

+plus

Care

INTERVIEW | ROZHOVOR:

Stefan Hoppe, CEO
Kaufland CZ

2020 JUNI
ČERVEN

Magazin der deutsch-tschechischen Wirtschaft
Magazin česko-německého hospodářství



FOOD am Arbeitsplatz
na pracovišti



Tschechiens
Ernährungswirtschaft



#PartnersForSustainability

Schutzgebühr | Volný prodej: 80 Kč | 3,50 EUR

Vertrauen und Lebensmittel lassen sich nicht digitalisieren

Wir hoffen und wünschen Ihnen sehr, dass Sie und Ihr gesamtes Unternehmen bisher gesund und ohne existenzielle Bedrohung durch die Corona-Krise gekommen sind. In unserer jüngsten Umfrage (S. 34) beklagt jedes vierte Unternehmen hohe Einbußen, fast jedes zehnte sieht sich sogar in seiner Existenz bedroht.

Die tschechische Regierung hat mit ihren Hilfsprogrammen schnell reagiert, unsere Umfrage zeigt aber auch, dass bei Umsetzung und Effektivität nachgebessert werden muss. Auch darüber haben wir mit Vizepremier Karel Havlíček gesprochen, als er als Gastredner in unserem Live-Stream der Mitgliederversammlung in der DTIHK-Kuppel vor die Kamera trat (S. 38, 40).

Wir freuen uns, dass wir einige unserer Mitglieder wieder zu ersten persönlichen Arbeitstreffen in unserer Kuppel begrüßen konnten. Den Auftakt haben im Juni die #PartnersForSustainability gemacht, unsere breite Plattform von Unternehmen, die überzeugt sind, dass nachhaltiges Wirtschaften der einzige Weg ist, Wachstum zu gestalten und unsere Umwelt zu erhalten.

Digitalisierung ist spätestens seit der Corona-Krise das Keyword unserer Zeit. Klar geworden ist aber auch, was sich nicht digitalisieren lässt: Vertrauen, aufgebaut durch ganz persönlichen Kontakt, und: Lebensmittel! Lebensmittel machen satt, halten gesund oder machen krank. Trends und Lifestyle rund um Food sagen viel über den Wohlstand und das Lebensgefühl einer Gesellschaft aus. Und um all diese Fragen geht es in der neuen Ausgabe der **Plus** – im Titelinterview mit Kaufland-Chef Hoppe, in der GTAI-Analyse des tschechischen Marktes oder auch in der Rubrik Unternehmenskultur.

Und Lebensmittel lassen sich auch ausgezeichnet als Requisite in der politischen Auseinandersetzung verwenden, wie wir aktuell in der Debatte um eine Novellierung des Lebensmittelgesetzes erleben. Plötzlich steht auch wieder die Frage im Raum: Können wir uns als Land selbstversorgen?

Liebe Leserinnen und Leser, ich wünsche Ihnen eine kurzweilige Lektüre und einen langen Sommer und freue mich, wenn wir uns Ende August auf unserer traditionellen Dampferfahrt wiedersehen.

Důvěru a potraviny nelze digitalizovat

Doufáme, že jste Vy i celá Vaše firma zatím prošli koronavirovou krizí ve zdraví a bez existenčních problémů. V našem nejnovějším průzkumu (str. 34) hlásí čtvrtina firem vysoké ztráty, zhruba desetina je dokonce ohrožena v další existenci.

Česká vláda zareagovala sice rychle a připravila podpůrné programy, náš průzkum však ukázal, že jejich realizace a efektivita se musí bezpodmínečně zlepšit. Také o tom jsme hovořili s vicepremiérem Havlíčkem, hostem naší členské schůze, která byla živě přenášena z kopule ČNOPK (str. 38, 40).

Jsm rádi, že některé naše členy jsme už zase mohli přivítat osobně na pracovních setkáních v naší kopuli. Jako první se v červnu šli #PartnersForSustainability, což je naše široká platforma pro společnosti, které jsou přesvědčeny, že udržitelné podnikání je jediná cesta, jak zachovat růst a současně naše životní prostředí.

Heslem naší doby se nejspíše v době koronavirové krize stala digitalizace. Je ale jasné, že všechno digitalizovat nelze. Důvěru, budovanou na osobních kontaktech, a potraviny! Jídlo Vás zasytí, udrží zdravé nebo Vás naopak o zdraví připraví. Trendy a životní styl v oblasti potravin vypovídají o blahobytu společnosti a jejím přístupu k životu. Těmto otázkám je věnováno nové vydání magazínu **Plus** – v titulním rozhovoru se šéfem Kauflandu Stefanem Hoppem, v analýze GTAI o českém trhu nebo v rubrice firemní kultura.

Jídlo může posloužit i jako rekvizita v politických střetech, což právě zažíváme v debatě kolem novely zákona o potravinách. Náhle znovu vyvstává otázka: Může být naše země soběstačná?

Milé čtenářky a čtenáři, přeji Vám zábavné čtení, dlouhé léto a těším se na viděnou na konci srpna při naší tradiční plavbě po Vltavě.



UŽIJTE SI POVĚST DOKONALÉHO HOSTITELE. OSTATNÍ ZAŘÍDÍME



Napište nám nebo zavolejte: www.foxcatering.cz, hello@foxcatering.cz, +420 608 230 053



Bernard Bauer
Bernard Bauer
Geschäftsführender Vorstand
výkonný člen představenstva



ONLINE SYSTÉM MONITOROVÁNÍ TEPLOT A AUTOMATIZACE HACCP REPORTŮ

SYNSTORES / HRS
Online HACCP Reporting System

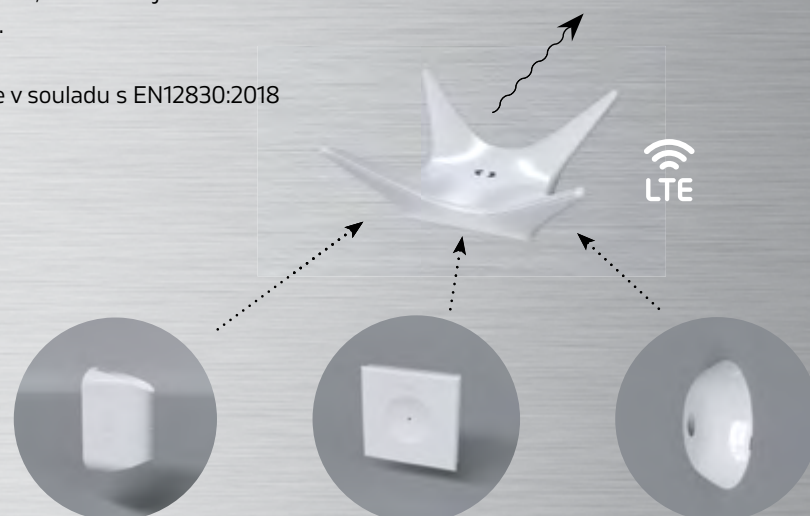
Plně autonomní bezdrátový systém čidel s minimální 10letou životností baterií, který v reálném čase automaticky zobrazuje teploty v chladicím a mrazicím nábytku, archivuje HACCP reporty, zasílá teplotní alarmy a alerty otevřených dveří.

Čidla v dvouminutových intervalech odesílají údaje do systému a pomocí grafického rozhraní aplikace zobrazuje uživateli (například manažerovi prodejny) aktuální teploty, průběhy teplot, otvírání, zavírání dveří v chladicích a mrazicích boxech. Záznamy z čidel se automaticky, bezdrátově přenášejí gateway na server a odtud

do jakéhokoli zařízení připojeného k internetu přes aplikaci Synstores HRS. Údaje se ukládají na server do podoby denních HACCP reportů. Reporty jsou uživateli okamžitě k dispozici ve formě pdf souborů, které lze jedním kliknutím stáhnout.

Systém je v souladu s EN12830:2018

synstores



**SNADNÁ INSTALACE
JEDNODUŠE
ONLINE & WIRELESS**

www.synstores.com

Inhalt Obsah

8



3 Editorial
Bernard Bauer

6 UnternehmensKULTUR
Firemní KULTURA
FOOD am Arbeitsplatz
na pracovišti

TitelThema

8 Interview | **Rozhovor**
Stefan Hoppe,
CEO Kaufland CZ

18 **Analyse.cz**
+ Tschechiens Ernährungswirtschaft
wird zum Politikum
22 + Ernährungstrends in Tschechien

23 Ziffernblatt | Číselník

26 **analýza.de**
Exportně silný německý
potravinářský průmysl

30 Erfolg | Úspěch
Fa. Stockmeier:
Die Chemie muss stimmen
Chemie musí fungovat

DTIHK | ČNOPK

34 Umfrage | Průzkum „Corona“

38 Mitgliederversammlung
Řádná členská schůze

40 Vizepremier Havlíček zu Gast
Vicepremiér Havlíček hostem ČNOPK

42 TopThema | TopTéma
#PartnersForSustainability

44 Neue Mitglieder | Noví členové

45 Events/y: DTIHK | ČNOPK

46 DTIHK-Termine | Termíny ČNOPK

47 Info: Pilsen | Plzeň

50 Messen | Veletrhy

52 News: Mitglieder | Členové

54 Der Rückspiegel | Zpětné zrcátko
Juraj Bóna, CCO T-Mobile CZ

40



www.eMagazin.plus



Radek Polák

PR Manager
Trigema Group

Der Mensch lebt nicht allein von Arbeit. Für ein Projektentwicklungs- und Bauunternehmen gilt das gleich in zweierlei Hinsicht. Wer hat schon das Glück, eine Mitarbeiterkantine zu haben, von der aus man ein zwölf Meter hohes „Monstrum“ sieht? Eines, das bei renommierten Architektur-Wettbewerben mehrfach ausgezeichnet wurde und vom bekannten Bildhauer und Provokateur David Černý stammt. Von

Nejen práci živ je člověk. V případě developerské a stavební firmy to platí dvojnásob. Komu se poštěstí mít závodní stravování s výhledem na 12metrové monstrum známého a do jisté míry i kontroverzního autora plastik Davida Černého a na objekt, jenž si již odnesl ocenění z řady prestižních architektonických soutěží. Když se navíc pak ještě můžete přesunout



Jiří Peroutka

Communications Manager
dm drogerie

+ Wenn der kleine Hunger kommt, können sich die Mitarbeiter der Zentralverwaltung auf die leichten Mahlzeiten eines lokalen Herstellers verlassen – er steht ihnen permanent zur Verfügung und wechselt ständig sein Angebot. In der Mittagszeit finden sie in unserer Kantine eine Auswahl an verschiedenen Menüs. Damit die Beschäftigten auch genügend trinken, stellen wir an allen Arbeits-

Menší hlad či chuť mohou spolupracovníci z centrální správy zahnat lehkým občerstvením od lokálního producenta, které je jim nepřetržitě k dispozici a jehož nabídka se neustále obměňuje. V době oběda jim naše jídelna nabízí výběr z několika chodů. Na všech pracovištích je pro zajištění pitného režimu spolupracovníkům k dispozici čerstvě filtrovaná voda.



Isold Heemstra

CEO
ING Bank N.V.

ING lebt Vielfalt - in allen Bereichen des Lebens. Dazu gehört auch die Ernährung. Wir haben zwar keinen eigenen Speiseraum, allerdings können unsere Mitarbeiter direkt auf dem Firmengelände hochwertige Mahlzeiten kaufen. Angeboten werden sie vom gemeinnützigen Unternehmen Etincelle, das Menschen mit Behinderung dabei hilft, wichtige berufliche Erfahrungen zu sammeln und in die Gesellschaft integriert zu

Banka ING podporuje diverzitu ve všech oblastech života, a platí to i v přístupu ke stravování. Nemáme sice vlastní jídelnu, ale zaměstnanci mají možnost přímo v budově zakoupit kvalitní občerstvení v sociálním podniku Etincelle. Ten pomáhá handicapovaným získat potřebnou praxi a začlenit se do běžné společnosti a naši zaměstnanci je v tom podporují. Velký důraz klademe na



Daniel Čapek

President
Sodexo ČR

+ Unsere Mitarbeiter haben nur das Beste verdient. Als Ernährungsexperte weiß ich nur allzu gut, wie wichtig regelmäßige Mahlzeiten am Arbeitsplatz sind. Deshalb können meine Kollegen ihren Energiebedarf nicht nur mit frischem Obst decken, sondern auch zum Beispiel mit gesunden und frischen Snacks aus dem Essensautomaten. Natürlich ist Essen ein physiologisches Bedürfnis, wir fassen es aber auch als eine gute Gelegenheit auf,

Naším zaměstnancům maximálně dopřáváme. Jako nutriční specialista dobře vím, jak je důležité pravidelné stravování na pracovišti, proto kolegové mohou doplnit energii nejen čerstvým ovocem, ale třeba i zdravými svačinami z fresh automatu. Jídlo ale nevnímáme jen jako fyziologickou potřebu, nýbrž i příležitost, jak s kolegy strávit příjemný čas mimo kancelář,

FOOD

Teil Ihrer Součást Vaší

dort aus sind Sie auch gleich im Nebenraum in einer ganz anderen Welt – mit den besten Aufnahmen tschechischer und ausländischer Fotografen. Wer beim Mittagessen eine Auszeit von den Kollegen braucht, die man ohnehin tagein tagaus sieht, kann den Take-Away-Service nutzen und sich in die gemütliche Firmenküche zurückziehen. Erkennen Sie den Unterschied zu den überfüllten Betriebskantinen der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts?

do vedlejších prostor restaurace, kde vstoupíte do světa těch nejlepších snímků domácích i zahraničních fotografů. Pokud se ale nechcete potkávat s kolegy, s nimiž se každodenně vidáte, i přes čas oběda, stačí využít služby Take Away a odnést si jídlo do útulné firemní kuchyňky. Vidíte ten rozdíl oproti době přeplněných umakartových jídelen druhé poloviny minulého století?

+ plätzen gefiltertes Wasser bereit. Außerdem bieten wir ihnen frischen Bio-Kaffee aus tschechischen Röstereien oder unserer Eigenmarke an. In den Tag starten wir mit einem Fairtrade-Frühstück, mit dem wir nicht nur lokale Lieferanten und nachhaltigen Konsum unterstützen, sondern auch neue Impulse liefern. Im Rahmen von Fortbildungsprogrammen tischen wir – Stichwort: Gesundheitskultur – kleine Mahlzeiten regionaler Hersteller auf.

Den jim zpřijemní také čerstvá bio káva z českých pražírén či naší vlastní značky. Pro spolupracovníky pořádáme fair trade snídane, při nichž podporujeme místní dodavatele, odpovědnou spotřebu a poskytujeme inspiraci. Při vzdělávacích programech je zase v rámci propojení kultury zdraví a vzdělávání k dispozici drobné občerstvení regionálních výrobců.

Unternehmenskultur firemní kultury ?

werden. Auch unsere Mitarbeiter unterstützen das. Großen Wert legen wir auf das Umfeld, in dem Lebensmittel konsumiert werden. Zum Essen treffen sich unsere Beschäftigten nicht nur in den Küchenbereichen und Ruhezonen, sondern auch gerne auf der großen Terrasse im 12. Stock. Das Catering mit vegetarischen Speisen gehört schon seit einigen Jahren zum Standard. Außerdem werden zweimal pro Woche Körbe mit frischem Obst und Gemüse in unsere Küchen geliefert.

kulturu prostředí, ve kterém se jídlo konzumuje. Kromě kuchyněk a relaxačních koutků je tradičním místem setkání u jídla rozlehlá terasa ve 12. patře. Oficiální cateringy s nabídkou jídla pro vegetariány jsou už několik let samozřejmostí, stejně jako distribuce košíků s ovocem a zeleninou dvakrát týdně do každé kuchyňky.

+ mit Kollegen eine angenehme Zeit außerhalb des Büros zu verbringen, etwa beim gemeinsamen Mittagessen. Für jeden Arbeitstag bekommen unsere Beschäftigten einen Verpflegungszuschuss von 131 Kronen in Form von Essensgutscheinen. Momentan unterstützen wir auch aktiv Partner-Restaurants, die für die regelmäßige Verpflegung (nicht nur) unserer Mitarbeiter ganz wesentlich sind. Wir haben für sie spezielle Hilfsprogramme vorbereitet und unterstützen sie mit Krediten von bis zu 150 Millionen Kronen.

třeba na společném obědě. Zaměstnancům tak za každý odpracovaný den přispíváme na stravenkovou kartu 131 Kč. V současné době také aktivně pomáháme partnerským restauracím, jejichž chod je pro pravidelné stravování (nejen našich) zaměstnanců zásadní. Připravili jsme pro ně speciální podpůrné programy a půjčíme jim až 150 milionů korun.

DIE LÖSUNG STEHT SELTEN IN EINER DOKTORARBEIT ŘEŠENÍ SOTVA NAJDEME VE VĚDECKÉ PRÁCI

Interview mit Stefan Hoppe
Rozhovor se Stefanem Hoppem
CEO, Kaufland CZ



Interview: Christian Rühmkorf
Foto: Tomáš Železný

Sympathisch, nahbar, geerdet. Gerade mal 40, leitet er seit über einem Jahr die Lebensmittelkette Kaufland in Tschechien. Stefan Hoppe ist gebürtiger Kaufländer, hat sein Manager-Handwerk von der Pike auf beim Konzern gelernt. Mit ihm reden wir über Food- und Einkaufstrends, über Corona und Nachhaltigkeit sowie Lebensmittel als Mittel der Politik.

Wo und wie haben Sie die Corona-Krise überstanden?

Die Anfänge habe ich hier in Tschechien erlebt und bin dann kurz nach der Ausrufung des Notstandes nach Deutschland ausgereist. Glücklicherweise habe ich bei uns im Headquarter in Neckarsulm einen Videokonferenzraum bekommen, da konnte ich dann über einen Monat aus der Ferne arbeiten.

Social distancing also kein Problem. Wie gut hat das Distance-Managing funktioniert?

Ausgesprochen gut, hätte ich nicht für möglich gehalten. Einerseits durch die technischen Möglichkeiten, andererseits durch eine gute Zusammenarbeit im Team. Was etwas verloren geht, ist die persönliche Ebene, auf der Sie die Möglichkeit haben, persönlich oder in einem engeren Kreis auf Themen zu reagieren. Videokonferenzen sind eben eine strikt geplante Kommunikation.

Und wie hat das Unternehmen Kaufland in Tschechien bisher die Krise erlebt?

Die Kundenzahl ist durch die Coronavirus-Maßnahmen bzw. durch die Ausgangssperre zwar generell gesunken, auf der anderen Seite haben die Kunden aber größere Mengen gekauft. Im Großen und Ganzen ist Kaufland Tschechien bisher gut und stabil durch die Krise gekommen. Was wir jetzt feststellen, ist ein Trend zu preisgünstigen Artikeln – die Sorge vor Rezession und Arbeitslosigkeit.

