

A close-up portrait of Bernard Bauer, a middle-aged man with short, graying hair and blue eyes, smiling slightly. He is wearing a dark suit jacket, a white dress shirt, and a blue patterned tie. The background is a soft, out-of-focus light color.

KPCG MAGAZÍN

PROFIL

Bernard Bauer:

„Velmi vítáme projekt Český Goodwill.“

TÉMA: Český Goodwill 2015: Co přinese třetí ročník?

ROZHOVOR: Petr Hlavatý: „Inspirací byli naši klienti.“

PRO BYZNYS: Užitečné info pro rozvoj podnikání



Misí projektu ProFairPlay je celospolečenská změna ve vnímání problematiky rovných příležitostí. Máte projekt na podobné téma? Pojdte do toho s námi a zajistěte si tak medializaci svých aktivit využívající nejsilnější rádia v ČR i spolupráci dalších organizací. Napište o svém projektu na redakce@profairplay.cz nebo navštivte www.profairplay.cz a objevte víc.

Projekt podpořila Nadace Open Society Fund Praha z programu Dejme (že)nám šanci, který je financován z Norských fondů.

Nová éra Českého Goodwillu

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

jsem upřímně potěšena, že právě čtete první vydání Magazínu KPCG, magazínu pro členy a partnery elitního Klubu Partner Českého Goodwillu. Tímto prvním číslem se symbolicky otevírá další etapa projektu na podporu etického a odpovědného podnikání v Česku.

První dvě čísla magazínu jsme se rozhodli zpřístupnit všem nominovaným z předchozích dvou ročníků ocenění Český Goodwill a vybraným partnerům, kteří sdílejí podobné hodnoty jako my. Věřím, že tato vydání pro Vás budou natolik inspirativní, že se i Vy rozhodnete stát členem Klubu Partner Českého Goodwillu. Bude mi ctí přivítat Vás v klubu, jako tomu bylo u prvních členů, kteří se tak rozhodli již v závěru minulého roku a byli za to od nás odměněni příjemným dárkem.

V jarním magazínu se mimo jiné dočtete o shrnutí předchozích ročníků a výhledech do dalších roků ocenění vážených českých podnikatelů Český Goodwill, nabízíme Vám možnost účasti na zajímavých seminářích společnosti TUV SÚD se zvýhodněním pro členy KPCG, přinášíme profil prezidenta ČNOPK Bernarda Bauera, dočtete se také aktuální informace užitečné pro Vaše podnikání a samozřejmě nesmí chybět zajímavé tipy na nadcházející Velikonoce.

Závěrem si Vám dovoluji popřát co nejúspěšnější vstup do druhého kvartálu a srdečně Vás pozvat na plánované akce klubu KPCG. Jsem přesvědčena, že třetí ročník ocenění Český Goodwill bude, tak jako ten předchozí, progresivně rostoucí i díky novým záštitám, o kterých se dočtete na straně 12.

Těším se na Vás na akcích KPCG



Lenka Hlavatá

Managing partner HPCG

aktuálně	5
rozhovor	6
pro byznys	8
téma	11
profil	16
kalendárium	18
lifestyle	20



Český Goodwill – magazín KPCG
Adresa redakce: HPCG, Revoluční 7, 110 00 Praha 1
Tel: 602 700 327
E-mail: klub@cesky-goodwill.cz

Vydává: ISO Consulting s.r.o, člen skupiny HPCG
Revoluční 7, 110 00 Praha 1, IČO: 284 04 416
Zapsaná v OR vedeném Městským soudem v Praze,
spisová značka C 139092

Vedoucí vydání: Markéta Nová, marketa.nova@hpcg.cz

Grafická úprava a sazba: X Production s.r.o.

Tiskové chyby a všechna práva vyhrazena.

Publikování nebo jakékoli jiné formy dalšího šíření obsahu jsou bez písemného souhlasu vydavatele zakázány.

© HPCG, 2015

Hotově již lze zaplatit jen 270 tisíc

V souvislosti s novelizací zákona č. 254/2004 Sb., o omezení plateb v hotovosti, ve znění pro rok 2015, došlo ke snížení limitu omezující platby v hotovosti, a to z původně platných 350.000,- Kč aktuálně na 270.000,- Kč.

Tento limit, resp. jeho dvojnásobek, je rovněž jednou z podstatných podmínek aplikace institutu ručení za nezaplacenou DPH podle § 109 odst. 2 písm. c) zákona č. 235/2004 Sb., o DPH ve znění pozdějších předpisů, tj. při platbě za zdanitelné plnění na nezveřejněný účet plátce.

Zdroj: Finanční správa

Pojišťovny se zastaly živnostníků

Na začátku února obvinil Josef Středula, předseda Českomoravské konfederace odborových svazů, osoby samostatně výdělečně činné z toho, že jsou příčinou chybějících finančních prostředků, se kterými se dlouhodobě potýká české zdravotnictví. Podle Středuly OSVČ nejsou solidární, neboť platí třetinu toho, co ostatní. Je přesvědčen o tom, že OSVČ generálně přečerpají to, co do systému vloží, a proto pro ně požaduje, aby dostávali jen třetinu sádry nebo třetinu srdeční chlopně.

Toto prohlášení pochopitelně vzbudilo vlnu nevole a otevřelo vášnivou diskusi o solidárnosti odvodů v českých médiích. Tu na podnět Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR ukončily rázně samy zdravotní pojišťovny, když serveru Podnikatel.cz poskytly přesná data. Zveřejněné statistiky jednoznačně ukázaly, že přesný opak je pravdou. Například průměrná platba pojistného od OSVČ Všeobecné zdravotní pojišťovně ČR činila přes 22 tisíc korun, zatímco

průměrné náklady jen přibližně 10 tisíc korun. Nejen v případě VZP tedy živnostníci „přeplácejí“ více než o 100 %, přesto, dle Středulovy logiky, nikdo z nich dvojitou srdeční chlopně nepožaduje.

