPĚCHU CENTRÁLNÍ BANK



Dlouhodobý cenový vývoj komoditního indexu CRB Zdroj: Reuters

Problémem jsou nízké ceny komodit, které podporují nízkoinflační až deflační prostředí, což Fedu stěžuje situaci. Index cen komodit, tzv. CRB index, složený z 19 komodit a sestavený společností Thomson Reuters se podle grafu níže obchoduje pod minimy, kterých dosáhl v roce 2009 ve výši 200 bodů. Nezastavitelně míří níže. Nejbližší zastávkou jsou minima z roku 2002 na úrovni 150 bodů. 39 procent indexu tvoří energetické suroviny (ropa, zemní plyn,...), 41 procent zemědělské komodity, 7 procent tvoří drahé kovy a 13 procent průmyslové komodity (měď, železná ruda,...).

PROČ KLESAJÍ CENY KOMODIT? STRANA POPTÁVKY

Klasická ekonomická poučka nabízí jednoduchou odpověď. Nabídka převyšuje poptávku. Na straně poptávky stojí již třetím rokem stagnující růst globální ekonomiky. Klíčové v této souvislosti je přeskupení rolí mezi rozvíjejícími se, rozvojovými a rozvinutými zeměmi, kdy na tempu růstu přidávají více země rozvinuté v čele s USA a naopak z rychlosti ubírají rozvojové a rozvíjející se země. Zajímavostí je, že roli světového lídra v růstu HDP od Číny přebírá Indie.

Zpomalování ekonomického růstu Číny má na celosvětovou poptávku po komoditách po komoditách nejzávažnější dopad. Tato druhá největší ekonomika světa je totiž největším

	2013	2014	2015*	2016*
Svět	3,4	3,4	3,5	3,8
Rozvinuté ekonomiky	1,4	1,8	2,4	2,4
USA	2,2	2,4	3,1	3,1
Eurozóna				
Rozvojové a rozvíjející se ekonomiky	5,0	4,6	4,3	4,7
Brazílie	2,7	0,1	-1,0	1,0
Rusko	1,3	0,6	-3,8	-1,1
Indie	6,9	7,2	7,5	7,5
Čína	7,8	7,4	6,8	6,3
Jižní Afrika	2,2	1,5	2,0	2,1

Světový ekonomický růst ve vybraných zemích v procentech Zdroj: Mezinárodní měnový fond, *projekce

spotřebitelem téměř všech energetických a průmyslových komodit (kromě ropy a zemního plynu).

BEZ FEDU BYCHOM DNES LEVNOU ROPU NEMĚLI

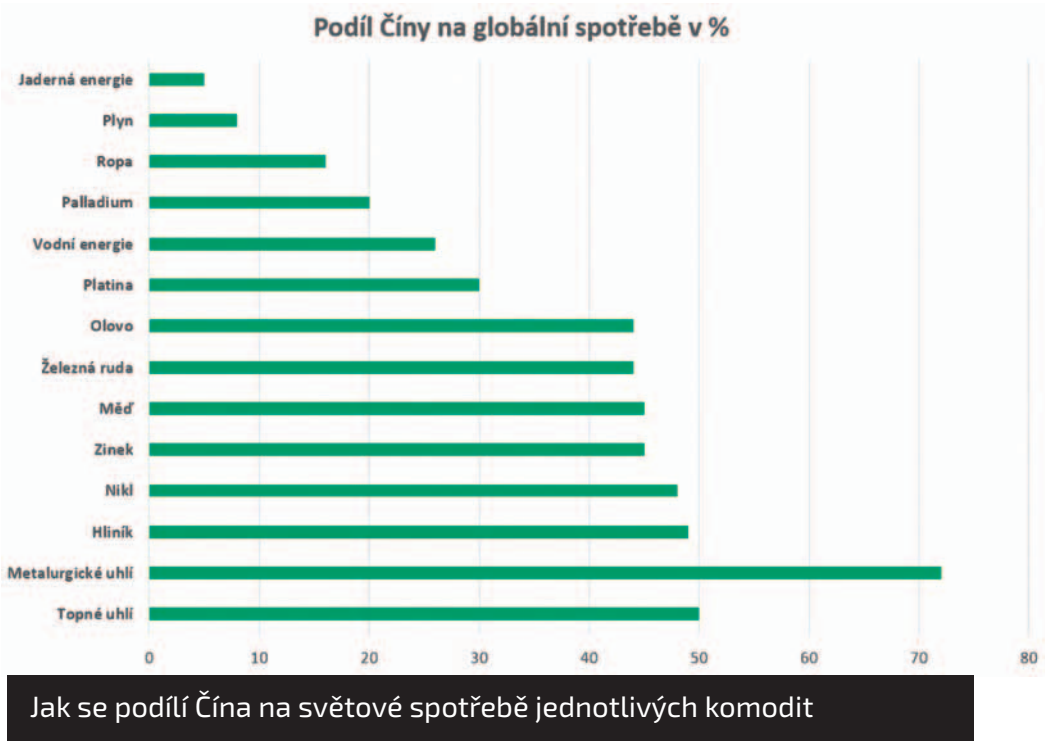
Mezinárodní agentura pro energii (EIA) ve své zprávě uvedla, že pokles ceny ropy je způsoben zvýšením těžby ropy z břidlic, poklesem globální poptávky a neochotou zemí OPEC snížit denní produkci. Paradoxně vyšší nabídka ropy získaná z těžby z břidlic je dosažena díky dlouhodobé politice nízkých úrokových sazeb v USA. Výborná dostupnost úvěrů a nízké úrokové náklady podpořily investice do rozvoje technologií a hledání nových nalezišť. Je dost pravděpodobné, že kdyby finanční krize nepřinutila Fed snížit sazby až k nule, pak bychom dnes nebyli svědky břidlicového „boomu“ a levné ropy. Ve výsledku se dostáváme do zajímavého koloběhu, kdy banky podpořily investice do nových nalezišť nerostných surovin, což částečně pomohlo poklesu cen komodit a následně inflaci. A právě na inflaci centrální banky dnes tak zoufale čekají.

PROČ KLESAJÍ CENY KOMODIT? STRANA NABÍDKY

Na straně nabídky komodit se vracíme k úvodu tohoto článku a k záměru Fedu utáhnout měnovou politiku. Předvídatelné finanční trhy se na tuto akci předem připravují a s předstihem reagují. Základní ekonomická poučka totiž zní, že jedna koruna má větší hodnotu dnes než zítra (časová hodnota peněz). Toto pravidlo platí o to více, čím vyšší jsou úrokové sazby. Těžební společnosti proto vytěží a prodají svou komoditu raději dnes, nežli zítra, což má za výsledek rostoucí nabídku komodit. Rovněž zásoby nenesou žádný úrok, proto je nejlepší se jich zbavit, prodat a peníze za úrok uložit. Příkladem může být neobvykle vysoká těžební aktivita zemí OPEC. Ty však těží i proto, že z těžby pokryjí chod státu. A to znamená potřebu prodat větší objem při klesající ceně ropy.

