

Vzešli jsme z nezávislosti.

Zůstáváme nezávislí.

Developing Independence



„Jsme společností, která se rozhoduje samostatně, na základě vlastních vizí a motivací našeho týmu.“

Magazín 3Gema
Slouží jen a výhradně
k propagaci koncernu Trigema a.s.
a je veřejně neprůhledný.

Trigema a.s.
Explora Business Centre
150 00 Praha 5, Bucharova 2641/14
info@trigema.cz
www.trigema.cz

redakční rada:
M. Soural, M. Netolický
redakční obsah:
R. Polák, M. Netolický,
J. Horáček, Czech Photo

Číslo 1, ročník V.
Výšlo v květnu 2021.
vydavatel: Trigema a.s.
MK ČR E 22855

fotografie:
Trigema, Czech Photo,
Shutterstock, Unsplash,
D. Materna, Centrum Paraple,
M. Gajdáčková

www.trigema.cz

Vážení čtenáři,

v den 27. narozenin, přesně 27. 5. 2021, vydáváme 3Gema magazín v novém designu. Téměř rok jsme připravovali rebranding značky. Museli jsme se společně ponořit hluboko do historie firmy a jednoduchou a pochopitelnou formou znovu popsat naše hodnoty, korporátní cíle, vizi a misi.

V dnešní době zaměstnáváme už více než 250 spolupracovníků na hlavní pracovní poměr, potřebujeme mít tyto atributy firemní kultury lehce komunikovatelné. Logickou součástí pak bylo i redefinování záměru a smyslu značky, jejích architektury, osobnosti, tonality a vizuálního pojetí.

A o čem je vlastně řeč? Není potřeba v tom hledat velkou vědu. Jde jen o opakování věcí nám již dlouhodobě známých. Jsme klíčovým hráčem na investičním trhu. Naše značka je známkou kvality. Přispíváme k rozvoji společnosti. Naši vizí je tvořit lepší prostor pro život. A jak ji chceme zrealizovat? Soustředujeme se na to, co je skutečně důležité. A máme odvahu měnit status quo. Odbornost, nadšení, odvaha, sounáležitost, naplnění jsou našimi hodnotami.

A co je zastřešujícím principem našich hodnot? Je to Nezávislost. Trigema je ryze česká společnost, ze své podstaty nezávislá. Jsme společností, která se rozhoduje samostatně, na základě vlastních vizí a motivací našeho týmu. Z naší nezávislosti dokážeme vytěžit maximum. Nejen jako jednotlivci, ale zejména jako tým. Nezávislost vnímáme každý po svém, ale když se spojí jedinečné osobnosti, dokážou společně tvořit nebývalé věci. Nezávislost je volba jít vlastní cestou. Je vůdčím principem i vnitřní motivací. Není samozřejmá. Musíme si ji zasloužit. Nezávislost vyžaduje převzít osobní zodpovědnost za své jednání. Stát se nezávislým vyžaduje vytrvalou práci a odhodlání. A také trochu štěstí. Nezávislí lidé věří ve svůj tým stejně jako sami v sebe.

Díky aktuálnímu vydání magazínu se více dozvíte i o novinkách týkajících se bydlení, ale také třeba to, jak se koronavirová pandemie podepsala na domácí stavební výrobě. Představujeme rovněž tým agentury Henceforth., který nám byl nápomocen při přípravě rebrandingu značky. Nechybí ani informace o dalších oblastech naší činnosti. Ať již projekty soutěží Czech Press Photo a Czech Nature Photo nebo start letní sezóny našeho areálu Monínek.

Přejeme příjemnou zábavu při čtení.

Za redakci 3Gema
Marcel

Nezávislost dává výjimečným lidem prostor ke spolupráci.

6
Novinky

8
realitní trh
Investice do nemovitostí

14
realitní trh
Bytová mánie
zachvátila Česko



20
rozhovor
Vít Sural: Nemovitosti se
budou ještě více digitalizovat

26
představujeme
Nový rezidenční areál v Plzni

28
dokončený projekt
V Zahrádkách, Plzeň

30
realitní trh
Byt, nebo dům?



36
bydlení
Když méně
znamená v bytě i více

44
bydlení
Ochranu před pandemií
zajistí i pravidelné větrání

46
stavebnictví
Koronavirus,
stavebnictví a developři

50
rebranding
Proč se mění značky?



52
rebranding
Henceforth.
Trigema si uvědomuje
důležitost značky

64
výstava & soutěž
Czech Press Photo
Poprvé v Národním muzeu

68
výstava & soutěž
Czech Nature Photo
Nejlepší fotografie přírody

72
celoroční areál
Monínek se vyplatí
navštívit i toto léto

74
Události a akce

„Tématem nejen uplynulého, ale i současného roku jsou dopady pandemie do všech oblastí lidské činnosti.“

— Zdenka Klapalová, prezidentka ARTN a ředitelka realitně poradenské společnosti Knight Frank



Nová analýza realitního trhu Trend Report

Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí (ARTN) vydala Trend Report 2021. Jedná se o jedinou komplexní analýzu českého trhu nemovitostí, která shrnuje vývoj na realitním trhu za uplynulý rok. Autorský tým ve svých kapitolách reflektuje dosavadní vývoj v jednotlivých segmentech nemovitostního trhu a přináší ucelený pohled na aktuální situaci. Na části věnované rezidenčnímu trhu se autorsky podílela společnost Trigema.

„Velkým tématem nejen uplynulého, ale i tohoto roku jsou dopady pandemie do všech oblastí lidské činnosti. Realitní trh se ukázal vcelku jako velmi stabilní. K nejméně ovlivněným patří segmenty cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie. Změnami prochází kancelářský trh. Naopak jsme svědky boomu logistiky a skladových areálů, souvisejícího s růstem e-commerce,“ říká Zdenka Klapalová, prezidentka ARTN a ředitelka realitně poradenské společnosti Knight Frank, a dále doplňuje: „Také rezidenční trh vychází z pandemie posílen. Poptávka dlouhodobě převyšuje nabídku, ceny nemovitostí plynule rostou. V segmentu investic je situace velmi podobná. Jejich objem sice oproti loňsku mírně klesl, navzdory pandemii a očekáváním některých investorů z první poloviny loňského roku se však neobjevily žádné vynucené prodeje a i nadále přetrvává velký nedostatek kvalitních investičních produktů.“ Nedílnou součástí vydané publikace je každoroční průzkum, kterého se letos zúčastnilo 136 respondentů z řad členů ARTN a dalších odborníků na realitní trh.



Marcel Soural ve správní radě ARTN

Valná hromada Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí zvolila v dubnu na svém zasedání složení své správní rady pro další období. Mezi jejími členy je rovněž Marcel Soural, předseda představenstva Trigemy. Kromě Sourala byla do správní rady zvolena například také Zdenka Klapalová, prezidentka Asociace a současně i ředitelka Knight Frank v Česku. K dalším osobnostem patří mimo jiné Petr Palička z Penty.

K hlavním cílům asociace patří zvýšení kvality, stability a transparentnosti českého trhu nemovitostí, standardizace postupů a procesů na českém trhu nemovitostí či zvýšení informovanosti odborné i laické veřejnosti v dané oblasti.



Virtuální Běh pro Paraple

V průběhu května uspořádalo Centrum Paraple virtuální Běh pro Paraple. Jedná se o první ročník této události. Akce však volně navazuje na tradiční Běh pro Paraple, jehož první ročník se konal již v roce 2000. V tomto běhu soupeří dvojice či týmy na trati o délce od 100 do 800 metrů.

Každý z účastníků virtuálního Běhu pro Paraple mohl během měsíce chodit, běhat nebo jezdit na kole a svůj výkon trasovat s oblíbenou aplikací. Pak stačilo jen nasdílet svou zdolanou vzdálenost. Ti nejlepší se mohli těšit na ceny od sponzorů – například batohy Yoshi z olympijské kolekce od značky Alpine Pro, dřevěné korbele a prohlídky pivovaru od Pilsner Urquell či zapůjčení automobilu Škoda Enyaq iV. Hlavní partner akce Auto Poly zapůjčil vůz Škoda Octavia s úpravou na ruční řízení Škoda Handy s plnou nádrží na týden jako cenu pro hendikepované.



Další závod v mostecké zóně Joseph

Ve strategické průmyslové zóně Joseph v Havraní u Mostu se zahajuje výstavba závodu na výrobu tepelných a kročejových izolací společnosti Fibrán. Závod bude mít po dokončení stavby plochu okolo 17 000 m². Bude se skládat z výrobní haly a dalších prostor, jako jsou například kanceláře, vrátnice a ostatní vybavení.

„Výstavba závodu zahrnuje nejen vybudování moderního pracoviště v podobě výrobní haly s laboratořemi, ale také sídla společnosti. Jeho součástí bude plošina s vyhlídkou na celý areál, která bude na střeše administrativní budovy. Se studiem Loxia, které zpracovalo komplexní návrh od prvních skic až po prováděcí projekt, se Trigema aktivně podílí na úpravě některých technických řešení. Celý závod za stovky milionů korun bude stát v sousedství areálů dalších významných světových značek,“ říká Ing. Radim Šponar, obchodní ředitel stavební společnosti Trigema Building, která je součástí skupiny Trigema.

Projekt areálu společnosti Fibrán za necelých 260 milionů korun, který se v severních Čechách stane zdrojem nových pracovních příležitostí, realizuje společnost Trigema. Autorem návrhu je studio Loxia.



Pokračuje rekonstrukce Hotelu Thermal

Probíhající práce na rekonstrukci Hotelu Thermal v Karlových Varech zajišťuje společnost Trigema, která zde kromě prací na snížení energetické náročnosti budovy postupně obnoví bazénový komplex. Celkové náklady dosahují dohromady zhruba 200 milionů korun.

Trigema kromě opravy části fasády Hotelu Thermal – Areál bazén v karlovarském areálu současně provádí práce na snížení energetické náročnosti. Zároveň připravuje stavební úpravy stávajícího bazénového komplexu s celkovou kapacitou 552 osob.

Součástí zakázky tu bude mimo jiné nová přístavba strojovny VZT a především pak výměna bazénové vany stávajícího venkovního bazénu, který bude rozdělený na dvě části: jednak na koupelový bazén s běžnou bazénovou vodou o rozměrech 39×15 metrů a dále pak bazén ve velikosti 10×15 metrů, kde bude pouze vřidelní voda. Bude se jednat o jediné místo v Česku, které bude moci vřidelní vodu v této podobě nabídnout.



Investice do nemovitostí jsou bezpečným přístavem

Není to složitá matematika: Inflace se blíží třem procentům, úroky na vkladech se blíží nule, akciové trhy jsou vlivem celostátních lockdownů rozkolísané, v uměleckých dílech se mnoho z nás nevyzná a cena zlata se již vyšplhala dost vysoko. Kam tedy vlastní zdroje bezpečně investovat? Zbývá se poohlédnout po kvalitní nemovitosti na dobré adrese.





„O změně bydlení v následujících pěti letech přemýšlejí dvě pětiny respondentů.“

Máme zde nový fenomén. Ceny rezidenčních nemovitostí se vyvíjejí v protipohybu k prohlubující se ekonomické krizi. Z analýzy TopForex vyplývají dva hlavní faktory, proč tomu tak je. Spotřebitelé, poučení nestálostí trhu, pochopili, že investovat peněžní zásoby do nemovitostí je vedle investic do zlata nejmenším rizikem. Druhým důvodem jsou momentálně výhodné podmínky hypotečních úvěrů, jejich úročení a možnosti snižování splátek. Jedná se mnohdy o klíčové faktory v rozhodování zájemců o půjčku.

Propočet není jednoduchý

Uvedeme modelový případ, i když není celý propočet vůbec jednoduchý. Dnes totiž nikdo není schopen predikovat vývoj na trhu v horizontu 30 let. Přesto se o to s určitou mírou rizika pokusíme.

Varianta 1. Máte na účtu sedm milionů korun. Jestliže je necháte ležet na běžném účtu, pak vězte, že se jejich kupní síla v důsledku tříprocentní inflace za zmíněných 30 let prakticky rozplyne.

Varianta 2. Za oněch sedm milionů si zakoupíte byt „na dobré adrese“. U takového bytu lze očekávat, že jeho hodnota se každoročně zvýší o 4–5 procent. Znamená to, že za 30 let budete vlastnit byt, jehož tržní hodnota bude přibližně 16 milionů korun. Pochopitelně se o majetek musíte starat. Vlastnit nemovitost vyžaduje udržovat ji v dobrém stavu. To znamená, že je potřeba platit za opravy, údržbu, pojištění, daň z nemovitosti a za správu nemovitosti.

Varianta 3. Máte peníze na účtu, ale byt nepotřebujete. Koupíte jej na investici. Zde je výpočet mnohem složitější. Byt za sedm milionů pronajmete měsíčně za 20 tisíc korun. Je zde ale poměrně dost faktorů, které mají na výši zisku vliv. Vlastnit nemovitost vyžaduje, abyste ji udržovali v dobrém stavu. V případě pronájmu budete každoročně kupovat mnohé zařízení bytu a budete jej muset i vymalovat. Jinak zde nabíhají stejné náklady jako u varianty 2. Musíte si ale připočíst ještě náklady s inzerováním bytu a vlastní čas, který strávíte organizováním a hledáním zájemců o pronájem. Nelze rovněž počítat s příjmem z pronájmu za celých 12 měsíců – reálných je spíše deset. Jestliže si najmete realitní společnost, pak si odečtete další měsíční nájem, který se stane jejich provizí. A aby toho nebylo dost, příjmy je nutno po odečtení investic ještě zdanit. Reálně lze za 30 let na nemovitosti vydělat zhruba čtyři až pět milionů korun.

Výhodou je, že byt, jehož hodnota v čase roste, budete stále vlastnit. Stejně jako je tomu u varianty 2.

Byty stále dražší

O tom, že hodnota nemovitostí v čase opravdu roste, svědčí následující srovnání: Ceny bytů v Praze a dalších krajských městech meziročně vzrostly o 10,4 procenta na 67 000 Kč za m² (2 451 eur). Nejdraž se prodávaly byty v Praze s průměrnou cenou 88 700 Kč za m² (3 244 eur).

A zdaleka nejde jen o tuzemský trend. Rovněž z údajů Národní banky Slovenska vyplývá, že ceny nemovitostí navzdory pandemii a hrozící krizi kvartálně stouply o 3,6 procenta. Průměrná cena za m² se ve 3. kvartálu loňského roku pohybovala na úrovni 1 831 eur. Ve stejném období před rokem to bylo 1 556 eur za m². Co se týká hlavního města Bratislavy, tam cena za stejné období stoupla z 2 072 na 2 373 eur za m². V meziročním

srovnání se tempo růstu cen realit loni na Slovensku dokonce zvýšilo nejvíce od roku 2008, konkrétně o 11,2 procenta.

Ve Spojených státech pak rostly ceny nemovitostí během tří „nejhorších“ měsíců po vypuknutí pandemie více, než to bylo během tří nejlepších měsíců před vypuknutím poslední finanční krize. Jak uvádí The Economist, ceny nemovitostí v zemích G7 se ve 3. čtvrtletí loňska zvýšily o 6 procent. Například v Německu narostly ale až o 11 procent.

„Nabídka rezidenčních nemovitostí v ČR přesto mírně poroste. Stejně jako poptávka po nich.“

Podle roční studie UBS Global Real Estate Bubble Index z konce minulého září, která analyzuje dvacet pět velkých měst po celém světě, jsou výrazně nadhodnocené ceny nemovitostí až v polovině z nich. Ze studie, kterou realizoval UBS Global Wealth Management vyplývá, že eurozóna je regionem s nejpředraženějšími trhy s bydlením. Na prvních příčkách se umístily Frankfurt a Mnichov.

Když bydlet, tak ve svém

Propad ekonomiky způsobený vládními protiepidemickými opatřeními se neustále prohlubuje. Stát zadlužuje obrovskými sumami už i příští generace. Rodinné rozpočty se chovají mnohem zodpovědněji. Přestože úrokové sazby u hypotečních úvěrů během koronavirové pandemie setrvale klesají, roste podíl občanů Česka, kterým to zřejmě nebude nic platné. Až dvě třetiny z těch, kdo touží bydlet ve vlastním, se obávají, že se jejich sen rozplyne jak pára nad hrncem. Šest procent

domácností má už nyní problém se splácením hypotéky nebo úhradou nájemného. Více než pětina lidí se bojí, že je stejný problém čeká v dohledné budoucnosti.

Přesto o snížení nájmu požádalo zatím jen asi šest procent dotázaných, jak tvrdí alespoň aktuální průzkum společnosti Generali Investments. Z něho také vyplývá, že drtivá většina občanů chce bydlet ve vlastním domě nebo bytě. Před pronájmem tuto variantu upřednostnilo 92 procent dotázaných. O změně bydlení v následujících pěti letech přemýšlejí dvě pětiny respondentů. Dva ze tří, kteří si vlastní byt či dům teprve hodlají pořídit, žijí ale v obavách, že splnit si svůj sen pro ně bude kvůli koronaviru složitější.

Působí proti sobě

Lidé pociťují nervozitu. Nedivte se. Pouze otřlí jedinci by bez následků na duševním zdraví přežili několikaměsíční mediální masáž o milionech mrtvých a stamilionech nakažených. Není vyloučeno, že se cenový trend na nemovitostním trhu otočí či se neustálé zdravotování domů a bytů alespoň lehce utlumí. Vlastně by to bylo jedno z mála pozitiv, která by pandemie mohla mít. Horší nemovitosti zlevní a ty na lepších adresách svůj cenový růst přibrzdí.