In Tschechien haben Sie 2019 das Ruder übernommen. Wie haben Sie den „Laden“ vorgefunden? Es gab ja zuvor deutliche Einbrüche bei Umsatz und Gewinn.

Kaufland Tschechien war immer eine sehr erfolgreiche Landesgesellschaft von Kaufland. Aus Tschechien wurden immer wieder Innovationen, Prozesse und Marketingstrategien nach Deutschland exportiert. Was ich hier vorgefunden habe, war eine gewisse Unruhe und Instabilität – bedingt durch unglaublich viele Veränderungen, die im Jahre 2018/19 durchgeführt wurden und teilweise einfach nicht optimal waren. Im Geschäftsjahr 2018 wurde ein Großteil unserer Aushilfen entlassen, um die Produktivität zu steigern. Die Kassenabwicklung und die Warenpräsenz waren nicht mehr gewährleistet. Da gab es ein paar negative Medienberichte.

Sympatický, přístupný, stojící nohama pevně na zemi. Čerstvý čtyřicátník už rok vede v Česku obchodní řetězec Kaufland. Stefan Hoppe je rodilý „kauflandák“ a své manažerské dovednosti si vybudoval od nuly právě v tomto koncernu. Hovořili jsme s ním o trendech v jídle a nakupování, o období koronaviru a udržitelnosti, ale také o potravinách jako politickém nástroji.

Kde a jak jste zvládal koronavirovou krizi?

Začátek jsem zažil tady v České republice a krátce po vyhlášení nouzového stavu jsem odcestoval do Německa. V našem ústředí v Neckarsulmu jsem naštěstí dostal k dispozici videokonferenční místnost, kde jsem mohl více než měsíc pracovat na dálku.

„Social distancing“ pro Vás tedy nebyl žádný problém. Jak fungovalo řízení na dálku?

Naprosto skvěle, sám bych to byl nečekal. Fungovalo to jednak díky technickým možnostem, jednak zásluhou dobré týmové spolupráce. O co člověk zčásti přišel, byla osobní rovina, kdy máte možnost projednat témata osobně, případně v užším kruhu. Videokonference jsou prostě striktně plánovaná forma komunikace.

Jaké jsou dosavadní dopady této krize na společnost Kaufland v České republice?

Na jedné straně se vlivem koronavirových opatření a zákazu volného pohybu všeobecně snížil počet zákazníků, na druhé straně ale zákazníci nakupovali ve větším množství. Celkově společnost Kaufland Česká republika dosud ustála krizi v dobrém a stabilním stavu. Nový trend, kterého si všímáme, je zájem o cenově výhodné zboží. Ten souvisí s obavou z recese a nezaměstnanosti.

V roce 2019 jste se v České republice ujal vedení Kauflandu. V jakém stavu jste ho přebíral? Společnost předtím zaznamenala výrazný pokles obrátu a zisku.

Kaufland Česká republika byl vždy velmi úspěšným regionálním zastoupením společnosti Kaufland. Z Česka do Německa neustále přicházely různé inovace, procesy a marketingové strategie. Co jsem zde zaznamenal já, byl určitý neklid a nestabilita způsobená neskutečným množstvím změn, ke kterým došlo v letech 2018/19 a které zčásti prostě nebyly optimální. V obchodním roce 2018 byla kvůli snaze zvýšit produktivitu propuštěna velká část našich brigádníků. Důsledkem byly problémy s rychlostí odbavení na pokladnách a doplňováním zboží a několik nelichotivých zpráv v médiích.

„Handel ist keine Raketenwissenschaft“

„Obchod není kosmický výzkum“

Und wie haben Sie als neuer Chef „den Laden aufgemischt“?

Ich habe jedem meiner Mitarbeiter drei Fragen gestellt. Für was steht eigentlich Kaufland Tschechien auf dem Markt? Also für Preis, Qualität, Vielfalt, für Produktivität, für ein deutsches Unternehmen? Was machen wir derzeit besonders gut? Wo müssen wir uns verändern, um wieder gut zu werden? Insbesondere die erste Frage konnte kaum jemand beantworten. Wir haben dann die Hausleiter eingeladen und gefragt, was eigentlich die Kunden sagen. Handel ist keine Raketenwissenschaft. Wir verkaufen hauptsächlich Lebensmittel, und die Lösung steht meistens nicht in irgendeiner Doktorarbeit.

Jak se Vám jako novému řediteli povedlo obchod zase „rozhýbat“?

Každému z mých spolupracovníků jsem položil tři otázky: Jak je Kaufland vnímán na českém trhu? Jako symbol výhodné ceny, kvality, rozmanitosti, produktivity, jako německý podnik? Co v současné době děláme dobře? Co musíme změnit, abychom byli zase dobří? Konkrétně na první otázku neznal odpověď skoro nikdo. Poté jsme si pozvali vedoucí jednotlivých poboček a zeptali se jich, co o nás říkají zákazníci. Obchod není kosmický výzkum. Prodáváme hlavně potraviny a řešení sotva najdeme ve složité vědecké práci.

Jaká je vlastně cílová skupina společnosti Kaufland Česká republika?

Z mého pohledu se Kaufland nesmí orientovat na jednu specifickou skupinu zákazníků. Je nutné do určité míry myslet na všechny, počínaje lidmi, kteří žijí single, přes pracující matky až po seniory. Každopádně jsem si všiml, že naše komunikace byla velmi nepřehledná. Jeden den jsme tvrdili, že jsme nejlevnější, další den jsme nabízeli nejčerstvější zboží, pak jsme se prezentovali jako nejudržitelnější a čtvrtý den jsme měli nejlepší sortiment. Nějak nám chyběla návaznost.



Was ist denn die Zielgruppe von Kaufland Tschechien?

Bei Kaufland darf man sich aus meiner Sicht nie auf ein Kundenspezifikum festlegen, sondern muss ein bisschen genereller bleiben, vom Single über die berufstätige Mutter bis zu Senioren. Was mir allerdings aufgefallen ist – unsere Kommunikation war zu chaotisch. An einem Tag sagen wir, wir sind die Billigsten, dann die Frischsten, danach die

O strategii podniku hodně vypovídají jeho investice. Jaké projekty jsou v současné době pro Kaufland nejdůležitější?

Nejvyšší prioritou je modernizace naší sítě poboček. V části našich poboček neproběhla renovace už 20 let, od doby, kdy byly otevřeny.

Vaše sesterská společnost Lidl zahájila modernizaci pod heslem „zhodnocení“. Jakým směrem se ubírá modernizace Kauflandu?

I my chceme zvyšovat naši hodnotu. Princip zbourat a postavit znovu, který zavedl Lidl, však u nás tak dobře nefunguje. Plocha našich prodejen je na to příliš velká. Investujeme spíše do zhodnocování stávajících nemovitostí. Velmi důležitým faktorem je osvětlovací technika, dále barvy, typy regálů, které nejsou tak vysoké jako dříve, nové pulty, nová chladicí technika.

„Zurück zur klassischen Bedienungstheke“

„Návrat ke klasickým obslužným pultům“



Nachhaltigsten und am vierten Tag haben wir haben das beste Sortiment. Das hatte irgendwie keine Linie.

Investitionen sagen viel über die Strategie eines Unternehmens aus. Was sind aktuell die wichtigsten Projekte für Kaufland?

Oberste Priorität hat die Modernisierung unseres Filialnetzes. Teilweise wurden unsere Filialen seit der Eröffnung vor 20 Jahren nicht mehr angefasst.

Beim Schwesterunternehmen Lidl gab es eine klare Modernisierungssprache – Stichwort: Aufwertung. In welche Richtung geht die Modernisierung bei Kaufland?

Wir wollen uns auch wertiger darstellen. Allerdings funktioniert das Abriss-Neubau-Prinzip von Lidl bei Kaufland nicht in dem Maße. Die Kaufland-Filialen sind dafür flächenmäßig zu groß. Wir investieren eher in die Aufwertung der bestehenden Immobilie. Lichttechnik – ganz wichtiger Faktor –, Farbe, Regalierungstypen, nicht mehr so hohe Regalierungen wie in der Vergangenheit, neue Theken, neue Kühltechnik.

Unser Titelthema ist FOOD. Was sind die Trends in der tschechischen Gesellschaft bei Food und Lifestyle, die auch Kaufland aufgreift?

Bio gehört inzwischen schon zum Standard und die Kunden erwarten eine große Auswahl an Bio-Produkten schon im Discount. Hinzu kommen laktose- und glutenfreie Produkte. Der andere Trend geht zurück zur klassischen Bedienungstheke. Die Bedienungstheken haben wir aus den Augen verloren. Wir hatten ja sehr viel auf Selbstbedienung umgestellt, auf Verpackungen. Und jetzt sehen wir, dass die Kunden wieder bedient und beraten werden möchten und das auch ein Stück weit zelebrieren. Deswegen haben wir auch sehr viel Personal eingestellt in die Bedienungstheken. Man denkt, das ist so einfach, aber wenn man mal vier Stunden hinter der Theke steht, dann weiß man wirklich, was die Leute da leisten.

Wie finden Sie die richtigen Mitarbeiter?

Durch die Entlassungen im Geschäftsjahr 2018/19 sind etliche Schwierigkeiten entstanden. Durch Stellenausschreibungen, Gehaltserhöhungen und eine bessere Personalpolitik hat sich die Situation aber verbessert, und wir erleben im Moment eine stabile Entwicklung bei Umsatz und Kunden.

Bildet Kaufland in Tschechien selbst aus?

Den klassischen Ausbildungsberuf des Verkäufers wie in Deutschland gibt es in Tschechien nicht. Wir bilden unsere Mitarbeiter intern weiter. Beispielsweise in unserer „Frische-Schule“. Dort haben wir dann Bedienungstheken aufgebaut,

Hlavním tématem tohoto čísla je FOOD. Jaké jsou trendy v oblasti „Food and Lifestyle“, kterým vychází vstříc i Kaufland?

Bioprodukty jsou dnes již standard a zákazníci očekávají velký výběr těchto produktů již na úrovni diskontních prodejen. Dále sem patří produkty bez obsahu laktózy a lepku. Dalším trendem je návrat ke klasickým obslužným pultům. Zákazníci opět požadují osobní obsluhu a poradenství. Tyto služby už přitom z Kauflandu před časem téměř vymizely, protože jsme se výrazně přeorientovali na samoobslužný prodej baleného zboží. A najednou vidíme, že zákazníci chtějí být opět obsluhováni, chtějí, aby jim někdo poradil, a chtějí mít z nakupování i určitý zážitek. Proto jsme také zaměstnali velké množství personálu u obslužných pultů. Možná to vypadá jednoduše, ale ten, kdo už někdy stál čtyři hodiny za pultem, ví, kolik toho tito zaměstnanci musí zvládnout.

Jakým způsobem hledáte ty správné zaměstnance?

Kvůli propouštění v obchodním roce 2018/19 došlo k mnoha problémům. Situace se však zlepšila díky novým výběrovým řízením, zvyšování platů a lepší personální politice. Momentálně je vývoj našeho obrátu a počtu zákazníků stabilní.

Vzdělává si Kaufland v Česku své zaměstnance sám?

Klasický učební obor prodavač v té podobě, jako existuje v Německu, v Čechách není. Naše zaměstnance dále vzděláváme interně, například v naší „škole čerstvosti“. Zde využíváme obslužné pulty, u kterých je možné si vyzkoušet, jakým způsobem se má vést rozhovor se zákazníkem, který potřebuje poradit. Kolegy to hrozně baví.

„Na to už nikdy nezapomenete“

„Das kriegt man nie wieder aus dem Kopf“

S tím souvisí i téma vstřícnosti, o kterém se v oblasti služeb v České republice také diskutuje...

Pokud někdo není vstřícný, je tomu podle mě ze tří důvodů. Prvním důvodem může být nadřizený. Pokud vedoucí nedokáže své kolegy dostatečně motivovat a ukázat jim, že si jich váží, a pokud jim nejde dostatečně příkladem, poznamenává to náladu v týmu. Druhým důvodem je přetížení zaměstnanců, kteří nedostanou prostor pro vlastní odpovědnost a sebe-realizaci. Kromě práce každý potřebuje čas na soukromí a regeneraci. A třetí důvod zní: Nedostatek odborných znalostí zaměstnance.

und da kann man üben, wie man Kundenberatungsgespräche führt. Die Kollegen haben unglaublich Spaß daran.

Freundlichkeit ist ja auch so ein Thema im Dienstleistungsbereich in Tschechien ...

Wenn jemand nicht freundlich ist, gibt es für mich drei Gründe: Der erste Grund kann der Vorgesetzte sein - wenn der Chef seine Mitarbeiter nicht genügend motivieren und seine Wertschätzung nicht zeigen kann und für sie kein Vorbild ist, dann schlägt die Stimmung auf das Team über. Der zweite Punkt: Du bist einfach überfordert, bekommst keine Freiräume und Eigenverantwortung. Neben dem Job benötigt man auch private Freiräume um sich zu regenerieren. Und der dritte Punkt: Du hast keine Fachkenntnis.

Sie selbst haben ein praxisnahes duales Studium an der Uni Mannheim absolviert. In Tschechien gibt es das noch nicht. Was hat Ihnen dieser Praxisbezug für Ihre heutige Tätigkeit als Top-Manager gebracht?

Die Theorie- und Praxisphasen in der Ausbildung waren für mich unglaublich wertvoll. Das ist bei Kaufland extrem ... man fängt wirklich im Leergut an, räumt Obst ein, steht hinter der Theke, füllt die Regale auf, muss mit Schutzarbeitskleidung im Tiefkühlager bei -40 Grad stehen und erlebt auch mal ein Weihnachtsgeschäft, wo vielleicht mehrere LKW mit 60 Paletten vor der Tür stehen, und in das Lager passen nur noch 10 hinein. Das kriegt man nie wieder aus dem Kopf. Man sieht wie schnelllebig der Handel ist, auch welche Leistungen da erbracht werden. Als nächsten Schritt habe ich den ganzen Warenbereich „Food“ übernehmen können. Das schon in der Ausbildung zu erleben, macht natürlich unglaublich Spaß. In meiner Diplomarbeit ging es um das Thema „Azubis führen einen Markt“. Da haben wir auch einen Ausbildungspreis bei der IHK Heilbronn/Franken gewonnen. Da war ich Projektleiter. Damals wurden 140 Azubis in die Filiale Heilbronn versetzt, um sie anderthalb Monate zu betreiben. Das war extrem spannend und unglaublich dynamisch

Kaufland war 2019 und 2020 wieder „Top Employer“ in Tschechien und auch in Europa. Wofür hat Kaufland diese Auszeichnung bekommen?

Wichtig sind hohe Sozialstandards, ein transparentes Vergütungssystem und eine gute Einarbeitung. Außerdem muss eine Grundzufriedenheit bei den Angestellten herrschen. Wichtig ist auch eine hervorragende Teamarbeit im Unternehmen. Am besten ist dabei eine gute Mischung aus ganz erfahrenen Mitarbeitern und ganz jungen, die gerade reinkommen und Verantwortung übernehmen. In Deutschland hatte ich einen Markt in Bad Dürkheim, der mit Abstand die längste Betriebszugehörigkeit aller Mitarbeiter bei Kaufland hatte. Der Hausleiter war seit 37 Jahren in seiner Funktion. Das Ding war eine Rakete! Die kannten ihre Kunden, die wussten wie Kaufland und der Kunde ticken und konnten auch neue Leute gut integrieren.



Vy sám jste absolvoval duální studium na Univerzitě v Mannheimu, které bylo prakticky zaměřené. Něco takového zatím v Česku nemáme. Jak Vám toto tehdejší spojení s praxí pomáhá na Vaší současné pozici vrcholového manažera?

Střídání teorie a praxe během mého vzdělávání pro mě bylo neskutečně cenné. U Kauflandu je to až extrémní... tady opravdu začínáte vratnými obaly, rovnáte ovoce, obsluhujete za pultem, doplňujete regály, musíte stát v ochranném pracovním oblečení v mrazárně při minus čtyřiceti stupních a pak zažijete i vánoční provoz, kdy před vraty stojí řada nákladáků se 60 paletami a do skladu se jich vejde jenom deset. Na to už nikdy nezapomenete. Člověk vidí to tempo a proměnlivost obchodní činnosti, a také vidí, kolik práce tam lidé musí zvládnout. Jako další krok jsem dostal možnost převzít celou oblast zboží označovanou jako „Food“. Zažít něco takového už během studia je samozřejmě úžasně zábavné. Svou diplomovou práci jsem psal na téma „Učni řídí obchod“. Získali jsme za ni ocenění Obchodní a průmyslové komory Heilbronn/Franken v oblasti vzdělávání. Já jsem byl vedoucím tohoto projektu, během něhož tehdy dostalo 140 učňů za úkol provozovat měsíc a půl pobočku v Heilbronn. Bylo to úžasně napínavé a neskutečně dynamické.

Wie weit oben steht die Digitalisierung auf der Kaufland-Agenda?

Meine Großmutter hat mal gesagt, „du verkaufst doch nur Bananen“. Beim Einzelhandel denkt keiner daran, was alles im Hintergrund abläuft, damit die Banane vorne im Verkaufsraum liegt. Kaufland ist auf dem tschechischen Markt das einzige mir bekannte Unternehmen, das eine vollautomatische Disposition in vielen Warenbereichen nutzt. Hinter den Bestellprozessen stehen tiefgehende Systeme und Algorithmen. 2001, als ich bei Kaufland angefangen habe, da haben wir mit einem Stift händisch bestellt. Wenn man nicht die Menge für die Dressings wusste, dann hatte der Kunde Pech. Bei internen Prozessen kommen wir heute zudem – bis auf die Unterschriftenmappe – fast ohne Papier aus.

Lebensmittel-Lieferservices verzeichnen während der Corona-Krise enorme Umsatzsteigerungen. Kaufland hat das Pilotprojekt in Berlin 2017 eingestellt. Kann die Corona-Krise zu einem Umdenken führen?

Das ist ein schönes Beispiel, wo Tschechien weiter ist als Deutschland. Die Lebensmittellieferungen hier waren das erste, was mich in Prag fasziniert hat – gut, professionell und auch akzeptiert bei den Kunden. Das Problem für Kaufland waren die hohen Zustellkosten und der geringe Gewinn im Vergleich zum stationären Geschäft. Trotzdem beschäftigen wir uns intensiv mit anderen Varianten des eCommerce. Und so haben wir Mitte Juni ein gemeinsames Projekt mit dem tschechischen Lebensmittel-E-Shop Kosik.cz gestartet und dadurch die Online-Welt mit unseren Flaggschiffprodukten betreten. Zurzeit bieten wir online rund 600 Kaufland-Produkte der eigenen Handelsmarken an wie „K-Jarmark“ aus tschechischer Produktion. Unser Sortiment wird auf Kosik.cz in Form eines Shop-in-Shop präsentiert. Für Kaufland ist das die erste Zusammenarbeit dieser Art, und wir gehen davon aus, dass wir das Angebot schrittweise erweitern.