KOMODITNÍ TRH POHLEDEM FINANČNÍCH TRHŮ

V čase blížícího se růstu úrokových sazeb investoři preferují investice do aktiv, které jim nesou úrokový výnos. Z tohoto důvodu jsou například investice do státních dluhopisů mnohem atraktivnější než do komodit. Dalším faktorem, který se projevuje na klesajícím komoditním trhu od poloviny loňského léta, je dražší dolar. Ten posiluje právě na základě tržních očekávání, že Spojené státy letos zvýší základní úrokovou sazbu, čímž se zásadně liší monetární politika USA od té evropské nebo japonské, kde banky tisknou peníze a na vyšší sazby momentálně ani nemyslí.



NEJOBLÍBENĚJŠÍ ALTERNATIVNÍ INVESTICE DNEŠKA? OBNOVITELNÉ ZDROJE

AUTOR: TOMÁŠ DURČÁK



LIDSTVO MÁ ZHRUBA JEŠTĚ PŮL STOLETÍ NATO, ABY NAŠLO V HODNOU A DOSTATEČNĚ EFEKTIVNÍ NÁHRADU ZA ENERGETICKY NEOBYČEJNĚ BOHATÁ FOSILNÍ PALIVA. PROTO S UBÝVAJÍCÍM ČASEM PŘIROZENĚ PŘIBÝVÁ STÁLE VÍCE INVESTORŮ VČETNĚ VELKÝCH JMEN BYZNYSOVÉHO SVĚTA, KTERÍ SE PŘIKLÁNĚJÍ KE VLOŽENÍ SVÉHO KAPITÁLU DO OBNOVITELNÝCH ZDROJŮ. JEJICH MYŠLENKOVÝ POCHOD JE JEDNODUCHÝ – ČÍM VÍC PENĚŽ DO TOHOTO OBORU VLOŽÍ NYNÍ, TÍM RYCHLEJI BUDOU STOUPAT JEJICH ZISKY S TÍM, JAK SE K OBNOVITELNÝM ZDROJŮM ZAČNE POSTUPNĚ STÁLE VÍC OBRACET CELÝ SVĚT, PROTOŽE JEDNODUŠE NEBUDE MÍT NA VÝBĚR.



Adam Beck Complex v Kanadě

Investice do obnovitelných zdrojů sice prozatím každoročně nerostou o desítky procent (naopak v posledních letech vyjma loňského roku, kdy stouply o 16 % na 310 miliard dolarů, respektive 7,4 bilionu korun, dokonce lehce klesají), avšak množství energie, které obnovitelné technologie vyprodukují, rok od roku roste a minimálně v příštích několika dekádách tomu s velkou pravděpodobností nebude jinak. V současnosti není pokles v investicích navíc ničím zásadním, protože na trhu již existuje velké množství poměrně levných technologií (zejména neustále klesající ceny solárních panelů), jejichž efektivita zároveň pořád roste. Mnohem

důležitější statistika, a to podíl investic do obnovitelných zdrojů na všech investicích do energetiky, navíc neustále vzrůstá (v roce 2012 7,8 %, v roce 2013 8,5 %). Mohou za to zejména rozvojové země, kde nyní meziročně rostou investice do obnovitelných zdrojů o 50 i více procent. Každý druhý nově instalovaný energetický zdroj na světě už dnes spadá do kategorie obnovitelných zdrojů. I takové Číně už se podařilo převážet mísky vah a každoročně spustit víc nových obnovitelných energetických zdrojů než těch na fosilní paliva. Což ukazuje, jak seriózně

velmoc, známá svým silným znečišťováním ovzduší právě fosilními zdroji, tento energetický segment bere. Analytická společnost **Ceres Environmental Services** předpovídá, že lidstvo bude v příštích 36 letech muset do alternativních energetických zdrojů investovat minimálně 44 bilionů dolarů (více než jeden trilion korun), aby bylo zamezeno dvěma klíčovými věcmi – vážné globální energetické krizi a celosvětovému kritickému poškození životního prostředí.

Už i sami bankéři či některé hedgeové fondy dnes žádají navýšení ročních investic do obnovitelných zdrojů. Podle jejich názoru je potřeba každoročně do tohoto segmentu nalít přibližně 1 bilion dolarů (24 bilionů korun), a to konstantně až do roku 2030, aby se lidstvo dokázalo vyhnout důsledkům globálního oteplování včetně zvýšení průměrné teploty všude na světě o dva stupně Celsia.

ÚSPĚŠNÝ ROK 2014

Jak už bylo řečeno výše, loňský rok byl po třech letech z pohledu investic pro obnovitelné zdroje konečně pozitivní. Slabší veřejné podpory obnovitelných zdrojů v Evropě a Americe totiž svými dotacemi vyvážila Čína. Zároveň se loni na světě postavilo rekordní množství nových větrných farem.

Necelá polovina všech peněz, které loni investoři dali na obnovitelné zdroje, mířila do oboru solární energie, kde meziročně vzrostl objem investic o 25 %. Konkrétně šlo o částku 149,6 miliardy dolarů (necelých 3,6 bilionu korun). Nezaostává ani větrná energie, do které loni připlulo 99,5 miliardy dolarů (2,3 bilionu korun), což bylo



Solární panely v Portugalsku

o 11 % více než v roce 2013.

Jednoznačným lídrem z pohledu energetických investic do obnovitelných zdrojů byla loni Čína, která meziročně navý-

Proč investovat do obnovitelných zdrojů?

Obnovitelné zdroje mají dnes smysl prakticky pro jakékoliv vyrovnané investiční portfolio. Jde totiž o jediný opravdový hedge vůči rizikům spjatým s fosilními palivy. Odhady říkají, že tradiční portfolio vytvořené s očekávaným ročním výnosem 7 % budou zhruba ze 40 % tvořit klimaticky citlivá aktiva.

Lobby, která už dnes tlačí na zvyšování investic do obnovitelných zdrojů, dělá velké problémy například uhelným společnostem, jejichž hodnota rychle klesá. Při dodržení současného vývoje čeká za pár desetiletí, až už ropa jednoduše nebude moct být levná, stejný scénář i další části fosilního byznysu.