Zdroj: AMSP ČR

Čeští sportovci válí



ilustrační foto, zdroj: biatlon.cz

Rok 2015 zřejmě bude ve znamení úspěchů českých sportovců, alespoň tomu nasvědčují úvodní měsíce. Na různých mistrovstvích a světových šampionátech již zazářili například čeští biatlonisté, rychlobruslařka Martina Sáblíková, snowboardistka Ester Ledecká, lyžařka Šárka Strachová, či Pavel Maslák. Ten se navíc stal

nejúspěšnějším atletem pražského halového šampionátu, který se konal počátkem března. Zanedlouho nás ještě čeká 79. mistrovství světa v ledním hokeji, které bude Česko hostit v termínu od 1. do 17. května 2015. Pro domácí fanoušky jistě opravdový sportovní svátek.

Zdroj: Český Goodwill

Čeští skláři si podmanili Frankfurt

Za triumf se dá označit prezentace českých sklářů a designérů na světovém veletrhu Ambiente 2015, který se konal v únoru v německém Frankfurtu nad Mohanem. Česká tvorba se představila také jako doprovodný program veletrhu, který přilákal pozornost odborníků a novinářů z celého světa. Vznikl zde i spot pro japonskou televizi. Vedení veletrhu jej označilo za nejlepší doprovodný program za posledních pět let a projevilo zájem o další spolupráci.

Zdroj: iDnes.cz

t: red

f: archiv HPCG

Inspirací pro ocenění Český Goodwill byli naši klienti

V roce 2008 založil poradenskou společnost a k jejímu pátému výročí se rozhodl zahájit projekt ocenění pro firmy, kterých si lidé váží, Český Goodwill. Na téma podnikání v Česku, rovných příležitostí a společenské odpovědnosti jsme si povídali se zakládajícím partnerem HPCG, Petrem Hlavatým.

Vaše společnost na trhu působí již osmým rokem, čemu se ve svém podnikání věnujete?

Zaměřujeme se na strategické poradenství v oblasti řízení podniku, marketingové komunikace a budování značky ve smyslu aktivní hodnoty podniku, která tvoří goodwill společnosti. V rámci skupiny HPCG jsme schopni našim klientům nabídnout také exekuci navržené strategie.

Máme za sebou nelehké roky finanční krize, jak vidíte rok 2015?

Od počátku roku 2015 převládá na trzích optimismus, firmy plánují růst, investovat a nabírat nové zaměstnance. Zároveň firmy opět začínají klást důraz na kvalitu a přidanou hodnotu svých produktů či služeb, a nesoustředí svou nabídku pouze a jediné na co nejnižší cenu a všudypřítomné slevy, jak jsme tomu byli svědky v uplynulých letech. Všeobecně se očekává, že rok 2015 bude rokem růstu a úspěchu, dočkají se ho ale jen firmy, které budou včas připravené a budou svou připravenost vhodným způsobem komunikovat.

S pozitivním vývojem ekonomiky současně rostou i nároky, které jsou na firmy kladeny. Jakým konkrétním výzvám budou podle Vás firmy letos čelit?

Například zvýšení poptávky po zaměstnancích. Firmy, pro které je důležitá kvalita produkce, budou mít primární zájem také o nábor kvalitních zaměstnanců. Poslední průzkumy uvádějí, že většina zaměstnanců je ve své stávající práci nespokojena a tito jsou připraveni v případě lepší nabídky své místo opustit. Firmy, které kvalitní zaměstnance mají, by

si to měly uvědomit a věnovat pozornost interní komunikaci. Je zde však důležité dbát několika zásad, tj. zachovat konzistentní přístup, jít příkladem (šéf je pro své podřízené vzorem), a otevřenost. Tyto zásady a jejich dodržování jsou důležité pro budování vzájemné důvěry, která je základním předpokladem pro budování značky, v tomto případě značky zaměstnavatele.

O důvěře se v kontextu budování značky často hovoří zejména ve vztahu k zákazníkům...?

Důvěra a důvěryhodnost je samozřejmě důležitá také v externí komunikaci, tzn. komunikaci s veřejností a okolím podniku, např. se zákazníky – ať již se jedná o komunikaci korporátní nebo produktovou. I zde je potřeba jasně si definovat cíle a postup, jímž má být těchto cílů dosaženo, aby byly celé marketingové úsilí a komunikace účinné. Přesvědčit tým - nejen obchodní, ale všechny zaměstnance - aby se s vytyčenými cíli ztotožnili a motivovat je, aby ve všem, co dělají, směřovali k jejich naplnění.

Zní to jednoduše, ale jak toho dosáhnout, aby všichni táhli za jeden provaz?

Říká se, že „ryba smrdí od hlavy“ a v tomto případě dokonce musí smrdět od hlavy. To znamená, že veškeré vize, hodnoty a marketingové cíle musí nejprve přijmout za své vedení společnosti – top management, majitel... platí zde jednoduše, že CEO je vaše značka a jako takový musí jít ostatním příkladem.



O vzorech hodných následování a morálních autoritách je také projekt ocenění Český Goodwill. Co vás vedlo k jeho založení?

Inspirací pro ocenění Český Goodwill byli naši klienti. Každý den se setkáváme s příběhy našich klientů, které jsou plné poctivé a tvrdé práce. V Česku je spousta firem, které vytváří skutečné hodnoty a mnohdy také vydávají nemalou část svého zisku na dobročinné účely. Jejich majitelé to většinou považují za naprosto přirozené a jsou příliš skromní na to, aby se tím sami chlubili. Všichni si ale zaslouží za tyto skutky ocenit a Český Goodwill poskytuje prostor, kde se tohoto uznání mohou dočkat.

Ocenění Český Goodwill je tedy pouze pro firmy, které přispívají na charitu?

Nikoli, ocenění Český Goodwill je pro všechny podnikatele a společnosti, kterých si lidé váží. Nezahrnuje pouze tzv. CSR aktivity, přičemž důvody pro to, že si někoho vážíme, mohou být velmi rozmanité a individuální, mnohdy se navíc může jednat o zdánlivé každodenní maličkosti. Zároveň by měl projekt Český Goodwill přimět k zamyšlení i ty, kteří dosud nebyli nominováni, jak se chovat, či co na sobě zlepšit, aby si nás lidé vážili.