Großes Thema Nachhaltigkeit: Mitten in der Corona-Zeit hat Kaufland im April 2020 eine neue "nachhaltige" Filiale in Rakovník eröffnet. Was macht diese Filiale nachhaltig?

Durch Wärmerückkopplung sparen wir massiv Energie ein in so einer Filiale mit den vielen Kühlungselementen. Mit unserer neuen Technologie für die Nutzung von Regenwasser und anderen modernen Elementen wie LED-Beleuchtung oder Kühlmöbeln schützen wir Ressourcen und sparen Energie. Wir modernisieren unsere bestehenden Filialen und bauen neue nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit.

Ist mit Corona die Nachhaltigkeit als Aufgabe für die Wirtschaft erst mal vom Tisch?

Meine Tochter ist acht Jahre alt und stellt relativ harte Fragen: „Wird es eine Welt wie heute in der Zukunft noch geben? Gibt es einen Klimawandel? Und warum werfen die Menschen Plastik ins Meer?“ Um ehrlich zu sein, hatte ich ganz andere Fragen

Kaufland byl v letech 2019 a 2020 oceněn jako nejlepší zaměstnavatel v České republice i v Evropě. Za co toto ocenění získal?

Důležité jsou sociální standardy, transparentní systém odměňování a dobré zapracování. Kromě toho musí zaměstnanci pociťovat určitou základní míru spokojenosti. Významnou roli hraje také výborná práce v týmu. Optimální je přitom dobře zkombinovat velmi zkušené zaměstnance a nejmladší spolupracovníky, kteří u nás právě začínají a přebírají odpovědnost. Měli jsme v Německu obchod v Bad Dürkheimu, jehož zaměstnanci pracovali v naší společnosti zdaleka nejdéle ze všech zaměstnanců Kauflandu. Vedoucí pobočky vykonával svou funkci 37 let. Jejich fungování bylo úžasné! Ti lidé znali své zákazníky, chápali, na jaké bázi funguje Kaufland a na jaké zákazník a uměli zapojit nové zaměstnance.

Jakou prioritu na seznamu úkolů Kauflandu má digitalizace?

Moje babička mi kdysi řekla: „Ty přece prodáváš jen banány.“ V maloobchodě nikdo nemyslí na to, co všechno se odehrává v pozadí, než se banán dostane do regálu v prodejně. Kaufland je, pokud vím, jedinou společností na českém trhu, která pro objednávání zboží využívá plnou automatizaci. Za objednávacími procesy se přitom skrývají náročné systémy a postupy. Když jsem v roce 2001 u Kauflandu začínal, psali jsme objednávky s tužkou v ruce. Když jsme neznali správné množství dressingů, měl zákazník smůlu. U interních procesů se dnes – s výjimkou podpisových knih – obejdeme téměř bez papíru.

Enormní nárůst obrátu zaznamenaly během koronavirové krize služby spojené s rozvozem potravin. Kaufland ale svůj berlínský pilotní projekt v roce 2017 zastavil. Může vlivem krize dojít k přehodnocení těchto služeb?

Tento příklad krásně ukazuje, v čem je Česko dál než Německo. Rozvoz potravin byl tím prvním, co mě v Praze fascinovalo – služby měly dobrou úroveň, byly profesionální a zákazníci je uznávali. Určitý problém představovaly pro Kaufland vysoké náklady na doručení a nižší zisk ve srovnání s kamennými obchody. Přesto se intenzivně zabýváme jinými variantami využití e-commerce. Proto jsme v polovině června zahájili společný projekt s českým internetovým obchodem s potravinami Košík.cz a díky tomu jsme vstoupili do online světa s našimi vlajkovými produkty. Online nabídka společnosti Kaufland v současnosti zahrnuje cca 600 českých výrobků našich značek, jako je „K-Jarmark“. Náš sortiment nabízíme na e-shopu Košík.cz formou shop-in-shop. Pro Kaufland je to první spolupráce tohoto typu a předpokládáme, že naši nabídku postupně rozšíříme.

mit acht Jahren. Meiner Meinung nach kommt jetzt eine Generation nach, die sich sehr stark damit beschäftigen wird, wie ein Unternehmen mit Ressourcen umgeht. Da müssen wir uns schnellstmöglich in manchen Themen anders aufstellen. Unsere REset-Plastik-Strategie ist hier ein wirklich gutes Beispiel.

„Nur weil er aus Deutschland kommt?“

„Jen proto, že pochází z Německa?“

Im Parlament liegt eine Novelle zum Lebensmittelgesetz: In Zukunft sollen 55-85% der Lebensmittel im Regal aus Tschechien stammen. Was ist das für ein Trend?

Ich will mir nicht anmaßen, was Politik oder vielleicht Populismus ist. Ich befürworte natürlich, dass wir regional kaufen, regional produzieren, möglichst kurze Wege haben. Wir bemühen uns, möglichst viele Produkte und Rohstoffe aus Tschechien dem Kunden anzubieten, zum Beispiel für unser eigenes Fleischwerk. Die Kunden erwarten es hier. Da haben wir auch schon schmerzhaft Erfahrungen gemacht, zum Beispiel mit Karpfen aus Polen. Der Markt gibt uns vor, immer regionaler und lokaler zu werden. Die Frage ist nur, was gibt der Markt her? Steigende Preise sehe ich da als Risiko. Und dann gibt es bei uns Eigenmarken, die in Deutschland produziert werden, in großen Mengen, in guter Qualität – soll jetzt dieser Artikel nicht mehr da sein, nur weil er aus Deutschland kommt? Irgendwas stimmt dann mit Europa nicht. Wenn das jeder mit seinem Markt macht, dann wird das zu Problemen führen.

Gab es ein tschechisches Lebensmittel, welches Sie während Ihres Corona-Aufenthaltes in Deutschland vermisst haben?

Das gezapfte Bier aus dem Tank. ☺ 🍺

Velkým tématem je udržitelnost. Uprostřed koronavirového období otevřel Kaufland v dubnu 2020 novou „udržitelnou“ pobočku v Rakovníku. V čem spočívá její udržitelnost?

Díky zpětnému získávání tepla, tzv. rekuperací ušetříme v prodejně s mnoha chladicími zařízeními velké množství energie. S naší novou technologií pro využití dešťové vody a dalšími moderními prvky, jako je např. LED osvětlení nebo chladicí nábytek, chráníme zdroje a šetříme mnoho energie. Všechny stávající prodejny modernizujeme a nové stavíme v souladu se zásadou udržitelnosti.

Nebude teď vlivem koronaviru udržitelnost tématem, které zůstane v oblasti ekonomiky stranou pozornosti?

Moji dceři je osm let a klade mi relativně těžké otázky: „Bude v budoucnu takový svět jako dnes?“ Zajímá se o klimatické změny a ptá se, proč lidé vyhazují plasty do oceánů. Abych byl upřímný, já ve svých osmi letech kladl úplně jiné dotazy. Podle mého názoru přichází nyní generace, která se bude velmi zajímat o to, jak společnost využívá zdroje. U některých témat se proto budeme muset co nejrychleji přenastavit. Naše REset plastová strategie je skutečně dobrým příkladem.

V parlamentu se nyní projednává novela zákona o potravinách: V budoucnu by mělo 55-85 % potravin v obchodech pocházet z České republiky. Jak hodnotíte tento trend?

Netroufám si říct, co je politika nebo populismus. Samozřejmě souhlasím s tím, abychom nakupovali regionálně, vyráběli regionálně, aby cesta produktu k zákazníkovi byla co nejkratší. Snažíme se nabídnout zákazníkovi co nejvíce produktů a surovin z České republiky, jako je tomu například u našeho masozávodu. Zdejší zákazníci to tak chtějí a my už v této souvislosti také máme několik nepříjemných zkušeností, např. s kapry z Polska. Trh po nás chce, abychom se stále více zaměřovali na regionální a lokální produkci. Otázkou však zůstává, co je domácí trh ale opravdu schopen zajistit. Já tu vnímám riziko stoupajících cen. A také máme vlastní značky vyráběné v Německu, ve velkém množství, v dobré kvalitě. Má teď tohle zboží z obchodů zmizet jen proto, že pochází z Německa? Něco je v Evropě špatně. Pokud se každý soustředí jen na vlastní trh, povede to k problémům.

Existuje nějaká česká potravina, kterou jste během Vašeho koronavirového pobytu v Německu postrádal?

Čepované pivo z tanku. ☺ 🍺



TSCHECHIENS ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT WIRD ZUM POLITIKUM

Foto: ElasticComputeFarm/Pixabay.com

Miriam Neubert
Germany Trade & Invest

Die Coronavirus-Krise und der zwei Monate währende Notstand haben die Lebensmittelmärkte in Tschechien sehr unterschiedlich beeinflusst. Als Grundbedarfsanbieter profitierte der Lebensmittel Einzelhandel, da er von den acht- bis zehnwöchigen Geschäftsschließungen, denen andere Einzelhändler oder Dienstleistungsanbieter unterlagen, nicht betroffen war. Während die Zulieferer der Supermärkte zulegen konnten und zum Teil Personal einstellten, standen die der Gastronomie, darunter der Großhandel und die Bierbrauer, vor verschlossenen Türen.

Die Statistik zeigt die Unterschiede im März klar auf. Dieser Monat war bereits geprägt durch massive Vorratskäufe verunsicherter Verbraucher. Die Lebensmittelindustrie erlöst im Vorjahresvergleich über 14 % (laufende Preise) mehr. Die Umsätze der Getränkehersteller gingen in fast demselben Maße zurück. Der Einzelhandel mit Lebensmitteln setzte 10 % mehr um (preisbereinigt 4 %), was aber vor allem Super- und Hypermärkte registrierten. Der Fachhandel mit Lebensmitteln hatte nichts zu lachen bei einem Rückgang um 12 %. In der Gastronomie brachen die Umsätze um 42 % ein. Restaurants, Cafés und Kneipen konnten am 11. Mai ihre Gäste erstmals wieder direkt bedienen, wenn auch nur draußen. Seit dem 25. Mai ist auch der Innenbereich wieder zugelassen. Solange es aber kaum ausländische Touristen gibt, Abstandsregelungen und frühere Schließungszeiten zu beachten sind, können die Lokale nicht an das Vorkrisenhoch anschließen. Der Verband der Brauereien rechnet nach dem Spitzenjahr 2019 und einer Produktion von 21,6 Millionen Hektolitern Bier mit einem erheblichen Rückgang und fürchtet vor allem um die Existenz der Minibrauereien.

Solidarität in Corona-Zeiten

Schwer hatten es durch das mehrwöchige Verbot der Bauernmärkte auch die Landwirte, die ihre Produkte direkt auf diesen Märkten verkaufen – regional fokussiert und ohne Zwischenhändler. Ihnen sprang das Internet zur Seite, etwa in Gestalt des Online-Supermarkts Košík.cz, der auf seiner Website einen Bauernmarkt aufmachte. Demonstrativ warb Penny Market für den Konsum nationaler Produkte unter dem Motto „Lasst es Euch in Tschechien gut gehen.“ Damit stand die Supermarktkette nicht allein. Gerade bei frischen Waren wie Brot, Fleisch und Wurstwaren, Milch und Molkereiprodukten ziehen tschechische Käufer Umfragen zufolge heimische Anbieter vor. Orientierung liefern nationale Gütesiegel für hochwertige tschechische Lebensmittel wie KLASA oder Regionální potravina.

Online-Absatz gewinnt an Fahrt

Der tschechische Lebensmitteleinzelhandel wird von ausländischen Ketten bestimmt. Unter den Top 10 befinden sich sechs

deutsche Namen mit Lidl und Kaufland an der Spitze vor Albert, Tesco und Penny Market. Von Bedeutung sind auch die tschechischen Supermärkte Hruška und die Genossenschaften Coop und CBA.

Durch Corona hat der elektronische Handel als Absatzkanal im Segment Food nochmal einen Sprung gemacht. Marktführer sind die Anbieter Rohlik.cz, Košík.cz und Tesco. Sie wussten schon vorher, ihre Klientel durch Extras wie Lebensmittelampeln, Plastikreduzierungskampagnen oder die Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern zu halten. Unter dem Einfluss von Covid-19 konnten sie sich vor Nachfrage kaum retten, da die Menschen plötzlich im Internet Großeinkäufe machten. Die elektronischen Supermärkte erweitern daher ihr Angebot, automatisieren ihre Lager, bauen neue und expandieren in die Regionen.

Steigende Lebensmittelausgaben

Mit rund 16 % ihrer Haushaltsausgaben müssen die Tschechen einen deutlich größeren Anteil für Lebensmittel und nichtalkoholische Getränke aufwenden, als die Bürger im Durchschnitt der EU (12 %). Geht es nach den Zahlen von Eurostat, betrugen diese Konsumausgaben 2018 rund 16 Milliarden Euro. Hinzu kamen 3,3 Milliarden Euro für alkoholische Getränke und 6,6 Milliarden Euro für die Verpflegung außer Haus. Seit Jahren nehmen diese Ausgaben zu.

Angesichts eines durchschnittlichen Bruttomonatslohns von 34.077 Kč im 1. Quartal 2020 (rund 1.330 Euro) ist der Preis entscheidend für den Großteil der Nachfrage. Angebotsaktionen bleiben beliebt und werden in der durch die Pandemie ausgelösten Rezession noch einmal an Aufmerksamkeit

gewinnen. Auch die Hausmarken der Handelsketten sind gefragt. Ihr Sortiment wächst. Kaufland vermarktet verstärkt seine vegane Eigenmarke. Globus stellt Hausmarken zum Teil im Supermarkt selbst her.

Die steigenden Löhne und Einkommen der vergangenen Jahre erlauben es den Bürgern zunehmend Markenartikel und hochwertige regionale Produkte nachzufragen. Aspekte wie Nachhaltigkeit, Umwelt und Tierwohl beginnen eine Rolle zu spielen. Dass es möglich ist, Rinder rund ums Jahr auf der Weide zu halten und für Fleisch zu sorgen, das von der Farm direkt zum Verbraucher kommt, beweist die Farm Kukburg unfern von Prag, die ihre Produkte auch in der angeschlossenen Gastronomie anbietet. Der Hof Loučovský dvůr im Kreis Chomutov arbeitet mit aus Frankreich stammenden Salers-Rindern und liefert das Fleisch direkt aus.

Die Verpackungen selbst beginnen von diesen Themen zu erzählen. Kleine Geschichten zu Nachhaltigkeit und Produktionsweg finden sich zum Beispiel auf den Schachteln von Tomaten und Früchten der Vertriebsgenossenschaft cerstveutrzno.cz, die verschiedene mährische Obstfarmen vereint. Wer Verpackungen ohne Plastik sucht oder gar Zero Waste anstrebt, findet in Prag Alternativen bei ersten Unverpackt-Anbietern wie der Initiative Bezobalu oder dem Geschäft Neobaleno. Einige Supermärkten bieten bereits Abfüllungsvorrichtungen für den Verbraucher an.

Es sind in der Masse nach wie vor die Ausnahmen. Zu den Trends, die oft in Nischen beginnen, aber sich beharrlich ausprägen können, gehört die Nachfrage nach Biolebensmitteln, Allergiker-Produkten, Sportlernahrung, vegetarischen und veganen Alternativen. Noch sind in den Regalen viele dieser Produkte importierter Herkunft.

Struktur der Pro-Kopf-Ausgaben der privaten Haushalte in Tschechien*

Position	Ausgaben 2017 in Kč	Ausgaben 2018 in Kč	Veränderung 2017/18 in %
Konsumausgaben insgesamt	144.196	149.162	3,4
Nahrungsmittel	25.729	26.320	2,3
Alkoholfreie Getränke	2.493	2.510	0,7
Alkoholische Getränke	2.866	2.949	2,9
Verpflegungsdienste	8.462	9.025	6,7

* Durchschnittlicher Wechselkurs 2017: 1 Euro = 26,33 Kč; 2018: 1 Euro = 25,643 Kč;
Quellen: Tschechisches Statistikamt, Tschechische Nationalbank



Foto: Archetyp, z. s./farmarsketrziste.cz

Wachsende ökologische Landwirtschaft

Von der dynamischen Nachfrage nach Biolebensmitteln will sich Tschechiens wachsende ökologische Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion einen Teil abschneiden. Ihr Anteil an der Agrarproduktion erreichte 2018 rund 5 %. Gut 13 % der Äcker werden nach Angaben des Landwirtschaftsministeriums von über 4.600 Farmen bereits ökologisch bewirtschaftet. In der Verarbeitung sind es 750 Firmen und im Handel 950. Fördergelder unterstützen diesen Trend seit Jahren.

Bestätigung kommt durch die Strategie für ein faires, gesundes und umweltfreundliches Lebensmittelsystem, das die EU unter dem Motto „Farm to Fork“ (vom Hof auf den Tisch) am 20. Mai 2020 vorstellte. Es baut darauf, dass sich die Menschen trotz der wachsenden Urbanisierung einen engeren Bezug zu ihren Lebensmitteln wünschen, die frisch, weniger stark verarbeitet und nachhaltig erzeugt sein sollen.

Lebensmittelgesetz in der Überarbeitung

Das trifft auch auf tschechische Verbraucher zu. Zusätzlich hat die Diskussion über zweierlei Qualität dazu geführt, dass viele genauer hinschauen, wo ein Produkt herkommt und was es genau enthält. In einer Studie, die 1.400 Lebensmittel aus 19 Ländern verglich, hat die EU-Kommission zwar keinen Ost-West-Unterschied bei der Zusammensetzung von Markenlebensmitteln festgestellt. Doch beobachtete sie, dass ein Drittel der getesteten Produkte, die als identisch oder ähnlich vermarktet wurden, eine unterschiedliche Zusammensetzung aufwies. Zum Schutz des Verbrauchers ist das nicht mehr zulässig. Tschechien novelliert aktuell vor diesem Hintergrund sein Lebensmittelgesetz.

Höherer Selbstversorgungsgrad angestrebt

Mehrere Abgeordnete nutzten diesen gesetzgeberischen Prozess, um weitere Abänderungsentwürfe einzubringen. Ihr Ziel: eine Quote für tschechische Lebensmittel in den Einzelhandelsregalen einzuführen. Die Coronavirus-Krise hat die Rufe nach mehr Autarkie in der Lebensmittelversorgung geschürt. Auf diese Weise würden nationale Produzenten auf dem heimischen Markt gestärkt. Tschechien importiert von Jahr zu Jahr mehr Lebensmittel und verzeichnet ein hohes Handelsdefizit. Der Selbstversorgungsgrad bei verschiedenen Produkten ist zurückgegangen. Hoch ist er Pressemeldungen zufolge bei Senf, Mohn, Rindfleisch, Milch, Getreide oder Raps. Unter 100 % liegt er bei Soja, Kartoffeln, Geflügel, Obst. Besonders niedrig ist er bei Schweinefleisch (51 %), Wein (39 %), frischem Gemüse (32 %). Das ist vielen Politikern ein Dorn im Auge. Fördermittel, die die Investitionen in Agrar- und Lebensmittelbetrieben besonders im Hinblick auf die Selbstversorgung in sensiblen Bereichen unterstützen sollen, scheinen nicht genug.