Segment obnovitelných zdrojů se dnes naopak může pochlubit prakticky jistým cash flow, velmi nízkou volatilitou a schopností odolávat výkyvům na fosilních trzích i klimatickým změnám. Proto dnes analytici všem investorům doporučují, aby ve vlastním zájmu vložili 5 % svého kapitálu do obnovitelných zdrojů.

šila tok peněz do tohoto segmentu o 32 %. Celkem se jen v Číně, která má největší solární trh na světě a jeden z největších trhů s větrnou energií, v roce 2014 proinvestovalo 89,5 miliardy dolarů (2,1 bilionu korun), respektive necelých 29 % z celkových globálních investic do obnovitelných zdrojů. Japonsko, kde si obnovitelné zdroje získávají mezi investory rovněž velkou oblibu, loni zvedlo financování tohoto segmentu o 12 % na 41,3 miliardy dolarů (991 miliard korun). Velmi slabě si ve srovnání s Asií nopak vedly západní velmoci. Spojené státy zvýšily své investice o 8 % na 51,8 miliardy dolarů (1,2 bilionu korun) a Evropa, která byla v první dekádě 21. století vůbec největším investorem do obnovitelných zdrojů, nyní výrazně zpomaluje a přidala pouhé 1 %, neboli celkem proinvestovala 66 miliard dolarů (1,5 bilionu korun).

JAK INVESTOVAT DO OBNOVITELNÝCH ZDROJŮ?

Existují čtyři základní způsoby, jak nechat své peníze pracovat v oblasti obnovitelných zdrojů. První typ zahrnuje



Solární panely v Portugalsku

přímé investování do konkrétních energetických projektů. Za vaše peníze rovnou vyrostou obnovitelné zdroje a začnou produkovat elektrickou energii. Druhou možností je investice do nízkokapacitních solárních projektů s výkonem nepřesahujícím 1 MW. To platí

zejména pro malé rezidenční investice do solárních panelů na střechu domu. Největší dostupnost, nejnížší náklady, ale přirozeně i nejnižší zisk, respektive jen ušetřené peníze. Za třetí se můžete vydat na veřejné burzovní trhy a vložit kapitál do akcií společností, které se pohybují v oblasti obnovitelných zdrojů. Níže se můžete dočíst, že celá řada dnešních známých (i neznámých) miliardářů už nemalé množství akcií nějaké té „zelené“ společnosti vlastní a moc dobře ví, proč je v portfoliu drží a do budoucna dokonce hodlá své investice v segmentu obnovitelných zdrojů dále navyšovat.

Poslední způsob je pro jednotlivce nejnákladnější, avšak v případech úspěchu

nabízí potenciálně i nejvyšší výnos. Patří sem investice typu private equity a venture capital. Za zmínku stojí také emise dluhopisů, které jsou spojeny s projekty v oblasti obnovitelných zdrojů. Jen ve Spojených státech jsou každoročně vydávány dluhopisy z projektů spojených s alternativní energií v hodnotě miliard dolarů a jde rozhodně o další zajímavou možnost. V poslední řadě pak existují investiční fondy specializující se na segment obnovitelných zdrojů. Jde o podílové a ETF fondy zaměřené specificky na alternativní energie (nebo například jen na solární či větrný byznys a tak podobně).

VELKÁ JMÉNA A JEJICH VELKÉ PENÍZE V OBNOVITELNÝCH ZDROJÍCH

Vezměme si třeba takového **Warrena Buffetta**, kterého řada spekulantů i investorů na světě díky jeho celoživotním investičním výsledkům zcela po právu považuje za významný ukazatel trendů na finančních trzích. V posledních letech v závislosti na tom, jak se daří jeho akciím, pendluje mezi 2. a 4. místem v žebříčku nejbohatších lidí na světě, takže i jeho největší odpůrci musí uznat, že jde o člověka, který vydělávat peníze umí.

Co je ale ještě důležitější informací – do roku 2020 plánuje své investice do obnovitelných zdrojů elektrické energie, které dnes činí 15 miliard dolarů, zdvojnásobit na miliard 30. Buffett a jeho **Berkshire Hathaway** v žádném případě nejsou v této branži žádnými nováčky, protože do ní konstantně lijí stále víc finančních prostředků už od roku 2000.

Dnes existuje samostatná divize **Berkshire Hathaway Energy**, která spravuje zejména významné investice společnosti do větrných parků ve Wyomingu a Iowě a také do solárních elektráren v Arizoně a Kalifornii plus všechny další peníze, které leží v obnovitelných zdrojích. Berkshire Hathaway Energy navíc drží všechny svoje zisky u sebe a nepouští je zpět do mateřské společnosti. Činí tak proto, že Buffett chce všechny své zisky z obnovitelných zdrojů zpětně reinvestovat. Záměr investovat 30 miliard dolarů do tohoto oboru ukazuje, že „Věstec z Omahy“ ucítil v nedaleké budoucnosti v alternativní energii velké peníze a chce si z nich vzít co největší díl. Další významnou investorkou do obnovitelných zdrojů je

Christy Waltonová, jejíž rodina obrovsky zbohatla díky síti obchodů Wal-Mart. Ta se nebála investovat nemalé prostředky do společnosti **First Solar**. Své investice určitě nelituje, protože díky ní její majetek po nějakou dobu rostl rychleji než majetek jejích rodinných příslušníků, kteří jsou rovněž spolumajiteli a dědici Wal-Martu. Z evropských investorů patří na špičku jednoznačně **Aloys Wobben**. Německý podnikatel v roce 1984 založil svou společnost **Enercon**, která se zaměřuje na instalaci větrných elektráren. Dnes už má Enercon za sebou instalaci ekologických větrných turbín ve více než 30 zemích světa a Wobbenovo jmění ve výši 4,3 miliardy dolarů (více než 103 miliard korun) tak celé pochází jen a pouze z obnovitelných zdrojů.

Za zmínku stojí také americký podnikatel **Elon Musk**, a to nejen kvůli tomu, že je spoluzakladatelem úspěšného výrobce historicky vůbec prvních sériově vyráběných elektromobilů **Tesla Motors**. Musk rovněž drží nemalý podíl ve společnosti **SolarCity**. Ten nepochybně přispívá k jeho dnešnímu jmění, které dosahuje 13 miliard dolarů (312 miliard korun). 

Neznámí zelení miliardáři z rozvojových zemí

Na obnovitelných energiích nebudou vydělávat jenom velká jména západního byznysu, jako Buffett, Waltonová, Wobben nebo Musk. Už velmi brzy se na světě zrodí zcela nová skupina „zelených miliardářů“, kteří budou pocházet překvapivě z dnešních rozvojových zemí. Zde se totiž dá s dalším rozvojem nejen technologií, ale i samotných států, kterých se to týká, očekávat obrovský a raketový nárůst nových investic do obnovitelných zdrojů.