Ing. Petr Hlavatý (30 let),

zakládající partner HPCG

- Vystudoval obor Řízení podniku a podnikové finance na Vysoké škole finanční a správní se zaměřením na marketingovou komunikaci a podnikové procesy
- Již během studií působil jako key account manager v mezinárodní reklamní agentuře
- V roce 2008 založil vlastní poradenskou společnost ISO Consulting s.r.o., která se věnuje strategickému poradenství v oblasti marketingu a budování značky
- Založením dceřiné společnosti o rok později vzniká skupina Hlavatý & Partners Consulting Group (HPCG)
- Podílel se na řadě strategických projektů, působil mimo jiné jako ředitel komunikace a tiskový mluvčí Hochtief CZ, Státního zemědělského a intervenčního fondu, či aktuálně na pozici CSO české technologické společnosti
- Jeho vášní jsou sportovní a historické automobily, létání, sjezdové lyžování a gastronomie

(Marketing)

Jak Češi vnímají reklamu?

Na začátku března byly uveřejněny výsledky pravidelného průzkumu Postoje české veřejnosti k reklamě. Šetření, které se konalo již po dvaatřicáté, provedla výzkumná agentura ppm factum research na reprezentativním vzorku 1005 obyvatel ČR starších 15 let naposledy v lednu 2015.

Výsledky průzkumu naznačují, že reklama se postupně stává přirozenou součástí života a dokonce jsou Češi stále benevolentnější také ke kontroverzním tématům, např. reklama na cigarety. Reklamu jako zdroj informací vítá zhruba 40 % české populace, a to nejčastěji různé formy propagace v místě prodeje a letáky v poštovních schránkách. Ochotu přiznat nákup na základě reklamy letos projevilo 44 % dotázaných, přičemž dlouhodobě lze pozorovat vzestupnou tendenci.

To, jak zákazníci vnímají přínos reklamy, je však odlišné od reálného vlivu různých typů reklamy na nákupní rozhodování. Přestože lidé dlouhodobě uvádějí největší přesycenost TV reklamou, reálně nákupní chování nejvíce ovlivňují právě reklamy v televizi, následují letáky ve schránkách, noviny a časopisy, a pak upoutávky na regálech.

Podle šetření naopak nejméně reálně pomáhá reklama v mobilních telefonech, internetová reklama překrývající původní obsah a pozvánky do spotřebitelských soutěží.

Zdroj: ppm factum



ilustrační foto, zdroj: tuv-sud.cz

(Obchod / Právo)

Německý zákon o minimální mzdě se dotýká i Česka

Na začátku roku 2015 začal v Německu platit zákon o minimální mzdě, který přináší celou řadu změn také pro české firmy. Podle informací Česko-německé obchodní a průmyslové komory (ČNOPK) se německý zákon vztahuje nejen na dopravní společnosti, které do Německa jezdí, nebo jen projíždějí, ale také na všechny ostatní firmy v ČR, které např. „jen“ vyšlou své zaměstnance do Německa na pracovní cestu. Tito zaměstnavatelé se musejí připravit na plnění nových ohlašovacích, evidenčních a archivačních povinností, přičemž všechny příslušné dokumenty musejí mít k dispozici v němčině.

„ČNOPK považuje německý zákon o minimální mzdě se všemi administrativními a finančními dopady na zahraniční podniky za problematický,“ prohlásil Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK, která všechny klíčové aspekty nového zákona shrnula ve volně dostupné informační brožuře.

V závěru ledna pak v tiskové zprávě informovala o rozhodnutí německé vlády odložit uplatňování zákona o minimální mzdě v Německu pro tranzitní dopravu do doby, než budou vyřešeny otázky souladu německého zákona s evropským právem.

Zdroj: ČNOPK

(M&A)

Goodwill zdvojnásobí kupní cenu

Goodwill není jen imaginární pojem, a cílevědomé investice do tohoto aktiva mají pro podnik strategický význam. Dokládá to např. studie společnosti Ernst & Young z roku 2012, ze které vyplývá, že goodwill tvoří u fúzí a akvizic v průměru téměř polovinu zaplacené hodnoty transakce.

Studie zahrnovala přes 700 společností z více než 20 zemí světa. Analýza alokace kupních cen pak ukázala, že goodwill tvoří v průměru až 47% hodnoty podniku jako celku, přičemž v odvětví spotřebního zboží je tento poměr ještě daleko vyšší, a to dokonce 65% (hmotná aktiva v tomto sektoru tvořila v některých případech i pouhých 9%). Na druhém místě se pak umístil technologický segment, kde se goodwill na celkové hodnotě transakce podílel v průměru 60%. V rámci nehmotných aktiv měli investoři největší zájem o vztahy se zákazníky a uzavřené smlouvy (44%), obchodní značku (31%) a technologie (20%).

Optimismus však studie snižuje varováním, že společnosti s vysokým podílem goodwillu na celkové hodnotě jejich aktiv jsou v obtížné hospodářské situaci náchylnější k výkyvům a poklesům hodnoty. Tato citlivost je dána především skutečností, že do goodwillu se nejčastěji promítá dobrá pověst podniku, dobré vztahy se zákazníky, postavení na trhu, atp., tedy atributy vesměs subjektivní povahy. Jejich společným jmenovatelem je důvěra (zákazníků, investorů, obchodních partnerů, aj.) a z ní pramenící „oblíbenost“ značky. A budování důvěry stakeholderů není jednoduchou ani jednorázovou záležitostí. Na druhou stranu existuje řada příkladů, kdy důvěra ve značku pomáhá podnikům překonat výkyvy v hospodářském cyklu. Je to právě hluboká důvěra, která motivuje (nejen) zákazníky zachovat značce věrnost i v méně příznivých ekonomických podmínkách.

Zdroj: HPCG

(HR)

7 věcí, které z vás učiní skutečného lídra

Přemýšlíte, jak se stát opravdovou autoritou s přirozeným respektem, ke které zaměstnanci a ostatní manažeři nejen vzhlížejí, ale mají upřímnou radost ji následovat a pracovat pro ni? Zkuste dodržovat následující pravidla, která odlišují průměrné vedoucí od skutečných lídrů.