So schlugen Abgeordnete der rechtsnationalen Partei für "Freiheit und direkte Demokratie" (SPD) und der regierenden Bewegung ANO vor, 2021 eine Quote von 55 % für tschechische Lebensmittel im Einzelhandel einzuführen. Diese sollte bis 2027 jedes Jahr um weitere 5 Prozentpunkte steigen auf 85 %.

Nationales Politikum

Ein umstrittener Vorstoß. Institutionen wie der Verband für Handel und Tourismus oder der Verband der privaten Landwirtschaft kritisierten, dass die 85-Prozent-Quote große Agrar- und Lebensmittelkonzerne begünstige und

dem Verbraucher schade. Dessen Wahlmöglichkeit würde reduziert. Preissteigerungen und geringere Qualität könnten die Folge sein. Das Gesetz verstoße darüber hinaus gegen das europäische Recht. Vom Sender CNN Prima News auf den Vorschlag angesprochen, äußerte sich auch Ministerpräsident Andrej Babiš ablehnend. Er ist Gründer der Partei ANO und des Konzerns Agrofert, einer der umsatzstärksten des Landes, der in Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion, Agrarchemie und der Medienbranche tätig ist. Seine Anteile hat Babiš 2017 in einen treuhänderischen Fonds eingebracht. Anfang Juni ging der Entwurf der Novelle zur Überarbeitung in die 2. Lesung und den Landwirtschaftsausschuss zurück. Damit dürfte die Sache aber noch nicht erledigt sein. Welche politische Brisanz mit diesem Thema verbunden ist, zeigt ein neues Plakat der rechtsnationalen Partei „Freiheit und direkte Demokratie“ (SPD): „Tschechische Lebensmittel - nicht den teuren Abfall aus der EU!“

Deutschland wichtigstes Lieferland

Die Importe von Agrarerzeugnissen und Nahrungsmitteln (ohne lebende Tiere und Futtermittel) sind nach Angaben

des Tschechischen Statistikamts zwischen 2009 und 2019 um 3,2 Milliarden Euro auf 6,7 Milliarden Euro angestiegen. Gegenüber 2018 war es ein nominaler Zuwachs um 7,3 %. Bedeutendste Einfuhrpositionen sind Gemüse und Früchte, gefolgt von Fleisch und Wurstwaren. In beiden Bereichen ist das Handelsdefizit besonders ausgeprägt. Positiv schließt der Außenhandel mit Getreide- und Getreideerzeugnissen, Milch und Milcherzeugnissen sowie Zucker, Zuckerwaren und Honig. Insgesamt betrug das Defizit 2,2 Milliarden Euro. Bei den Getränken machte es 44 Millionen Euro aus. Tschechiens Exporte von Nahrungsmitteln und Getränken haben 2019 gegenüber dem Vorjahr um 4,1 % auf 5,1 Milliarden Euro zugenommen.

Wichtigstes Lieferland ist seit vielen Jahren Deutschland, das 2019 mit Lebensmittel- und Getränkelieferungen (ohne lebende Tiere und Futtermittel) im Wert von 1,65 Milliarden Euro 22,4 % der tschechischen Importe in diesem Segment stellte. Es folgen Polen, Spanien, die Slowakei und die Niederlande. Nach Deutschland exportierte Tschechien 2019 Lebensmittel und Getränke im Wert von einer Milliarde Euro. ➕

Außenhandel - Lebensmittel und Getränke, Tschechische Republik, Millionen Euro

Kategorie	Importe 2019	Exporte 2019	Saldo 2019	Veränderung Importe 2019/18 in %	Veränderung Export 2019/18 in %
Nahrungsmittel*	7.319	5.474	-1.845	7,0	4,2
Getränke	693	637	-56	4,8	6,6

Quelle: Tschechisches Statistikamt | * inkl. lebende Tiere u. Futtermittel

ANZEIGE / INZERCE

IIII HENNIG®
global excellence in machine protection

CELOSVĚTOVĚ

OCHRANA STROJŮ



- Teleskopické kryty
- Modulární systémy (XYZ Moduly)
- Měchové kryty
- Clony a rolety
- Kryty montážních jam
- Stírací systémy
- Teleskopické pružiny
- Vodicí lišty

DOPRAVNÍKY TRÍSEK A FILTRACE



- Dopravníky třísek
- Systémy dopravníků dle specifikace zákazníka
- Disková filtrace (Metoda CDF)
- Nádrže KSS
- Zařízení dopravníků třísek na klíč
- Dopravníkové sítě

OPLÁŠTĚNÍ A OCHRANA ZAŘÍZENÍ



- Kryty montážních jam
- Střechové krytí
- Opláštění strojů
- Opláštění – 3D tisk
- Opláštění generátorů a palivové tanky
- Plošiny a schody
- Zábradlí a hrazení
- Měchová krytí zvedacích stolů

Nachgefragt bei GfK: Ernährungstrends in Tschechien der letzten fünf Jahre



Foto: Ella Olsson/Pexels.com

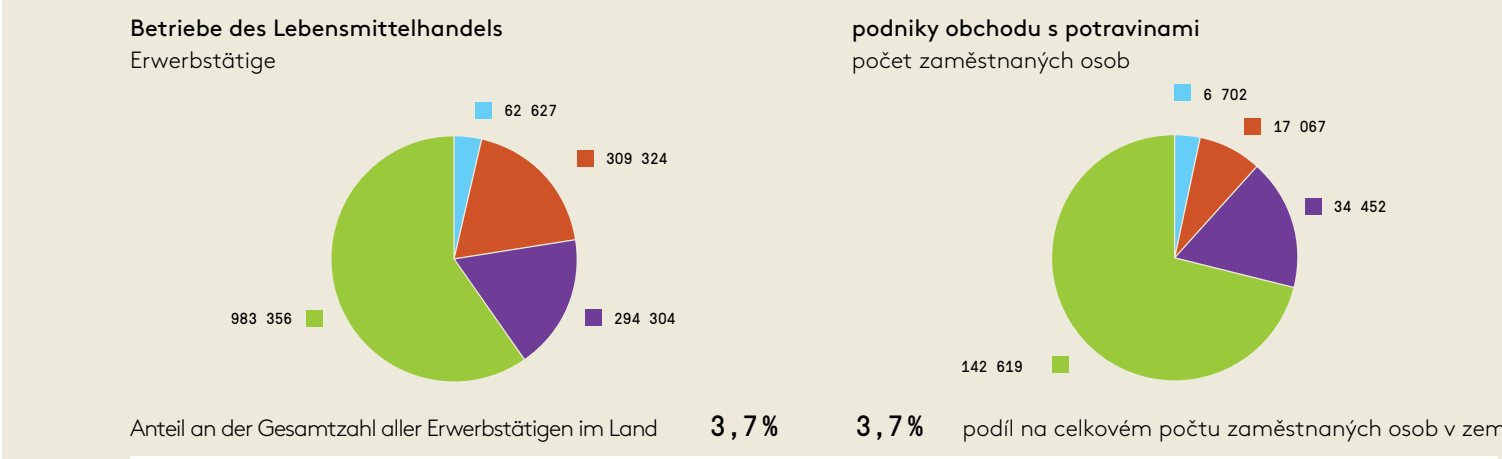
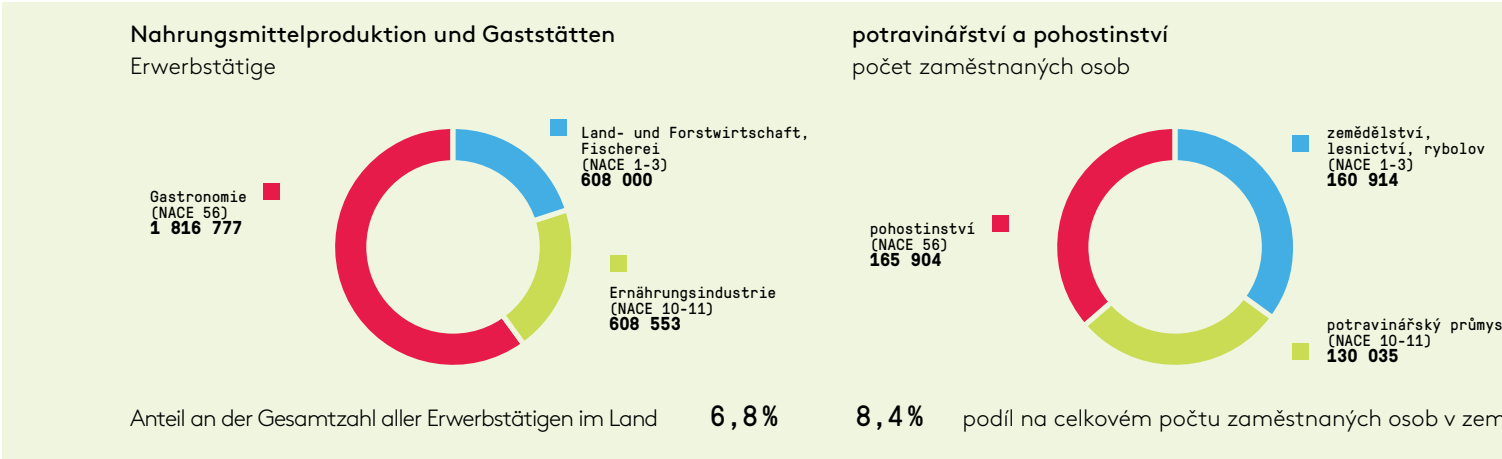
Beim Thema Ernährung geht es auch um gesundheitliche Aspekte. Immer mehr Menschen in Tschechien nutzen Nahrungsergänzungsmittel wie Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente – laut einer aktuellen Studie des Marktforschungsinstituts GfK ein Drittel der Befragten. Demnach ist auch die Bereitschaft gestiegen, für eine gesunde Ernährung mehr Geld auszugeben. Zwei von fünf Umfrageteilnehmer würden dafür tiefer in die Tasche greifen.

- Der Trend, dass in tschechischen Einkaufskörben Lebensmittel landen, die den Gesundheitsaspekt berücksichtigen, lässt nicht nach. Drei von zehn Befragten konsumieren Lebensmittel nach deren Fettgehalt und bevorzugen eine fettarme Ernährung, auf den Cholesteringehalt achtet jeder vierte Umfrageteilnehmer. Vor allem ältere Personen und Paare über 50 Jahre schauen bei ihrer Ernährung auf beide Bestandteile. Der Anteil der Verbraucher, die ein Auge auf den Zucker in Lebensmitteln haben, stieg laut Umfrage gegenüber früheren Jahren am deutlichsten. Demnach greift etwa jeder vierte Tscheche zu Produkten mit einem niedrigeren Zuckergehalt.
- Falls es nicht um chemisch behandelte Lebensmittel geht, greifen tschechische Verbraucher nach Waren in Bio-Qualität. Acht von zehn Haushalten kaufen mindestens einmal im Jahr verpackte Lebensmittel mit der Aufschrift „Bio“. Innerhalb von vier Jahren stieg die Zahl der Käufer um über 10 %. Die Ausgaben tschechischer Haushalte für Bio-Produkte erhöhten sich im Jahr 2019 gegenüber 2016 um mehr als 50 %. Im Schnitt gab ein tschechischer Haushalt dafür im vorigen Jahr rund 700 Kronen aus. In Bezug auf die Gesamtausgaben für verpackte Lebensmittel entspricht das allerdings nur etwa einem Prozent.
- Milcherzeugnisse sind die Nr. 1 unter den mit „Bio“ gekennzeichneten Produkten. Über 40 % der Haushalte kauften 2019 ein solches Milchprodukt. Jeder fünfte Haushalt entschied sich im vorigen Jahr mindestens einmal für einen Bio-Joghurt, über 15 % für Bio-Käse. Etwas weniger beliebt sind laut Marktforschung Milch und Milchdesserts.
- Ein Viertel der tschechischen Haushalte kauft gezielt Bio-Produkte in den Kategorien „Frisches Obst und Gemüse“ (verpackt) sowie „Grundnahrungsmittel“. Worauf legen Verbraucher bei der Auswahl von Lebensmitteln außerdem Wert? Sowohl das Herkunftsland als auch regionale Produkte spielen eine immer größere Rolle.
- Die Zahl der Erkrankungen, die eine spezielle Ernährung erfordern, hat in den vergangenen fünf Jahren erheblich zugenommen. Deshalb interessieren sich immer mehr Haushalte für gluten- oder laktosefreie Lebensmittel, aber auch für Diabetes-Süßungsmittel. Das bestätigen auch Analysen von Einkaufsdaten. Am rasantesten wächst in Tschechien die Zahl der Haushalte, in denen jemand an Glutenintoleranz leidet. 2019 sind etwa 60 % mehr glutenfreie Produkte eingekauft worden als im Jahr 2015. Eine noch steilere Entwicklungskurve verzeichnen laktosefreie Milchprodukte. Die Zuwachsraten liegen dort sogar im dreistelligen Bereich.

Quelle: Growth from Knowledge (GfK), Consumer Panel & Why2Buy, repräsentative Stichprobe für die gesamte tschechische Bevölkerung, Perioden 2015-2020

FOOD*

	DE	CZ	
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei Anteil an der Bruttowertschöpfung	0,85%	2,19%	zemědělství, lesnictví, rybolov podíl na hrubé přidané hodnotě
Ernährungsgewerbe und Tabak- verarbeitung** Anteil an der Bruttowertschöpfung	1,58%	2,25%	výroba potravin, nápojů a tabákových výrobků** podíl na hrubé přidané hodnotě



Betriebe des Lebensmittelhandels	Umsatz, in Mio. EUR	podniky obchodu s potravinami	tržby, v mil. eur
Lebensmittelgroßhandel	230 430	16 313	velkoobchod s potravinami
Lebensmitteleinzelhandel	186 917	16 650	maloobchod s potravinami
Agrargroßhandel	52 634	2 964	velkoobchod se zemědělskými produkty
Spezialisierte Einzelhandelsunternehmen	27 248	1 418	maloobchod ve specializovaných prodejnách
Anteil am Gesamthandelsumsatz	22,7 %	23 %	podíl na celkových tržbách v obchodu

* 2018
** 2017



S kartou Českých drah IN Business získáte pro sebe a své kolegy pohodlné cestování vlakem bez nákupu jízdenek. Karta umožňuje neomezené cestování v 1. a 2. vozové třídě, v rámci ČR po dobu 1 roku.
Využijte akční cenu 30 990 Kč!
Pro objednání karty nebo další informace nás kontaktujte na obchod@gr.cd.cz.

Přenosná In Karta IN Business

České dráhy a.s.
obchod@gr.cd.cz
www.cd.cz/firmy



Neues Know-how, neue Kontakte, neue Erfahrungen. Bereichern Sie Ihren Betrieb mit einem Praktikum für Auszubildende aus Deutschland. Wir vermitteln die Kontakte, beraten und kümmern uns um die Förderung. Kostenlos.

Ausbildung grenzenlos

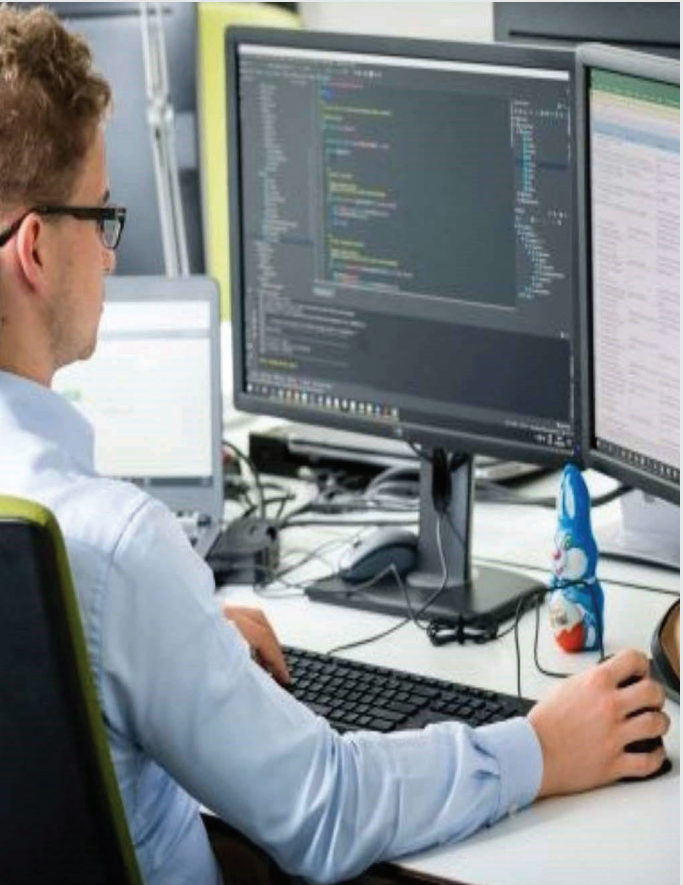
Tandem
Koordinationszentrum deutsch-tschechischer Jugendaustausch
Mgr. Jarmila Půbalová
pubalova@tandem-org.cz
+420 377 634 759
www.tandem-org.cz
www.tandem-org.de



Plně autonomní bezdrátový systém čidel s minimální 10letou životností baterií, který v reálném čase automaticky zobrazuje teploty v chladicím a mrazicím nábytku, archivuje HACCP reporty, zasílá teplotní alarmy a alerty otevřených dveří.

Online systém monitorování teplot a automatizace HACCP reportů

Integrated Retail Solutions s.r.o.
Autorizovaný distributor: Fri-Service Czech s.r.o.
Ondřej Kudrnáč
Tel.: +420 735 170 685
ondrej.kudrnac@friservice.cz
www.synstores.com



Digitalisierungs- und Cloud-Experten

- Ist die „Cloud“ bereits Bestandteil Ihrer Unternehmensstrategie?
- Haben Sie bereits „Cloud“ Anwendungen im Einsatz?
- Wir helfen Ihnen dabei, die „Cloud“ sicher und effizient einzusetzen!

IT-Dienstleistungen für den Erfolg Ihres Unternehmens

xITee
Burzovní palác
Rybná 682/14
110 00 Prag 1
Tschechische Republik
sales@xitee.com
www.xitee.com



EXPORTNĚ SILNÝ NĚMECKÝ POTRAVINÁŘSKÝ PRŮMYSL

Monika Larch

Foto: Rewe Group

Jídlo je základní lidskou potřebou. Tato věta možná zní banálně, během uplynulých měsíců se však zásobování potravinami významně posunulo do centra pozornosti. Lidé byli dosud většinou zvyklí, že produkty, které právě potřebují, bez problémů seženou v supermarketu. Symbolem koronavirové pandemie se ale rychle staly prázdné regály v obchodech. Nejistota a obavy vedly ke „křečkování“. Zatímco některá odvětví ekonomiky musela přechodně zastavit výrobu, zemědělsko-potravinářský průmysl zažil zvýšenou poptávku. Přesto ale nepatří k vítězům krize.