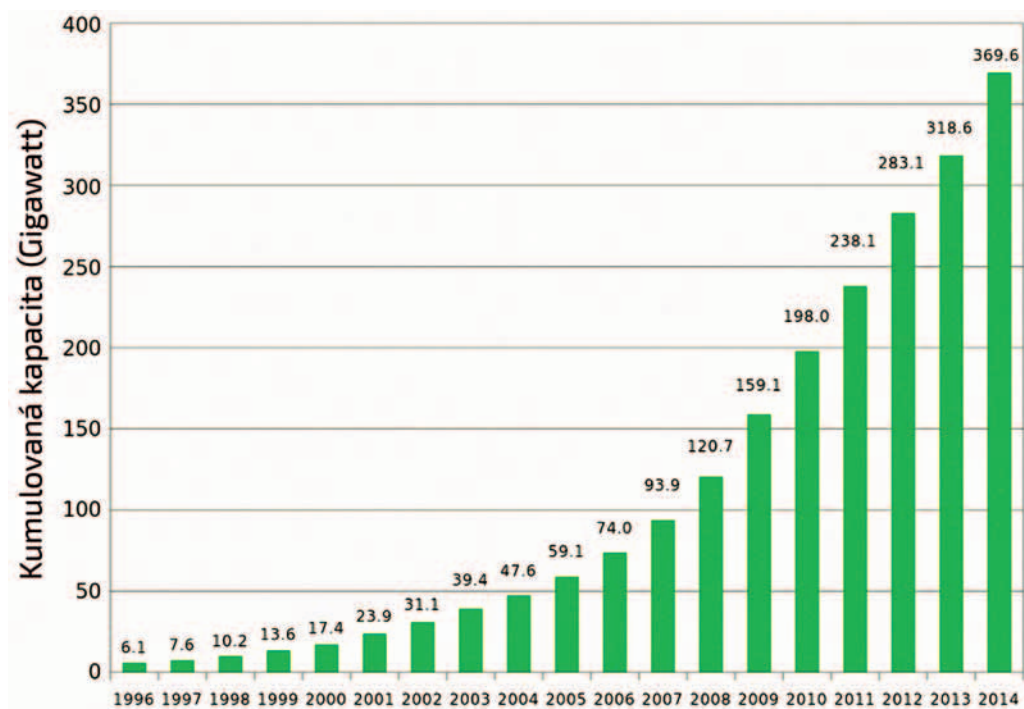
Velmi dobrým příkladem může být Brazilec **Rubens Ometto Silveira Mello**, který se stal historicky prvním etanolovým dolarovým miliardářem na světě. Díky svému biopalivovému impériu už nashromáždil majetek ve výši 1,4 miliardy dolarů (33,6 miliardy korun).

Latinská Amerika nyní obecně revoluci obnovitelných zdrojů dokonce táhne a zdejší byznys v této branži jen kvete. Důkazem budiž Kostarika, která se letos stala vůbec prvním státem na světě, kde byla veškerá využitá energie vyrobena výhradně z obnovitelných zdrojů.

Zemí se takto dařilo na „čistě“ energii především ze svých vodních elektráren fungovat celých 75 dní v řadě. Mohly za to zejména příznivé deště, které naplnily nádrže pohánějící čtyři hlavní vodní elektrárny v zemi.

I bez ideálních podmínek však Kostarika vyrábí drtivou většinu své elektřiny (loni celých 94 %) z obnovitelných zdrojů. Kromě vodních elektráren má totiž k dispozici ještě solární i větrné elektrárny a také energii z geotermálních zdrojů, kterou získává díky sopečným vulkánům na svém území. Ne náhodou je Kostarika jednou z nejbohatších zemí Latinské Ameriky.

Pokud dnes seriózně zvažujete investici do obnovitelných zdrojů a máte na to prostředky, rozhodně se zaměřte buď na Asii (zejména Čínu/Japonsko), nebo na Latinskou Ameriku (především Brazílii, Kostariku a Paraguay).



Vývoj celosvětové kapacity větrných elektráren

NUMIZMATIKA

ALTERNATIVNÍ INVESTICE PRO VÁŠNIVÉ SBĚRATELE

AUTOR: MILAN CHARVÁT



JAROSLAV BRZŇ



Alternativní investování je tak trochu stranou od hlavního proudu zahrnujícího akcie, komodity či forex. Proto jsme se rozhodli objevit další možnosti investování a vzali si na pomoc **Jaroslava Brzně, hlavního akcionáře společnosti Best Buy Investments, a. s.** Ten nám v minulém čísle představil možnosti investování do veteránů, nyní se podíváme na možnost zhodnocení finančních prostředků v numizmatice.

Jak jste se dostal k oboru numizmatiky a mincí?

Už jako hodně malý kluk jsem dostal od dědy jeho sbírku mincí a tím v podstatě vše začalo. Postupně se pak sbírka rozrůstala, byť dlouho dost nesystematickým způsobem. Byla to spíše záliba ve sbírání starých mincí než numizmatika.

Kdo Vás do oboru zasvětil?

V tomto oboru jsem samouk. Zpočátku jsem prostě sbíral vše, co mi přišlo do cesty, co mi kdo daroval. V 18 letech jsem si přečetl první odbornou knihu o numizmatice, zaměřenou na historii mincí v českých zemích a to se stalo mým prvním směrem. Především jsem se zaměřil na období Rakouska-Uherska a 1. republiky. Později jsem se, i díky

mým zkušenostem na kapitálových trzích, kde jsem často vytvářel strategie zaměřené především na zlato a stříbro, dostal k investiční numizmatice.

Jaká byla vaše první investiční mince?

V mé rané numizmatické zkušenosti byly mémi nejzajímavějšími kousky tzv. pražský groš, 25haléř z roku 1932 či pětikoruna z roku 1937. Prvními vyloženě investičními mincemi byly americké Eagles, ale záhy jsem se dostal k čínským pandám.

Jak dlouho se musí člověk v oboru vzdělávat, než mincím porozumí?

Porozumnět celému spektru numizmatiky je v podstatě téměř nemožné a aby se tomu člověk mohl alespoň přiblížit, jde o „práci na plný úvazek“ a dlouhodobé vzdělávání se. Doporučuji se spíše specializovat na určitý segment tohoto trhu.

Jaká je vaše specializace? Máte nějaké oblíbené mince?