Do hry však vstupuje druhý faktor. Tím jsou značné finanční rezervy, které mají lidé na účtech. Ty, jak jsme si již řekli, požírá celkem spolehlivě inflace. Není divu, že u této skupiny lidí registrujeme nechuť dál držet peníze na účtech.

Lze proto očekávat, že se jejich zájem přesune do nákupu nemovitosti. To by pak poptávku po nemovitostech mohlo držet a bránit tak většímu poklesu jejich cen.

Tato výrazná skupina lidí neřeší problém bydlení. Hledá především efektivní možnost k investování. Hypoteční financování je



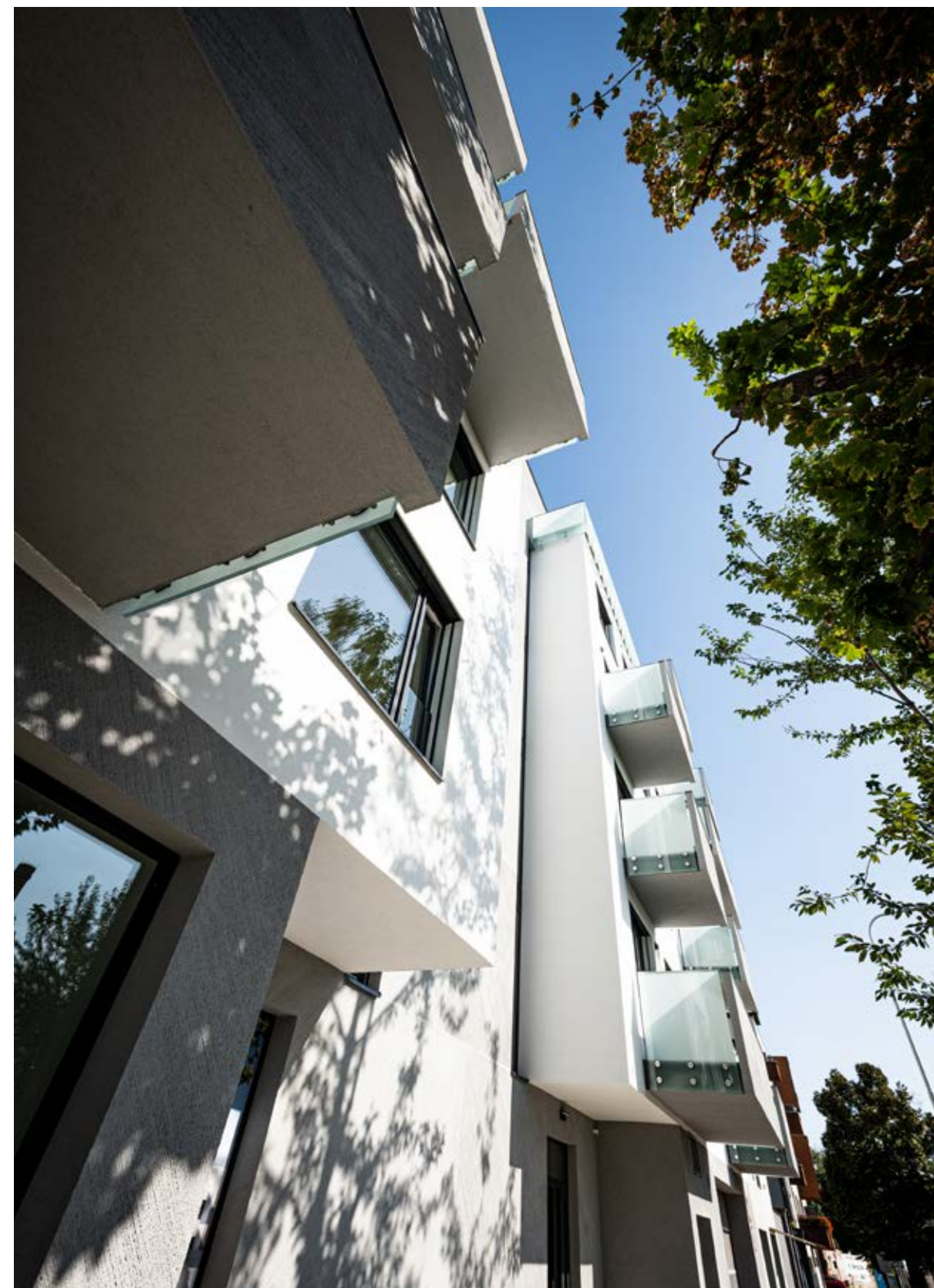
nezajímá. I proto se v současnosti v průměru každá třetí nemovitost prodá na investici. Větší zájem je přitom o byty v projektech v širším centru Prahy s dobrou dopravní dostupností. U takových projektů pak podíl investičních bytů dosahuje mnohdy až 40 procent. Přednost mají hlavně garsonky a malé byty 2 + kk do zhruba 45 m². Právě u nich lze dosáhnout nejlepších výnosů a návratnosti.

Stále dobrá investice

Příčiny růstu cen lze ale spatřovat i na straně nabídky. Ta je v současnosti slabá. Jednou z příčin je to, že stavební výroba v reálném vyjádření klesá. Oproti koupěschopné poptávce tak stojí limitovaná nabídka, která je přiškrcena i kvůli tomu, že povolování nových projektů dlouho trvá. K tomu navíc vláda slibuje stavební investice, které kapacity stavebních firem vyčerpají. Nebude tedy důvod, aby stavební náklady klesaly.

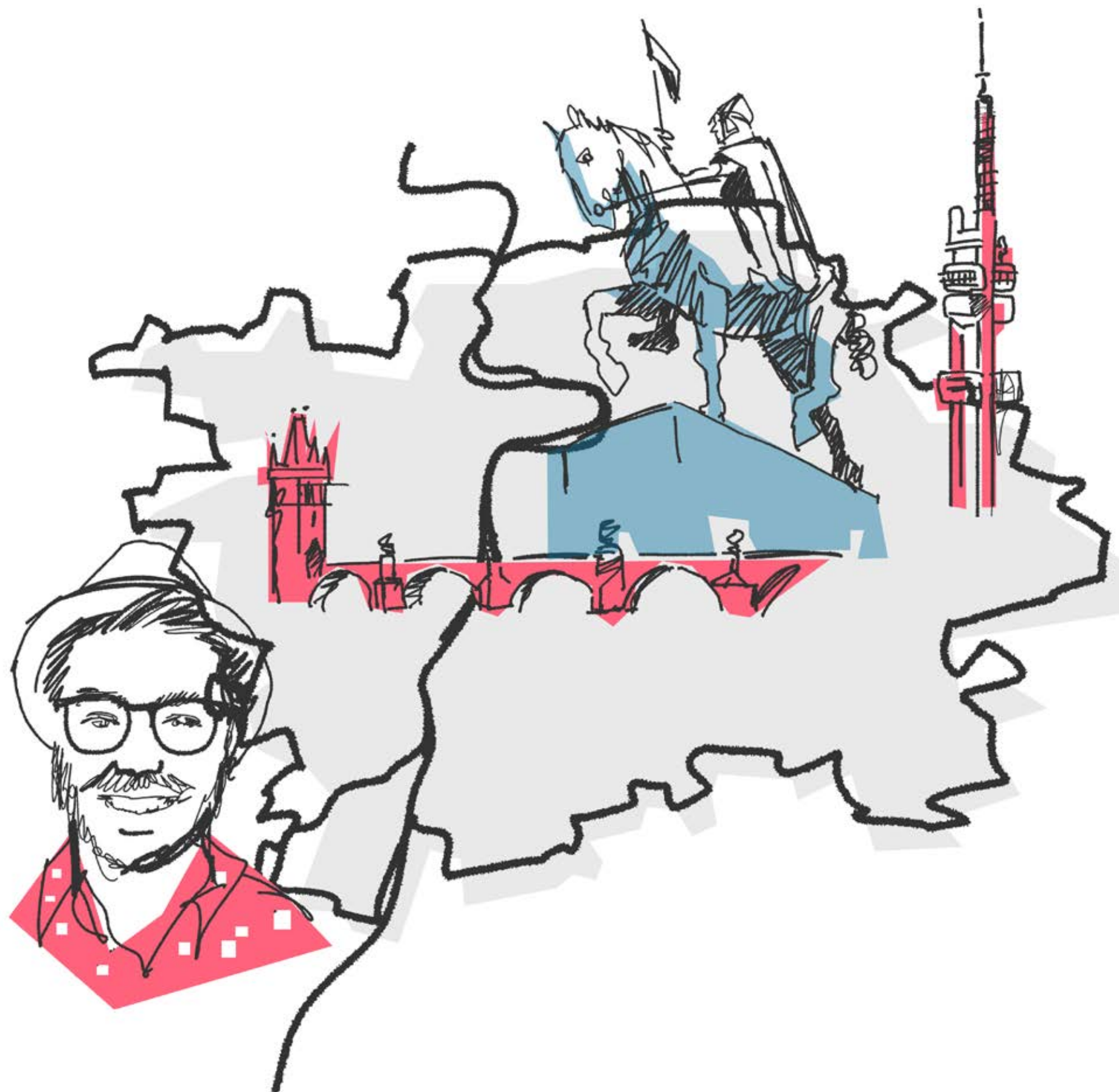
Nabídka rezidenčních nemovitostí v ČR přesto mírně poroste. Stejně jako poptávka po nich. Za rok 2020 by podle developerů u nás měla stoupnout o 1,2, a v Praze pak dokonce o 2,3 procenta, jak vyplývá ze studie CEEC Research.

Developeri očekávají růst nabídky nemovitostí i v roce 2021: V Česku by to mělo být o 1,6 a v hlavním městě o 2,5 procenta. Pro letošek pak u nás počítají i s růstem poptávky o 1,6 a v Praze o 1,9 procenta. „Poptávka po bydlení zůstává vysoká. Do budoucna lze navíc počítat i se silnějším zájmem fondů a dalších větších investorů. Investice do rezidenčních nemovitostí jsou dnes jedním z nejvýhodnějších způsobů, jak volné finanční prostředky uložit. Jejich hodnota neustále roste,” dodává k tomu předseda představenstva společnosti Trigema Marcel Soural.



Bytová mánie zachvátila Česko

Hlad po nových bytech je v současnosti obrovský. Čím si to vysvětlit? Příčin, proč tomu tak je, lze najít hned několik. I proto se na přelomu loňska a letošního roku jen v Praze během půl roku prodalo více než 4 100 bytů. I mimo město se trhu daří.



Loni na jaře, kdy odstartovala koronavirová pandemie, jen málokdo čekal, že zájem o nové bydlení nepoklesne. Stav blížící se nejistoty nahrával spíše opatrnosti. Na krátkou dobu opravdu také ke snížení prodejů došlo. Zejména ve druhém kvartálu byl patrný výraznější propad. Proдалo se totiž jen 1 100 jednotek, jak ukázala studie Trigemy, Skansky a Central Group.

Brzy se však poptávka opět oživila. Obchodní výsledky developerů se výrazně vylepšily již ve třetím čtvrtletí a hlavně pak na konci roku, kdy se na pražském trhu uplatnilo nejvíce jednotek za posledních deset let. Dohromady to bylo hned 2 050 bytů! A to pravděpodobně nečekali ani ti největší optimisté.

Ještě větší apetit byl příznačný pro první tři měsíce letoška. Výsledkem bylo rekordních 2 100 prodaných bytů. O jaké byty je zájem nejčastěji? Dvoupokojových bylo více než 900. To představovalo 43,7 procenta ze všech prodaných bytů. Jednopokojových se pak na trhu uplatnilo 478, tedy 22,8 procenta.

Přes 1 300 jednotek si našlo své majitele ve středních Čechách. Silným trhem zůstává rovněž Olomoucko. Bytů se tam prodalo okolo 900. Stabilní oblastí s vyšším zájmem je pořád také Plzeňsko. Tentokrát se zde developerům a dalším realitním podnikatelům podařilo prodat více než 800 jednotek. Na druhé straně k místům, kde je poptávka po novostavbách nízká, patří především Ústecký a Karlovarský kraj. Většinou se tu prodají jen nižší desítky jednotek.

Za celý loňský rok se v regionech prodalo 7 093 jednotek. Rok předtím to bylo jen 4 375 bytů. I to dokládá, jak se bytům v současnosti daří.

K hlavním důvodům, proč zájem veřejnosti o rezidenční nemovitosti přetrvává, patří nízké úrokové míry z hypoték a dále pak skutečnost, že byty představují bezpečné uložení vlastních finančních prostředků. V době, kdy vláda mnoha zemí nechává jisknout bezhlavě peníze, aby tak mohly sanovat vlastní veřejné výdaje, preferuje řada lidí raději kou-

V posledním čtvrtletí minulého roku to bylo ještě 107 876 korun na m². Nejdražší byly v té souvislosti pětípokojové a větší. Jejich jednotková cena dosáhla v průměru na 136 124 korun na m². U jednopokojových to bylo 119 690, dvoupokojových 109 733, třípokojových 111 059 a čtyřpokojových 107 004 korun na m².

Průměrná cena za nabízený nový byt ve městě činila 121 507 korun na m², což znamená mezikvartální nárůst o 4 procenta a meziroční až o 9 procent. Tempo růstu cen se zvyšovalo kvůli velmi nízké nabídce a zvýšené poptávce v posledních dvou kvartálech. Ne všude v hlavním městě je však tato cena stejná. V Praze 1 se v průměru vyšplhala až na 164 464 korun na m². Naopak nejlevnější byty byly nabízeny v Praze 9, a to za průměrnou cenu 109 059 korun na m². V Praze 5, kde je ve městě nejsilnější nabídka i prodeje, dosáhla na 121 318 korun na m². Dvoupokojové byty byly nabízeny v průměru za 6 950 407 korun a třípokojové pak za 10 132 314 korun.

Za hranicemi metropole však bývají tyto ceny zpravidla mnohem nižší. Aktuálně se u prodaných bytů pohybují v průměru okolo 70 000 korun na m². Nad touto hranicí bývají zejména v Jihomoravském kraji. V posledním období ale dramaticky vystřelily například v Královéhradeckém nebo Libereckém kraji. Příčina spočívá zejména v aktuální nabídce dražších horských apartmánů.

Bydlení na horách

Kvůli horským apartmánům se průměrná cena za nový prodaný byt vyšplhala během prvního kvartálu v Královéhradeckém kraji až na necelých 100 000 korun na m². Na Liberecku to bylo více než 86 000 korun na m². Oba kraje se kvůli tomu staly bezkonkurenčně nejdražšími regionálními trhy s novým bydlením v Česku. Pro srovnání: Třetím krajem s nejvyššími cenami byly z tohoto pohledu téměř shodně Jihočeský,



„K hlavním důvodům, proč zájem veřejnosti o rezidenční nemovitosti přetrvává, patří nízké úrokové míry z hypoték.“

Třípokojových bylo více než 450 a čtyřpokojových 231. Dohromady necelá třetina. Zbytek tvořily větší byty.

Hlavním trhem s byty zůstává Praha. I mimo metropoli se však v některých krajích daří prodávat relativně vysoké počty jednotek. Příkladem je dlouhodobě především Jihomoravský kraj, kam se podle statistik společnosti Trigema a realitního agregátoru Flat Zone započítává rovněž Brno. Během loňska se tu prodalo více než 1 900 bytů.

pi nového bytu. Často je to tak výhodnější, než aby si vlastní peníze nechávali v bance. Nakoupená jednotka pak slouží především na pronájem. Výnosnost takové investice se zpravidla pohybuje mezi 3 až 5 procenty.

Růst cen

Dynamicky se vyvíjející poptávka však tlačí na ceny nového bydlení. Mezikvartálně se proto také jen pražské byty zvedly na začátku roku o 4 procenta na výsledných 112 233 korun na m². Jedná se přitom o ceny včetně DPH.

„Za hranicemi metropole však bývají ceny zpravidla mnohem nižší.“



Kvalita provedení a vnitřního vybavení takového bydlení potvrzuje, že je zacíleno na jiný typ klientů, než na jaké většinou míří inzeráty v jednotlivých krajských městech. V nabídkách horských apartmánů se proto také setkáváme s informacemi, jak daleko je odtud do Prahy, Plzně nebo jiného většího města. Z toho je zřejmé, že jednou z hlavních cílových skupin jsou pro horské apartmány movitější obyvatelé větších měst, a ne lidé z okolí.

Horské apartmány tak posouvají trend chaťování a chalupaření ve valné většině na kvalitativně vyšší úroveň, která odpovídá představám o druhém bydlení v 21. století. Lze předpokládat, že pokud nás nepostihne nějaká dlouhodobější ekonomická krize, bude tento trend ještě posilovat. S tím bude pravděpodobně také spojeno další navyšování cen tohoto typu bydlení.

Nízká nabídka

Bolavým místem bytového trhu napříč celou republikou ale stále zůstává nedostatečná nabídka, která tlačí ceny nahoru. Například v Praze se počet nabízených bytů v průběhu prvních měsíců tohoto roku nadále snižoval.

Ke konci března jich bylo v cenících již jen 4 200, tedy o 750 méně než na konci prosince loňského roku. Jde zároveň o nejnižší počet nových bytů, jaký se za poslední tři roky na trhu nabízel. Situace proto začíná být v tomto směru opravdu kritická.