Zvýšená poptávka sice krátkodobě vedla k vyššímu prodeji některých produktů, nebyly tak ale kompenzovány výpadky způsobené zavřením restaurací, pohostinství, kantýn a menz. Tento odbytový kanál je po maloobchodu s potravinami druhý největší a běžně se přes něj prodává asi 20 % produkce. Některé firmy očekávají pokles obrátu až o 80 %. Vzrostly také náklady na hygienická opatření a bezpečnost, náklady způsobené nemocností personálu a také náklady na IT řešení, která umožňují, aby alespoň část zaměstnanců mohla pracovat z domova. Zkomplikovaly se také podmínky pro export i import.

Branže požaduje konjunkturální program, aby i nadále mohla být garantem blahobytu a zaměstnanosti

Německý potravinářský průmysl volá po rozsáhlém konjunkturálním programu a programu na podporu inovací, zaměstnanosti a spotřeby. Nejde jen o to zajistit v Německu

zásobování potravinami, ale je nutno i udržet na 600 tisíc pracovních míst čtvrtého největšího průmyslového odvětví. Branže dosahuje ročně obrátu 180 miliard eur a má důležitý podíl na blahobytu a zaměstnanosti v Německu. Z 90 % ji tvoří malé a střední firmy a je důležitým zaměstnavatelem především na venkově. Zpracovává přibližně 80 % německých zemědělských výrobků a z velké části zajišťuje zásobování potravinami.

Německý trh s potravinami určuje celosvětová měřítko

Německý trh s potravinami není jen největším v Evropě, je také jedním z nejnáročnějších na světě. Vedle vysokého konkurenčního tlaku, přísných zákonů a vysokých bezpečnostních standardů k tomu přispívají i stále rostoucí požadavky německých spotřebitelů. Pro většinu z nich jde o mnohem víc než se jenom nasytit. Jídlo musí chutnat,

být cenově dostupné, nabídka by měla být co nejširší a musí především také dostát individuálním výživovým a životním stylům. Lidé se dnes stále více definují tím, co jí a jak to jí. Výrobky při tom musí odpovídat určité hodnotové orientaci spotřebitele, zároveň je ale potřeba, aby je bylo možné integrovat do každodenního života. Německé obyvatelstvo je čím dál více zaměstnané, mobilní, flexibilní, mezinárodní, propojené skrz nejrůznější sítě a neustále pod časovým tlakem. Část spotřebitelů důrazně hledí na spotřebu a udržitelnost, stále více se stravuje doma a vaření se v podstatě stalo jejich koníčkem. Většině lidí ale chybí čas, dovednosti nebo fantazie k tomu, aby si jídlo připravovali sami. Celá čtvrtina výdajů za potraviny dnes připadá na jídlo mimo domov. V posledních letech také vzrostla poptávka po tzv. convenience potravinách, tedy předpřipravených potravinách k přímé konzumaci nebo jednoduché přípravě.

Není tedy divu, že v roce 2018 téměř 84 % novinek tvořily právě convenience potraviny a byly nejdůležitější hnací silou inovací. Na druhém a třetím místě následovaly kategorie „zdraví“ (53,6 %) a „udržitelná spotřeba“ (44,9 %). Tyto atributy jsou samozřejmě stále více navzájem propojeny. Nejrychleji rostoucími novinkami v oblasti convenience potravin byly produktové skupiny energetické tyčinky, sportovní nápoje, pokrmy v krabičce a vegetariánské snacky.

Němečtí výrobci potravin jsou silní v exportu

Každé třetí euro dnes němečtí výrobci potravin vydělávají v zahraničí. V roce 2018 se z Německa vyvezly potraviny za 59,5 miliard eur. V meziročním srovnání to byl mírný pokles o 1 %. Téměř 50 % vývozu přitom tvoří výrobky masného průmyslu, mléčného průmyslu a cukrovinky. Stoupá také export hotových pokrmů a alkoholických nápojů.

Vzhledem k výhodám evropského vnitřního trhu, krátkým vzdálenostem a podobným preferencím spotřebitelů většina německého vývozu stále ještě směřuje do EU (78 %). Dalšímu růstu ovšem brání rostoucí konkurence a nasycené trhy.

Výrobci proto čím dál častěji nezbývá nic jiného než vstupovat na trhy mimo EU, které disponují silnou kupní silou orientovanou na konzum. Těmi jsou například Amerika nebo Asie. Mnoho firem jejich potenciál už rozpoznalo: Exportní statistiky za rok 2018 dokládají zintenzivnění exportního byznysu především na asijském trhu. Mimo Evropskou unii byly v roce 2018 z Německa vyvezeny potraviny za 12,8 miliard eur.

Monika Larch je referentkou tiskového servisu a PR ve Spolkové asociaci německého potravinářského průmyslu.

POTRAVINÁŘSKÝ PRŮMYSL

Podíl na ekonomickém výkonu zpracovatelského průmyslu v roce 2018, v %



Zdroj: Spolková asociace německého potravinářského průmyslu



Restart your business after COVID-19 with AI solution Vividi Stay Safe. Regain the trust of your customers by optimizing the real-time occupancy. Take advantage of other utilities as demographic statistics or customer behavior analysis.

Monitor and manage occupancy levels in real time

Iterait
Hybernská 1034/5
110 00, Praha 1 - Nové Město
Tel: +420 775 616 433
hello@iterait.com
www.vividi.io



Industriehalle in Chomutov • Nähe zur deutschen Grenze und Autobahn D7 • Ideal für Metallverarbeitung • Aktuelles Wertgutachten von 05/2020
• 2700 qm Produktionsfläche • 510 qm Bürofläche • 6500 qm Grundstück • 7 Laufkrane (1.500-10.000 Kg) • LKW-Tore

Industriehalle zu verkaufen direkt vom Eigentümer

TECHNOSERVICE- technické a komerční služby, s.r.o.
Tel.: +420-602121 282
E-Mail: p.polansky@technoservicesro.cz



Svěřte své finance německému specialistovi na EUR. Jsme jedinou německou bankou, která se podílí i na českém tuzemském platebním styku v CZK. Služba Czech Pay Vám nabídne zajímavý směnný kurz CZK/EUR. Sparkasse, Váš partner ve světě financí.

Sparkasse – Když jde o peníze Německá banka s českými poradci

Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien
Frauenstr. 21
DE - 02763 Zittau
Tel. DE: +49 (0) 3583 603 2121
Tel. CZ: +420 485 101 910
www.spk-on.cz



Vychutnejte si jedinečné letní menu, grilované speciality a lahodná vína na zahrádce restaurace Inn Ox. Degustační menu je skvělý zážitek pro skupinky přátel.

Genießen Sie ein einzigartiges Sommermenü, gegrillte Spezialitäten und köstliche Weine im Garten des Restaurants Inn Ox. Unser Probiermenü ist ein Erlebnis für Sie und Ihre Freunde.

Ein Fest der Sinne Zážitek pro všechny smysly

Restaurace Inn Ox, Carlo IV
Senovážné náměstí 13/991
Praha 1
Tel.: +420 778 449 055
E-Mail: restaurant.carloiv@dahotels.com
www.hotelcarloivprague.com

CARLO IV

DIE CHEMIE MUSS STIMMEN MUSÍ FUNGOVAT

Marcus Hundt

Hygiene in Lebensmittelbetrieben - mit grenzüberschreitender Zusammenarbeit den tschechischen Markt aufrollen

Ausdauer wird früher oder später belohnt – meistens später. Die Weisheit von Wilhelm Busch trifft auch auf den Berliner Dieter Raue zu. Für die Firma Stockmeier Chemie GmbH & Co KG suchte er in Tschechien über zwei Jahre nach einem kompetenten Vertriebspartner. Ans Aufgeben dachte Raue nie. Auf einer Kontaktbörse der DTIHK kam der langersehnte Erfolg.

Hygiena v potravinářských provozech – za pomoci přeshraniční spolupráce dobýt český trh

Vytrvalost bude dříve nebo později odměněna – obvykle později. Tento citát Wilhelma Busche platí i pro Berliánana Dietera Raueho. Ten hledal přes dva roky v Česku kompetentního obchodního partnera pro firmu Stockmeier Chemie GmbH & Co KG. Nikdy ho nenapadlo, že by to měl vzdát. Dlouho očekávaný úspěch se dostavil na kooperační burze ČNOPK.



Dieter Raue

Der entscheidende Impuls kam im Oktober 2018. Die DTIHK lud zu einer Mittelstandsbörse für Unternehmen aus Nord-rhein-Westfalen ein. In der Kuppel am Wenzelsplatz machten sie sich mit potenziellen Geschäftspartnern in Tschechien bekannt, und Dieter Raue lernte Tomáš und Adam Peterka von der Firma Spectra aus dem ostmährischen Vizovice kennen. „Es hat quasi sofort gefunkt“, sagt Raue. Die anderen Gespräche wurden abgesagt und das „Kuppel-Date“ in eine benachbarte Wirtschaft verlegt. „Ich habe gleich gespürt, dass diese jungen Leute etwas erreichen wollen.“

Die zwei Familienunternehmen haben sich buchstäblich gesucht und gefunden. Langfristige Beziehungen zu Kunden und Partnern sowie gegenseitiges Vertrauen spielen für beide eine entscheidende Rolle. Spectra vertritt schon seit 1991 deutsche Unternehmen aus der Chemie-Industrie, handelt in Tschechien und der Slowakei vor allem mit Schmierstoffen. „Nach der Krise 2008 richteten sich die Firmen neu aus und wir konnten dadurch auch in der Lebensmittelbranche Fuß fassen“, erklärt CEO Tomáš Peterka (39). Der Geschäftsleitung von Spectra war klar, dass auch Sie einen neuen Weg beschreiten musste. „Als wir dann die Chance bekamen, mit der weltweit erfolgreichen Firma Stockmeier zu kooperieren, mussten wir einfach in diesen Bereich investieren.“

Technik und Know-how

In Tschechien wird der Markt für industrielle Reinigungsmittel in Lebensmittelbetrieben von zwei globalen Konzernen beherrscht. Raue spricht von „Quasi-Monopol“, Peterka von einer „großen Herausforderung“. Kommen Stockmeier und Spectra zu spät? „Wenn wir unseren Kunden den besten Service bieten und dranbleiben, können wir es schaffen“, ist sich Peterka sicher.

Die Zusammenarbeit mit Stockmeier entwickelte sich Peterka zufolge „sehr positiv“. „Einige Kollegen und ich sind in Deutschland eine Woche lang intensiv geschult worden. Die Probleme potenzieller Kunden können wir dadurch viel besser verstehen. Und wir können immer auf die Technik und das Know-how von Stockmeier zurückgreifen“, lobt Peterka. Und trotz Corona-Krise will Peterka im kommenden Jahr mit Stockmeier „einen vorderen Platz auf dem tschechischen und slowakischen Markt einnehmen“. ➦

poznal Tomáše a Adama Peterkovy z firmy Spectra z východomoravských Vizovic. „Téměř okamžitě to zajiskřilo,“ říká Raue. Další obchodní rozhovory odřekl a „schůzku z kopule“ přesunul do sousední restaurace. „Hned jsem cítil, že tihle mladí lidé chtějí něčeho dosáhnout.“ Dva rodinné podniky se doslova hledaly, až se našly. Dlouhodobé vztahy se zákazníky a partnery, stejně jako oboustranná důvěra pro ně hrají rozhodující roli. Spectra zastupuje již od roku 1991 německé firmy z oblasti chemického průmyslu, v Česku a na Slovensku obchoduje především s mazivy. „Po krizi v roce 2008 hledaly firmy nové obchodní příležitosti a my jsme se tak dostali k potravinářské branži,“ vysvětluje CEO Tomáš Peterka (39). Vedení Spectry si uvědomilo, že i jejich firma musí jít novou cestou. „Když jsme pak dostali šanci spolupracovat s celosvětově úspěšnou firmou Stockmeier, museli jsme zkrátka do této oblasti investovat.“

Technika a know-how

V Česku ovládají trh s čisticími prostředky pro potravinářství dvě globální firmy. Raue mluví o „kvazimonopolu“, Peterka o „velké výzvě“. Přicházejí Stockmeier a Spectra pozdě? „Pokud nabídneme zákazníkům nejlepší služby a budeme trpěliví, můžeme to zvládnout,“ je si jistý Peterka.

Spolupráce se Stockmeierem se podle Peterky vyvíjí „velmi pozitivně“. „Několik kolegů a já jsme byli na týdenním intenzivním školení v Německu. Problémy potenciálních zákazníků tak můžeme mnohem lépe pochopit. A vždy se můžeme opřít o techniku a know-how firmy Stockmeier,“ pochvaluje si Peterka. I přes koronavirovou krizi chce Peterka spolu se Stockmeierem v příštím roce „obsadit přední místo na českém a slovenském trhu“. ➦

>>> Hygiene ist bei Lebensmitteln oberstes Gebot, egal ob in Bäckereien, Brauereien oder Gaststätten. Zu den wenigen Unternehmen, die den Betrieben einen Rundum-Service bieten, gehört Stockmeier. „Das Komplett-Paket schließt neben unseren Reinigern, Desinfektionsmitteln und technischen Geräten auch Serviceleistungen ein. Für unsere Kunden erstellen wir Hygienepläne, führen Schulungen durch und warten zum Beispiel Schaumanlagen“, erzählt der Vertriebsbeauftragte für Tschechien, Dieter Raue, der seit über 25 Jahren mit dem mittelständischen Unternehmen zusammenarbeitet.

In puncto Sauberkeit in Lebensmittelbetrieben zählt das vor 100 Jahren in Bielefeld gegründete Unternehmen zu den Marktführern in Deutschland. Dass seine Produkte nun auch in Tschechien vertrieben werden, liegt auch an der Beharrlichkeit von Dieter Raue. 2017 fertigte er eine Marktanalyse an, schlug sich durch den „Zertifikat-Dschungel“ der Lebensmittelbranche und suchte nach Direktverbrauchern und kompetenten Vertriebspartnern mit festem Kundenstamm. Aber: „Diejenigen, die wollten, konnten nicht – etwa, weil sie schon öffentliche Aufträge hatten. Und die, die konnten, wollten wir nicht, weil sie unsere Anforderungen nicht erfüllten“, erinnert sich Raue.

Es hat sofort gefunkt

Nach einem Jahr und vielen Meetings urteilte die Firma Stockmeier: Der Markt ist zwar interessant, doch die Zeit für den Eintritt noch nicht gekommen. Raue machte trotzdem weiter. Denn alles schien doch zu passen – die Qualitätsstandards der Firmen, die politische Situation, das gesellschaftliche Klima – all das sprach für den Standort Tschechien.

>>> Hygiena je v potravinářském průmyslu nejvyšší prioritou, ať už se jedná o pekárny, pivovary nebo restaurace. Jednou z mála firem, které nabízejí kompletní servis, je Stockmeier. „Celý balíček obsahuje vedle čisticích a dezinfekčních prostředků také techniku a servisní služby. Pro zákazníka vytvoříme hygienické plány, uspořádáme školení a provádíme údržbu například pěnovacích systémů,“ říká zástupce pro prodej na českém trhu Dieter Raue, který se středně velkou rodinnou firmou spolupracuje už více než 25 let.

Co se týče řešení pro čistotu v potravinářských provozech, patří podnik založený před 100 lety v Bielefeldu k lídrům německého trhu. To, že se jeho produkty nyní prodávají také v Česku, je i zásluhou vytrvalosti Dietera Raueho. V roce 2017 si udělal analýzu trhu, probil se „certifikační džunglí“ v potravinářství a začal hledat přímé odběratele a obchodní partnery se stálou zákaznickou základnou. Ale: „Ti, kteří chtěli, nemohli – třeba proto, že už měli veřejné zakázky. A ty, kteří mohli, jsme nechtěli my, protože nesplňovali naše požadavky,“ vzpomíná Raue.

Zajiskřilo to okamžitě

Po roce a celé řadě jednání Stockmeier usoudil: Trh je to sice zajímavý, ale ještě nastala doba na to, abychom na něj vstoupili. Raue přesto vytrval. Vždyť to vypadalo, že vše je, jak má – standardy kvality ve firmách, politická situace, společenské klima – to vše hovořilo pro Česko. Rozhodující impuls přišel v říjnu 2018. ČNOPK pořádala kooperační burzu pro firmy ze Severního Porýní-Vestfálska. V kopuli na Václavském náměstí se seznamovaly s potenciálními obchodními partnery z České republiky. Dieter Raue

Gut zu wissen, dass...

... Bildung „Made in Germany“ die Tür zur Welt öffnet

Schulprofil

- Die Deutsche Schule Prag ist eine anerkannte Deutsche Auslandsschule, die zum internationalen Netzwerk von 140 Deutschen Auslandsschulen gehört.
- Sie bietet Bildung nach dem Leitgedanken „alles unter einem Dach“ – vom Kindergarten über die Grundschule, das deutsche und tschechische Gymnasium bis zum deutschen internationalen Abitur und zusätzlich auch zum tschechischen Abitur.
- In diesem Jahr feiert sie ihr 30-jähriges Bestehen.
- Seit 2009 trägt sie das Gütesiegel "Exzellente Deutsche Auslandsschule".
- Für Fünftklässler, die eine tschechische Schule besuchen, bietet die Schule zweimal pro Woche nachmittags einen intensiven Vorbereitungskurs Deutsch an. Es können sich Anfänger, fortgeschrittene Anfänger und Fortgeschrittene anmelden.

Wer wir sind und was wir bieten...

Die Deutsche Schule Prag, dieses einzigartige gemeinsame Bildungsprojekt des tschechischen Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport sowie des Außenministeriums und der obersten Schulbehörden Deutschlands, besteht aus zwei Abteilungen: der tschechischen und der deutschen. Die deutsche Abteilung arbeitet mit dem deutschen Lehrplan und umfasst den Kindergarten, die Grundschule und das Gymnasium. Parallel dazu gibt es ein mehrjähriges tschechisch-deutsches Gymnasium, das in der sechsten Klasse beginnt. Der sogenannte Vorkurs, der allen Fünftklässlern, die eine tschechische Schule besuchen, offen steht, dient als Vorbereitung auf den Besuch der DSP. Der Unterricht findet von September 2020 bis Juni 2021 immer montags und mittwochs nachmittags statt.

Wir suchen Partner fürs E-Learning...