1. **Věnujte čas strategickým cílům.** Nenechte se pohltit naléhavostí krátkodobých zadání, která je mnohdy pouze zdánlivá, a soustřeďte se na úkoly, které jsou skutečně důležité i z dlouhodobého hlediska.
2. **Přemýšlejte o lidech jako o lidech.** Zaměstnanci nejsou jen pozice či bezejmenná součást organizační struktury. Skutečný lídr vnímá své podřízené jako individuality a snaží se porozumět silným a slabým stránkám, cílům a zájmům každého z nich.
3. **Povyšte respekt nad oblíbenost.** Přátelskost je důležitá, ale někdy musí šéf přijmout i méně populární opatření, a obětovat tak svou krátkodobou oblíbenost ve jméno dlouhodobého respektu.
4. **Radujte se z úspěchu vašeho týmu.** Buďte pyšní na úspěchy vašich podřízených namísto obav, že vás přerostou a ohrozí vaši pozici. Skutečný lídr se nesnaží vytvořit stádo ovcí, které jej budou bezhlavě následovat, ale vychovávat nové lídry.
5. **Delegujte otevřeně a upřímně.** Opravdový lídr chápe své podřízené jako rovnocenné partnery a jeho důvěra pomáhá celému týmu dosahovat lepších výsledků. Naopak zatajování informací snižuje produktivitu týmu i respekt šéfa v očích zaměstnanců.

6. Neúspěch vašeho týmu je především váš neúspěch.

Pokud se stanovené cíle nepodaří splnit, obyčejný manažer, který se především bojí o svou pozici, začne obviňovat své podřízené. Na druhou stranu, skutečný lídr vezme kritiku na svá bedra a motivuje svůj tým k lepším výsledkům.

7. Soustředte se na výsledek. Průměrný manažer se více než o výsledky zajímá o proces, jakým je jich dosahováno. Ale upřímně, kdo se stará o proces, když jsou výsledky pozitivní?

Zdroj: HPCG



Čert a konkurence nikdy nespí!

VÝHODNÉ produktové balíčky pro Vaše
EFEKTIVNÍ podnikání

např.

MONITORING KONKURENCE



www.hpn-media.com
office@hpcg.cz
(+420) 602 700 327



ČESKÝ GOODWILL 2015

**ocenění pro podnikatele a společnosti,
kterých si lidé váží**

Již brzy odstartuje 3. ročník prestižního ocenění pro firmy, kterých si lidé váží, Český Goodwill 2015. Ještě před tím vám nabízíme ohlédnutí za uplynulými dvěma ročníky, během nichž se pocty ve formě nominace na ocenění Český Goodwill dostalo již téměř osmi desítkám českých podnikatelů a společností.

Cílem projektu Český Goodwill je ocenit podnikatele a společnosti, které ke svému podnikání přistupují odpovědně, jsou ohleduplní k sociálními a životnímu prostředí, ve kterém působí, a jednájí eticky vůči svým zákazníkům, zaměstnancům i obchodním partnerům.

Český Goodwill je primárně založen na nominacích veřejnosti – v rámci komunikační kampaně v nominační fázi vyzývá pořadatel jednotlivce z řad široké i laické veřejnosti, aby se každý individuálně zamyslel, zda dokáže o nějaké firmě říci, že si jí skutečně váží a proč. Nominujícím může být zaměstnanec, zákazník, obchodní partner, či obdivovatel, který v daném regionu, v němž jeho nominovaná firma působí, žije a vnímá její pozitivní přínos celou komunitu.

Oceněno již 80 vážených českých podnikatelů

Účast v projektu je zcela bezplatná pro nominující i pro firmy, které svou nominaci následně přijmou. Široká veřejnost včetně nominujících pak může zároveň rozhodnout o tom, kdo získá titul OSOBNOST Českého Goodwillu, pokud se v závěrečné fázi zúčastní on-line hlasování (září).

Během prvních dvou ročníků bylo na ocenění Český Goodwill již celkem přijato 121 nominací (zahrnuty jsou pouze platně došlé) a projektu samotného se dosud zúčastnilo téměř 80 vážených českých firem. Co přinese třetí ročník Český Goodwill 2015? Stane se ze strmého nárůstu v druhém ročníku trend nebo se naplní opatrná očekávání pořadatele? To se ukáže již brzy, nový ročník odstartuje ve čtvrtek 14. května 2015.

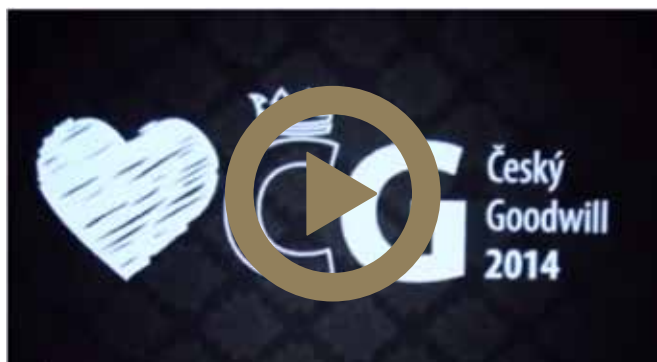
Co přinese třetí ročník ocenění Český Goodwill 2015?

Vyhlašovatelem ocenění je opět česká poradenská skupina HPCG a principy i harmonogram projektu ocenění Český Goodwill, které se osvědčily v úvodních dvou ročnících, zůstanou zachovány i v letošním 3. ročníku.

Projekt bude již tradičně probíhat ve třech fázích: nominační (květen až červen 2015), zpracování nominací a podkladů (červenec až srpen 2015) a hlasovací (září 2015).

Pro rok 2015 již potvrdily poskytnutí záštity následující osoby a instituce: Jaroslava Jermanová, I. místopředsdkyně Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR (též ve 2014), Česko-německá obchodní a průmyslová komora (též ve 2013), Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR, nově) a Marian Jurečka, ministr zemědělství ČR (nově).

Připomeňte si slavnostní okamžiky předávání ocenění Český Goodwill 2014 na videozáznamu večera v Národním technickém muzeu v Praze:



Ocenění účastníci dosud získali od organizátora a partnerů projektu Český Goodwill ceny v celkové hodnotě 1 000 000 Kč na podporu jejich odpovědného podnikání.