Ani v regionech není z pohledu počtu nabízených bytů příliš důvodů k optimismu. Ještě před rokem se v nich inzerovalo přes 7 000 takových jednotek. Na konci letošního března jich však bylo již pouze necelých 5 200. O jak dramatickém poklesu je řeč, si uvědomíme tehdy, když se podíváme, kolik bytů bylo v nabídkách ještě ke konci roku. Napříč celou republikou, kromě Prahy, to bylo ještě více než 6 200 jednotek.

Cestou, jak situaci změnit, je zjednodušení a zpřehlednění celého povolovacího procesu připravovaných projektů. Jedině tak bude možné vyjít vstříc poptávce a potřebám obyvatel. Pokud se to nezmění, bude bytů pořád nedostatek a jejich cena pravděpodobně dál poroste.

Jihomoravský a Plzeňský kraj. Průměrná cena tam jen mírně převýšila 70 000 korun na m². Nové projekty horských apartmánů jsou právě i v jižních Čechách a na Plzeňsku. Konkrétně například na Zadově, v Lipně nad Vltavou nebo v Železném Rudě.

Horské apartmány však nejsou výjimečné pouze cenou. Nechybí v nich totiž kromě parkování někdy ani vybavení vnitřním nábytkem, včetně kuchyňských koutů. Ubytování v nich tak často připomíná spíše prvotřídní horský hotel. Nechybí v něm třeba recepce, služby concierge, wellness & spa, snídaňové lounge a vlastní restaurace.



VÍT SOURAL

Nemovitosti se budou ještě více digitalizovat

Výběr bytu se v poslední době odehrává především na internetu. Pandemie koronaviru tento trend ještě uspíšila. Inzertních portálů najdete v on-line prostředí velké množství. To ale neplatí o agregátorech. Tisíce rezidenčních nemovitostí z více než 500 projektových webů nabízí Flat Zone. S projektovým manažerem Vítem Souralem jsme se bavili nejen o tom, co vše tento agregátor dovede.

Serverů, které nabízí nemovitosti, je relativně dost. V čem je Flat Zone jiný?

Pod pojmem „server, který nabízí nemovitosti“ si každý pravděpodobně představí nejznámější české portály jako Sreality nebo iDNES Reality, které vystavují jakýkoliv typ nemovitostí, tedy byty, domy, pozemky, komerční nemovitosti od uživatelů, kteří tam za inzerci platí. Vyhledávač Flat Zone se liší ve dvou zásadních aspektech. Tím prvním je, že se nejedná o inzertní portál, ale agregátor. Projekt není závislý na inzherentech, kteří do vyhledávače vkládají nemovitosti. Agregátor si nabídku nemovitostí stahuje z veřejně dostupných zdrojů sám. Tímto způsobem je možné docílit téměř stoprocentního pokrytí celého trhu, čehož klasické inzertní portály nejsou schopné dosáhnout. Vyhledávač Flat Zone se zároveň zaměřuje primárně na trh developerských projektů, což přitahuje uživatele hledající nové bydlení. To developerům generuje velice kvalitní návštěvy na jejich projektových webech, na které ve vyhledávači odkazujeme.

Jaký je z pohledu nabídky nemovitostí český internet? Lze to nějak srovnat se zahraničními portály?

Fungování inzertních portálů je ve všech zemích více méně stejné – prodávající nebo zprostředkovatelé vystaví inzerát, kupující ho najdou a nemovitost koupí. Stránky se musí adaptovat na místní legislativu a jiná specifika, která podnikání ovlivňují. Napadá mě například možnost propojení nabídkových dat s daty z katastru nemovitostí. Ve Velké Británii nebo ve Spojených státech je to běžné, při psaní inzerátu se napojíte na databázi v katastru a vyberete si záznam bytu, který aktuálně prodáváte. Na stránkách inzerátů je poté k dispozici automaticky generovaná informace o historických transakcích nebo pronájmech této jednotky. Porovnání mezi nabídkou a transakcí je díky tomu viditelné na jednom místě. Takové propojení je u nás zatím velmi obtížné. Další rozdíl představuje dostupnost informací v cenících developerských projektů. V Česku je naštěstí zvykem vystavovat většinu nabízených bytů společně

s mnoha parametry veřejně na projektových webech. Naproti tomu třeba v Anglii se do veřejné nabídky vypustí jen hrstka ukázkových bytů, zbytek bytů se dá získat z těžce dostupných katalogů.

Původně jste začínali s nabídkou novostaveb. O co se posléze Flat Zone rozšířil?
V průběhu posledních dvou let jsme přidali spoustu nových produktů, které návštěvníkovi šetří čas nebo rozšiřují jeho povědomí o realitním trhu. Pro kupující a realitní profesionály jsme spustili automatický odhad ceny nemovitostí, agregátor novinek z realitního trhu, zpracováváme fakta z trhu nebo kvartálně aktualizované lokální reporty všech pražských správních obvodů. Pro firmy jsme na začátku tohoto roku spustili datovou plat-

v pořádku, byt se dostane do databáze Podpultovek, ze které naši investoři čerpají.

Jaká je zhruba návštěvnost vašich stránek?
Na začátku minulého roku byla návštěvnost zhruba 8 000 uživatelů měsíčně, dnes se pohybujeme kolem 20 000 uživatelů měsíčně.

Máte nějak podchyceno, kdo vás navštěvuje nejčastěji?
Primárně nás navštěvují zájemci o bydlení a profesionálové z trhu. Částečně se nám potvrzuje známá teorie, že ženy dělají rozhodnutí o bydlení a muži platí. Z našich statistik zjišťujeme, že 56 % ze všech uživatelů jsou ženy. Nejvíce z věkové kategorie od 25

„Realita je taková, že se cena za metr čtvereční v Praze za posledních pět let zvýšila na téměř dvojnásobek.“

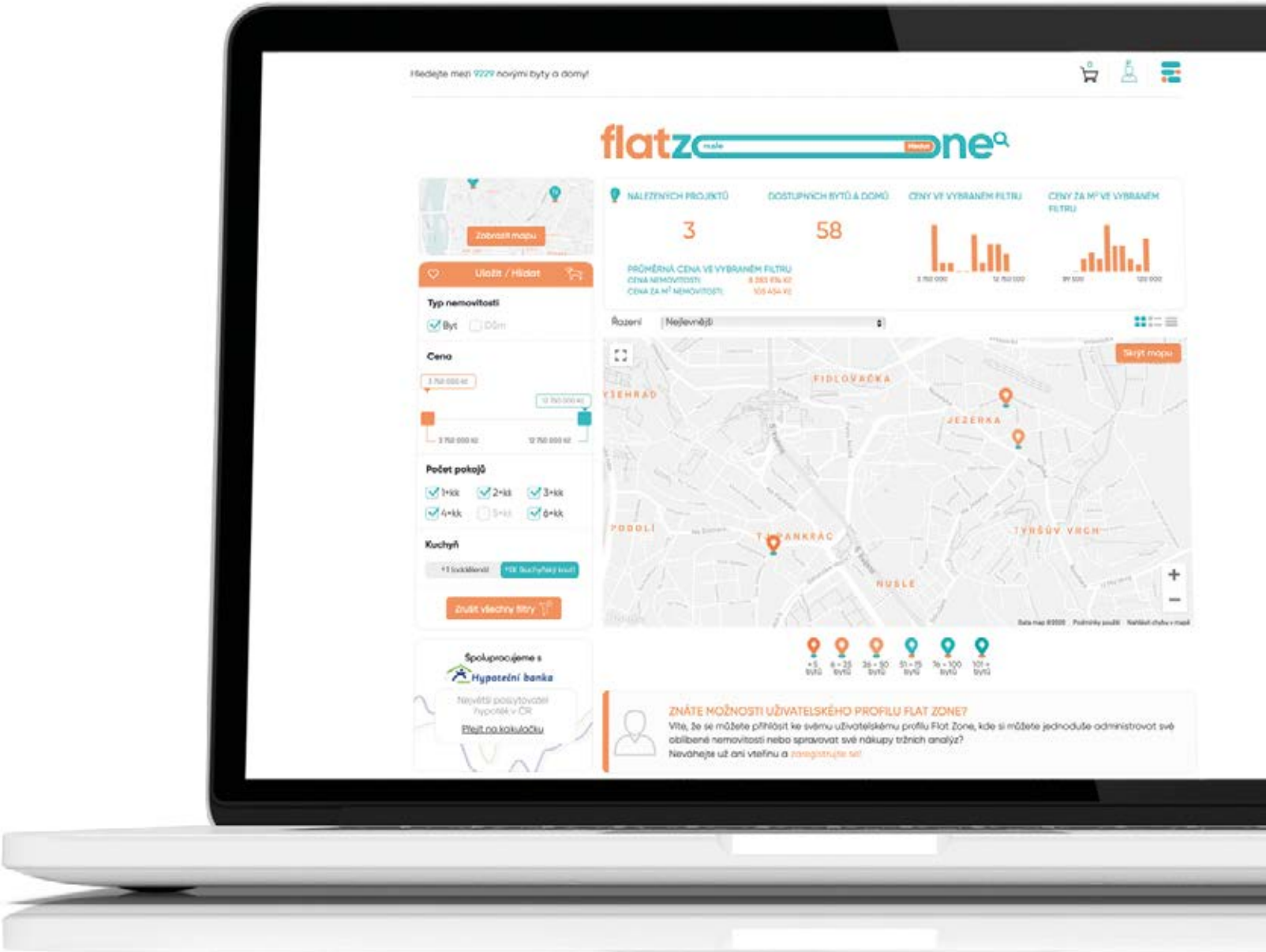
formu, přes kterou je možné na pár kliknutí generovat analýzy akvizičních příležitostí nebo monitoring konkurence.

Loni jste přišli s Podpultovkami. Na čem je tato služba založena?
Podpultovky spojují náš automatický oceňovací algoritmus a manuální kontrolu všech inzertátů. Je to ideální nástroj pro investory, kteří na trhu hledají výhodné příležitosti a nemají dostatek času se analýzám věnovat. Každý den se na inzertních portálech v Praze objeví desítky až stovky nových bytů. My zkontrolujeme správnost zadaných dat a zhodnotíme stav bytů dle fotografií a popisu. Ke každé nemovitosti připojíme 10 nových parametrů a cenu vyhodnotíme přes náš algoritmus. Analytici následně vyhodnotí rozdíly v hodnotě a aktuální ceně, a pokud je výpočet

do 34 let. Rozhodnutí o koupi nové nemovitosti je velmi časově náročné, proto 34 % všech uživatelů, kteří Flat Zone někdy navštívili, se k nám dlouhodobě vrací zpět.

Mezi poptávajícími je velký zájem především o menší byty. Registrujete i na Flat Zone, že se návštěvnost soustřeďuje hlavně na takové jednotky?
V Praze ano. Realita je taková, že se cena za metr čtvereční v Praze za posledních pět let zvýšila na téměř dvojnásobek. Platí se lidem o tolik nevyšly, a proto lidé musí hledat menší byty. Neznamená to tedy, že by lidé v menším bydlet chtěli, ale musejí. Za poslední tři roky se průměrná prodávaná výměra zmenšila o 7 m². Nabízená výměra se zmenšila dokonce o 13 m². Mimo Prahu jsou nejpobulárnější dvoupokojové a třípokojové

„V Česku je naštěstí zvykem vystavovat většinu nabízených bytů společně s mnoha parametry veřejně na projektových webech.“



byty, protože jejich ceny nejsou vzhledem k místním platům ještě tak vysoké, jako je tomu v Praze.

Kolik je vás v týmu a podle čeho si nové kolegy vybíráte?

V týmu je nás aktuálně osm. Pět z nás se stará o technickou stránku projektu, zbytek o obchodní a marketingové záležitosti. Při nabírání nových kolegů si vždy určitým způsobem otestujeme schopnosti uchazečů v doméně, na kterou hledáme kolegu. Mimo to také vyžadujeme alespoň základní znalost nemovitostního trhu. Dalším důležitým aspektem je, jestli se nový kolega dobře začlení do kolektivu a jestli se chce učit novým věcem.

Spolupracujete i s nějakými sdruženími či firmami? Pokud ano, o jakou oblast spolupráce se jedná?

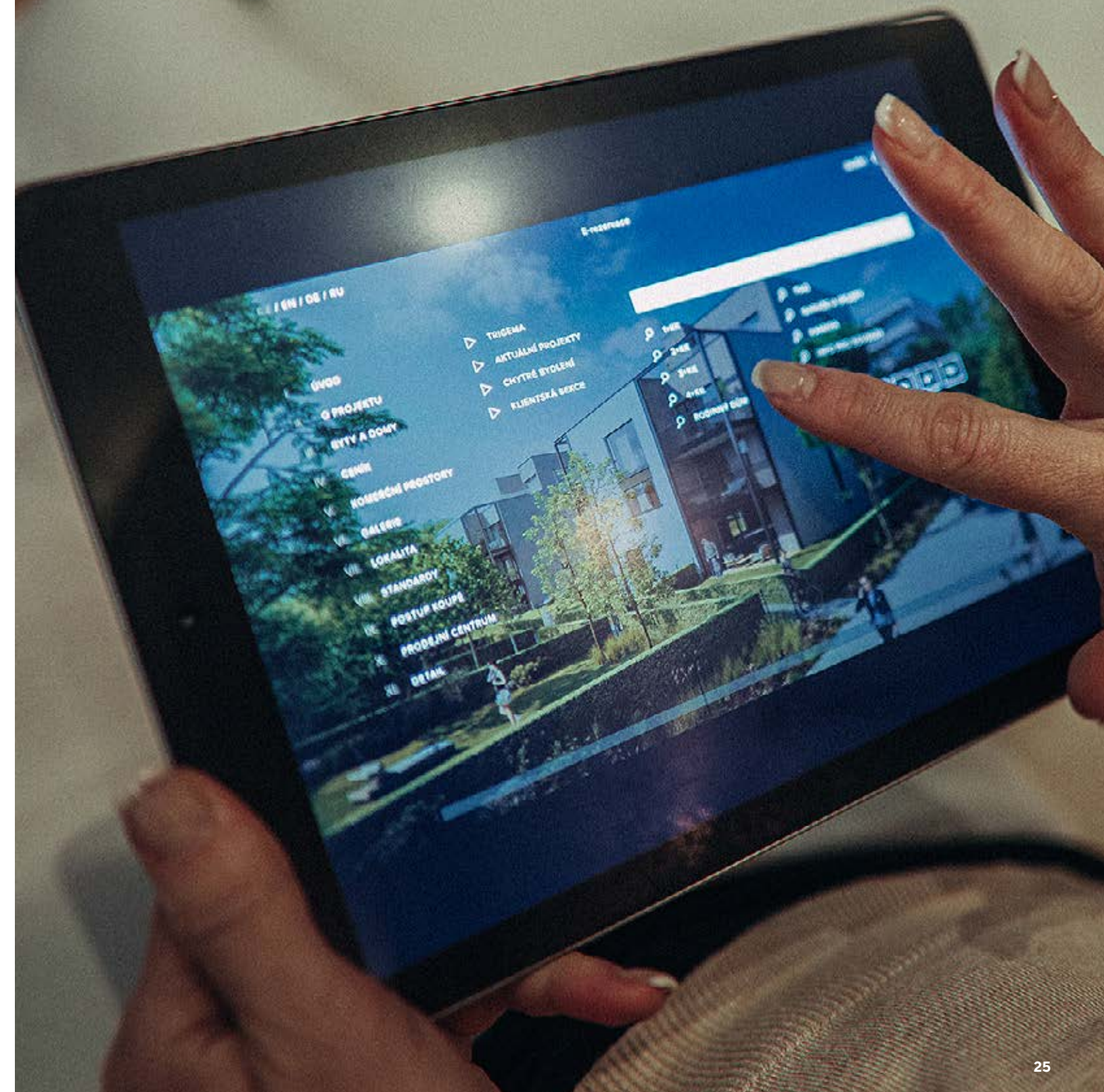
Jsme členy československé Proptech asociace, díky níž se účastníme pravidelných rezidenčních setkání, připravujeme společné PR výstupy nebo si navzájem pomáháme v zefektivnění obchodních činností. Se společnostmi Realpad a Lekvi jsme založili konsorcium, skrze které nabízíme developerům komplexní prodejní služby včetně analýz a CRM systému. Díky projektu Realitymorava.cz máme také možnost na Flat Zone ukazovat nabídku secondhandových

vých bytů. S Hypoteční bankou spolupracujeme na hypotékách na tipařské bázi. Rádi také spolupracujeme s novináři. Například portál Estav.cz využívá naše data k vytvoření a aktualizaci informační cenové mapy o nemovitostech ve všech krajích a jejich největších městech.

Kam se bude podle vás nemovitostní internet ubírat v dalších letech?

Nemovitosti se budou určitě více digitalizovat. Můžeme očekávat méně soukromých nabídek a větší transparentnost trhu. Vedle nabídek se bude digitalizovat i celý nákupní proces. Například společnost Trigema jako jeden z mála developerů na československém trhu nabízí on-line rezervaci nemovitostí. Koupě celé nemovitosti je další logický krok. Dalším trendem na trhu je automatizace. V posledních letech přibývá nástrojů, které realitním profesionálům práci usnadňují. Jde mimo jiné o tyto služby – distribuce na inzertní portály, tvorba reklam, zápis do katastru nemovitostí atd. Takové nástroje dokážou lidem usnadnit desítky hodin práce a zvýší tak jejich efektivitu, což vnímám jako velmi důležité. Dalším krokem jsou inovace jako řešení, které je založené na virtuální nebo smíšené realitě. Zapomenout nelze ani na dynamické cenové modely nebo nástroje, které investice do nemovitostí dále ulehčují.