Mou největší specializací se staly nakonec již zmíněné čínské pandy, kde mám přehled v podstatě o všech ročnících těchto investičních mincí, v jaké emisi byly vyraženy, v jakých gramážích, kolik jich je zhruba dochováno v investiční kvalitě dodnes i o jejich cenovém vývoji v čase.

Lze na mincích vydělat? Jaký je Váš výnos?

Jednoznačně lze. Kromě ceny samotného kovu hraje velkou roli raritnost a zachovalost mince. Omezená nabídka způsobuje v čase především růst sběratelské hodnoty. První čistě investiční strategii zaměřenou na mince jsem vytvořil v roce 2009 a za těch 6 let strategie na zlatých mincích vynáší 16,7 % p.a. a na stříbrných dokonce 28,3 % p.a. Nicméně ve zlatě mám asi 30x větší investiční objem než ve stříbře. Za stejné období se zlato, jako drahý kov, zhodnotilo pouze o necelá 2 % p.a.

a stříbro je v podstatě na stejné úrovni jako před 6 lety.

Co u mincí sledujete?

Hlavním kritériem je raritnost a vzájemné srovnání cen s jinými ročníky s odlišnou raritností. V postatě vytvářím matici raritnosti jednotlivých ročníků a jednotlivých gramází a srovnávám cenový vývoj a v čase tak dokáži z této matice s vysokou pravděpodobností vytipovávat podhodnocené ročníky k nákupu a exitovat následně v čase ročníky nadhodnocené. Druhým důležitým aspektem je pak kvalita zachovalosti mince.

Jaký vliv má počet vydaných kusů dané mince?

Je to alfa a omega z dlouhodobějšího pohledu, je to určující aspekt pro rychlost růstu sběratelské hodnoty v čase. Čím omezenější nabídka při stále rostoucí poptávce po investičních mincích znamená logicky rychlejší růst hodnoty v čase.

Jaký vliv má to, jestli je mince ze zlata nebo ze stříbra?

Zlaté mince bývají raritnější a vyplatí se je nakupovat i jednotlivě. Stříbrné jsou méně raritní, ale díky nižší hodnotě je poptávka mnohem vyšší. Zde se ale vyplácí kupovat spíše ucelené kolekce než jednotlivé mince kvůli vyšším jednotkovým nákladům na pojištění a dopravu.

Zmínil jste se, že Vaší specializací jsou mince s čínskou pandou. Co je na těchto mincích tak zajímavé?

Je to jediná investiční mincovna na světě (z těch hlavních světových mincoven, které většinou razí investiční mince v podstatě pouze za cenu kovu), která každý rok mění motiv pandy na mincích a do roku 2010 je razila v relativně omezenějších sériích oproti ostatním. To z ní dělá investiční minci s nejzajímavějším potenciálem růstu sběratelské hodnoty.

Jak se k mincím dostáváte, kde nakupujete?

Především přes specializované a renomované prodejce v Německu a Rakousku, u kterých již dlouhodobě nakupuji i prodávám. Důležité jsou také osobní vazby na prověřené soukromé sběratele po celé světě. Občas ale využívám k nákupu i renomované aukční síně.

Stalo se Vám už někdy, že Vás někdo lidově řečeno obelhal a poslal Vám třeba repliku?

Je třeba si dávat pozor a opravdu nakupovat pouze přes specializované a renomované prodejce. Nikdy nedoporučuji nakupovat například přímo u neproověřených prodejců v Číně. Sice jsou tam i logicky nejnižší nákupní ceny, ale je odsud i jednoznačně největší riziko padělků. Také doporučuji realizovat finanční transakce přes pojištěné platby a nezapomenout ani zkontrolovat, zda je pojištěna doprava. Ve větším objemu se rozdíl v ceně na jednotku ztratí a tento způsob

pojištěných plateb a zásilek v nabídce prodejců celkem spolehlivě odděluje podvodníky od spolehlivých prodejců.

Drahým kovům se v posledních letech nedaří. Jaký to má vliv na mince?

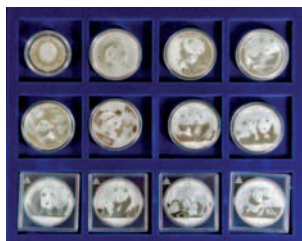
Zde je právě důležitý výběr správných investičních mincí, na trhu je vidět mezi vývojem jejich cen opravdu velký rozdíl. Značně rozdílný je i vývoj poptávky u mincí a u samotného cenného kovu. Je to markantní především v posledních měsících, kdy celková poptávka po cenných kovech klesala, zatímco poptávka po investičních mincích rostla, především u raritnějších mincí.

Jaký vidíte potenciál v numizmatice? Co očekáváte od dalšího vývoje na tomto poli?

Prostředky dodávané vládními programy do oběhu mají a stále více budou mít potřebu se stahovat do reálných aktiv, které z dlouhodobějšího pohledu dokážou ochránit před inflací, znehodnocováním peněz. Ideální z investičního pohledu jsou segmenty investic s omezenou nabídkou, dlouhodobě rostoucí poptávka pak může znamenat jen jediné – dlouhodobě rostoucí hodnotu těchto investic.

Sledujete vyšší zájem Čechů o investiční numizmatiku?

Česko je obecně národem sběratelů, sám jsem nejlepším příkladem. Zájem o tento obor je rozhodně rostoucí, začal se zvyšovat původně také díky rychle rostoucím cenám drahých kovů. Ale co mě těší ještě více, je větší vyzrálост českých investorů v tomto segmentu. Nyní při výraznějších korekcích v cenách drahých kovů se jejich zájem dokonce ještě navyšuje, což je z čistě investičního pohledu velmi správný postup. Zatímco například když akcie a jiné cenné papíry klesají, tak většina prodává, místo aby nakupovala. U mincí při poklesu správně nakupují. A mají i podstatně větší trpělivost v tomto segmentu pro dlouhodobější držení těchto investic, tím i zvyšují pravděpodobnost nárůstu sběratelské hodnoty. Takže musím české sběratele a investory zde jen pochválit. 



Stříbrné mince jsou raženy v podstatně větších objemech než zlaté, do roku 2010 to byly statisícové série do maximálně 600.000 vyražených mincí, dnes se jich razí 8.000.000. I přes nižší raritnost i u starších ročníků je díky nízké ceně

jednotlivých mincí poptávka mnohonásobně vyšší. Nižší cena jednotlivých mincí ale také nese nevýhodu v podobě vyšší jednotkových nákladů na dopravu a pojištění. Proto je vhodnější nakupovat u stříbra spíše ucelenější sbírky namísto jednotlivých kusů.