Foto: Archiv HPCG





Impozantní prostory Dopravní haly Národního technického muzea okouzly na 150 hostů přítomných slavnostnímu předávání ocenění Český Goodwill 2014.

Foto: Archiv HPCG



Základní fakta o uplynulých ročnících:

- Počet přijatých nominací veřejnosti: 76 (2014), 45 (2013), nárůst cca 170%
- Počet účastníků (firem, které svou nominaci přijaly): 59 (2104), 19 (2013), nárůst více než 310%
- Počet hlasujících: 11 719 (2014), 1 505 (2013), nárůst téměř 780%
- Průměrná měsíční návštěvnost webu cesky-goodwill.cz: 3 500 (2014), 940 (2013), nárůst více než 370%
- Záštitu nad oceněním Český Goodwill: Jaroslava Jermanová, I. místopředsdkyně Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR (2014), Česko-německá obchodní a průmyslová komora (2013)
- Výrazně rostly též důvěra ve značku a prestiž ocenění Český Goodwill měřené podílem nominovaných firem, které svou nominaci přijaly a souhlasily s účastí v projektu – ze 42,2% v roce 2013 na 77,6% v roce 2014.

Přínos projektu ocenění Český Goodwill

spočívá v postupném naplňování cílů projektu:

- Motivovat širokou veřejnost k pozitivnímu myšlení a upozornit na to, že podnikatel nerovná se podvodník, lhář a parazit
- Vyzdvihnout tradiční morální hodnoty, ocenit poctivou práci a podnikatelského ducha
- Na reálných příkladech ukázat, že cesta odpovědného podnikání je tím správným směrem k udržitelnému rozvoji a prosperitě jednotlivců, regionů i celé ČR

Nová příležitost pro firmy, které chtějí úspěšně rozvíjet své podnikání

V úvodu roku 2015 byl představen Klub Partner Český Goodwill (KPCG), který je důležitým momentem v rámci celého projektu Český Goodwill. Otevření KPCG představuje novou příležitost pro firmy, jak rozvíjet odpovědné podnikání v kontextu společenské odpovědnosti.

Prostřednictvím KPCG docházejí naplnění dlouhodobé cíle projektu vybudovat aktivní platformu pro sdílení know-how a networking, zprostředkovat výměnu zkušeností, které zdůrazní, že cesta odpovědného podnikání je tím správným směrem k udržitelnému rozvoji a prosperitě jednotlivců, regionů i celé ČR, a v neposlední řadě také dále posilovat pozitivní vnímání značky a image společností, které se do projektu ocenění Český Goodwill zapojí, v kontextu společenské odpovědnosti.

Do elitního klubu KPCG jsou srdečně zváni všichni nominovaní v uplynulých ročnících ocenění Český Goodwill, partneři projektu, i ostatní firmy, kterým jsou blízké a ctí hodnoty projektu Český Goodwill. K žádosti o členství je potřeba vyplnit registrační přihlášku, která je k

dispozici ke stažení na webu cesky-goodwill.cz. V případě přijetí přihlášky vzniká nárok na členství dnem uhrazení členského příspěvku. Poté již mohou členové čerpat výhody členství, které KPCG nabízí. A které to jsou?

Společný prostor pro společné nápady

V první řadě je KPCG prostorem pro sdílení know-how, výměnu zkušeností, získávání obchodních kontaktů a networking v podobě přístupu k prémiovému business obsahu (průzkumy, analýzy, komentáře a další aktuální informace pro růst a rozvoj podnikání), setkávání se ostatními členy na akcích klubu i partnerských akcích (konference, semináře, školení, neformální setkání, hospodářské komory, oborová sdružení, aj.), možnosti

přímého oslovení a nabídky vlastních produktů a služeb ostatním členům klubu, či možnost prezentace v médiích Český Goodwill (web, čtvrtletník, aj.), i dalších médiích za zvýhodněných podmínek. Součástí členství v KPCG je také pravidelný odběr čtvrtletního magazínu KPCG, jehož první číslo se právě čtete.

“Vytvořit prostor, kde by se vážení čeští podnikatelé, ocenění veřejností nominací do projektu Český Goodwill, mohli dále pravidelně setkávat, sdílet své zkušenosti a také třeba společně obchodovat, se nám od počátku jevílo jako přirozená součást celého projektu.”

Myšlenka vzniku KPCG se rodila již spolu s prvními plány na uspořádání ocenění Český Goodwill. Okamžik, kdy se ukázala jako správná, popisuje Lenka Hlavatá, managing partner skupiny HPCG, která za celým projektem stojí: „Vytvořit prostor, kde by se vážení čeští podnikatelé,



KPCG

klub partner český goodwill

KPCG naděloval ještě před svým spuštěním

Již v závěru loňského roku se mohli zájemci registrovat k členství v elitním klubu pro zvané KPCG.

Možnost předregistrace byla rezervována výhradně pro firmy nominované na ocenění Český Goodwill.

Na tzv. ranní ptáčka čekaly kromě zvýhodněné ceny členství navíc také exkluzivní dárky od provozovatele klubu, skupiny HPCG, např. SEKT brut SPIELBERG vyráběný metodou traditionnelle. Že se členství v KPCG vyplatí, bylo tedy jasné od prvního okamžiku.

ocenění veřejností nominací do projektu Český Goodwill, mohli dále pravidelně setkávat, sdílet své zkušenosti a také třeba společně obchodovat, se nám od počátku jevilo jako přirozená součást celého projektu. O tom, že také ostatní podnikatelé, tedy ti, pro které je klubový prostor primárně určen, o tomto logickém vyústění smýšlejí stejně, jsme se přesvědčili na galavečeru při vyhlášení výsledků 2. ročníku ocenění Český Goodwill 2014. Přítomní hosté spolu začali spontánně plánovat, v jakých oblastech by mohli spolupracovat na projektech, které díky synergickému efektu povedou k dalšímu růstu užitku pro všechny zainteresované strany.“ A protože jeden večer nestačí pro to, aby se stihl položit základ pro nepřeborné množství nápadů, které se v podnikavých hlavách rodí, vznikl Klub Partner Český Goodwill, který tento prostor rozšiřuje do potřebné míry.

Jaké výhody s sebou nese členství v KPCG?