„Společnost Trigema jako jeden z mála developerů na našem trhu nabízí on-line rezervaci nemovitostí.“



„Projekt není závislý na inzerentech, kteří do vyhledávače vkládají nemovitosti. Agregátor si nabídku nemovitostí stahuje z veřejně dostupných zdrojů sám.“



SKVRŇANY

Nový rezidenční areál v Plzni

Vybírat si nové bydlení není vždy jednoduché. Rezidenčních projektů, které by splňovaly vaše představy a současně i finanční možnosti, nemusí být na trhu přebytek.

Poté, co společnost Trigema dokončila v předchozích letech v západočeské metropoli bytové projekty v Kollárově ulici a lokalitě V Zahrádkách, soustředila tentokrát svoji pozornost na severozápad města. Právě zde – v části Skvrňany – do dvou let vyroste nový bytový areál, který po dokončení stavby nabídne necelých 200 moderně laděných bytů.

V šestipodlažních bytových domech budou na ploše téměř 10 000 m² převažovat menší bytové jednotky ve velikosti 1+kk a 2+kk. Chybět však nebudou ani tři a čtyřpokojové byty. Ke standardům bydlení tu budou patřit mimo jiné i tepelněizolační okna s trojskly a vlastní datové internetové připojení.

Projekt se bude opírat o prověřený koncept Chytrého bydlení, který vychází z více výhod najednou. Tím se také odliší od běžné nabídky rezidenčního bydlení. Jedním z benefitů je například také možnost přípravy modulového systému bydlení. Energetická náročnost budov a s tím spojené využití materiálů budou ve skupině B.

před dopravním či jiným ruchem z okolí. V zimních měsících tu za příznivého počasí mohou děti sáňkovat nebo bobovat.

Nový bytový areál najdete v sousedství plzeňské ulice Vojanova. V blízkosti nechybí mimo jiné školy, školky, dětská hřiště, zdravotnické zařízení, knihovna, plavecký bazén, sportovní hřiště a samozřejmě i supermarkety, menší prodejny a restaurace.

Vyznavači cykloturistiky zajisté ocení přímé napojení projektu na cyklostezku, která nedaleko Skvrňan ústí do cyklotrasy č. 37 vedoucí přes Stříbro do Železného a dále pak až na síť německých cyklotras.

Lokalita má ale především výhodné dopravní napojení na centrum Plzně. Tramvajová zastávka bude přímo sousedit s hranicí nového bytového areálu. Bude tedy doslova za rohem! Tramvají se do centra města dostanete zhruba do 11, autem do 8, a vlakem dokonce jen do 5 minut.

„Jedním z benefitů je také možnost přípravy modulového systému bydlení.“

V areálu bude pro rezidenty vyhrazeno více než 130 parkovacích míst v podzemních garážích a okolo dalších 60 na povrchu. Návštěvám a dalším hostům bude pak na povrchu k dispozici necelých 40 míst.

Rezidenti navíc bezpochyby ocení, že zde najdou nový, klidný park se zelení a dětské hřiště. Sousedící terénní val ochrání všechny

Kvalitní bude rovněž napojení ven z města. V Praze jste odsud autem do hodiny. A vydáte-li se opačným směrem, jste na hranicích s Německem do 40 minut. Již brzy navíc naváže na silniční spojení Regensburská připravovaný Městský (západní) obchvat Plzně, který cestu ze Skvrňan řidičům urychlí na severní předměstí nebo směrem na Karlovy Vary a Žatec.

realizace

DOKONČENÝ PROJEKT

V Zahrádkách, Plzeň

Architekt: Projekt pochází z tvorby ateliéru architektonické a projekční kanceláře Ateliéru SAL. Konečnou vizuální podobu získal projekt díky úpravám barevnosti fasády a změnám dílčích prvků projektu, které realizovali architekti ze studia Black n´ Arch.

Jednoduchá, zároveň ale moderní a atraktivní architektura bytových domů projektu V Zahrádkách beze zbytku splňuje současné nároky na bydlení. Elegantní kombinace bílé se šedou v plochách fasád bytových domů podtrhují výrazné černé detaily zámečnických prvků balkónů.

Čtyřpodlažní domy vyrostly v blízkosti významného obchodního centra OC Plzeň, kde je kromě potravinářského řetězce také celá řada dalších atraktivních provozoven.

Sousedství domů skýtá množství zeleně s okamžitým přístupem do příměstských lesů, což je ideální volba pro milovníky přírody. Nedaleko projektu se nachází vyhlídka s panoramatickým výhledem na celou Plzeň.

Dostupnost do centra Plzně je velmi rychlá. Ať už MHD nebo automobilem je možné být na Hlavním nádraží za 10 minut. Pohodlné je napojení na dálnici D5 směr Praha (na Zličíně – Metro B jste za 40 minut).

Parametry projektu z hlediska dispozic jsou spíše rodinného charakteru. Skladba bytů je kompletní, tedy od 1 + kk do 4 + kk, většina jsou však byty 3 + kk. Velikost jednotlivých bytů se nejčastěji pohybuje mezi 50 až 60 m². Součástí každého z bytů jsou balkóny a v nejvyšších podlažích pak velké terasy s plochou přesahující 60 m². Parkování je v suterénu v každém z bytových domů nebo jejich těsné blízkosti.



bydlení

BYT, NEBO DŮM?

Volba mezi bytem a domem je klíčová

Byt, nebo dům v Praze? Svobodná volba, přání a sny zde často naráží na tvrdou ekonomickou realitu. Zatímco v Praze pořídíte nový byt 3 + 1 o velikosti 85 m² za zhruba osm až deset milionů korun, za rodinný domek se zahradou na okraji metropole zaplatíte přibližně dvakrát tolik. Pro co se tedy rozhodnout?

— Na Maninách, Praha 7-Holešovice





Volba mezi rodinným domem a bytem v centru města je pro někoho velmi jednoduchá. Záleží na preferencích, ale i na tom, na co jste zvyklí již od dětství. Pokud jste doted' bydleli v domě, asi vám představa bydlení v paneláku bude dost vzdálená. Naopak ten, kdo bydlel celý život v bytě, si musí rozmyslet, zda zvládne pečovat o zahradu a velký dům. Dobré je podívat se i na to, jestli upřednostňujete klid. V tom případě bude malý domek na kraji města v tichu přírody vhodným řešením. Na

druhém pólu je pak situace, kdy preferujete spíše ruch velkoměsta a centrum s dostatečným množstvím obchodů, služeb a širokou nabídkou kulturního vyžití.

Hlavní slovo při rozhodování by měl hrát váš styl života, povaha, pracovní nasazení a množství volného času. Obecně platí, že nová developerská výstavba mívá lepší dostupnost občanské vybavenosti než rodinný dům. Důvod je prostý: Najít vhodný pozemek pro výstavbu v širším centru Prahy je až na několik výjimek, jakou představuje například bytový areál Chytrého bydlení Bydlení Braník, téměř nemožné. Výběrem pozemku pro rodinný domek se tak vytlačujete spíše na okraj města, nebo až za jeho hranice. Tedy do tzv. satelitů.

V současné době roste popularita i takových parcel, které by v minulosti byly téměř neprodejné. Když se někde za Prahou podaří domluvit vznik nových parcel, třeba za cenu 5 000 Kč za metr čtvereční, jen se po nich zapráší. O pozemky je stejná nouze jako o byty. Hodnotu mají i takové pozemky, kde stojí domy k totální rekonstrukci nebo zboření. Nákupem takové nemovitosti si zájemce o bydlení v rodinném domě vůbec nepomůže, ba naopak bude cena vyšší ještě o náklady spojené s likvidací stávající budovy. Nemusí to tak ale samozřejmě platit všude. A pokud budete mít štěstí, tak na vhodnou nemovitost (ať již novostavbu, dům, či pozemek) za zajímavý peníz narazit můžete. Počítejte v tom případě ale s „během na dlouhou trať“.

O peníze jde až na prvním místě

Důležité je zvážit své priority i finance. O ně jde totiž vždy až v první řadě. Realita se nako- nec odvíjí od toho, kolik peněz na to vše máte. Pak často vzniká dilema, zda zvolit dům, nebo byt. Financování vlastního bydlení není levná záležitost. A v případě, že nemáte vlastní finanční prostředky na koupi, tak úvěr na nemovitost je závazek většinou na 30 a více let. Je tedy dobré být více než přesvědčen, že

zvolená taktika je opravdu také tou správnou. Změna je potom samozřejmě možná, ale vždy je to s dalšími náklady a starostmi.

Pozor zároveň na inzeráty: Bydlení za Prahou 20 minut od centra! Pokud se necháte lákat něčím podobným, pak asi ráno rádi vstáváte a cestování v dopravních zácpách je vaším koníčkem. Domek za Prahou často pořídíte za cenu pražského bytu. Když budete mít štěstí, tak dokonce i levněji. Bonusem je klid, okolní lesy, cyklostezky. Už se vidíte, jak v podvečer vysedáváte na terase se sklenkou vína a obdivujete svoji zahrádku, kde se to zelená a zabarvuje květinami. Ráno si ale budete muset přivstat. Abyste se na devátou dostali na jednání do centra, počítejte raději se dvěma hodinami. Zácpy bývají ráno velké. Auto samozřejmě můžete vyměnit za vlak, pokud do obce vede železnice a má dobré dopravní spojení na Hlavní nebo Smíchovské nádraží. Předtím ale budete muset pravděpodobně rozvézt děti do školek a škol. Odpoledne budou chtít děti zase na kroužky. V určité životní etapě si můžete proto připadat jako taxikář. Na posezení s přáteli v centru nebo návštěvy divadla pak ale raději zapomeňte. Nebo se staňte abstinenty.

S bytem je méně starostí

Byt je ideální zejména pro mladé lidi, kterým vyhovuje být v centru dění. Žije v nich ale i mnoho rodin a jsou zde spokojené. Oproti bydlení v domě má byt jistě několik nesporných výhod. Jednou z těch hlavních je nižší cena. Oproti rodinným domům jsou byty často cenově mnohem dostupnější, a i proto mohou být první volbou například pro mladé rodiny. Byt na rozdíl od domu navíc nevyžaduje tolik práce a údržby. Uklidit a udržet v něm interiér čistý je určitě jednodušší, než je tomu u rodinného domku.

O byt se zvládne postarat v podstatě každý. Na rozdíl od domu, kde musíte vědět, jak funguje jeho technické zázemí. Musíte řešit údržbu

Odpovězte si

- Plánujete početnou rodinu?
- Jste aktivní?
- Jak je pro vás důležitá dostupnost infrastruktury (lékař, nákupy, kulturní vyžití, škola, školka, pošta, restaurace...)
- Máte chatu či chalupu, kam často jezdíte?
- Vlastníte řidičský průkaz?



střechy, okapů a v neposlední řadě i zahrady či bazénu. Byty bývají také častěji situovány ve městech či jejich okolí. A tak je často snazší je pronajmout v případě, že byt za několik let již nebude vyhovovat vašim potřebám.

Co přináší dům

Dům přináší více svobody a úměrně tomu i více povinností. Asi tou největší výhodou je zahrada, po které touží ne jeden z nás. Právě zahrada je často tím největším lákadlem pro koupi rodinného domu. Příjemné posezení, soukromí a možnost vlastního bazénu či pěstování vlastní zeleniny a ovoce posouvají bydlení v domě na vyšší úroveň. Navíc když máte domácího mazlíčka, představa domu se zahradou se vám bude líbit mnohem víc.

„Byt je ideální zejména pro mladé lidi, kterým vyhovuje být v centru dění.“

Jak uvnitř, tak venku má člověk pak pocit, že může snáze dýchat. Kromě většího počtu místností, kvůli kterému si lidé domy běžně kupují, má téměř každý dům i nějaký svůj vlastní pozemek, který přináší další prostor k individuální realizaci. Nabízí se nepřeberný počet možností, jak jej využít. S větším prostorem souvisí i větší možnosti pro děti. Rodinný život je v domě v mnohem pohodlnější. Velikost parcel se však stále snižuje. Na zahradě je vhodné zejména relaxovat. Pořídít si trávník bez nutnosti časté údržby s minimem okrasných květin, s možností instalace bazénu či grilovacího místa s terasou. Pozemky tedy zejména kvůli relativně vysokým cenám dnes rozhodně nejsou velkolepější. Žádný kus pozemku proto také při plánování „zahrádknických snů“ nezůstává opomenut.

Zatímco v bytě panelového domu je vše slyšet, u řadového rodinného domu míváte většinou jen dva sousedy, s nimiž sdílíte hodně tlusté stěny. Nebo také nic, jsou-li odděleni zahradou. Jste tedy více „svým pánem“.

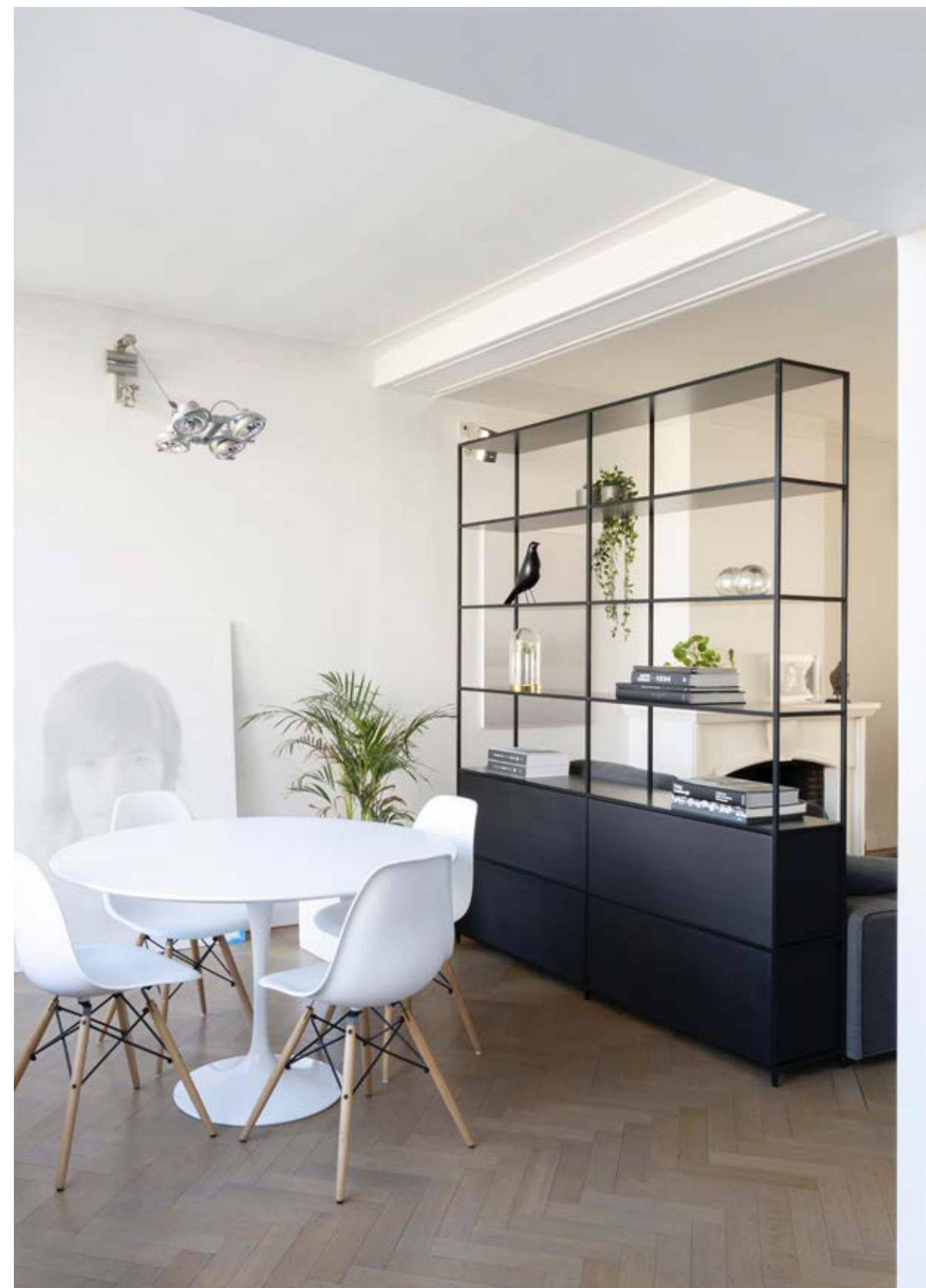
U domu je snadné realizovat různé vlastní projekty – ať je to výstavba kůlny nebo garáže, tvorba zázemí pro výkon povolání, případně vlastní bazén. Spousta lidí také miluje práci na zahradě, která je výbornou relaxací zvláště pro ty, kdo ve svém běžném zaměstnání nepracují manuálně. S domem je toto vše možné!