Ein wichtiges Element des Unterrichts an der Deutschen Schule Prag ist die Nutzung des didaktischen Potenzials von Informations- und Kommunikationstechnologien, Computertechnologie und unbegrenztem Internetzugang. Nach den bereits positiven Erfahrungen mit dem Fernunterricht wird die Schule ab nächstem Schuljahr für die Schüler der 10. Klassen in einer Pilotphase eine iPad-Klasse einrichten, um auch den Präsenzunterricht durch digitale Unterrichtsangebote bereichern zu können. Das bedeutet, dass die Schüler interaktiver arbeiten können, dabei mehr in ihrem eigenen Tempo vorgehen, während sie ständig miteinander kooperieren. Unser Ziel ist nicht nur, die klassischen Lehrbücher durch elektronische zu ersetzen. Vielmehr wollen wir die Möglichkeiten der digitalen Medien für die Weiterentwicklung der Lehr- und Lernformen nutzen, um jeden einzelnen Schüler bestmöglich fördern und fordern zu können. Hierfür suchen wir weiterhin Partner, die dieses Projekt technisch oder finanziell unterstützen wollen. Die Erfahrungen der Pilotphase sollen in ein künftiges Konzept für den digitalen Unterricht für die gesamte Schule einfließen.

Wo Sie uns finden...

Die Schule befindet sich auf einem modernen Gelände, nur wenige Gehminuten von der U-Bahn-Station Nové Butovice entfernt. Während des Tages der offenen Tür, der zweimal im Jahr von der Schule organisiert wird, oder im Rahmen einer Reihe von kulturellen Veranstaltungen können Besucher sich gern ein eigenes Bild verschaffen.

Wir freuen uns auf Sie!

Tel.: +420-235 310 544
E-Mail: dsprag@dsp-praha.cz
www.dsp-praha.org

Je dobré vědět, že...

... Vzdělání „Made in Germany“ otvírá dveře do světa

Profil školy

- Deutsche Schule Prag je akreditovaná německá zahraniční škola patřící do mezinárodní sítě 140 německých zahraničních škol.
- Nabízí vzdělávání „vše pod jednou střechou“ – od mateřské školy přes základní školu, německé a české gymnázium až po mezinárodní německou a dodatečně i českou maturitní zkoušku.
- Letos slaví 30 let své existence.
- Od roku 2009 nese ocenění „Vynikající německá škola“ udělované německým Ústředím pro zahraniční školství.
- Pro české žáky pátých tříd ZŠ škola nabízí dvakrát týdně odpolední intenzivní jazykový přípravný kurz německého jazyka. Přihlásit se mohou úplní začátečníci, mírně pokročilí i pokročilí.

Kdo jsme a co nabízíme...

Deutsche Schule Prag, tento svou povahou jedinečný společný vzdělávací projekt Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR a Ministerstva zahraničních věcí a vrcholných školských orgánů SRN, má dvě sekce – českou a německou. Německá část pracuje s německými osnovami a zahrnuje mateřskou školu, základní školu a gymnázium. Paralelně funguje víceleté české, respektive česko-německé gymnázium, které začíná od šesté třídy. V zahraniční sekci se učí od začátku v němčině. Pro studium na českém gymnáziu je potřeba znalost němčiny zhruba na úrovni A1, to znamená, že děti musí rozumět každodenním výrazům a frázím, musí se umět jednoduchým způsobem domluvit. Zpočátku začínají žáci pouze se třemi předměty vyučovanými v němčině, zbývající předměty se vyučují v češtině. S každým dalším školním rokem se přidávají další předměty v němčině. Jako odrazový můstek ke studiu slouží tzv. přípravný kurz nabízený všem žákům 5. tříd. Výuku vedou zkušení učitelé němčiny a kurzy probíhají od září 2020 do června 2021 vždy v pondělí a ve středu odpoledne ve skupinách po cca 15 dětech.

Hledáme partnery pro e-learning...

Důležitým prvkem výuky na Deutsche Schule Prag je i využívání didaktického potenciálu informačních a komunikačních technologií, výpočetní techniky či neomezeného přístupu k internetu. Po pozitivních zkušenostech s distančním vzděláváním zřídí škola od příštího školního roku v pilotní fázi tzv. iPadovou třídu pro studenty 10. ročníku, aby bylo možné obohatit prezenční výuku inovativními vyučovacími metodami. To znamená, že studenti mohou pracovat interaktivněji, více ve vlastním tempu a přitom spolu neustále spolupracovat. Naším cílem není jen nahradit tradiční učebnice těmi elektronickými, mnohem více chceme využít možnosti digitálních médií pro další vývoj forem výuky a učení, abychom dokázali v každém žákovi co nejlépe podpořit jeho rozvoj. Z tohoto důvodu stále hledáme partnery, kteří chtějí tento projekt technicky nebo finančně podpořit. Zkušenosti z této pilotní fáze by se měly promítnout do budoucího konceptu digitální výuky pro celou školu.

Kde nás najdete...

Škola sídlí v moderně vybaveném kampusu v pohodlné docházkové vzdálenosti od stanice metra Nové Butovice. Vše si mohou návštěvníci z řad uchazečů o studium prohlédnout v rámci dnů otevřených dveří, které škola pořádá dvakrát do roka, či v rámci řady kulturních akcí.

Těšíme se na Vás!

Tel.: 235 310 544
E-mail: dsprag@dsp-praha.cz
www.dsp-praha.org/



DTIHK-Umfrage Průzkum ČNOPK „CORONA“

Unternehmen sind unzufrieden mit der Umsetzung der Hilfsprogramme

Für die Umsetzung ihrer Hilfsprogramme erhält die tschechische Regierung von der Wirtschaft nur eine schlechte Drei als Note. Das ergab die jüngste Umfrage der DTIHK. Die Hilfen kommen nicht schnell genug oder vielfach gar nicht bei den Unternehmen an. Mehr Planungssicherheit und ein handfestes Konjunkturprogramm ist das, was die Unternehmen jetzt fordern, und - mit Blick auf die Zukunft - eine bessere Koordination mit den Nachbarländern. „Der Coronavirus hinterlässt tiefe Löcher in den Bilanzen - mit allen Risiken, die das für Investitionen und Arbeitsplätze bedeutet“, so DTIHK-Geschäftsführer Bernard Bauer. 25 % der Unternehmen beklagen hohe Einbußen, fast jedes zehnte Unternehmen ist laut Umfrage sogar in seiner Existenz bedroht. Eine Rückkehr zur Normalität sehen die meisten Unternehmen erst im nächsten Jahr.

Ein schneller Lock-Down und ein zügiges Aufsetzen von umfangreichen Hilfsprogrammen für die Wirtschaft - das charakterisierte die Politik der tschechischen Regierung zu Beginn der Corona-Pandemie. In der Umfrage der DTIHK beklagt jedoch ein Viertel der Unternehmen, die Unterstützung beantragt haben, dass diese Hilfe nur teilweise angekommen ist, 36 % sind bisher sogar leer ausgegangen. Dabei wird das Geld jetzt dringend benötigt. Jedes vierte Unternehmen beklagt „hohe Einbußen“, knapp jedes zehnte sieht sich laut DTIHK-Umfrage sogar in seiner Existenz bedroht. „Wir wissen den schnellen Fokus der Regierung auf Hilfsprogramme zu schätzen. In unserer Umfrage zeigt sich aber, dass bei Umsetzung und Effektivität unbedingt und zeitnah nachgebessert werden muss. Wir haben es hier mit einem beispiellosen Schock für die Wirtschaft zu tun“, erklärt Bernard Bauer.

Note 3,5 für die Umsetzung

Mit einer schlechten Drei als Durchschnittsnote (3,5) für die Umsetzung der Programme stellen die Unternehmen der Regierung kein gutes Zeugnis aus. „Ständig gibt es irgendwo einen Haken und versteckte Anforderungen, denen die Logik fehlt“, kritisiert zum Beispiel eines der Unternehmen das Antragsverfahren. Außerdem seien die Regierungsschritte zu chaotisch, oft nach dem Prinzip „Versuch und Irrtum“, und die vermittelten Informationen teils widersprüchlich, so die Einschätzung vieler Unternehmen.

Firmy jsou nespokojené s realizací podpůrných programů

Firmy daly vládě za realizaci podpůrných programů horší trojku. Ukázal to nejnovější průzkum ČNOPK. Podpora podle nich nepřichází dostatečně rychle a často dokonce vůbec. Od vlády teď požadují více jistoty pro své plánování, jasný konjunkturální program a také lepší koordinaci se sousedními zeměmi. „Koronavirus v bilancích firem zanechá hluboké stopy, a to se všemi riziky, která to přináší pro investice a pracovní místa,“ říká výkonný člen představenstva ČNOPK Bernard Bauer. Čtvrtina firem hlásí vysoké ztráty, zhruba desetina je ohrožena v další existenci. Návrat do normálu očekává většina firem až v příštím roce.

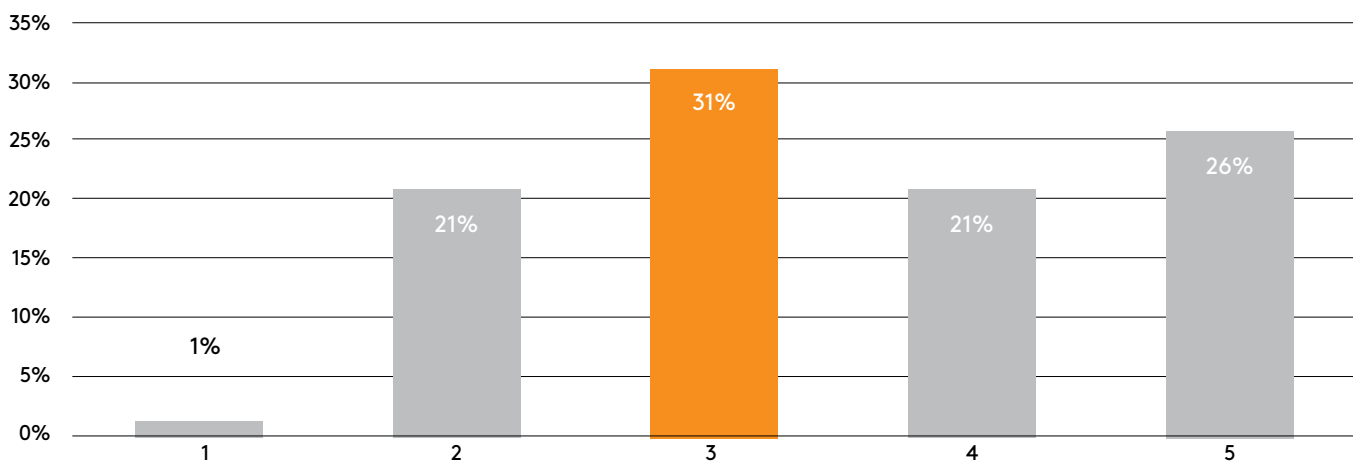
Rychlý „lockdown“ i nastavení rozsáhlých podpůrných programů pro firmy, tím se vyznačovala politika české vlády v počátcích koronavirové krize. V průzkumu ČNOPK si však čtvrtina firem, které zažádaly o podporu, stěžuje, že dorazila jen částečně, u 36 % dokonce vůbec. Peníze jsou přitom teď naléhavě potřeba. Každá čtvrtá firma vykazuje vysoké ztráty, skoro každá desátá je dokonce ohrožena v další existenci. „Ceníme si vlády za rychlé zavedení podpůrných programů. V našem průzkumu se však ukazuje, že se jejich realizace a efektivita bezpodmínečně a rychle musí zlepšit. Máme tu co do činění s dosud nebývalým otřesem ekonomiky,“ říká Bernard Bauer.

Za realizaci známka 3,5

Realizaci vládních programů ožnamkovaly firmy horší trojkou (průměr 3,5). Čtvrtina by vládě dokonce dala pětku. „Stále se objevují háčky a skryté požadavky, které postrádají logiku,“ kritizuje průběh žádání o podporu jedna z firem. Jednotlivé vládní kroky jsou podle výpovědí firem příliš chaotické, často stylem pokus-omyl, a zproštědované informace částečně zmatečné.

Bewertung der Umsetzung der Regierungsprogramme Hodnocení realizace programů vlády

Durchschnittsnote
Průměrná známka: **3,5**



„Stabilität und Verlässlichkeit der Aussagen und Maßnahmen sind für unsere Planungssicherheit sehr wichtig. Bitte halten Sie den eingeschlagenen Weg ein und ändern Sie nicht laufend die Bedingungen“, so die klare Botschaft eines weiteren Unternehmens an die Regierung. Vizepremier Karel Havlíček räumte am 28. Mai in einer Live-Ansprache an die DTIHK-Mitgliedsunternehmen Fehler bei einzelnen Programmen und Auskünften ein, die Regierung sei in dieser außergewöhnlichen Situation nicht unfehlbar, aber „wichtig ist jetzt, daraus zu lernen, um den Aufprall einer nächsten Welle zu mildern“, so der Vizepremier.

Flächendeckende Umsatzrückgänge, Investitionen auf Eis gelegt

Bis Ende des laufenden Jahres erwarten ganze 92 % der Unternehmen einen Umsatzrückgang, die meisten bis 25 % und jedes zehnte sogar um als 50 %! Etwa 80 % beklagen Nachfragerückgang, mehr als die Hälfte Stornierung von Aufträgen. Ganze 44 % der Unternehmen haben vorerst ihre Investitionen gestoppt um Kosten zu sparen, bei den ausländischen Investoren in Tschechien sind es sogar 54 %.

Entlassungen trotz Kurzarbeit unvermeidlich

Um Entlassungen zu verhindern, ordneten 40 % der Firmen Kurzarbeit an. Jedes fünfte Unternehmen griff zu Gehaltskürzungen. Als letztes Mittel waren bisher 18 % gezwungen, Mitarbeiter zu entlassen. Eine größere Entlassungswelle dürfte jedoch bevorstehen. Knapp ein Drittel der Unternehmen wird noch dieses Jahr Personal abbauen, im Schnitt um 23 % der Belegschaft, in Extremfällen sogar 90 %. Erfreulich: Immerhin gute 60 % planen keine Veränderungen.

„Stabilita a spolehlivost jednotlivých prohlášení a opatření jsou velmi důležité pro jistotu při plánování. Dodržujte prosím vytyčenou cestu a neměňte neustále podmínky,“ vyslala jedna z firem vládě jasný vzkaz. Vicepremiér Karel Havlíček chyby připouští, vláda podle něj není neomylná, řekl 28. května v živém přenosu členským firmám ČNOPK. „Důležité je se z toho poučit, aby náraz v případné další vlně byl co nejmírnější,“ zdůraznil vicepremiér.

Propad obratu i stopka pro investice

Krise se nevyhnutelně podepíše na letošních hospodářských výsledcích. Celých 92 % firem očekává pokles obratu, nejčastěji ve výši do 25 %. Téměř jedna z deseti dokonce počítá s propadem vyšším než 50 %. Důvodem je kromě uzavření či omezení provozu především pokles poptávky, se kterým se potýká skoro 80 % firem. Každou druhou pak postihlo rušení zakázek. Firmy proto plošně zahájily úspory. 44 % z nich prozatím pozastavilo své investice. Ještě častěji investiční náklady škrtaří firmy se zahraničním vlastníkem, uvedlo to 54 % z nich.

Propouštění se nevyhne

Většině firem se zatím daří propouštění vyhybat. Dvě z pěti firem přikročily ke kurzarbeitu. Na platy zaměstnancům sáhla zhruba každá pátá. Počty pracovníků doposud snižovalo 18 % firem. Větší vlna propouštění tak nejspíš teprve dorazí: Skoro třetina firem uvedla, že bude v průběhu roku snižovat stavy, a to v průměru o 23 %, v extrémních případech však až o 90 %. Jedna dobrá zpráva: Celých 60 % podniků počty zaměstnanců měnit nehodlá.

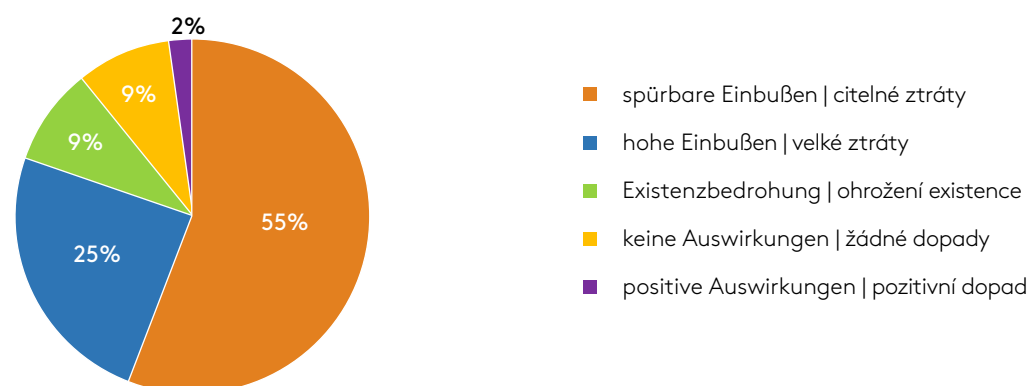
Rückkehr zur Normalität wird dauern

Nicht mal 8 % der Betriebe arbeiten bislang in oder über der Vorkrisenauslastung. Trotz aktueller Lockerungen und Hochfahrens der Wirtschaft ist für die meisten keine unmittelbare Rückkehr zu Normalität in Sicht. Jedes vierte Unternehmen hofft auf eine Normalisierung in der zweiten Jahreshälfte, zwei Fünftel gehen davon aus, dass das erst im Laufe des kommenden Jahres passiert.

Mit Blick auf die Grenzen fordern die Unternehmen eine bessere Koordination mit den Nachbarstaaten. „Es darf nicht wieder passieren, dass zehntausende berufliche Pendler ohne Vorwarnung nicht über die Grenze kommen“, so Bauer. Außerdem wünschen die Befragten handfestes Konjunkturprogramm, um die Nachfrage und Investitionen wieder in Gang zu bringen.

Zur Umfrage	
Befragungszeitraum:	20.-26. Mai 2020
Teilnehmerkreis:	Mitgliedsunternehmen der DTIHK
Teilnehmerzahl:	107
Beteiligung nach Sektoren:	50 % Dienstleistungen, 31 % verarbeitendes Gewerbe, 13 % Handel, 5 % Bauwirtschaft, 1 % Energie- und Wasserversorgung, Entsorgung

Auswirkung auf die Geschäftstätigkeit Dopad na činnost firmy



Návrat do normálu bude trvat

Pouze necelých 8 % firem doposud pracuje ve stejném či dokonce větším vytížení než před krizí. Pro většinu firem je však i přes současné uvolňování protikoronavirových opatření a nahazování vypnuté ekonomiky okamžitý návrat do normálu zatím nereálný. Jedna ze čtyř firem uvedla, že by se její činnost zpět do normálního stavu, tedy před koronavirovou krizí, mohla vrátit někdy v druhé polovině roku. Podle 41 % dotázaných to bude až v příštím roce.