- platforma pro sdílení know-how, výměnu zkušeností, získávání obchodních kontaktů a networking
- přístup k prémiovému business obsahu: průzkumy, analýzy, komentáře a další aktuální informace pro růst Vašeho podnikání
- pravidelný odběr čtvrtletníku Magazín KPCG
- možnost prezentace v médiích Český Goodwill (web, čtvrtletník a další) a přímé komunikace s ostatními členy KLUBU PARTNER ČESKÝ GOODWILL
- možnost přímé nabídky produktů a služeb členům KLUBU PARTNER ČESKÝ GOODWILL a doporučování členů dalším subjektům
- pozvání na akce KLUBU PARTNER ČESKÝ GOODWILL a partnerské akce (hospodářské komory, oborová sdružení, konference, semináře a další)
- volný vstup na vybrané akce pořádané KLUBEM PARTNER ČESKÝ GOODWILL (semináře, setkání za účelem navázání obchodních vztahů atp.)
- slevy na služby u vybraných partnerů, a mnohé další

PROFIL

t: Christian Rühmkorf

f: archiv ČNOPK



Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK, s cenou AFI za dlouholetou podporu investičního prostředí v ČR

Český Goodwill letos opět pod záštitou ČNOPK

Premiérový ročník ocenění Český Goodwill se uskutečnil pod záštitou Česko-německé obchodní a průmyslové komory, jíž je poradatelská společnost ISO Consulting, člen skupiny HPCG, hrdým členem. Reprezentativní prostory prosklené kupole ČNOPK na Václavském náměstí v Praze také hostily historicky první předávání cen váženým českým podnikatelům Český Goodwill 2013. Po roční pauze se ČNOPK letos opět k poskytnutí záštity nad tímto prestižním oceněním vrací.

Česko-německá obchodní a průmyslová komora (ČNOPK), která je součástí celosvětové sítě bilaterálních zahraničních hospodářských komor, aktivně podporuje již přes 20 let rozvoj česko-německých obchodních vztahů. Prostřednictvím dceřiné společnosti AHK Services s.r.o. podporuje německé podniky při všech aktivitách na českém trhu a českým firmám poskytuje poradenství při vstupu na německý trh. V České republice komora působí od roku 1993, kdy začínala s deseti zaměstnanci a zhruba 190 členy. Dnes má čtyřikrát tolik zaměstnanců a členská základna se rozrostla na více než 600 členů, ke kterým patří z velké části německé firmy působící v ČR, ale i významné české podniky. Kromě hlavního sídla v Praze má ČNOPK pobočky v Ostravě, Plzni a nově i v Brně. Česko-německá obchodní a průmyslová komora se tak stala největší bilaterální hospodářskou komorou v České republice.

Podpora vzájemného obchodu se sousedním Německem je klíčová, protože právě Německo je nejvýznamnějším obchodním partnerem Česka. Objem česko-německého

zahraničního obchodu s výjimkou období hospodářské krize kontinuálně narůstá. Jeho hodnota se v loňském roce vyšplhala na rekordních 1977 miliard korun. Do Německa směřuje téměř jedna třetina českého vývozu a německý dovoz představuje celou čtvrtinu českého importu. Česká republika je pro Německo dlouhodobě velmi atraktivní investiční lokalitou. Hodnota německých přímých zahraničních investic dosáhla od vzniku ČR až do roku 2013 více než 571 miliard korun, což dělá z Německa největšího zahraničního investora v Česku. Působí zde více než čtyři tisíce aktivních německých firem a jen ty největší z nich vytvářejí odhadem 150 tisíc pracovních míst. „ČNOPK si je vědoma důležitosti dobrých česko-německých obchodních vztahů pro českou proexportně orientovanou ekonomiku. Proto se dlouhodobě aktivně zasazujeme o příznivé rámcové podmínky pro podnikání a investice v České republice. Z našich pravidelných průzkumů získáváme důležité informace a podněty od našich členů, které pak prezentujeme veřejnosti a politickým zástupcům,“ popisuje Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK.



„Férovost, transparentnost a odpovědné jednání firem jsou významnými ukazateli stavu podnikatelské kultury. Z ohlasů našich členských firem jednoznačně vyplývá, že Česko má v těchto oblastech co dohánět.“

Komora plní také roli komunikační platformy, která nabízí prostor pro diskuzi a networking firem při hledání řešení problémů a vytváření konkrétních zlepšovacích návrhů. Hlavními tématy, kterými se ČNOPK intenzivně zabývá a která vzešla z každoročních konjunkturálních průzkumů, jsou transparentnost, férová hospodářská soutěž a integrita, odbourávání byrokracie, posilování právní jistoty, odborné vzdělávání orientované na praxi, flexibilní trh práce a v neposlední řadě příznivé podmínky pro výzkum a vývoj. Všechny tyto oblasti jsou stěžejní pro udržení a zvýšení konkurenceschopnosti a atraktivity České republiky i v budoucnu. „Férovost, transparentnost a odpovědné jednání firem jsou v dnešní době významnými ukazateli stavu podnikatelské kultury. Z ohlasů našich členských firem jednoznačně vyplývá, že Česko má v těchto oblastech co dohánět. Proto velmi vítáme projekt jako Český Goodwill, který oceňuje podnikatele a společnosti za jejich morální kvality a etické jednání vůči nejširšímu okolí jejich firmy,“ říká Bernard Bauer. ČNOPK podporuje také například Koalici pro transparentní podnikání, která sdružuje firmy usilující o kultivaci podnikatelského prostředí. Úsilí komory o trvalé zlepšení investičního a podnikatelského prostředí a rozvoj česko-německých hospodářských vztahů bylo oceněno Sdružením pro zahraniční investice (AFI) a agenturou CzechInvest, od kterých ČNOPK v listopadu 2013 obdržela cenu za dlouholetou podporu investičního prostředí v České republice.

Česko-německá obchodní a průmyslová komora

- V Česku působí od roku 1993.
- Má více než 600 členů, k nimž patří největší němečtí investoři a mnohé významné české firmy.
- Pečuje o navazování a prohlubování kontaktů mezi podniky z obou zemí a zastupuje zájmy svých členů při jednáních s politickými a veřejnými institucemi
- Prostřednictvím dceřiné společnosti AHK Services poskytuje poradenství pro investory při vstupu na český a německý trh a nabízí rozsáhlé služby pro firmy.