Jakýkoli váš projekt je v podstatě jen na vás. Nemusíte řešit se společenstvím vlastníků, jakou barvu bude mít fasáda, jestli si něco přistavíte anebo jestli si na pozemku zbudujete vlastní místo na grilování. Samozřejmě vše v rámci platné legislativy musíte řešit s příslušnými úřady. Ne vždy je to úplně snadné a oproti bydlení v bytě budete mít kolem změn dispozic v rodinném bydlení o mnoho více starostí. Ovšem budete investovat jen do toho, co vám dává smysl. V domě rovněž spíše vybudujete dlouhodobé rodinné zázemí, které může trvat desítky let a několik generací.

A co terasa nebo předzahrádka?

Velmi moderní a relativně novou možností je pak spojení obou způsobů bydlení do jednoho – například byt se zahrádkou nebo jinak zabudovanou zelení na balkoně či terase.

Občas se v menších bytových domech staví větší byty s terasou. Majitelé těchto bytů mají pak pocit volnějšího prostoru podobného domu a necítí se stísněně. Komfort je ale vyvážen cenou nemovitostí. Cena takového bytu ve městě se většinou pohybuje ve stejných relacích, jako je cena domu na jeho okraji.



Když méně znamená v bytě i více

Ceny za nové bydlení se v Praze pohybují v průměru nad sto tisíci korunami za metr čtvereční. I proto je tak důležitý výběr nábytku, který si do nového bytu pořizujete. Navíc je třeba rozlišit, jestli si budujete vlastní bydlení, nebo bude byt určený na investici, tedy na pronájem.





Kam s ním?

Nerudovskou otázku musí řešit každý nový majitel, který se stěhuje do nového bytu. Ne vždy se vám totiž podaří přestěhovat se z bytu menšího do většího. Realita je často zcela opačná.

Problém, jak do malých prostor co nejlépe vtěsnat veškerý potřebný nábytek, je často oříškem i pro zkušené designéry. Světlé odstíny, snadná kombinovatelnost a variabilita jsou hlediska, která vám pomohou do

menších bytů vybrat vhodný nábytek. Ideální volbou jsou tedy variabilní systémy, které lze přizpůsobit individuálním požadavkům každého prostoru.

Nejprve je třeba si ujasnit pár základních podmínek: logické uspořádání vnitřního prostoru, dostatek vnitřního prostoru a možnost si vnitřní prostor přizpůsobit. Ideální je mít už při výběru jasno to, k čemu budete chtít nábytek používat a co vše do něj budete chtít ukládat. Jedině tak lze vybrat ten pravý.

Trendem malých bytů je přitom využít celý prostor až po samotný strop. Do výšky se nejčastěji přesouvají postele. A to jak klasické dětské palandy, tak manželské postele.

Obývací pokoj

Dominantou obývacích pokojů jsou bezesporu sedací soupravy a pohovky. I když by se mohlo zdát, že jde o totožný kus nábytku, není tomu tak. Pohovka je rovná a umožňuje sezení dvěma až třem osobám. Její jednoduchá konstrukce a menší rozměry ji

předurčují k použití v menších prostorech, jako jsou garsonky či malé byty. Dříve se za pohovku považovaly pouze ty výrobky, které neměly opěradlo. Dnes již na takový nábytek narazíte spíše stěží. Pohovky mohou být vyrobené z různých materiálů a také různých konstrukcí. Nejčastější povrchová úprava je textil nebo kůže.

Sedací soupravy jsou proti pohovkám rozměrnější a robustnější. Oceníte je tedy ve větších místnostech, kde tak můžete

Jak postupovat?

1. Změřte si pokoj

Libí se vám konkrétní postel nebo skříň a za každou cenu byste ji chtěli? Potlačte svůj chtíč a nejprve porovnejte rozměry pokoje s rozměrem kusu, který zamýšlíte pořídit. Co když se vám do místnosti nevejde, třeba jen o pár milimetrů?

2. Nechte byt dýchat

Pokoj nemusí být přehlcený nábytkem. Umístěte do místnosti jen to, co skutečně potřebujete a co se vám tam hodí. Vybírejte také barevně stejný či podobný nábytek a ladte vše do podobných tónů.

3. Nastavte si limit

Váš rozpočet určitě není bezedný. Nastavte si limit pro každou místnost a rekonstrukci a nakupujte s rozvahou.

4. Vybírejte univerzální nábytek

Nesnažte se kombinovat všechny barvy za každou cenu. Vyberte si dvě až tři a těch se držte. Ideální je přírodní barva v kombinaci s bílou nebo případně černou.



pohodlně využít například volný roh. Liší se od sebe různými druhy konstrukce, materiálů a designu. Prvotní volbou při výběru je právě konstrukce. Záleží na dispozici místnosti a vašich možnostech, zda zvolíte sedačku do L, nebo větší do tvaru písmene U. Dále je třeba zohlednit například to, jestli bude rozkládací či nikoli, z jakého bude materiálu, jakou bude mít konstrukci a také výplň či potah. Důležité je myslet i na úložné prostory.

Ložnice

Krok číslo jedna se skutečně týká vzhledu nábytku. Není nic horšího, než když neladí s ostatními kusy. Nebo pokud se nehodí do celkového konceptu bydlení či do konkrétní místnosti. I ta hraje při výběru roli. Abyste vybrali krásný nábytek do ložnice, je vhodné držet se spíše decentního a jednoduchého

provedení. Naproti tomu u obývacího pokoje nevádí nadčasovost spojená i s pestrými barvami nebo leskem.

Dominantou je postel, která je zároveň místem pro odpočinek a příjemné chvíle strávené s partnerem. I tento druh nábytku může mít mnoho podob. Od klasických dřevěných postelí přes laminát, kov či čalounění. Každá varianta přináší vlastní specifika. U postele se jistě budete zaměřovat na to, aby perfektně padla do vašeho interiéru a přinášela vám co největší pohodlí. Na kvalitu spánku mají větší vliv použité matrace a rošty. Postel ale může zajistit hygienický komfort, pohodlné vstávání a právě design.

Dětský pokoj

Zařídit dětský pokoj není tak snadné, jak by se na první pohled mohlo zdát. Tato místnost musí splňovat všechny požadavky dítěte a plně souznit s jeho osobností.

Prostor, který bude vaše ratolest obývat, musí být v první řadě bezpečný. V praxi to znamená, že by dětský nábytek neměl mít žádné ostré hrany, měl by být stabilní, aby jej dítě nemohlo převrhnout, a zároveň být dobře omyvatelný. Děti bývají většinou velice akční a snadno tak může dojít k nějaké nehodě. Vždy je lepší být připraveni a těmto situacím předcházet.

Komody a skříně by měly pojmut všechno oblečení a hračky, aby se nikde nic nepovalovalo. Když bude potomek vědět, že všechno má své místo, snáze se naučí udržovat pořá-

dek už od útlého věku. Zároveň neopomíjejte dětský psací stůl. Chybět by nemělo ani místo určené k učení a kreslení.

Celkový styl pokoje by měl odrážet osobnost dítěte, protože jen tak se bude v místnosti cítit dobře. Roztomilé princezně se jistě nezavděčíte námořnickými motivy a stejně tak drsný rytíř neocení jednorožce s duhou. Myslete na barevné souznění a snažte se prostor udržovat vyvážený. Nebojte se svoje dítě do zařizování zapojit. Samo si tak řekne, co se mu líbí a co ne.

Při výběru vybavení myslete vždy na prostor pro kvalitní spánek. Dětské postele musí být přiměřené věku jejich uživatele. Potřeby se s přibývajícími lety mění, na což byste neměli nikdy zapomínat. Pro desetileté děti rozhodně nejsou vhodné malé dětské postýlky.

Vestavěné skříně

Kam s přebytečnými věcmi, kterých se nechcete zbavit a navíc je potřebujete? Známe odpověď. Nechte si postavit vestavěnou skříň. Zatímco naši předkové vystačili s jednou truhlou na veškeré ošacení, současné domácnosti už se bez větších úložných prostor neobejdou. Nejde sice o nikterak levnou záležitost, ale stojí to za to. Výdaj okolo 50 tisíc až 70 tisíc korun není až tak velkou investicí. Jde o peníze, které se vrátí okamžitě po jejím vybudování.

Pomocí vestavěných skříní můžeme vytvářet - kromě výplně výklenků či nik - příčky a další účelové dělení místností. Velkou výhodou je, že to vše můžeme vytvořit prakticky bez stavebních úprav. Moderní systémy posuvných dveří umí zaplnit celou světlou výšku místnosti až do maximální výšky přesahující



„Byt k pronájmu? Nic nezkazíte neutrálním, moderním zařízením.“

tři metry. Výborně se tak hodí k praktickému dělení prostoru. Můžeme si tak například vytvořit šatnu s prosklenými dveřmi, které ji budou přirozeně osvětlovat.

Pokud si chcete do vaší dřevostavby nebo jiného bydlení pořídit praktickou a zároveň krásnou vestavěnou skříň, bude vám skvělým pomocníkem 3D návrhář vestavěných skříní. Před první návštěvou truhláře tak máte možnost vyzkoušet si ve třech jednoduchých krocích, jak lze sestavit skříň, kterou preferujete.

Krok 1: Výběr materiálu

a modulů vestavěné skříně

Nejprve začněte s rozměry požadované skříně, počtem dílů a typem použitých modulů. Ujasněte si, jestli má mít vaše budoucí vestavěná skříň zadní stěnu, strop a dno a jestli mají být dveře posuvné, nebo pantové. Skříň může být dokonce zcela bez dveří, jako je tomu v případě šatny. Dále zvolte vnitřní vybavení jednotlivých dílů skříně. Na výběr máte až 30 typů modulů, obsahujících police, šatní tyče, zásuvky, košíky a další doplňky. Následuje výběr materiálu, kde objevíte široké spektrum prvotřídních dekorů a barev.

Krok 2: Výběr dveří

a rámu vestavěné skříně

Po výběru materiálu a uspořádání vestavěné skříně je na řadě výběr dveří a rámu. Začněte

počtem dílů dveří – skříň může mít buď dveře jednolitě, nebo rozdělené na části z různých materiálů. Jednotlivým dílům přiřadte materiály výplně. Na výběr jsou lamina, zrcadla, lacobely i dýhy. Nakonec zvolte typ rámu skříně.

Krok 3: Odeslání poptávky

vestavěné skříně na míru

Pokud jste se vším spokojeni, čeká vás poslední krok. Tím je náhled vaší sestavené skříně a odeslání poptávky. Poptávka skříně bude zpracována v co nejkratší době, a vy se tak můžete těšit na svou novou skříň. Zároveň vám bude do pár dnů poslána přehledná cenová kalkulace, díky níž si ujasníte, zda jste s cenou vámi vybrané vestavěné skříně na míru spokojeni. V případě, že se vám bude návrh i kalkulace líbit, objednáte si techniku na zaměření prostoru a dohodnete termín montáže. Tu je možné uskutečnit zhruba do 2 až 3 týdnů od zaměření prostor.



Byt na pronájem

Chystáte se pronajímat nemovitost? Máme pro vás tipy, jak zařídit prostor, aby byl atraktivní a současně aby naplnil potřeby nových uživatelů. Existuje několik pravidel, která byste měli dodržet, aby pronájem proběhl hladce. Vyvarujete se tak budoucích komplikací. Pravidla se týkají nejen pronájmu, ale také zařizování místa, které chcete nabídnout k užívání dalším osobám. Na co si dát pozor?

Méně je více. Připravujete byt k pronájmu a nevíte, jak ho vybavit? No přece jednoduše. Minimalistický nábytek totiž působí čistě a současně umožní novým obyvatelům, aby

si místo pozvolna přizpůsobili dekoracemi i svým vlastním nábytkem. Čím více nábytku totiž do bytu umístíte, tím větší je pravděpodobnost, že se potenciálním zákazníkům netrefíte do vkusu. Nic však nezkazíte neutrálním, moderním zařízením, které uživatelům umožní dovybavit si byt podle vlastních představ.

Zapomeňte na přemíru dekorací. Pravidlo číslo jedna platí i tentokrát – příliš mnoho dekorací může zkazit žádané dojmy. Byt by měl působit skutečně neutrálně, proto zvolte jen pár doplňků, které místo zútulní. Nejlepší je volit takové dekorace, které si v případě potřeby noví členové domácnosti mohou vyměnit nebo úplně schovat. Nemáme však na mysli, že byste neměli do bytu vkládat žádný osobitý dotek. Obraz nebo váza interiéru ožíví. Doplní tak neutrální nábytek a byt bude působit zabydleně.

Odolnější je lepší. Při zařizování nemovitosti k pronájmu cizím lidem je potřeba myslet na vše. Pokud tedy pořizujete vybavení, vsadte na kvalitní, odolný nábytek, kterému nehrozí poničení. Zvažte samozřejmě, komu bydlení pronajmete. Zpravidla však dopředu přesně nevíte, jak nájemci žijí. Je tedy dobré včas se rozhodnout, zda budete preferovat rodiny s dětmi a domácími mazlíčky, nebo páry a jednotlivce. Tak či onak máte dvě možnosti: Investovat do kvalitního nábytku, nebo naopak vybavit byt staršími kusy, u kterých vám nebude líto, pokud dojde k jejich poškození.

Kauce to jistí. Ať už se chystáte pronajímat byt známým, či zcela cizím nájemcům, nezapomeňte dopředu vybrat kauci. Ta by měla odpovídat vybavení, které se v bytu nachází. Díky kauci budete mít jistotu, že případné škody budou zaplaceny. Kromě kauce je však vždy lepší mít danou domácnost také pojištěnou. Pojistku můžete platit na své náklady nebo ji jednoduše lze zahrnout do nájmu. S pojištěním a s kaucí si budete jistí, že vás žádná nečekaná situace nemůže zaskočit.

BYDLENÍ

Ochranu před pandemií zajistí i pravidelné větrání

Již více než rok se snažíme vyrovnat s pandemií koronavirového onemocnění. Šíření virů přitom mohou pomoci odvrátit nejen roušky a respirátory, ale také kvalitní vnitřní prostředí v bytě.



Virus způsobující onemocnění covid-19 se přenáší především kapénkami, které vznikají, když nakažená osoba kašle, kýchá nebo vydechuje. Kapénky jsou příliš těžké na to, aby zůstávaly ve vzduchu. Padají proto na podlahy nebo povrchy a tím se stávají pro zdraví obyvatel bytu ještě nebezpečnějšími. Nakazit se můžete vdechováním viru, pokud jste blízko nakažené osoby, nebo tím, že se dotknete napadených povrchů.

Podle laboratorní studie skupiny vědců z Centra pro kontrolu a prevenci chorob Národního ústavu zdraví na UCLA a Princeton University přežije koronavirus v interiéru 1 až 3 hodiny. Na plastových a nerezových površích to jsou dokonce až 3 dny. Na lepence je to zhruba den.

Možností, jak nákaze koronavirem předejít, je samozřejmě více. Vedle očkování a nošení roušek a respirátorů je to především práce z domova. Také v tomto případě platí několik základních pravidel, která bychom měli dodržovat. V opačném případě riziko nákazy roste.

„Pracuji z domova více než 10 let. I když je to bezpečnější než jezdit každodenně přes město do kanceláře, snažím se, abych si v bytě udržela zdravý a čerstvý vzduch,“ svěřila se literární agentka Lucie. Ona sama proto také často otevírá okna. Experti v té souvislosti doporučují, aby se v bytě větralo minimálně třikrát denně. Zejména pak na začátku každé topné sezóny. Během pandemie koronaviru se však doporučuje, aby se v bytech větralo ještě mnohem intenzivněji než za normální situace.

Nesmí se zapomenout rovněž na zavírání dveří mezi jednotlivými místnostmi. To platí především pro koupelnu. Po sprchování je pak třeba otřít stěny, podlahu a okno opět otevřít. Každý člověk totiž za den vytvoří až okolo 2,5 litru vodní páry. A právě v koupelně bývá tento ukazatel ještě mnohem vyšší.

„Kdybych bydlela v novostavbě, určitě bych se rozhodla pořídit si nějaké moderní vybavení, abych nemusela jen otvírat okna,“ jedním dechem Lucie přiznává.

K velmi účinným nástrojům patří například systém větrání prostřednictvím vzduchotechnických jednotek. Těmi jsou vybaveny například i byty Chytrého bydlení. Přívodní vzduch je pak filtrovaný. Do interiéru se tak nedostanou různé nečistoty a ani hmyz. Znamená to navíc současně, že je vzduch předebrátý.

Systém větrání ale přináší ještě další výhody. Zamezuje v interiéru vzniku plísní. Zároveň je šetrný k životnímu prostředí a snižuje tepelné ztráty.

Rekuperační jednotky mohou být přitom centrální, nebo naopak decentralizované. Záleží na bytovém projektu, který si pro bydlení vyberete. Ty centrální, včetně jednotlivých komponentů, přitom bývají jen o málo levnější než decentralizované. Cenový rozdíl bývá zpravidla jen v řádu několika málo tisíc korun. Vzduchotechnický systém s individuálními jednotkami nechybí třeba v bytech ópodlažního domu Chytrého bydlení NMN@Holešovice, její společnost Trigema v Praze dokončila před dvěma roky.