S ohledem na případné budoucí vlny pandemie firmy od vlády požadují lepší koordinaci režimu na hranicích s okolními státy. „Nesmí znovu dojít k tomu, že se desítky tisíc pendlerů bez varování nedostanou za prací přes hranice,“ upozorňuje Bauer. Kromě toho firmy žádají vládu o konkrétní konjunkturální program, aby se opět nastartovala poptávka i investice.

O průzkumu	
Průzkum probíhal:	od 20. do 26. května 2020
Účastnily se ho:	členské firmy ČNOPK
Počet účastníků:	107
Účast podle odvětví:	50 % služby, 31 % zpracovatelský průmysl, 13 % obchod, 5 % stavebnictví, 1 % zásobování energií a vodou, zpracování odpadů

Arbeitsmarkt: Keine Zeit für „Schnäppchen“

Topleute sind in der Krise noch schwieriger abzuwerben

Langsam fährt die Wirtschaft ihre Betriebstemperatur nach dem Lock-Down wieder hoch. Doch die Rezession ist schon in Sicht. Was erwartet also den tschechischen Arbeitsmarkt in den kommenden Monaten oder vielleicht sogar Jahren? Oliver Schmitt ist mit seinem Unternehmen Teamconsult seit 1993 einer der führenden Personalberater in Tschechien und der Slowakei.

Ihre Prognose, Herr Schmitt – was passiert mit dem Arbeitsmarkt in dieser Zeit, die stark durch die Folgen der Corona-Pandemie geprägt ist?

Ist der Arbeitsmarkt bisher wirklich vom Virus stark betroffen? Die Arbeitslosigkeit stieg von 2,9 % in 12/2019 auf 3,4 % in 04/2020. Das ist nicht dramatisch. Ich denke, man muss differenzieren nach Branchen und Hierarchieebenen. Ich sehe bei unseren Klienten Stellenabbau im Bereich der Leiharbeiter und generell im Niedriglohnsegment. Qualifiziertes Personal, wie auch 2009 in der Finanzkrise, wird aber gehalten. Viele Firmen erwarten spätestens 2021 eine deutliche Erholung. Niemand entlässt daher jetzt Leute, die man mit hohem Aufwand am Markt rekrutiert hat und in deren Weiterbildung auch oft zusätzlich investiert wurde. Und oberes Management brauchen Sie immer, ob Krise ist oder nicht.

Bei Ihrer Executive-Suche konzentrieren Sie sich gerade auf hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte. Worauf müssen sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer in diesem Segment nun dennoch einstellen?

Viele denken, jetzt kommt die Zeit für Schnäppchen. Das sehe ich anders. Wie eben schon angedeutet, sind gute Leute auch jetzt nicht im größeren Umfang frei am Arbeitsmarkt. Wenn Sie also auch in Zukunft Personal aktiv abwerben wollen bzw. müssen, dann wird das jetzt schwieriger. Der Grund ist, dass die Bewerber das Risiko bei einem Arbeitsplatzwechsel in diesen Zeiten deutlich höher einschätzen. Es fehlen einfach die Alternativen am Markt im Falle einer Fehlentscheidung. Also muss der Arbeitgeber jetzt deutlich attraktivere Angebote unterbreiten, um dennoch die umworbenen Personen zum Wechsel zu bewegen. Ein Beispiel kann sein, auf die Probezeit zu verzichten.



Ihr anderes Geschäftsfeld ist das Outplacement, mit dem der alte Arbeitgeber dem entlassenen Mitarbeiter den Weg in einen neuen Job ebnen will. Was bringt einem Unternehmen diese Investition in eine „Nachbetreuung“ überhaupt?

Durch die optimale Betreuung der Mitarbeiter in der Phase der Neuorientierung wird das Frustpotential der Trennung reduziert. Die Mitarbeiter arbeiten bis zum Ende des Arbeitsverhältnisses motivierter, unterlassen böse Nachrede unter Kollegen bzw. Kunden oder auch Lieferanten. Die verbleibende Belegschaft ist daher motivierter, und für den Arbeitgeber sinkt das Risiko von Arbeitsprozessen. Als Arbeitgeber präsentiert man sich mittels Outplacement am Markt als sozial verantwortungsvolles Unternehmen, das sich nicht mit einer Abfindung von seiner Verantwortung freikaufte. Wäre das Produkt nicht für alle Beteiligten hilfreich, wäre es nicht in so vielen Ländern Standard oder sogar gesetzlich verpflichtend.

Outplacement ist zumeist nur für Top-Führungskräfte vorgesehen. Sehen Sie einen Trend, dass sich dieses Engagement ausweitete?

Wir bieten Outplacement seit 10 Jahren an, auch durch die Career Star Group, dem Weltmarktführer in diesem Bereich. Wir sehen Trends, die uns bisher in Tschechien noch nicht erreicht haben. Erstens, Ausweitung dieser Dienstleistung bis zur Sachbearbeiter-Ebene. Eine Betreuung in einer derart schwierigen Situation wie Jobverlust ist eben für jeden Menschen hilfreich. Zweitens, die Digitalisierung von Teilen dieser Dienstleistung. Nur dadurch ist es möglich, auch einer breiteren Zielgruppe die Beratung zu einem akzeptablen Preis anzubieten. Last but not least nutzen auch Führungskräfte zunehmend einen Teil der Abfindung und kaufen sich als Privatperson selbst ein Outplacementprogramm. ➕

www.teamconsult.cz

OMV 2020 - VIRTUELL & MIT EINEM VIZEPREMIER AUS FLEISCH UND BLUT

„Es war sicher nicht unsere beste OMV ohne den persönlichen Austausch mit all den Mitgliedsunternehmen. Aber es war die beste OMV, die wir in Corona-Zeiten abhalten konnten - dank digitaler Technologien“, ist DTIHK-Chef Bernard Bauer überzeugt. Die DTIHK organisierte am 28. Mai eine Ordentliche Mitgliederversammlung per Live-Stream direkt aus der Kuppel über dem Wenzelsplatz. Alle erforderlichen Dokumente wurden den Mitgliedern zuvor online zur Verfügung gestellt, die Beschlüsse im Umlaufverfahren (per rollam) gefasst.

„Abermals ein Rekordjahr, aber mit erkennbar abnehmender Dynamik“, so kommentierte DTIHK-Präsident Jörg Mathew im Bericht des Vorstandes das Wirtschaftsjahr 2019. Auch Bernard Bauer konnte in seinem Bericht gute Zahlen zur Kammerentwicklung vorlegen. Was eine Kammer in Krisenzeiten jedoch zu leisten vermag, hatten gerade die letzten zweieinhalb Monate gezeigt. So hat die DTIHK gemeinsam mit der Botschaft die Mittlerfunktion zwischen Regierung und Wirtschaft übernommen, um die geschlossenen Grenzen für die zehntausenden von Berufspendlern durchlässiger zu machen. Bauer präsentierte ebenso die aktuelle Corona-Umfrage der DTIHK (S. 34) vor allem mit Blick auf die Hilfspakete der Regierung. Seine Pläne die Wirtschaft wieder in Gang zu bringen, erläuterte Vizepremier Karel Havlíček (S. 40), der eigens für diesen Auftritt in die DTIHK gekommen war.

Neu in den DTIHK-Vorstand gewählt wurden Juraj Bóna (T-Mobile) und Stefan Hoppe (Kaufland). „Es ist ungeheuer wichtig, die Expertise aus den Branchen Lebensmittel und Telekommunikation im Vorstand zu haben, das haben auch die letzten Monate der Corona-Krise gezeigt“, erklärte Präsident Jörg Mathew, der ebenso für eine weitere Amtszeit wiedergewählt wurde. Für eine zweite Wahlperiode im Amt bestätigt wurden auch Michael Thomas Krüger (Commerzbank) und Martin Záklasník (E.ON).

DIE DTIHK NACH DEN WAHLEN

Vorstand | Představenstvo



Jörg Mathew

Präsident | prezident
Vorstand und CFO | člen představenstva
a ekonomický ředitel
HOCHTIEF CZ a.s.



Dr. Borek Severa

Vizepräsident | viceprezident
geschäftsführender Gesellschafter
společník a jednatel
MediaTrust Communications s.r.o.



Bernard Bauer

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
výkonný člen představenstva
DTIHK | ČNOPK



Michael Thomas Krüger

Schatzmeister | pokladník
CEO
COMMERZBANK Aktiengesellschaft,
pobočka Praha



Isabel Biedermann

Leiterin | vedoucí
Eastern Commercial Purchasing,
DB Cargo AG



Juraj Bóna

CCO
T-Mobile Czech Republic a.s.

ČNOPK PO VOLBÁCH



Filip Dvořák

Geschäftsführer | jednatel
BASF spol. s r. o.



Stefan Hoppe

CEO
Kaufland Česká republika v.o.s.



Niclas Pfüller

Geschäftsführer | jednatel
Brose CZ spol. s r.o.



Dieter Seemann

Vorstand Beschaffung | člen
představenstva pro oblast nákupu
ŠKODA AUTO a.s.



Milan Šlachta

Repräsentant | reprezentant
Bosch Group CZ and SK



Martin Záklasník

Managing Director
E.ON Česká republika, s.r.o.

ČLENSKÁ SCHŮZE 2020 VIRTUÁLNĚ A S VICEPREMIÉREM Z MASA A KOSTÍ

„Rozhodně to nebyla naše nejlepší členská schůze, chyběl osobní kontakt s našimi členskými firmami. V době koronaviru to však byla nejlepší schůze, jaká se mohla uskutečnit, a to díky digitálním technologiím,“ je přesvědčený šéf ČNOPK Bernard Bauer. 28. května vysílala ČNOPK svou řádnou členskou schůzi v přímém přenosu z kopule na Václavském náměstí. Všechny potřebné dokumenty byly pro členy předem dostupné na webu a usnesení byla přijata per rollam.

„Za námi je další rekordní rok, ale dynamika výrazně zpomaluje,“ komentoval ve zprávě představenstva prezident ČNOPK Jörg Mathew uplynulý hospodářský rok. Bernard Bauer ve své zprávě předložil dobré výsledky k vývoji komory. Právě poslední dva a půl měsíce ukázaly, co vše dokáže komora v době krize zvládnout. Spolu s velvyslanectvím převzala ČNOPK roli prostředníka mezi vládou a firmami, aby pomohla zprůchodnit uzavřené hranice pro desítky tisíc pendlerů. Bauer také představil aktuální průzkum ČNOPK k dopadům koronaviru na firmy (str. 34), hodnotící mimo jiné vládní podpůrné balíčky. Vládní plán na nastartování ekonomiky představil vicepremiér Karel Havlíček (str. 40), který výhradně kvůli tomuto vystoupení osobně dorazil do ČNOPK.

Novými členy představenstva ČNOPK se stali Juraj Bóna (T-Mobile) a Stefan Hoppe (Kaufland). „Je nesmírně důležité mít v představenstvu expertizu z potravinářské a telekomunikační branže, což ukázala i koronavirová krize posledních měsíců,“ řekl prezident Jörg Mathew, který byl zvolen do druhého funkčního období. Znovuzvolení do představenstva byli dále Michael Thomas Krüger (Commerzbank) a Martin Záklasník (E.ON).

Foto: Jaromír Zubák

Weitere Organe Další orgány

Hana Daenhardtová

Rechnungsprüfer | auditor
LTA Audit s.r.o.

Pavla Mincbergová

Stv. Rechnungsprüfer | zástupce auditora
LTA Audit s.r.o.

Schiedsrichter Smírčí soudci

Pavel Alfery-Hrdina

Alfery Hrdina Advokáti s.r.o.

Arthur Braun

bpv Braun Partners s.r.o.

Martin Kubánek

Schönherr Rechtsanwälte GmbH,
organizační složka

Stv. Schiedsrichter Zástupci smírčích soudců

Vladimír Brejcha

Alfery Hrdina Advokáti s.r.o.

Marc Müller

bpv Braun Partners s.r.o.

Zoltán Pálinkás

Schönherr Rechtsanwälte GmbH,
organizační složka



UNSERE BEZIEHUNGEN UND DIE WIRTSCHAFT WIEDER AUF DIE BEINE BRINGEN

Vizepremier Havlíček
auf der virtuellen
DTIHK-Mitgliederversammlung



„Ohne Zusammenarbeit, ohne unser normales gemeinsames Funktionieren mit offenen Grenzen werden wir nicht die Ergebnisse erzielen, von denen wir geträumt haben oder die wir auch schon zuvor erreicht hatten“, erklärte Vizepremier Karel Havlíček am 28. Mai auf der virtuellen Mitgliederversammlung der DTIHK mit Blick auf die Nachbarn Deutschland und Tschechien. Havlíček kündigte zudem massive öffentliche Investitionen zur Stützung der Wirtschaft an.

„Für ein so exportorientiertes Land wie Tschechien hängt jetzt vieles davon ab, wie schnell es den wichtigsten Handelspartnern gelingt, ihre Wirtschaft hochzufahren, allen voran Deutschland mit seinem beinahe 30-prozentigen Anteil am tschechischen Außenhandel“, erklärte auf der Mitgliederversammlung DTIHK-Geschäftsführer Bernard Bauer. Allein im April ist das Handelsvolumen zwischen beiden Ländern im Jahresvergleich um 34 % eingebrochen.

Zudem haben Fragen um die Grenzschließungen auch die Beziehungen der Nachbarn belastet. Vizepremier Havlíček zeigte sich optimistisch hinsichtlich der Corona-Infektionszahlen. „Die Ergebnisse in unseren beiden Ländern sind gut, wir können unsere Beziehungen und die Wirtschaft wieder auf die Beine bringen“. Der deutsch-tschechische Wirtschaftsaustausch habe enorme Bedeutung für die Bewältigung der Krise, so Havlíček. Dank der engen Verflechtung, der starken industriellen Basis und des technischen Könnens beider Länder werden „wir schnell wieder dahin kommen, wo unser Platz ist.“ Außerdem stellte der Vizepremier den Vertretern der deutsch-tschechischen Wirtschaft an den Bildschirmen das Konjunkturprogramm der Regierung vor. Gesetzt wird dabei auf Kreditbürgschaften von „historischem Ausmaß“, verstärkte Unterstützung von Forschung und Entwicklung und massive Investitionen, die die Nachfrage ankurbeln sollen. ➕

MŮŽEME STAVĚT NAŠE VZTAHY A HOSPODÁŘSTVÍ ZPĚT NA NOHY

Vicepremiér Havlíček na
virtuální výroční členské
schůzi ČNOPK



„Bez vzájemné spolupráce, bez toho, že se otevřou hranice a začneme normálně fungovat, nikdy nedocílíme těch výsledků, o kterých jsme snili nebo je skutečně zrealizovali,“ prohlásil s ohledem na sousední země Česko a Německo vicepremiér Karel Havlíček 28. května na virtuální členské schůzi ČNOPK. Ve svém poselství zástupcům česko-německého byznysu oznámil masivní státní investice.

„Pro tak exportně orientovanou ekonomiku, jako je ta česká, teď hodně záleží na tom, jak rychle své ekonomiky nastartují nejdůležitější obchodní partneři, především Německo s jeho 30procentním podílem na českém zahraničním obchodě,“ řekl během online přenosu výkonný člen představenstva ČNOPK Bernard Bauer. Jen za duben se objem obchodní výměny mezi oběma zeměmi meziročně propadl o 34 %. Sousedské

vztahy zatížily také otázky související s uzavřením hranic. Počty nakažených koronavirem jsou podle vicepremiéra Havlíčka příznivé: „Výsledky v obou zemích jsou dobré, můžeme tedy začít opětovně stavět nejenom naše vztahy, ale také naše hospodářství na nohy.“ Pro překonání krize má obchodní výměna mezi Českem a Německem nesmírný význam, uvedl dále Havlíček. Nepochybuje ale o tom, že díky silnému propojení, průmyslové orientaci i technickým dovednostem obou zemí „se rychle dostaneme zpět tam, kam patříme.“ Zástupcům česko-německého byznysu u obrazovky vicepremiér také představil konjunkturální program vlády na oživení ekonomiky. Ten se opírá o bankovní garance „v historické výši“, zvýšenou podporu vědy a výzkumu a masivní investice, které mají vzpružit poptávku. ➕

Foto: Jaromír Zubák

TOP THEMA
TÉMA



1ST GET-TOGETHER
THINK TANK
6/2020

Wir sind bereit | Jsme připraveni

Die Unternehmen der Plattform #PartnersForSustainability investieren in Nachhaltigkeit – Zeit, personelle Kapazitäten, Technologie und Geld. Weil sie überzeugt sind, dass es der einzige Weg ist, Wachstum zu gestalten und unsere Umwelt zu erhalten.

Was ist zu tun?

- > sich austauschen und von den Best Practices der anderen Partner profitieren
- > die öffentliche Debatte versachlichen
- > den Blick auf das Machbare und Notwendige richten
- > ein Zeichen setzen Richtung Politik und Öffentlichkeit, aber auch in das eigene Unternehmen hinein

12 global agierende Unternehmen und Institutionen der verschiedensten Größen und Branchen bündeln ihre Kräfte und sind sich einig: Die Polarisierung in der aufgeheizten öffentlichen Debatte verstellt den Blick auf das Wesentliche. Es ist ganz normal die Luft, das Wasser, die Natur um uns herum und den Menschen selbst schützen und erhalten zu wollen.

Firmy, kterou jsou součástí platformy #PartnersForSustainability, do udržitelnosti investují čas, lidské zdroje, technologie i peníze. Dělají to z přesvědčení, že je to jediná cesta, jak zachovat růst a současně naše životní prostředí.

Co máme v plánu?

- > sdílet zkušenosti a profitovat z best practices ostatních partnerů
- > zvěčnit veřejnou debatu
- > zaměřit se na to nutné a proveditelné
- > dát signál politické i veřejné sféře, ale také směrem dovnitř vlastní firmy

12 globálně působících společností a institucí různých velikostí a odvětví spojilo své síly a je zajedno: Polarizace ve vyostřené veřejné debatě odvádí pozornost od toho nejdůležitějšího. Je zcela normální chtít chránit vzduch, vodu, přírodu kolem nás a i samotného člověka.