Zatímco dnes je jednocových zlatých mincí ražena série ve výši 1 milion kusů, až do roku 2010 to byl pouhý zlomek, například v roce 1984 to bylo 25 tisíc kusů, v roce 1999 pak 32 tisíc kusů a dochována je odhadem v obou ročnících pouze necelá polovina původní emise. I když je již dnes prémie u obou těchto ročníků více než 30 % nad cenou kovu, potenciál těchto starších

ročníků je z investičního pohledu mnohonásobně vyšší než u dnešních emisí.

TIPY NA KNIHY

AUTOR: MILAN CHARVÁT



JAK MYSLÍ STEVE JOBS

BLÁZEN, DESPOTA, ELITÁŘ, ALE TAKÉ GÉNIUS, VIZIONÁŘ ČI FENOMÉN. STEVE JOBS ZA SVOU OBDIVUHODNOU KARIÉRU ZÍSKAL MNOHO PŘÍZVISEK A JEN TĚŽKO SE NĚKDY VYTVOŘÍ JEDNOTNÝ NÁZOR. NESPORNÝM FAKTEM VŠAK ZŮSTÁVÁ, ŽE STEVE JOBS DOKÁZAL VELKÉ VĚCI.

První věc, kterou si člověk musí ještě před otevřením této knihy uvědomit, je to, že autor je sám velkým fanouškem Applu, takže může v otázce produktů docházet k určitému zkreslení.

Druhou důležitou věcí je, že tato kniha patří mezi ty, které byly napsány ještě před Jobsovou smrtí, konkrétně na začátku roku 2009, takže hlavním produkto-vým hitem je tu iPod. O iPhone se kniha zmiňuje pouze okrajově jako o možném hitu. Na iPad a další pozdější hračky se nedostává vůbec. O to v knize vlastně ale ani nejde, nejdůležitějším obsahem je analýza Jobsovy osobnosti, i když jen do roku 2009.

I tak se kniha ve své poslední kapitole věnuje Jobsovu boji s rakovinou a možným následkům. Jako nejvážnějšího kandidáta na Jobsovo místo vidí Tima Cooka, což se později ukázalo jako správný odhad. Zároveň se řeší budoucnost Applu bez Steva Jobse a možná podobnost s obdobím po roce 1985, kdy musel Jobs z Applu odejít. Apple sice pár let držel správný kurz, ale v polovině devadesátých let začal mít velké problémy, utápěl se v chaosu a kdyby ho Jobs nepřišel v roce 1997 zachránit, pravděpodobně by zbankrotoval.

Každopádně co se týká vykreslení osobnosti Steva Jobse, kniha se věnuje kladným i "záporným" vlastnostem. Proč uvozovky? Protože i zdánlivě negativní vlastnosti se tu dávají do souvislostí a vysvětlují jejich účel. Například Jobsovy náhlé výbuchy vzteku, to vlastně nebyla žádná náhoda, ale promyšlená strategie, jak z lidí dostat to nejlepší. A to se opravdu dařilo.

Celkově kniha jednoduše a srozumitelně popisuje nejdůležitější body úspěchu Steva Jobse, potažmo Applu jako takového. Čtenář se při čtení dokáže na děj koukat Jobsovými očima a pochopí, proč se to či ono dělo a jaký to mělo smysl.

Hodnocení: 9/10

Kniha: Jak myslí Steve Jobs (v originále Inside Steve's brain)

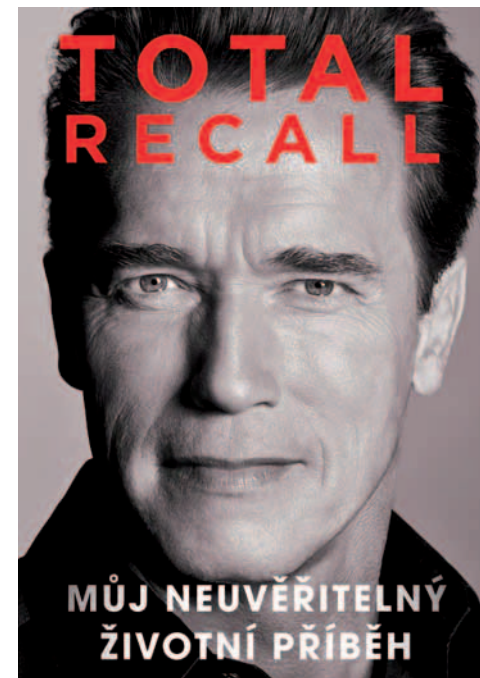
Autor: Leander Kahney

Vydává: Computer Press

Jak dlouho budete číst:

🕒 5 hodin

CO SI PŘEČÍST, NEŽ VYJDE DALŠÍ ČÍSLO MONTYRICH



TOTAL RECALL

SPOUSTU LIDÍ MÁ ARNOLDA SCHWARZENEGGERA ZA OBYČEJNÉHO SVALOVCE, KTERÝ SE DÍKY SVALŮM DOSTAL DO FILMŮ A NÁSLEDNĚ DÍKY FILMOVÉ SLÁVĚ NA POST GUVERNÉRA STÁTU KALIFORNIE. ALE BYLO TO OPRAVDU TAK JEDNODUCHÉ? NEBYLO V TOM PŘÍBĚHU NÁHODOU PÁR DALŠÍCH INGREDIENCÍ, KTERÉ STOJÍ ZA NEBÝVALÝM ÚSPĚCHEM JEDNOHO RAKOUSKÉHO SNÍLKA?

A když píšu snílka, tak to myslím doslova. Arnold Schwarzenegger se narodil v poválečném Rakousku roku 1947, kdy všudypřítomný hlad, bída a strach z příchodu komunismu doslova ničily psychiku obyvatel nejen malé vesničky poblíž Štýrského Hradce, ve které se budoucí Mr. Olympia narodil.

K tomu měl malý Arnold velmi přísné rodiče, kteří chtěli, aby z něj byl například policista po otci. A samotný otec Arnolda i jeho bratra neustále přesvědčoval, že muž musí dělat něco užitečného, například chodit na dříví do lesa. Jistě si tak dokážete představit, jak se rodiče tvářili, když se Arnold v období puberty začal věnovat posilování.

To však také nepřišlo jen tak, Arnold si totiž našel svůj vzor v tehdejšímu vítězi kulturistického mistrovství Rakouska. Tento kulturista jezdil k jezeru, kde Arnie se svými kamarády blbnuli a když tehdy ještě hubený student viděl, že tento kulturista má pěkné auto a pokaždé k vodě přijede s jinou pěknou ženou, něco se v něm hnulo. Se svojí partou se pak pustili do prvních posilovacích experimentů.