Pro správné větrání

- **Pamatujte na nutnost dostatečného větrání venkovním vzduchem**
- **Větrací systém nechávejte zapnutý i v noci a o víkendech**
- **Vyměňujte filtry venkovního a odváděného vzduchu podle předem nastaveného plánu**
- **Při výměně filtrů a údržbě používejte ochranné pomůcky**
- **Kontrolujte v bytě koncentraci CO₂**
- **Pravidelně vedle toho v bytě otvírejte také okna**

zásady

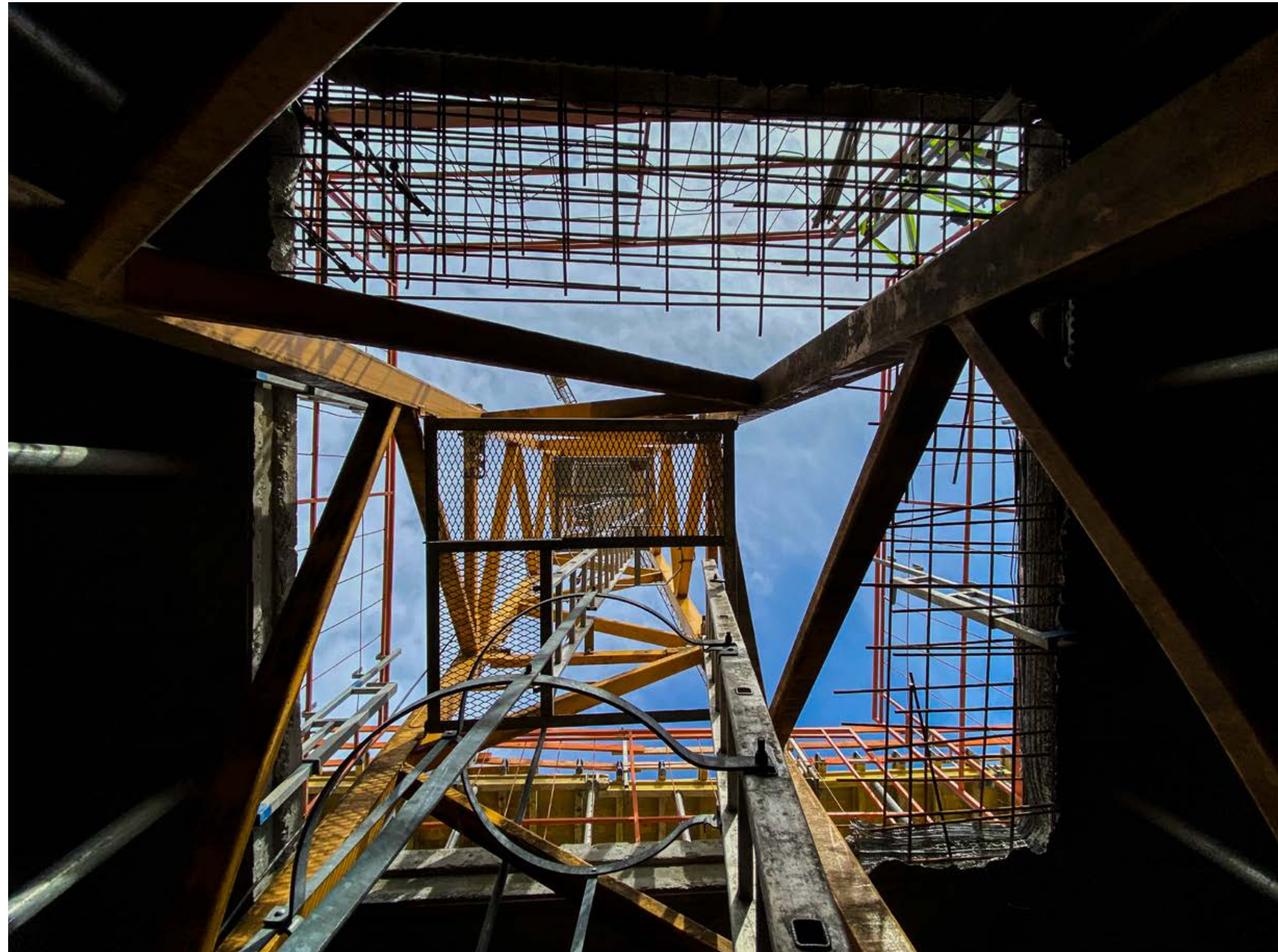
t é m a

STAVEBNICTVÍ

Koronavirus, stavebnictví a developeři

Dovolte, abychom si pomohli citátem:
Protože je dobrých zpráv čím dál tím méně,
tak je třeba horším zprávám dávat úsměvná hesla.
V případě koronaviru to není vůbec
jednoduché – ale pojďme do toho.

— FRAGMENT, Praha 8



Zaměřeno na kvalitu

Na současném marasmu budeme hledat především ty pozitivní stránky. Stavební firmy nemusely slevit na kvalitě, což je dobrá zpráva pro všechny jejich klienty.

„Za loňský rok jsme podle předběžných údajů náš obrat zdvojnásobili. Počet zaměstnanců se navyšoval zhruba pouze o pětinu. Na kvalitě naší práce to ale vliv nemělo. Stejně jako koronavirová pandemie. Drželi jsme se našich standardů,“ říká Radim Šponar, obchodní ředitel Trigema Building, a dodává: „Zakázky, na nichž jsme pracovali, se ani v tomto období nezastavily. Jeli jsme podle harmonogramu.“

A co se ve stavebnictví vůbec rozumí slovem kvalita? Jednoduchá otázka, ale složitá odpověď. V současné době je hledisko kvality posuzované v nejširším slova smyslu. Jde o kvalitu produkce, služeb a vzájemných vztahů. Kvalita stavebních prací je výsledkem kvality jednotlivých procesů a činností. Důležitým faktorem je přitom také výcvik a školení pracovníků, a zejména jejich motivace.

Celý řetěz má ve stavebnictví jméno kvalita. A nejslabší článek definuje pevnost a kvalitu tohoto procesu. Tu ovlivňuje řada faktorů: počínaje přístupem investora, architektonickým návrhem, vypracovaným projektem, vstupními surovinami a použitými materiály, dodržováním technologických postupů, organizací práce na staveništi, kontrolou na všech stupních, kvalifikovanou pracovní silou, přístupem dodavatelů a subdodavatelů a konče samotným užíváním stavby.

Uvedený proces má však i některá úskalí. „Občas nedochází ke zcela ideální koordinaci jednotlivých profesí v rámci projektování. To se někdy týká následně i realizace. Jednotlivé profese musí být navrženy v tom neefektivnějším poměru cena, kvalita, proveditelnost, udržitelnost a případně i další hlediska. Jediné, co můžeme i nadále dělat, abychom se negativních dopadů vyvarovali, je zaměřit se na včasnou a precizní přípravu. V rámci veřejných zakázek se jako efektivní ukazuje systém tržních konzultací. U soukromých investorů musí být společným cílem projektu spolupráce.

U vlastních projektů pak systém udržení vlastní technické kázně,“ říká Šponar.

V budoucnu může mít na kvalitu stavebních prací dopad rovněž fakt, že se od roku 1990 na území Česka neotevřely žádné nové lomy ani pískovny. Je proto ohrožena dostupnost stavebního materiálu. V nejhorším případě bude mít tato situace vliv na cenu výstavby, popřípadě nutnost využít alternativní mate-

riály. Další variantou je čekat delší dobu na dodávky materiálu ze zahraničí. Stavebníci se ale postupně připravují i na tyto varianty a hledají alternativní řešení.

Rok samých výzev

V rámci letošního roku čeká developery jako celé stavebnictví několik výzev. V některých společnostech již probíhá intenzivnější příprava na zavedení BIM. Řada společností upravuje své strategie, aby do budoucna minimalizovaly dopady krize. Mnoho stavebních firem se obává nadcházejících voleb. Současná strategie vlády o proinvestování z krize může vzít s podzimními volbami za své a krize může na stavebnictví dopadnout ve větším rozsahu.

„Digitalizace je bezpochyby jednou z významných cest, jak stavební výrobu posunout dopředu. Jeden z projektů Trigemy, který se již staví, připravujeme kompletně v BIMu. Na stavbách jsme současně začali používat elektronický stavební deník. Věříme, že všechny tyto kroky nám postupně pomůžou zjednodušit přípravu našich zakázek a současně zlepšit právě i jejich kvalitu,“ vysvětluje Šponar.

Od loňského roku se rovněž postupně zavádí nařízení, podle kterého mají být všechny novostavby stavěné jako budovy s téměř nulovou spotřebou energie. To bude mít vliv na výstavbu především v oblasti její ceny, kdy dojde ke zdražení staveb. Podle Eurostatu je růst cen rezidenčních nemovitostí v ČR pátým nejvyšším z celé Evropské unie. Tento fakt je dán nedostatkem bytů a domů a zvyšujícím se zájmem o nemovitosti. Mezi další příčiny patří kompenzace rostoucích nákladů na výstavbu a zvýšená poptávka po nemovitostech.

Změna by mohla nastat i po přijetí nového stavebního zákona, kterým se nyní zabývá poslanecká sněmovna. Podpořená verze hospodářského výboru řeší léta přehlížený problém systémové podjatosti, kdy stavební

úřady fakticky podléhají vůli místních samospráv. Nově by měly stavební úřady spadat přímo pod stát.

Lze najít poučení?

Z každé krize, i té nejhlubší, je možné se poučit. Lékem by mohlo být udržitelné stavebnictví a automatizace. Nelze říci, že covid-19 udržitelnost utlumuje. Naopak. Téma akceleroje. Především proto, že Evropská unie již provázala svou postcovidovou obnovu na cíle nízkouhlíkové ekonomiky, ke kterým přistoupila i Česká republika. Už dnes to vidíme. Udržitelnost a využívání principů cirkulární ekonomiky je vnímáno jako nová cesta pro stavebnictví. Nejspíš zcela nezmění převažující negativní pohled veřejnosti na výstavbu, ale může ho výrazně zlepšit.



Na stavbách chybí kvalifikovaní zaměstnanci. Tento stav bude v budoucnu nutno řešit částečnou automatizací stavebních prací, která by mimo jiné mohla otevřít nová a zajímavější pracovní místa v oboru a učinit tak práci ve stavebnictví atraktivnější. Dále by se mohl odstranit mnohdy nevypočítatelný lidský faktor ovlivňující přesnost práce. Roboti, kteří by se mohli na stavbě objevit v horizontu několika let, už nejsou hubbou daleké budoucnosti.

A dobrá zpráva na závěr: Letos by stavebnictví mohlo zaznamenat minimální pokles. Odhadnout to lze optimisticky na „kladnou nulu“.

Proč se mění značky?

Rebranding je slovo, pod kterým si někteří mlhavě možná představí změnu firemního loga, jiní třeba ale ani to ne. Jaká je skutečnost? Proč a kdy společnosti vůbec po rebrandingu sahají?



Slovo rebranding se často spojuje s pojmy jako obnova, oživení nebo repositioning. Někdy se v té souvislosti mluví konkrétněji – za rebranding se považuje změna firemního stylu. Ať již vizuálního, nebo obsahového.

Podíváme-li se na důvody, proč vůbec k rebrandingu dochází, blížeji, zjistíme, že bývají různé. Asi nejčastější příčinou je vyvážení potřeby naplňovat základní poslání značky, současně ji ale lépe přizpůsobit aktuální situaci na trhu a ve společnosti. Patrně nejznámější příklad představuje Google, jenž v posledních letech vizuální podobu loga měnil hned několikrát. Druhou mož-

skupinu či vstoupit na další trhy. Relativně časté to bývalo třeba u některých cigaret, žvýkaček a deodorantů. Typickým příkladem je značka Marlboro, která měla v různých zemích jiné ztvárnění layoutu krabičky stejného produktu, nebo deodorantu Axe Click. Ten se totiž zase na svém původním britském trhu prodával pod jiným názvem – jako Lynx Click.

K rebrandingu může ale docházet také při fúzích a akvizicích. Podstatný je v té souvislosti především samozřejmě brand, který má na původní navazovat. Na přelomu let 2019 a 2020 došlo například ke spojení aktivit

s prodejem Oskara nadnárodnímu Vodafone. Díky sedm měsíců trvající kampani, na níž se objevovalo jak logo Oskara, tak Vodafone, se podařilo zvýšit znalost nadnárodního brandu na domácím trhu ze 2 na 57 %. Nyní, jak většina z nás ví, se už Oskar na českém telekomunikačním trhu vůbec neobjevuje.

Rebranding některých firem ale může být i doslova totální. Zejména tehdy, když potřebuje co nejradikálnější vylepšení své pověsti. Takový proces však bývá často nejnákladnější a nemusí vést nutně k výsledku, který firma očekává.

„Změna značky je značně citlivou záležitostí.“

ností je tzv. refreshing značky, který zachovává její základní směřování, dochází však současně k její obměně. Ukázat to můžeme třeba na logu sportovní značky Adidas. Ta prostřednictvím své řady Adidas Originals, založené vizuálně na slavném trojlístku, totiž na jedné straně odkazovala na tradici, navíc ale přinášela i nový vizuální styl. Přistupovat ke změně se může také kvůli odlišné situaci na trhu, kdy chce firma oslovit jinou cílovou

České pojišťovny a pojišťovny Generali, díky čemuž se na trhu vytvořil nový lídr domácího pojistného trhu. Následně došlo mimo jiné i k samotnému přejmenování Penzijní společnosti České pojišťovny na Generali penzijní společnost. Vizuálně to vše s sebou neslo přeměnu z původní modro-žluté kombinace na červenou barvu. Jiným příkladem byla duální komunikace mobilních značek Oskar a Vodafone, která souvisela

Změna značky je značně citlivou záležitostí. Její úspěch bývá někdy závislý na faktorech, jež nemůžete ani příliš ovlivnit. Důležité v každém případě je, aby se s rebrandingem ztotožnilo vedení společnosti, která ji prosazuje, a současně došlo k jejímu exekutivnímu prosazení napříč celou organizací. To je základ, bez něhož se taková změna prosadí jen velice obtížně.

Henceforth. Trigema si uvědomuje důležitost značky

Je rebranding takové společnosti, jakou je Trigema, v něčem specifický? A jaká byla vůbec historie tohoto procesu? O tom všem jsme si povídali s týmem agentury Henceforth., která uvedenou změnu realizuje.

— Foto: Martina Gajdáčová
www.probudlabut.cz



Zleva: Lenka Kúsová, Karolína Krausová, Veronika Pecková, Paul Richard Matthews, Jarmila Fryntová, Petr Hromádka, Martin Benda, Marie Jirát, Iva Novotná, Aliaksandra Astapenka

„Wherever possible,
we try to avoid the word luxury.”

— Paul Richard Matthews

Pro mnoho stavařů a technicky vzdělaných lidí je marketing nadbytečná oblast firemního života. Co byste jim řekli, abyste je získali na svou stranu?

Jarmila: V České republice je marketing často vnímán velmi úzce, jako něco nepodstatného, jakési dozdobení podstaty věci, která je však důležitá, faktická a měřitelná. Marketing je ovšem obor mnohem širší. Pokud je správně uchopen, pomáhá společnostem vytvářet produkty a služby v návaznosti na jejich klienty a dále komunikovat dovnitř společnosti, co bude předmětem jejich obchodní činnosti. Ostatní obory ve společnosti jsou pak doplňkové, ne méně důležité, ale přizpůsobují se základním otázkám proč? co? pro koho? Z tohoto nastavení vznikají služby a produkty, které jsou velmi vázány na cílovou skupinu a její potřeby, a tudíž je jejich marketing jednodušší a přirozenější. Nejedná se tedy o pouhý „make-up“, ale o vytváření podstaty věci v širších souvislostech. Co se týká získávání někoho na svou stranu, vycházíme často ze rčení „kde není poptávka, není ani

Marketing je brán jako něco navíc, co není podstatné, ale jde spíše o doplněk. Zapojení úvah o zákazníkovi v rámci širšího marketingového procesu však vede k lepším produktům a službám a tím vytvoření obchodní výhody.

Zapadá brand management do struktury marketingového a firemního řízení?

Jarmila: Nerada bych otevírala teoretická témata. Jsme praktici, nikoliv teoretici marketingu. Každodenně se setkáváme s produkty a službami, kde je brand brán jako zásadní, ale i s takovými, kde je redukován na pouhé logo a k němu definovanou barevnost. Existují mnohé varianty mezi těmito dvěma extrémy.

Co říkáte práci typicky českých značek s jejich brandy?

Paul: There is one rule from this industry that I learned a few years ago, that if a client has bad work, it doesn't make it an opportunity to create better work for them. It actually means

that their work is bad, because that's what they like. Brand and communication on this market is generally below average I have to say. This isn't simply the opinion of a foreigner, I would consider myself a local, having lived and worked here for some 20 years.

There are many factors which influence this, some might say budgets – and although budgets are a constant restriction here, it is more often than not, to do with cultural conditions. I have always said that of Czechs that they are easy to please but almost im-

possible to impress. In developing a brand, this often translates to lack of trust and certainly bravery, when it comes to trying new ways. Creativity is also seen as a „need and not as a necessity“, so it is often treated as „who can offer me this service that I need at the lowest cost“.

Brand is a hugely complex process that often results in the most simple outcome – any designer can „make a logo“, but only a few can make a logo that is right. The entire industry here sees all creatives playing on a pretty flat playing field, competing on the same level, regardless of experience, knowledge or talent. The creative industry traverses a fine line between art and business, in a way that is truly unique. Two opposing forces which need each other to survive.