Poskytnutí záštity nad 3. ročníkem ocenění Český Goodwill 2015 dosud přislíbili:

- Ing. Jaroslava Jermanová, 1. místopředsedkyně Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR
- Ing. Marian Jurečka, ministr zemědělství ČR
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
- Česko-německá obchodní a průmyslová komora

Kalendář akcí

Odborné informační semináře TUV SÜD Czech

V současnosti jsou jednou z nejvyhledávanějších forem získávání podrobných informací mezi managementem a specialisty společností, podnikateli i zástupci veřejného sektoru. Většinou se jedná o jednodenní akce zaměřené na vysoce aktuální témata, během kterých vystupuje 2-5 přednášejících. Téma semináře je určováno především novinkami v legislativě a momentální potřebou trhu. Pro kompletní přehled seminářů připravených pro rok 2015 stejně jako pro podrobné informace k uvedeným školením navštivte webovou stránku Akademie TUV SÜD Czech.

Pro členy KPCG navíc se slevou 5% z ceny semináře! Ceny uvedené u jednotlivých seminářů jsou ceny před slevou.

Pro uplatnění slevy nás kontaktujte na:

klub@cesky-goodwill.cz.



Školení je určeno společnostem a pracovníkům, kteří chtějí odstranit nevykonnost, nedostatek disciplíny, zažité chyby, plýtvání, špatnou kvalitu, vysoké náklady, vadnou organizaci, nepořádek — kurz je vhodný pro mistry, předáky, výrobní dělníky, administrativní pracovníky, manažery i ředitele společností.

Rozsah školení: 1 den
Cena: 4.200 Kč (bez DPH)
Místo konání: Praha



Odborné školení určené vrcholnému managementu velkých a středních organizací — pracovníkům odpovědným za systém řízení kvality — pracovníkům subjektů státní správy — pracovníkům zdravotnických organizací, pojišťoven a finančních institucí a dalších organizací, které pracují s citlivými údaji svých klientů.

Rozsah školení: 2 dny
Cena: 7.500 Kč (bez DPH)
Místo konání: Praha



Školení přináší seznámení s odpovědnostmi za vady zboží z pohledu občanského zákoníku, metodou 8D a dalšími analytickými metodami používanými v rámci reklamačního procesu, s pravidly pro sběr dat potřebných v rámci reklamačního procesu a pravidly pro jednání se zákazníkem / dodavatelem v rámci reklamačního procesu.

Rozsah školení: 1 den
Cena: 4.200 Kč (bez DPH)
Místo konání: Praha



Na školení získáte potřebné informace k zajištění splnění legislativních požadavků na dětská hřiště. Budete moci konzultovat své problémy s odborníkem. Dozvíte se, jaké zkušenosti mají jiní výrobci a provozovatelé hracích zařízení pro děti.

Rozsah školení: 1 den
Cena: 4.200 Kč (bez DPH)
Místo konání: Praha

**12-
13/5**

QMS – Interní auditor

Díky školení získáte znalosti a dovednosti potřebné pro vykonávání funkce interního auditora systému managementu jakosti v organizaci. Školení je ukončeno závěrečným testem, na jehož základě Vám bude vystaveno osvědčení interního auditora QMS (platnost 3 roky od data vystavení).

Rozsah školení: 2 dny

Cena: 7.500 Kč (bez DPH)

Místo konání: Praha

27/5

5S

Školení je určeno společností a pracovníkům, kteří chtějí odstranit nevykonnost, nedostatek disciplíny, zažité chyby, plýtvání, špatnou kvalitu, vysoké náklady, vadnou organizaci, nepořádek — kurz je vhodný pro mistry, předáky, výrobní dělníky, administrativní pracovníky, manažery i ředitele.

Rozsah školení: 1 den

Cena: 4.200 Kč (bez DPH)

Místo konání: Brno

25/5

Hybridní a elektronická vozidla

Všem, kteří potřebují mít ve své profesi základní znalosti v oblasti alternativních pohonů silničních vozidel a jejich rozdílů oproti klasickým pohonům. Účastníci se seznámí s aktuální situací a budoucím vývojem alternativních pohonů. Získají základní znalosti hybridní techniky, budou mít přehled o hybridních vozidlech na českém trhu a budou znát konkrétní rozdíly hybridních a klasických automobilů, jejich výhody a nevýhody.

Rozsah školení: 1 den

Cena: 4.200 Kč (bez DPH)

Místo konání: Praha

14/5

Český Goodwill 2015 – start 3. ročníku

Ve čtvrtek 14. května odstartuje již 3. ročník ocenění, pro podnikatele a společnosti, kterých si lidé váží, Český Goodwill 2015. Od tohoto data až do konce června budou opět přijímány nominace firem, které si veřejnost přeje ocenit pro jejich odpovědný přístup k podnikání, a to jednoduše prostřednictvím on-line formuláře na webových stránkách projektu cesky-goodwill.cz.

PŘIPRAVUJEME:

Konference o rovných příležitostech a zastoupení žen ve vedení českých podniků. Součástí bude také panelová diskuse, při níž se účastníci podělí o své názory a zkušenosti. Máte-li zájem do diskuse přispět nebo se přímo stát jedním z panelistů, kontaktujte nás na klub@cesky-goodwill.cz.

**26-
27/5**

Odpadové hospodářství a obaly

Školení je určeno pracovníkům zodpovědným za odpadové hospodářství ve firmě — podnikovým ekologům — managementu firem, které jsou původci odpadu — managementu organizací, které sbírají a zpracovávají odpad.

Rozsah školení: 2 dny

Cena: 7.500 Kč (bez DPH)

Místo konání: Praha

Pořádáte i Vy nějakou akci, která by mohla být zajímavá pro vážené české podnikatele? Rádi zde Vaši pozvánku uveřejníme. Pro členy KPCG zdarma, ostatní ceny od 500,- Kč/ks. Pro více informací kontaktujte klub@cesky-goodwill.cz.