Nebudu tu popisovat celou kariéru, která je lemována mnoha úspěchy, ale to, co se mi na knize líbilo nejvíc, to je ukázka Arnoldovy naprosté oddanosti úspěchu. Co je tím myšleno? Arnold Schwarzenegger vždy znal svůj cíl (mimochodem na začátku každého roku si vypsál na kousek papíru své cíle na daný rok) a za tím si šel, dokud ho nedosáhl. Nikdy však neusnul na vavřínech, jakmile jednu metu splnil, vytyčil si další a pilně pokračoval. Ať už se jednalo o kulturistiku, herectví či politiku, vždy do toho šel naplno a nikdy se nevzdával.

Arnold Schwarzenegger mi svým životopisem potvrdil, že je prostě Terminátor a za sebe tuto knihu doporučuji všem, kteří to se svým životem myslí vážně.

Hodnocení: 10/10

Kniha: Total Recall

Autor: Arnold Schwarzenegger

Vydává: Nakladatelství XYZ

Jak dlouho budete číst:

🕒 15 hodin

ONE&ONLY OCEAN CLUB

JEDINEČNÝ GOLF NA BAHAMÁCH

AUTOR: LENKA LOVE
WEB: WWW.GOLFANDDIVING.COM



Už je to téměř půl roku, co jsem se vrátila z poslední-
ho výjezdu na Bahamy. Nebyla to má první návštěva
karibského souostroví. Bahamy patří mezi jednu z mých
nejoblíbenějších destinací a ráda se tam vracím hlavně
kvůli úžasnému potápění. Pro milovníky žraloků je to ráj na
zemi. A nejen pro ně.

Tentokrát jsem zavítala i na golfové hřiště a naprosto
jsem mu propadla. Miluji moře, a proto i hřiště lemované
průzračnou tyrkysovou vodou je v mých očích snovým

obrazem. Skutečně to byl, jak sám název resortu slibuje,
jedinečný zážitek v Atlantském oceánu.

Letů na Bahamy je opravdu mnoho. Za nejpohodlnější
považuji cestování s British Airways přes Londýn – z Lon-
dýna pak přímým letem do Nassau. Nassau je hlavním
a také největším městem *Bahamského společenství*. Je to
klasické karibské městečko s výhodně položeným a kdysi
také strategickým přístavem, ve kterém se snoubí starý
svět a koloniální architektura s rušným současným životem.
Hlavní bahamské letiště leží
asi 16 km od centra města.
Z Nassau jsem již mířila do
Atlantis na Paradise Island,
kde jsme byli ubytováni.
I v tomto případě je výběr
možností přepravy – od rezer-
vace transferu, pronájmu auta
po jednoduché využití taxi
služby. Resort Atlantis je pak
hlavním tahákem Paradise
Islandu a s Nassau je propo-
jen dlouhým mostem.

Atlantis je vskutku mýtickým
rájem. Je vystaven ve stylu
hotelových resortů v Las
Vegas a zajímavostí je, že
zaměstnává přes 6 tisíc lidí,
čímž se staví na druhé místo
na trhu práce za samotným
státem. Kromě luxusního uby-
tování ve čtyřech hotelových

věžích nabízí Atlantis skvostný vodní
park a nevídané množství atrakcí,
včetně Dolphin Cay a velikánského
akvária se žraloky. Nejklidnějším
ubytovacím komplexem je The Cove,
což byl také můj výběr pro tuto ná-
vštěvu. The Cove Atlantis pak přímo
sousedí s Dolphin Cay, kde si můžete
zaplatit plavání s delfíny. Před pár
lety jsme tuto atrakci se synem
absolvovali a byl to krásný, poučný
zážitek, který jsme si užili. Od té doby
jsem však přečetla množství mate-
riálů o životě zvířat v zajetí a dnes již
dávám přednost setkávání se s nimi
v jejich přirozeném prostředí. Opět
jsem si na to v zahradách Atlantis
vzpomněla a své přátele jsem tento-
krát přesvědčila, aby se nezúčastnili.
Nebylo to však tak těžké, naše ener-
gie se již soustředila na následující
den – ten golfový.

Ocean Club golf course, kam jsme
měli namířeno, je považován za jed-
no z nejkrásnějších golfových hřišť
v Karibiku a je součástí One&Only
Ocean Club Resortu. Resort známý
také z bondovky Casino Royal (2006)
kromě golfu nabízí zázemí pro ty
nejnáročnější požitkáře a milovníky luxusu. Nachází se na
východním pobřeží Paradise Islandu, 185 mil jihovýchod-
ně od Miami, 25 minut od letiště Nassau International
Airport, asi 10 minut od Atlantisu. A pokud nejste členem,
musíte být ubytováni v jednom z komplexů v Atlantis či ve
One&Only, abyste si na jeho hřišti mohli zahrát.

Za designem hřiště stojí golfista Tom Weiskopf – respek-
tovaný hráč světového okruhu. Své jedinečné chápání hry
začal integrovat do designu již v roce 1983 a od té doby
se podílel na výstavbě více než 30 golfových hřišť. Jeho
hřiště jsou známá náročnými detaily, které jsou výzvou
pro hráče všech kvalit a současně se velmi dobře začle-
ňují do původní krajiny. Ocean Club Golf Course je hřiště
mistrovské a umožňuje úžasnou hru. Jeho původní podobu
navrženou Dickem Wilsonem Weiskopf přepracoval v roce
2000. Vytvořil z něj hřiště náročnější. Díky svému posazení
u moře a povětrnostním podmínkám je pak challengí i pro
velmi zkušené golfisty.

Ke hře jsme se tedy dostali následující ráno po příjezdu
do Atlantis. Znovu jsem propadla emocím, a ač se můj trip
netočil pouze kolem golfu, tohle byl silný zážitek. Love,
love, love! Láska na první, druhý, třetí... stý pohled. Hřiště
dlouhé 7159 yardů, par 72 má kromě jezírek i množství



přidaných bunkerů pro zpestření hry. Ocean Club se pyšní
elegantním ProShopem a restaurací s výtečnými pochout-
kami a s tím nejúchvatnějším výhledem přes hřiště na
moře. A pokud vám nestačí pohled na moře k tomu, abyste
se zamilovali, můžete si v moři vykoupat míček – na někte-
ré z jamek lemované modrými vlnami.