But at the same time, resistance prevents things from moving too fast. We can see now, a world which is defined by brand, overcome by it. Many cultures have simply lost themselves to brands now. The resistance we see here, either by design or accident, keeps a certain naivete to the things we see around us, which in itself may not be a bad thing, as one of the reasons the Czech Republic is an appealing place, compared to many other places in the world. It retains its innocence, it doesn't allow itself to be consumed by such influences.

The alternative is of course, that brands have to be more deeply empathic towards people – the majority of our work deals with human life experiences on quite a deep level. Marketing a yoghurt might change what a person eats for breakfast in the morning, but a brand for a large scale city development affects so much more, for years to come.

This is why, when we work with our clients, we make the product appealing, by trying to make the product appealing. This is the most ideal relationship that brand can have with people.



Paul
Richard
Matthews

Partner and Chief Creative Officer

Pochází z Londýna a více než 20 let působí v České republice v oblasti marketingu. Jako kreativní ředitel vedl velké mezinárodní agentury jako Leo Burnett, Havas a DDB. Svým intuitivním přístupem k tvorbě posouvá hranice vizuální komunikace a tím umožňuje svým klientům vyniknout a využít plně svůj potenciál. S inovací vytváří ta nejlepší strategická řešení a propojuje tým značky s jejich publikem. Paulův okruh zájmů je široký, od fotografování až k hudební produkci.



For me, the worst kind of brand is one which is using the power of brand to create an illusion, rather than focusing on what the product really brings.

Jak je na tom ve srovnání segment real estate?
Paul: We are seeing a shift now, mostly driven by us at Henceforth. Towards providing valuable experiences, upon which brand can be built. Meaning, brand as product. Ensuring that the story we want to tell is a built in to the living experience – making brand simply a presentation of the reality – and not a distortion of it. Wherever possible, we for example try and avoid the word luxury. Apart from being completely over-used, it means little – as luxury means something different to everyone. For someone it may mean the largest and highest apartment. For others it might mean a small back garden or a view of trees.

Luxury can exist, and drives the market in many ways, but if you say your product is luxurious what makes it luxury? Again, this comes back to offering unique experiences that live up to their promises. We are an indu-

se o širším konceptu značky, o jejich hodnotách a vizi, a o tom, jak je co neefektivněji předávat do svého týmu i ven zákazníkům. Naše zadání bylo: „Můžete všechno, ale na logo nám nesahejte.“ Když jsme se dostali do fáze vytváření kreativní vize, narazili jsme na limity původního loga. Podařilo se nám ukázat, jak jednoduše lze logo „očistit“ a dát mu novou tvář pro další etapu, do které značka vstupuje. Refresh je takový, že když vidíte nové logo, tak to původní už zpět nechcete. Máte pocit, že to nové tam muselo být od začátku, a tak to má být.

Lenka: Když jsme šli prezentovat vizuální podobu značky, tak jsme si záměrně design loga nechávali až na závěr prezentace. A do poslední chvíle jsme trochu váhali, zda jej vůbec ukázat, jelikož jsme se obávali reakce. Zároveň jsme však byli stoprocentně přesvědčení, že modernizovaná podoba ikonického loga dodá značce na určité lehkosti, kterou jsme do vizuálu potřebovali dostat. Po pár dalších jednáních jsme dospěli i k tomu, že černá barva bude značce slušet více než konzervativní modrá. Z toho mám já osobně velkou radost.

j jsme konzultanti, stratégové. Kreativní tým je složen z grafiků a designérů, kteří pak pod Paulovou taktovkou dávají novým značkám jasné obrysy a pravidla.

Stál za vznikem značky Fragment nějaký příběh?
Lenka: Byla to jistě nejnáročnější prezentace, jakou jsme u vás zažili. Měli jsme připravený koncept značky i skvělý příběh, který jsme chtěli dále rozvíjet. Název projektu však neuznal Davida Černého, který stojí za uměleckým konceptem budovy. Následovalo tak další kolo brainstormingu v úzkém kruhu klíčových lidí projektu, ze kterého vzešel název Fragment. Stojí na původní myšlence, ale název je výstižnější. Tímto opožděně děkujeme za tuto konfrontaci, která dala vzniknout novému názvu.

Paul: A fragment is a small part of something bigger. Parts which are equally as important as all other parts. It is where these fragments combine that we find new forms. Lives crossing and intertwining that create new experiences. The pixelized exterior is also broken down into individual apartments, each housing members of the community as a whole. At the same time,

čas bývají poměrně vášnivé a ne vždy se shodneme na prvním návrhu, ale to je běžný kreativní proces. K nejlepším výsledkům je třeba se vzájemně „challengovat“. A to myslím jak ze strany klienta, tak naší. Naopak bych řekla, že naše hodnoty silně rezonují s hodnotami Trigemy, což nám spolupráci usnadňuje.

Přišla vám spolupráce obohacující, nebo naopak stresující?
Lenka: Byla jsem příjemně překvapena tím, že si Trigema sama uvědomila příležitost posunutí značky a proces iniciovala. Často je pro klienty jejich značka jako vlastní dítě, a tak k rebrandingu mohou ze začátku přistupovat s určitou rezistencí, což je pochopitelné. Přestože se Trigema svou velikostí řadí spíše ke korporacím, zásadní rozhodnutí přijímáte rychle a bez zdlouhavých schvalovacích procesů. Tato flexibilita a lidskost jsou v pracovním procesu velmi osvěžující.

Jarmila: Spolupráci vnímáme velmi pozitivně, jelikož jsme dostali příležitost se posunout z marketingově komunikační roviny k možnosti ovlivnit samotný produkt a navrhovat jiná řešení či přístupy. Náš tým se v loňském roce rozrostl o konzultanty v oblasti architektury a designu s rozsáhlými zkušenostmi ze zahraničí. I když nejsme architekti, skrze tuto divizi máme možnost nahlédnout do projektů i na této hlubší úrovni a přinést nové pohledy a trendy, co se týká organizace budovy, její funkce, služeb, dispozičních řešení a standardů.

Jaká je spolupráce s Marcelem Souralem? Lze ji nějak charakterizovat ve srovnání s ostatními osobnostmi z oblasti developmentu?
Lenka: Marcel si velmi uvědomuje důležitost značky a potenciál marketingu obecně, což ze strany nejvyššího vedení nebývá vždy obvyklé. On i jeho tým nám dávají velký prostor a důvěru, čehož si moc vážíme.



Jarmila
Fryntová

Partner and Chief Strategy Officer

Získala vzdělání v Evropě a Americe, strávila více než 11 let své profesní kariéry ve Spojených arabských emirátech, kde vedla týmy nadnárodních společností, mimo jiné na pozici COO a členky představenstva ve společnosti Gulf Sotheby's International Realty. Jarmila je členkou britského Chartered Institute of Marketing. Získala řadu mezinárodních ocenění v oblasti marketingu. Její vrozená schopnost uchopit vizi a poskytovat systémová řešení v kombinaci se zaměřením na detaily jí umožňuje definovat strategie tak, aby byly srozumitelné napříč společnostmi klienta.





Lenka Kůsová

Strategy Consultant

Lenka je členkou strategického týmu společnosti Henceforth. Ve své práci vychází z mnohaletých zkušeností z oblasti real estate a luxury brand managementu. Pracovala pro přední komerční i rezidenční developery, a to včetně projektů redevelopmentu několika významných historických budov v centru Prahy. Ve společnosti Skanska Property sbírala zkušenosti na projektech kancelářských budov, které vychází z principů trvalé udržitelnosti. Lenka byla 3 roky součástí klíčového týmu, jenž uváděl značku Sotheby's International Realty® na český, chorvatský a slovenský trh.



Jarmila: Baví nás pracovat s lidmi, kteří mají vizi a chtějí budovat věci okolo sebe, vytvářet reálnou a dlouhodobou hodnotu. Zároveň je zde jasně viditelná snaha posouvat lidi kolem sebe, dávat jim prostor k růstu a dostávat z nich to nejlepší při vytváření společné vize.

Řekněte nám něco ke vzniku názvu Henceforth.

Paul: Henceforth. means - from now on it is different. „Hence“ from now and „forth“ forward. It marks a radical and distinct change and real change only comes from taking risks. I wanted to come up with the most difficult word for czech people to say, as I like to challenge people - also I'm not to be taken too seriously. Honestly, that was the motivation, but also the meaning is, take risks! and go out of the comfort zone. Don't ponder, just do. Risk is where the fun is. Period.

Interní komunikace u vás probíhá v angličtině?

Jarmila: Baví nás různorodost, a proto jsou i naši kolegové z různých míst světa. Mluvíme tak „mezinárodně“, kombinovaně, hodně anglicky, česky, ale zazní i jiné jazyky. Interně rádi pracujeme v angličtině. Je to jazyk jednodušší na komunikaci koncepčních myšlenek, který nemá tolik emocionálních návazností a tudíž nebrzdí.

Jak k tomu přistupují společnosti jako Trigema, kde je komunikace ryze česká?

Jarmila: Zatím jsme vždy zvládli vyrovnat se s prostředím firem. Buď tím, že pro ně prezentace v angličtině byla vítaná změna, nebo prezentaci převedeme do češtiny. Je to jen způsob uvažování. Jsme v tomto flexibilní.

Co na to říká Paul?

Jarmila: Paul je v Čechách doma, rozumí velmi dobře lokální kultuře i jazyku. V klíčových momentech umí přepnout a bez problémů komunikuje česky. Rád vše české kritizuje, ale my, kdo ho dobře známe, víme, že je již srdcem Čech.

Líbí se vám některé české real estate brandy?

Paul: We are extremely lucky to work on a regular basis with what I would consider the

mě baví sledovat značky v oblasti automotive a moderních technologií. Obecně jsou vždy o pomyslný krok napřed. Pracují nejen s primárním naplněním potřeb svých klientů, ale zejména s jejich emocemi, čímž jsou schopny budovat oddanou základnu zákazníků. Z mých oblíbených reklamních kampaní bych zmínila například „Real Beauty“ od Dove. I po těch letech mě stále oslovuje. Z těch lokálních mi utkvěla v paměti aktuální kampaň pivovaru Bernard „Svět se zbláznil, držme se“.

„Naše hodnoty silně rezonují s hodnotami Trigemy, což nám spolupráci usnadňuje.“

— Lenka Kůsová

best. And largely because these are companies which don't just talk the talk but walk the walk. But, while they may be clients - I don't mention them because of that, it really is a matter of luck. Trigema, Crestyl, PSN are all unique in very distinct ways, but they all have a desire to be proactive and valuable in their developments.

But these brands are judged by their actions as brands, not their logo and claim. Each has an honest desire to do the best they can, accounting for all the limitations - and that is admirable in my opinion.

Máte nějaké osobní love brandy?

Lenka: V oblasti fashion mám jako každá žena spoustu love brandů. Z profesního hlediska

Jarmila: K mým love brandům určitě patří Emirates. Je to značka, kterou jsem sledovala velmi zblízka a obdivovala její nástup a strmý růst. Mám k ní osobní vztah, jelikož mně po 12 let pomáhala překonávat vzdálenost mezi mým novým životem v Emirátech a rodnou Prahou. Je to značka, u níž obdivuji nejen její nástup na trh, ale dlouhodobou vizi. To, jak se dokázala navázat na lidi, kteří ji na oplátku preferují oproti jiným brandům. Šíře pojetí této značky a detaily, které řeší, jsou nevídané. Od všech materiálů a skvělých kampaní, které reagují na dění ve světě, až po definování správné červené rtěnky pro své zaměstnankyně. Věřím, že toto pojetí a hloubka jsou velkou částí úspěchu této značky. Dodnes na svých zavazadlech mám červenou visačku *Fly Emirates*.

new brand

ART LIVING EXPERIENCE

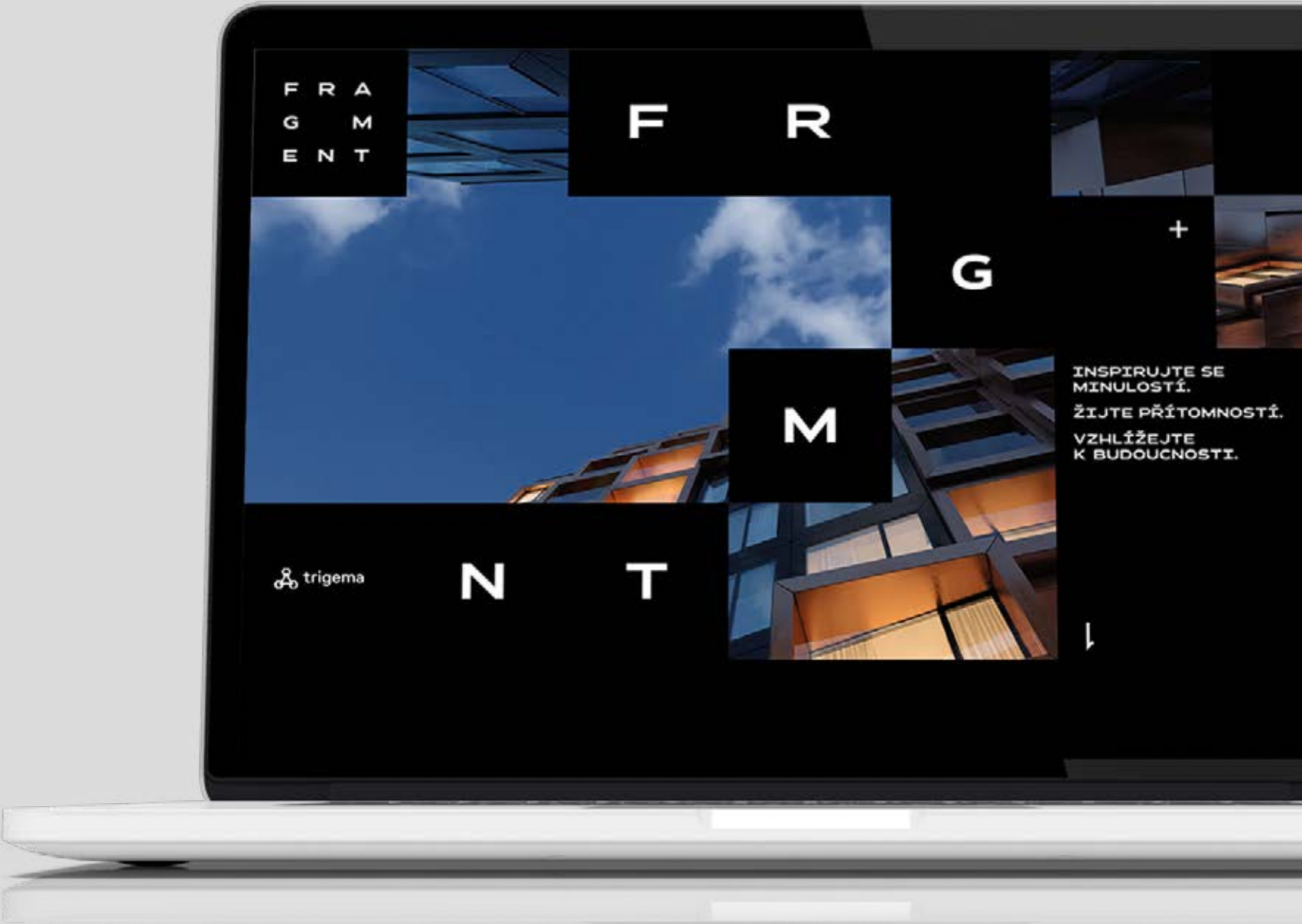
F R A
G M
E N T

Vizuální pojetí brandu
kopíruje dílčí pixely-fragmenty
budoucí hmoty stavby.

Pro svou aplikaci otevírá široké pole užití. Lze díky tomu pracovat jak s organickým tvarem loga, tak s geometricky čtvercovou formou. V rámci doplnění komplexního vjemu a pochopení významu identity tak můžeme využívat atraktivní fotografie pro zdůraznění fragmentace času, života, Prahy, umění, architektury, služeb, Karlína...

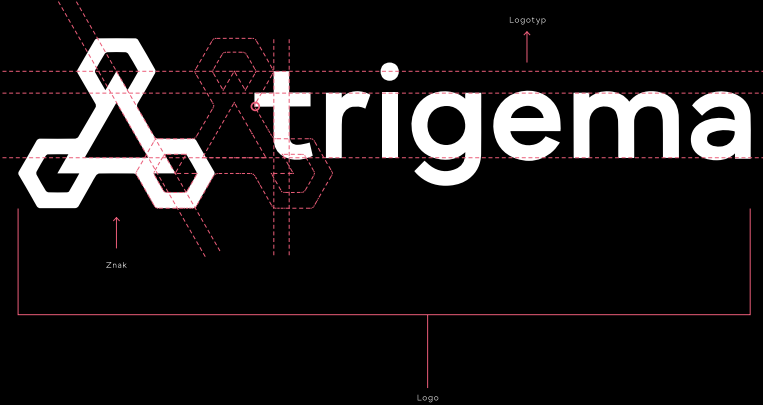


STAŇTE SE SOUČÁSTÍ PŘÍBĚHU
PROMĚŇUJÍCÍ SE ČTVRTÍ.



rebranding

DEVELOPING INDEPENDENCE



Nový brand, který odpovídá hodnotám společnosti.