LIFE STYLE

t: Martin Žůrek, Spielberg

f: Spielberg

Cikáda: obdivuhodná kráska

Mít za podnájemníka na svých vinicích přenádhernou TIBICINU HAEMATODES – cikádu viniční, neboli lidově a méně poeticky „cvrčáka“, by chtěl každý vinař. Tahle kráska si vybírá jen ty nejčistší a také nejteplejší lokality na Jižní Moravě. A na takové lokality by Vám stačily prsty na jedné ruce.

Proto si ji v naší ryzlinkové vinici Oulehle opravdu opěčovááme. Vinice vedeme v bio kvalitě, aby se nikam neodstěhovala a jako živý biometr nás informovala, že okolní příroda i vinice jsou v té nejlepší kondici.

Tato blanokřídlá kráska není právě z nejmenších, obvykle dosahuje až 8 cm a pomazlíte se s ní jen stěží. Vůči lidem je ostražitá a i když identifikujete místo, kde si právě spokojeně „cvrčí“, když se přiblížíte, ztichne a počká si, až zase zklamaně odejdete. Její spokojené „cvrčení“ určitě nepřeslechnete, může totiž vydávat až 120 decibelů a to už je nějaký „rachot“. A jak se dalo předpokládat, tenhle koncert je serenádou zamilovaných. Vábí se navzájem a předhánějí v hlasitosti, aby se snad se svou láskou neminuly. Zvláštností nepochybně je i fakt, že různé druhy cikád vydávají různé druhy „cvrčení“ a to prostě proto, aby se rodově poznaly a nezadaly si s nějakým cizákem. I přes svou velikost jsou velmi dobrými letci. Milují mízu z keřů révy.



Z vinice Oulehle, kde se usídlila, můžete a vlastně určitě byste měli ochutnat náš Ryzlink vlašský ORGANIC, víno pěstované a vyrobené přísně ekologicky. Nakonec na etiketě najdete právě cikádu, kterou nám nakreslil Daniel Bárta, skvělý zpěvák, který fotí a kreslí jiný nádherný druh hmyzu – vážky. O zdravé pěstování se staráme na každé vinici, ale punc jedinečnosti Oulehlím prostě patří, protože TADY BYDLÍ ONA!



Pravé české Velikonoce

Velikonoce patří k nejstarším kontinuálně slaveným svátkům světa a nejvýznamnějším křesťanským svátkům vůbec. Velikonoce jsou původně pohanskými svátky jara a plodnosti. Jejich význam svým způsobem přetrval dodnes. Velikonoce jsou vlastně oslavou života a znovunabytí energie po zimě. Připravili jsme pro Vás tip, jak si tyto svátky užít a načerpat energii.

Pomlázka – upletě si svou vlastní

Ženy a dívky prý omladí, muže a chlapce její „použití“ potěší a ta ručně pletená se navíc může stát i trvalou součástí Vaší zahrady. Pokud chcete mít jistotu, že Vám z pomlázky vyroste vrba, musíte si opatřit pomlázku vlastní z čerstvých proutků. Jak na to?

Potřebujete k tomu pouze 9 vrbových proutků, nůž a mašle na ozdobení. Osm proutků srovnáme silnějšími konci k sobě a pevně ovážeme provázkem. Ten devátý buď rozřízneme podélně nožem na polovinu, nebo si najdeme proutek tenčí než zbývající.

1. Proutky ve svazku vezmeme do ruky, tenký proutek stiskneme ve spodní části mezi nimi a začneme omotávat rukojeť pomlázky tenkým proutkem. Postupně pevně omotáváme a smyčky vrstvíme těsně vedle sebe. Konec proutku zatáhneme mezi svazek pomlázky. Je-li správně utahovaný, neměl by se rozvázat.
2. Svazek proutů uchopíme tak, že rukojeť pomlázky je od těla. Rozdělíme svazek na dvě poloviny po čtyřech prutech.
3. Proutky rozdělíme na čtyři levé a čtyři pravé a můžeme začít s pletením. Vezmeme ten proutek úplně vpravo, vrchem s ním obtočíme třetí a čtvrtý zleva a vrátíme ho na pravou stranu, ale na čtvrté místo zprava. Pak vezmeme první proutek zleva, vrchem s ním obtočíme třetí a čtvrtý proutek zprava a vrátíme ho na levou stranu, ale na čtvrté místo zleva.

4. Tento postup opakujeme tak dlouho, než máme upletenou celou pomlázku. Konec ještě ovážeme provázkem, nebo opět tenkým proutkem tak, aby se pomlázka nerozmotávala.
5. Pomlázku dle nálady ozdobíme pentlemi.

Jehněčí kolínko podle Romana Pauluse

Na jaře je jehněčí maso nejchutnější a na nedělní sváteční tabuli na Boží hod velikonoční se hodí více než ideálně. Na 4 porce potřebujeme: 4 jehněčí kolínka, 300 g kořenové zeleniny, 100 g cibule, 200 ml červeného vína, 500 ml hovězího vývaru (ideálně demi glace), 3 lžíce rajčatového protlaku, olej (řepkový nebo olivový), nové koření, bobkový list, čerstvý rozmarýn, špetku tymiánu, sůl a pepř.

V kastrolu si rozeřjeme olej a osolená jehněčí kolínka na něm zprudka ze všech stran opečeme. Maso vyndáme z kastrolu a ve výpeku orestujeme na kostičky nakrájenou kořenovou zeleninu a cibuli. Restujeme na mírném ohni, zvolna, ale dlouze. Poté přidáme rajčatový protlak, opět chvíli restujeme. Následně vše zalijeme červeným vínem. Necháme je vyvařit, přidáme demi glace, přivedeme k varu a do směsi vložíme opečená kolínka. Přiklopíme a dusíme pozvolna v troubě, podle potřeby dvě až tři hodiny. Měkké maso vyndáme, omáčku propasírujeme a podle potřeby zredukujeme nebo naopak naředíme vývarem, aby měla tu správnou hustotu. Podáváme s restovanými bramborami, bramborovou kaší nebo polentou.



KPCG

klub partner český goodwill

**Staňte se i Vy členem
KLUBU PARTNER ČESKÝ GOODWILL
a užívejte všechny výhody**



Registrace na:
klub@cesky-goodwill.cz
(+420) 602 700 327