Jedna z nejkrásnějších jamek bahamského Ocean Club
má číslo 17. Říká se jí Pintail Crossing. 281 yardů dlouhá
jamka je paralelní s mořem. Pokud chcete útočit na jamku
v touze zahrát eagle, tato jamka je ideální. Ovšem je tu
riziko, že míček utopíte v moři. Určitě však není krásněj-
šího místa, kde míček utopit. Hrál jsem hřiště dvakrát
a také se mi to povedlo.

Ocean Club Golf Course hostí od května roku 2013 turnaje
LPGA – *Ladies Professional Golf Association*. V roce 2013
event LPGA vyhrála Ilhee Lee z Jižní Koreje. V lednu 2014
slavila vítězství Američanka Jessica Korda. Roku 2015 však
v rámci tohoto prestižního eventu triumfovala opět Jižní
Korea, respektive hráčka Kim Seiyoun.

V resortu se také odehrává v současnosti populární gol-
fová reality show Big Break Atlantis. Prostřednictvím této
soutěže se jedna z 12 žen ve věku 19-31 let kvalifikuje právě
do LPGA. Show je koncipována jako soutěž krásy a skillu



žen, které sice hrají kvalitní golf, ale do LPGA se neprobojovaly, a startuje na pláži, kde se spoře oděné adeptky představují divákům.

Ocean Club dále hostil *Michael Jordan Celebrity Invitational* a hřiště není cizí ani bývalé světové jedničce Erniemu Elsovi. „The Big Easy“ zde tráví hodně času a momentálně drží také rekord hřiště.

Návštěva Bahamským ostrovů – zcela jistě ne poslední – se letos opravdu vyvedla. Hra golfu tentokrát činila



pouhý zlomek 10denního tripu. Hodně prostoru jsem opět věnovala potápění se se žraloky, které na Bahamách prostě musíte absolvovat. Vždyť právě Bahamy jsou známé pro své pláže plné těchto mazlíčků. Přesto byla hra ve One&Only Ocean Club tím nejlepším, co jsem do té doby v rámci „golf travel“ absolvovala. Dnes se řadí mezi top golfová hřiště v mém osobním seznamu a ráda exotickou dovolenou na Bahamách s návštěvou Ocean Club doporučuji svým klientům.

Tyto řádky již píšu z další skvělé golfové destinace. Tentokrát nepoletíme zase tak daleko, ale laťka zůstane vysoko nastavena. V příštím díle se podíváme do Francie. A kde se právě v tuto chvíli nacházím? Asi 35 minut jízdy od Cannes a pověstné francouzské Rivieri ve spektakulárním resortu Terre Blanche. Těšte se!



Něco málo o...

Podnebí

Podnebí na Bahamách je charakterizováno jako tropické. Počasí je zde velmi příjemné, a to zejména díky severovýchodním pasátům a teplému Golfskému proudu. Průměrné teploty se zde v létě i v zimě pohybují mezi 24 °C – 29 °C. Neexistuje tedy nevhodné období pro návštěvu souostroví. Počasí je celoročně konzistentní a není třeba se bát ani období hurikánů, které (oficiálně) probíhá od začátku června do konce listopadu. Hurikány jsou zde vlastně poměrně vzácné.

One & Only Ocean Club Resortu

One & Only Ocean Club je vyhlášený svou legendární propracovaností a moderní elegancí reflektuje okouzlující atmosféru a noblesní exkluzivitu velkého koloniálního panství. Rozsáhlé svěží zahrady se rozprostírají na 35 akrech a jsou inspirovány francouzskými Versailles.

Ubytování

Všech 107 luxusních pokojů, apartmánů a vil ve One & Only Ocean Club vyzařuje hřejivou a příjemnou atmosféru a disponuje všemi moderními vymoženostmi. Diskrétní služby osobního komorníka 24 hodin denně jsou v ceně. Všechny pokoje mají prostorné balkony nebo terasy, které nabízejí výhled do zahrady, nebo na oceán. Ubytovací možnosti splní požadavky těch nejnáročnějších a myslí také na rodiny s dětmi. Komplex disponuje velkými obytnými prostory pro rodiny, například residenčními vilami posazenými nad pláží. Vily jsou doplněny nekonečnými bazény a zahradními domky. Pokojový servis zahrnuje i výběr čerstvého ovoce a jahody se šampaňským si klienti mohou dopřát každé odpoledne.

Stravování

Místní oceněná restaurace Dune – Nassau Bahamas Restaurant osloví i ty nejnáročnější gurmety. Ať už dáváte přednost neformální snídani na terase, lehkému obědu u bazénu, intimní večeři pro dva pod baldachýnem hvězd nebo s výhledem na moře, každou chuť k jídlu jistě uspokojí v kulinářském umění renomovaný šéfkuchař Jean-Georges Vongerichten.

Aktivita & Služby

Kromě golfu si v resortu zahrajete také tenis. K dispozici jsou lázně s masážními terapiemi, jógou či beauty centrem, fitness centrum a zúčastnit se můžete i potápění, šnorchlování a rybaření. Mezi dalšími službami resort nabízí také hlídání dětí a KidsOnly club.



Zajímáte se o obchodování, dluhopisy jsou pro vás příliš konzervativní a akcie málo volatilní?

Vyzkoušejte Patria Forex!

Společně vás připravíme na nástrahy forexového trhu. V několika jednoduchých krocích se naučíte porozumět zdánlivě složitému prostředí, ve kterém obchodování probíhá:

- 1 Pomůžeme vám se základní orientací na měnovém či komoditním trhu
- 2 Naučíme vás dokonale ovládat technické pozadí obchodování
- 3 Ukážeme vám, kde sledovat aktuální makroekonomické zprávy
- 4 Naučíme vás tyto zprávy analyzovat a následně aplikovat ve vašich obchodech
- 5 Pomůžeme vám sestavit kvalitní obchodní strategii
- 6 Za naší asistence si osvojíte základy spolehlivého money managementu

Kdo za vším stojí? Představujeme Tým Patria Forex

Jan Kovalovský Vedoucí Patria Forex

- > Více jak 7 let zkušeností na forexovém trhu
- > Specializace na CFDs indexy
- > Tvorba automatických obchodních systémů
- > Osobní coach pro začínající i pokročilé investory
- > Odpovědnost za produkt Patria Forex a rozvoj jeho strategie



Motto: Trpělivost je hradbou pro úspěšné

Martin Novotný Specialista Patria Forex

- > Vystudoval VŠE – Ekonomie a bankovníctví
- > Specializace na komodity a money management
- > Lektor s propracovaným systematickým vzděláváním
- > Provoz obchodní aplikace, technická a fundamentální analýza



MONTYRICH

KDYŽ CHCETE
MĚNIT SVĚT

www.montyrich.cz