Redukce nadbytečných prvků v logu, využití svěžejšího fontu, přiřazení neutrální barvy a především nalezení variabilních cest jeho aplikace nám začíná umožňovat být ještě více nezávislejší. V mnohých návrzích aplikace loga jsme se rozhodli být velmi odvážní, svým způsobem rebelující, jelikož se i v této disciplíně snažíme měnit zaběhlé zvyky. Snažíme se měnit status quo...



soutěž a výstava

CZECH PRESS PHOTO

Poprvé v Národním muzeu

Výstava 26. ročníku soutěže Czech Press Photo, ve které profesionální fotožurnalisté přinášejí nezávislé a autentické obrazové svědectví o životě kolem nás, byla oficiálně zahájena on-line vernisáží v dubnu, a to až po několika měsících od plánovaného otevření. Na první návštěvníky si musela počkat do začátku května, kdy epidemiologická situace dovolila výstavu zpřístupnit veřejnosti.

– Fotografie roku Czech Press Photo 2020
Roman Vondrouš – Dezinfekce
Účastníci Národního průmyslového summitu 2020 museli 9. září
v Betlémské kapli v Praze projít dezinfekční branou





– Gabriel Kuchta
JIP během pandemie koronaviru:
Zdravotníci a lékaři ošetřují pacienty
nakažené covidem-19 na jednotce
intenzivní péče ve Všeobecné fakultní
nemocnici v Praze, 29. března 2020

Czech Press Photo odstartovalo v západní dvoraně Národního muzea 28. dubna on-line vernisáží za přítomnosti ministra kultury Lubomíra Zaorálka, generálního ředitele Národního muzea Michala Lukeše a ředitelky Czech Photo Veroniky Souralové. Výstava zde potrvá až do letošního října. V muzeu jsou vystaveny vítězné snímky soutěže, které doplňuje kolekce vybraných zásadních okamžiků uplynulého roku společně s výstavou zahraničních porotců a s Grantem primátora.

Snímek, jenž poutá největší pozornost, je samozřejmě Fotografie roku. Jejím autorem je Roman Vondrouš z ČTK, který zachytil muže procházejícího dezinfekční bránou. Mezinárodní porota vybrala absolutního vítěze z více než pět tisíc snímků od 288 autorů.

Jak vítězná fotografie vznikla, popisuje její autor: „Fotografii jsem pořídil 9. září 2020 v Betlémské kapli v Praze, kdy účastníci Národního průmyslového summitu museli

otevírací doba

**Výstava Czech Press Photo
je v západní dvoraně Národního
muzea k vidění až do konce října.**

Každý den 10–18 hod.
Dospělý – 200 Kč
Snížené vstupné – 120 Kč
Rodinné vstupné 2 + 2 – 450 Kč
Školní skupina nad 10 osob – 100 Kč/os.
(Pedagogický doprovod zdarma.)
www.czechphoto.cz



*„Fotografie roku zobrazuje nejdůležitější
téma uplynulého roku. To byla a stále je
jednoznačně pandemie koronaviru.“*

– Joe Klamar, předseda poroty Czech Press Photo 2020

projit dezinfekční bránou v souvislosti s epidemií koronaviru. Už při příchodu ke vstupu do Betlémské kaple mě tato scéna zaujala. Začal jsem rychle fotografovat příchozí, protože do začátku konference zbývalo pouze pár minut a většina účastníků již byla v sále. Dvě dezinfekční brány stály těsně za dveřmi a zrovna v tu chvíli do nich pronikal i sluneční svit, který v kombinaci s proudící dezinfekcí dotvořil zajímavou světelnou atmosféru. Měl jsem štěstí, že muž zachycený na snímku, jako jeden z mála příchozích, neměl nasazenu roušku a v jeho tváři se značily jakési odevzdané emoce a únava z této nelehké doby, kterou všichni procházíme.“

Nový prostor Národního muzea volal po zajímavějším provedení instalace. Díky tomu na výstavě uvidíte několik zásadních témat seskupených do velkých polepů panelů. Prvním z nich je výběr z takzvaných „covidárií“, které usilovně několik měsíců fotografové dokumentovali. Dalším fenoménem se stali fanoušci fotbalového klubu Bohemians 1905, kteří sledovali všechna utkání ze štaflí a žebříků, a to za každého počasí. Hlavním tématem byl ale bezesporu koronavirus, který se víceméně prolíná každou kategorií soutěže. Řada fotografek a fotografů vnesla do této bezradné doby mnoho kreativity, kdy například navštěvovali umělce, sportovce a všechny ty,

kdo museli zůstat zavření doma. Dali tak vzniknout unikátním snímkům, které jsou svědectvím doby.

Výstavu dále doplňuje expozice Tři pohledy, kde je představen výběr snímků zahraničních porotců. Výstava byla instalována v galerii Czech Photo Centre v době říjnového lockdownu a k vidění byla pouze on-line. Představuje světové fotoreportéry Joea Klamara, Chrise McGratha a Nicole Tung, kteří ve své fotografické kariéře byli přítomni zásadním okamžikům novodobých světových dějin. Dalším z vystavených souborů je cyklus Pražské panoptikum od Jana Rasche, který s ním zvítězil v kategorii Grant Prahy v roce 2019.

Nejlepší fotografie přírody

Na začátku května byly vyhlášeny výsledky 5. ročníku soutěže fotografů přírody Czech Nature Photo, která si klade za cíl ukazovat krásy přírody celého světa a motivovat veřejnost k její ochraně. Letos se do soutěže se přihlásilo 267 autorů, kteří zaslali 2300 fotografií. Novinkou v letošním ročníku bylo založení soutěžní sekce pro děti a mládež Czech Photo Junior, do které se přihlásilo 227 žáků základních a středních škol s téměř tisíci fotografiemi.

– Petr Bambousek – Mravenec Atta
Mravenci Atta jsou typickými obyvateli kostarických pralesů. Přenášejí lístky rostlin do svého hnízda, kde na nich pěstují houbu, kterou se poté živí. Jeden večer jsem strávil nedaleko aktivní kolonie mravenců a pomocí delšího času v kombinaci s bleskem zaznamenal jejich pohyb. Ze série jsem vybral mravence, který nese barevně zajímavý lístek. Boca Tapada, Kostarika



Fotografie roku Czech Nature Photo 2021
– Igor Mikula – Kos černý (Turdus merula)
Další generace tohoto druhu, která žije na
záchodovém okně na chatě mého přítele.
Sledoval jsem jejich chování po mnoho hodin
a přítomnost fotoaparátu jim nevadila ani při
krmení

Jak zdůvodnila svůj výběr porota?

„Vyrcholením práce poroty byl výběr fotografie roku, o níž by se asi nedalo říct, že byla absolutním favoritem na celkové vítězství od samého počátku. Nicméně po pečlivém zhodnocení ze všech úhlů pohledů jsme se nakonec shodli jednohlasně. A tak se fotografií roku 5. ročníku soutěže Czech Nature Photo 2021 stal snímek kosa krmícího mláďata na hnízdě. Lokální, dalo by se říci obyčejný

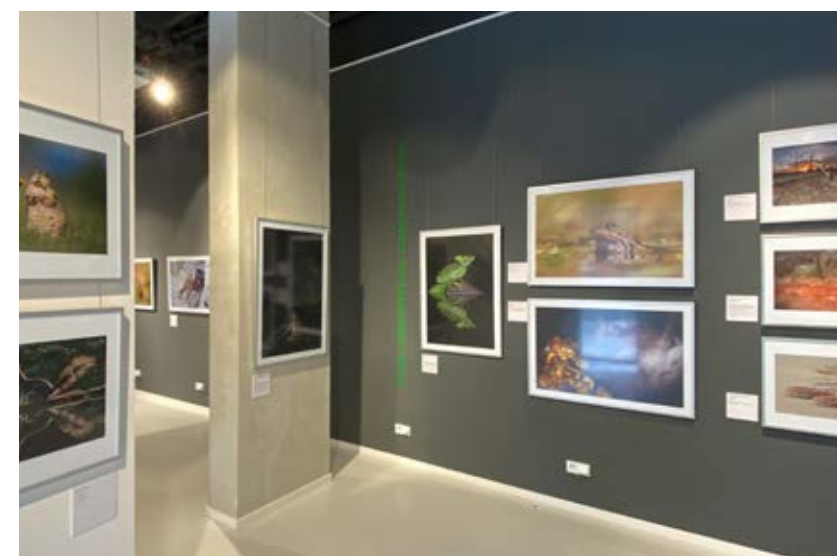
motiv z české přírody dokonale koresponduje se současnou složitou situací způsobenou pandemií koronaviru, která ovlivňuje veškeré naše možnosti včetně cestování i fotografování. Autor měl neotřelý nápad, jak fotografii pojmout, dokonale ho technicky provedl a zachytil ten správný moment. Snímek nese poselství, že náměty pro silné fotografie lze najít všude kolem nás,“ říká předseda poroty Vladimír Čech ml.

otevírací doba

CZECH PHOTO CENTRE
Seydlerova 2835/4
Praha 5 – Nové Butovice

*Výstavu můžete navštívit
do konce srpna.*

Každý den kromě pondělí
Úterý–pátek: 11–18 hod.
Sobota–neděle: 10–18 hod.
Dospělý – 80 Kč
Snížené vstupné – 40 Kč
www.czechphoto.cz



*„Fotografie roku nese
poselství, že náměty pro silné
fotografie lze najít všude
kolem nás.“*

— Vladimír Čech ml., předseda poroty Czech Nature Photo



Igor Mikula

Igor Mikula se narodil v Piešťanech na Slovensku. Fotografování přírody se intenzivně věnuje od roku 2014. Tehdy poprvé navštívil horský a nížinný deštný prales v Panamě, který byl stěžejní pro jeho další tvorbu. Focení zvířat a přírody pro něj znamená formu terapie, kdy utíká od nástrah běžného života zpátky do bezstarostných dětských let. Autor je držitelem několika ocenění v soutěži Czech Nature Photo, dále Australian geographic nature photographer of the year 2018 – vítěz v kategorii zvířecí portrét, International nature photography competition 2019, highly commended v kategorii ostatní zvířata, také získal nominaci v cestovatelské soutěži H+Z v roce 2019.

vítěz soutěže Czech Nature Photo

Jak vítězná fotografie vznikla?

„Už dlouho jezdívám do jedné zapadlé vesničky na chatu ke kamarádu Ondřejovi pozorovat zvířata. Na parapetu záchodového okénka každoročně hnízdí pár kosů. Nebylo tomu jinak ani loni. Vzhledem k tomu, že jsou na přítomnost lidí zvyklí, rozhodl jsem se život rodinky zdokumentovat. Na fotografii vidíme samečka, který svým ratolestem přináší potravu. Snímek vznikl pomocí dálkové spouště,

fotoaparát jsem umístil v blízkosti parapetu a pár hodin pozoroval, zda jeho přítomnost neruší ptáky při krmení. Kosi ho naprosto ignorovali a přilétali s potravou ve stejných intervalech. Po tomto zjištění jsem se ukryl na toaletě, a jakmile se samec vrátil s úlovkem, exponoval jsem. Pevně věřím, že na tomto netradičním místě rodiče odchovají ještě spoustu generací mláďat,“ popisuje vznik fotografie roku Igor Mikula.

Monínec se vyplatí navštívit i toto léto

V čase, kdy koronavirová pandemie postupně odeznívá, otevírají své brány veřejnosti jednotlivé volnočasové areály a další centra. Jedním z nich je na pomezí Středo- a Jihočeského kraje Monínec.

„Loňské léto, kdy jsme měli jednu z nejnavštěvovanějších sezón, nás utvrdilo v tom, že patříme k místům, kam návštěvníci rádi jezdí. Věříme proto, že si k nám i letos najdou cestu ti, kteří u nás třeba ještě nebyli, ale samozřejmě také stálí hosté. Navážeme na animační programy z loňska, současně ale chystáme několik novinek,“ říká Jaroslav Krejčí ml., výkonný ředitel areálu.

A na co se mohou návštěvníci na Monínci těšit? Je toho opravdu dost.

Pokud to situace umožní, zůstane jedním z největších lákadel Aktivita park. V případě, že jste o něm ještě neslyšeli, pak vězte, že se jedná o místo, kam rádi zavítají jak děti, tak dospělí. Z nabídky poutá pravidelně největší pozornost kuličková dráha. Nechybí ani lanový park, bungee trampolíny nebo lukostřelba. V případě teplejšího počasí je pak tím nejlepším místem buď 100 metrů dlouhá vodní maxiskluzavka, nebo blízký Pilský rybník. Nově zde letos bude i vodní svět, kde si budou moci děti přepouštět vodu a měnit její průtok.

Právě v Aktivitě parku by měla probíhat větší část týdenního animačního programu pro děti, který se osvědčil už loni. Vaše ratolesti si zde mohou postupně vyzkoušet tubing, discgolf, již zmiňovaný lanový park nebo se

„Navážeme na animační programy z loňska, současně ale chystáme několik novinek.“

— Jaroslav Krejčí ml., výkonný ředitel areálu

koupat s ostatními v Pilském rybníce. Skupinu dětí vedou zkušení vedoucí. Nechybí proto ani pravidelné rozcvičky a další program. Novinkou, která se dotkne animačního programu, by měly být letos tematické dny. Ty budou svým zaměřením evokovat různé země – například Francii, Španělsko či Řecko. V plánu je proto výuka slovíček a her, které jsou pro každou ze zemí typické. Večer pak budou následovat tematické večere a večerní moderovaná zábava.

Ve středu čeká návštěvníky areálu klidnější večer v podobě letního kina. Promítání bude probíhat na plátně před hotelovou terasou. Večerní film si tak budete moci vychutnat z hotelové terasy nebo přímo z hotelového pokoje.

Dalším bodem v programu jsou večerní čtvrtky S hvězdami o hvězdách, jejichž součástí by měly být mimo jiné i koncerty hudebních osobností, soutěže o ceny, diskotéky, promítání naučného filmu o vesmíru a pozorování hvězd na noční obloze, které bude doplňovat odborný komentář.

Nenechte si ujít!

- maxiskluzavka v Aktivitě parku
- starou poštovnu ze Sněžky
- čtvrtéční koncerty
- večeri v hotelové restauraci (kuchyně šéfkuchaře Marka Volšanského stojí za vyzkoušení)
- paddleboarding na Pilském rybníku
- vyhlídkovou jízdu lanovkou
- perličkovou lázeň
- ve venkovním bazénu
- letní kino před hotelovou terasou





**Czech Photo Centre / Czech Nature Photo
11. května – 11. července**

Výstava pátého ročníku soutěže Czech Nature Photo představuje vítězné a některé další snímky z jejího pátého ročníku. Soutěž ukazuje přírodu celého světa, tak jak ji vidí naši fotografové. Veřejnost motivuje k její ochraně. Soutěž je určena jak profesionálním, tak pokročilým amatérským fotografům.

www.czechphoto.org

**Azyl78 / Runners
8.–12. června**

V mezinárodně obsazené inscenaci se na scéně setkávají americká akrobatka Mandi Orozco, která působila několik let v Cirque du Soleil, americký akrobat a dlouholetý člen Cirku La Putyka Ethan Law, vítěz České taneční platformy 2019 Viktor Černický a další. To vše pod režijním vedením Víta Nezvala.

www.jatka78.cz



**Národní muzeum / Czech Press Photo
4. května – 31. října**

Výstava vítězných a dalších vybraných fotografií tradiční soutěže Czech Press Photo, která přináší svědectví, jak vidí život doma a ve světě fotožurnalisté z Česka a Slovenska. Aktuální 26. ročník se koná poprvé v prostorech pražského Národního muzea. Otevřeno je zde každý den od 9.00 do 18.00 hodin.

www.czechphoto.org

**Voděrádky u Říčan / Dejvické divadlo
12.–14. července**

Elegance molekuly

Nové útočiště našlo Dejvické divadlo na nově otevřené letní scéně v areálu Home of AV ve Voděrádkách u středočeských Říčan. V červenci představuje mimo jiné hru Elegance molekuly, která zkoumá vznik a velice dramatický průmyslový vývoj látek z českých chemických laboratoří. Ty dnes léčí AIDS u více než osmdesáti procent pacientů na celém světě.

www.dejvickedivadlo.cz/voderadky



**Centrum Paraple / Život je cesta
23.–24. července**

Dvoudenní cestovatelský festival pro vozíčkáře a jejich doprovod. Nabíť přednáškový program doplní workshopy o cestování v letadle a o tom, kde hledat bezbariérové ubytování, jaké jsou možnosti asistence, které cestovky nabízejí zájezdy nebo jaké kompenzační pomůcky se hodí na cesty.

www.paraple.cz



**Areál Monínec / Golfový tábor
26. července – 1. srpna**

Závěrečný 16. ročník golfových táborů, který těží z dlouholetých zkušeností s výchovou mladých golfistů. Během týdne zde nebudou chybět ani golfovi profesionálové se zkušenostmi ze zahraničních turnajů, kteří dětem poradí a ukážou možnosti tohoto někdy trochu opomíjeného sportovního odvětví.

www.moninec.cz

CZECH
PRESS
PHOTO

**29/4–31/10/2021
CZECH PRESS PHOTO
VÝSTAVA / EXHIBITION**

V HISTORICKÉ BUDOVĚ NÁRODNÍHO MUZEA / IN THE HISTORICAL BUILDING OF THE NATIONAL MUSEUM

WWW.CZECHPHOTO.ORG

© DAVID NEFF





Nově také vína Exclusive a Premium

www.dogindock.com

Merlot 2019 | Frankovka 2019 | Sylvánské zelené 2019 | Tramín červený 2019 | Pinot Gris 2019 | Chardonnay 2019