Foto: Jaromír Zubák

BORGERS

BOSCH
Stvořeno pro život

brose
Excellence in Mechatronics

e-on

HOCHTIEF

ING

Kaufland

UNIVERZITNÍ
CENTRUM
ENERGETICKÝCH
EFEKTIVNÍCH BUDOV
ČVUT V PRAZE

schunk

ŠKODA



SIEMENS
Ingenuity for life

vodafone



Advanto Group s.r.o.
Automatisierung von Lohn- und Gehaltsabrechnungen, on-Demand-Zahlungen für Arbeitnehmer | Vypłacení mezd zaměstnancům v reálném čase

–

Martin Fortelný
+420-734 489 895
fortelnym@advanto.cz
Brno
www.advanto.cz



AGS INTERNATIONAL MOVERS, spol. s r.o.
Moving services, transport, storage

–

Zuzana Hrozová
+420-602 297 366
zuzana.hrozova@ags-globalsolutions.com
Praha
www.ags-globalsolutions.com



ALMARK GROUP s.r.o.
Bau-, Umbau- und Abrissarbeiten
Provádění staveb, jejich změn a odstraňování

–

Stanislav Nazarej
+420-730 516 781
nazarej@almark.cz
Praha
www.almark.cz



Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien
Kreditinstitut, Finanzdienstleistungen mit Fokus auf tschechische Kunden
Banka, finanční služby se zaměřením na české zákazníky

–

Tobias Wendt
+49-3583/603-2100
tobias.wendt@spk-on.de
Zittau
www.spk-on.de



TAKENAKA EUROPE GmbH
Architektur-, Projekt- und Engineering-arbeiten für Industriebauten
Architektura, projektování, inženýring a generální dodávka staveb

–

Miroslav Adámek
+420-724 372 528
adamek@takenaka.cz
Praha
www.takenaka.eu



Budero s.r.o.
Badausbau & Badumbau,
Verlegen von Fußbodenbelägen,
Gipsplatten-Montage, kleine Bauprojekte
Výstavba a rekonstrukce koupelen,
pokládky podlahových krytin, SDK-GIPS,
drobné stavby

–

Jaroslav Kučera
+420-602 171 366
info@budero.eu
Česká Lípa
www.budero.eu



CEITEC VUT – CT LAB
Akkreditiertes Labor für Röntgen-Computertomographie
Akreditovaná laboratoř rentgenové počítačové tomografie

–

Michaela Škaroupková
+420-773 764 863
michaela.skaroupkova@ceitec.vutbr.cz
Brno
www.ctlab.ceitec.cz



FLOWLIFE
Systeme für Filterung, Kalkwandlung, Wasserverwirbelung und -veredelung
Zařízení pro filtraci, odvápnění, rozvíření a zušlechťení kohoutkové vody

–

Rudolf Zeibrlich
+420-777 337 909
r.zeibrlich@flowlifecz.blue
Praha
flowlife.blue



inter.PAL CZ s.r.o.
Digitale Service Leistungen für Ladungsträger | digitální služby pro přepravní nosiče, palety

–

Martin Leibrandt
+420-228 887 554
m.leibrandt@interpal.de
Praha
www.interpal.de



Iterait a.s.
AI solution for in-store and customer behavior analytics

–

Jan Wegmann
+420-722 648 839
jan.wegmann@iterait.com
Praha
www.iterait.com



AK Janoušek
Anwaltskanzlei | IT-, Handels- und Zivilrecht
advokátní kancelář | právo IT, obchodní a občanské právo

–

Jiří Janoušek
+420-607 90 91 92
jiri.janousek@janousekadvokat.cz
Praha
www.janousekadvokat.cz



LCM Interim Management SE
Krisen- und Interim Management
krizový a interim management

–

Luděk Čermák
+420-603 713 429
cermak@lcm.cz
Praha
www.lcm.cz



Lidya Czech Republic s.r.o.
Betriebsmittelkreditgeber
Poskytování provozních úvěrů

–

Libor Vaníček
+420-608 926 889
libor.vanicek@lidya.co
Praha
www.lidya.co



Medi-Globe s.r.o.
Herstellung von Medizinprodukten für minimal-invasive Anwendungen in Urologie und Gastroenterologie | Výroba zdravotnických prostředků pro minimální invazivní aplikace v urologii a gastroenterologii

–

Thomas Garbe
+420-587 070 930
garbe@medi-globe.cz
Hranice n. M.
www.medi-globe.cz

EVENTS/Y DTIHK | ČNOPK



Foto: Jaromír Zubák

60 companies
250 online meetings

1ST VIRTUAL
SPEED
BUSINESS
MEETING
11. 6. 2020



Foto: PRAGUE BOATS

SAVE THE DATE
27. 8. 2020

DTIHK-Schiffahrt
auf der Moldau –
Neustart für Ihr Business!
Plavba ČNOPK po Vltavě –
restart pro Váš byznys!





Deutsch-Tschechische
Industrie- und Handelskammer
Česko-německá
obchodní a průmyslová komora

Termíny

TopThema | TopTéma

#PartnersForSustainability

September Best Practice Tour vol. 1
září

November Best Practice Tour vol. 2
listopad

Kontakt: Christian Rühmkorf, ruehmko@dtihk.cz
Tereza Hofmanová, hofmanova@dtihk.cz

Events | Eventy

27.08. Jour Fixe: Dampferfahrt auf der Moldau |
Schiff Grand Bohemia

30.09. Jour Fixe: Plavba po Vltavě | Lod' Grand Bohemia
Speed Business Meeting ONLINE

Oktober Jour Fixe: HC Sparta Prag | Praha, O2 Arena
říjen

10.12. Weihnachts-Jour-Fixe, DTIHK-Kuppel, Prag
Vánoční Jour Fixe, kopule ČNOPK, Praha

Kontakt: Petr Žwak, zwak@dtihk.cz

Änderungen vorbehalten. Weitere Informationen erhalten Sie bei der DTIHK, info@dtihk.cz, www.dtihk.cz
Změna termínů vyhrazena. Další informace získáte v ČNOPK, info@dtihk.cz, www.dtihk.cz

ANZEIGE / INZERCE

16.-19.11. Smart City Expo World Congress Barcelona
Delegationsreise für tschechische, österreichische,
italienische und rumänische Firmen
Delegace pro české, rakouské, italské a rumunské firmy

Kontakt: Lenka Šolcová, solcova@dtihk.cz

Markt- und Absatzberatung Podpora odbytu a průzkum trhu

26.-29.10. Geschäftsreisereise Wein, Prag
Obchodní cesta německých vinařů do Prahy

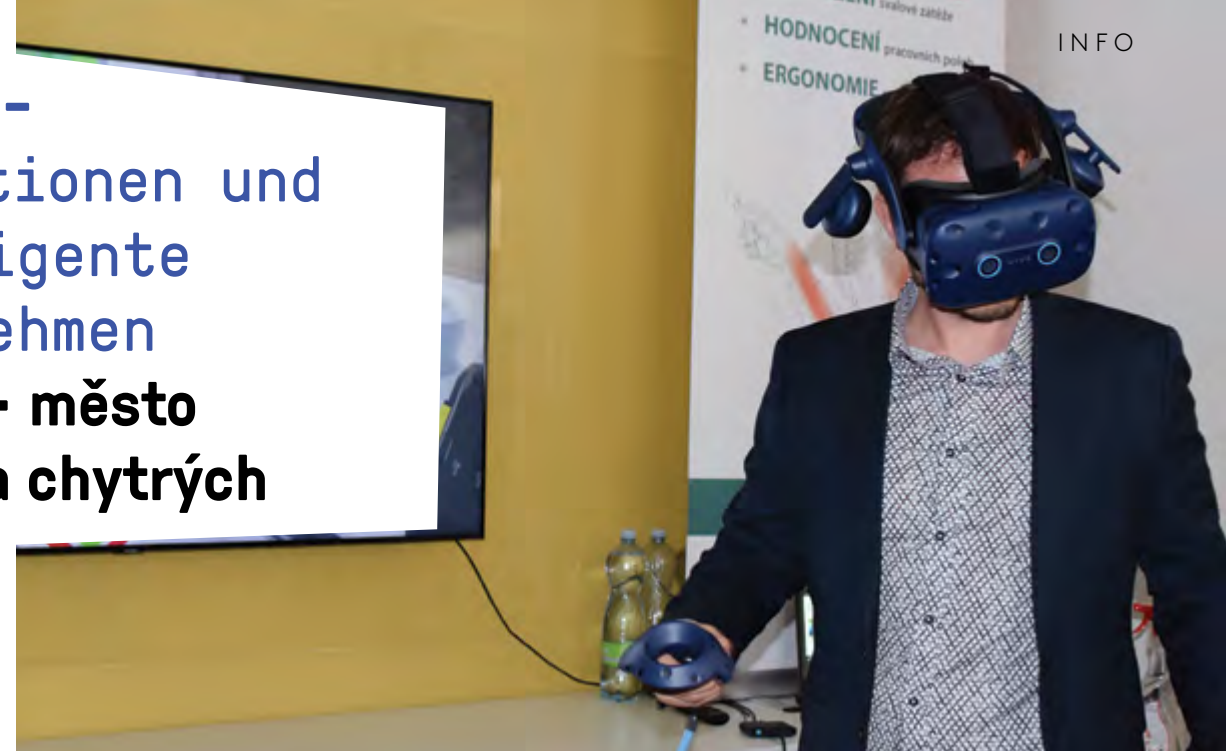
Kontakt: Barbara Vávra, vavra@dtihk.cz

Ausbildung, Seminare & Trainings Vzdělávání, semináře a tréninky

09.09. Zásadní změny a novinky v pracovním právu
10.09. Efektivní komunikace a vyjednávání v angličtině
v obtížných situacích

Kontakt: Andrea Husmann, husmann@dtihk.cz

PILSEN - Innovationen und intelligente Unternehmen PLZEŇ - město inovací a chytrých firem



>>> Gerade in der grenznahen westböhmisches Region Pilsen waren die Auswirkungen der Corona-Pandemie besonders stark zu spüren. Die Unterstützung von Innovationen und Unternehmertum steht dennoch weiter ganz oben auf der Agenda in Pilsen.

Mitte Juni wurde in Pilsen der BIC Port eröffnet, ein Coworking Center, das sich auf virtuelle, erweiterte oder gemischte Realität sowie künstliche Intelligenz fokussiert, um ein geeignetes Umfeld für Startups und Jungunternehmer zu schaffen. Die Nutzer des Centers können die professionellen Beratungsdienste von BIC Plzeň (Business Innovation Center) in Anspruch nehmen, einer städtischen Organisation, die Betreiber von BIC Port ist. Die DTIHK wird die Räumlichkeiten des neuen BIC Ports für ein Training in virtueller Realität nutzen im Rahmen des Zertifikatslehrgangs für Meister in der Produktion „Industrial Professional Follow-up“. Darüber hinaus ist eine engere Zusammenarbeit bei Networking- sowie Fachveranstaltungen geplant, mit dem Ziel die Zusammenarbeit zwischen Akteuren des regionalen Innovationsumfelds zu intensivieren.

Pilsen investiert seit Jahren in die Förderung von innovativen Unternehmen und Geschäftsideen. Künftig warten auf Startups, aber auch auf bereits etablierte größere Unternehmen, die in Geschäftsfeldern mit höherer Wertschöpfung tätig sind, noch bessere Bedingungen. Auf dem Gelände der ehemaligen Brauerei Světovar im Stadtteil Slovany wird derzeit das moderne Technologiezentrum TechTower gebaut. Der Betrieb soll Anfang 2022 beginnen. Die Stadt denkt aber auch an Kinder. Sie können das Angebot des Pilsener Robotik-Zentrums nutzen. Das Zentrum bietet Freizeitkurse an und unterstützt auch den Robotik-Unterricht an allen Schulstufen. 📍

>>> I přes současnou situaci související s pandemií koronaviru nezapomíná západočeská metropole na aktivní podporu inovací a budoucí rozvoj podnikání.

V polovině června se v Plzni otevřel nový BIC Port, coworkingové centrum se zaměřením na virtuální, rozšířenou či mixed realitu a umělou inteligenci s cílem vytvořit prostředí pro začínající firmy a podnikatele. Coworkeré mohou využívat profesionálních poradenských služeb BIC Plzeň (Business Innovation Centre), městské organizace, která je provozovatelem BIC Portu. Česko-německá obchodní a průmyslová komora bude využívat prostory nového BIC Portu v rámci školení ve virtuální realitě, které je součástí akademie pro mistry Industrial Professional Follow-up, a plánuje také užší spolupráci v oblasti networkingových i odborných akcí s cílem propojit a zintenzivnit kooperaci mezi aktéry inovačního prostředí v regionu.

Plzeň do podpory inovativního podnikání investuje dlouhodobě. Ještě lepší podmínky v budoucnu čekají nejen startupisty, ale i již etablované větší firmy, jenž podnikají v oborech s přidanou hodnotou. V současné době se staví moderní technologické centrum TechTower v areálu bývalého pivovaru Světovar na Slovanech. Jeho provoz by měl být spuštěn na začátku roku 2022.

Město myslí i na děti. Mohou se vzdělávat v centru robotiky, které podporuje výuku tohoto oboru na všech stupních škol. 📍

Noch Fragen? | Chcete vědět více? Karla Stánková, Tel.: +420 377 555 003, E-Mail: plzen@dtihk.cz

Was sind meine Mitarbeiter anderen Firmen wert?
Wir liefern die Antworten!

Na kolik si jiné firmy cení mých zaměstnanců?
Máme pro Vás odpověď!

BENCHMARK 2020

- über 70 Schlüsselspositionen
- Gehälter, Benefits & Pläne
- repräsentativ für Tschechien und seine Regionen

- více než 70 klíčových pozic
- mzdy, benefity & mzdové plány
- celorepublikový i regionální přehled

IHR PARTNER
IN TSCHECHIEN
PARTNER PRO
VÁŠ ÚSPĚCH



UNSER SERVICE FÜR SIE...

- Marktberatung & Geschäftspartnervermittlung
- Beratung Recht, Steuern & Buchhaltung
- Firmengründung & Personalbeschaffung
- Fiskalvertretung & Office-in-Office
- Messevertretung in Deutschland und Tschechien

UND NATÜRLICH AUCH...

- Vertretung Ihrer Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit
- Events für die rund 700 Mitgliedsunternehmen
- aktuelle Wirtschaftspublikationen
- Aus- und Weiterbildung, Seminare für Führungskräfte

NAŠE SLUŽBY PRO VÁS...

- poradenství odbytu a průzkum trhu
- poradenství investorům a právo
- účetnictví a daně
- vzdělávací kurz Manažer se zaměřením na energetiku
- zastupování veletrhů v České republice a v Německu

A SAMOZŘEJMĚ TAKÉ...

- zastupování Vašich zájmů při jednání s politickými a veřejnými institucemi
- akce pro cca 700 členů
- aktuální ekonomické publikace
- vzdělávání a semináře pro vedoucí pracovníky

IHRE DTIHK | VAŠE ČNOPK



Deutsch-Tschechische
Industrie- und Handelskammer
Česko-německá
obchodní a průmyslová komora

www.dtihk.cz

#PartnerForBusiness

Václavské náměstí 40 | 110 00 Praha 1 | Tel.: +420 224 221 200 | info@dtihk.cz



Veletrhy v Berlíně budou i v roce 2020. Virtuální události a kreativní řešení:

Messe Berlin vyvíjí různá kreativní řešení, aby mohla uskutečnit své letošní akce. Poté, co byl kvůli epidemii koronaviru zrušen mezinárodní veletrh cestovního ruchu ITB Berlin, pracují projektové týmy společně s oborovými svazy a dalšími partnery na řešeních, která umožní uskutečnit plánované akce v jiné formě. „I když plánované veletrhy nemůžeme plně nahradit, musíme být příslušným průmyslovým odvětvím k dispozici. Získávání informací a výměna názorů je i nadále důležitá,“ říká Dr. Christian Göke, předseda představenstva Messe Berlin. „I v březnu pořadatelé veletrhu ITB obratem zareagovali a zorganizovali virtuální kongres.“

Pro mnoho akcí Messe Berlin se připravují upravené koncepty:

IFA 2020 jako live-event

Rozhlasová věž „Funkturn“ na výstavišti pomyslně svítí červeně - konečně jsou tu nové pozitivní zprávy o IFA 2020. Letošní světový veletrh spotřební elektroniky a domácích spotřebičů se uskuteční v rámci možností jako živá událost na výstavišti v Berlíně. Zásadní změnou je, že IFA tentokrát nebude určena pro širokou veřejnost. Veletrhu se budou moci zúčastnit pouze novináři a experti z branže, vystavovatelé, zástupci participujících firem a dalších subjektů. Z původního termínu 4. – 9. září byl veletrh zkrácen na 3. – 5. září. Letošní IFA se bude skládat ze čtyř samostatných paralelních akcí tak, aby se mohli sejít vždy experti

z daných oborů. Maximální denní počet účastníků je pro každou akci tisíc osob. Klíčová témata budou oznámena na IFA Global Press Conference, na kterou Messe Berlin pozve v září do Berlína více než 800 novinářů z celého světa. Dalšími oblastmi veletrhu budou: IFA NEXT meets IFA SHIFT Mobility, Sourcing-Show IFA Global Markets a IFA Business, Retail & Meeting Lounges. V duchu moderních informačních technologií, které IFA představuje, bude připraveno rozsáhlé virtuální pokrytí veletrhu a budou ho moci sledovat zájemci z celého světa.

Další informace: www.ifa-berlin.de

ILA goes Digital

Jako první virtuální mezinárodní veletrh letectví a kosmonautiky poskytuje ILA obsah, který odráží dynamický vývoj a inovativní hnací sílu odvětví. Každou středu až do konce července bude na webové stránce ILA Goes Digital zveřejněn nový obsah: rozhovory s odborníky, webináře, prezentace inovativních technologií a matchmaking. Program se zaměřuje na klíčová témata ILA v oblasti inovací, udržitelnosti a digitalizace. Patří sem cesta ke klimaticky neutrálnímu létání, inteligentní továrny nebo kybernetická bezpečnost. S hashtagy **#IlaGoesDigital**, **#AeroSpaceInsights** a **#WeAreAviation** se mohou účastníci připojit k diskuzi a navázat virtuální kontakt.

Další informace: www.ila-berlin.de/de/ila-goes-digital

InnoTrans nabízí virtuální interaktivní dialogová fóra

S cílem spojit lidi po celém světě a umožnit kolektivní výměnu názorů se partnerská sdružení veletrhu InnoTrans rozhodla uspořádat virtuální dialogová fóra, která by se jinak konala živě v září na InnoTrans. Časový rozvrh zůstane a akce se budou konat v plánovaných termínech podle původního termínu InnoTrans 2020. 23. září nabídne Německé dopravní fórum (DVF) přehled událostí pro nadcházející InnoTrans. V rámci tématu „Systematické a rychlé využívání velkých investic pro digitální a rozšířenou železniční síť“ budou ve videoformátech a panelových diskuzích vystupovat odborníci se svými poznatky. Podobně i Německá asociace železničního průmyslu (VDB) poskytne aktuální údaje z odvětví a zve zájemce k aktivní účasti a výměně zkušeností. 24. září DVF pořádá virtuální Mezinárodní autobusové fórum, zaměřené na nejnovější vývoj v městské dopravě.

Ve fyzické podobě proběhne InnoTrans 27.–30. dubna 2021 v Berlíně. Rozhodnutí přesunout veletrh získalo širokou podporu. „Jsme potěšeni, že jsme schopni většinu vystavovatelů nabídnout alternativu,“ prohlásil Matthias Steckmann, senior viceprezident Messe Berlin. Další InnoTrans se uskuteční o 18 měsíců později v září 2022, tak jak se původně plánovalo.

Další informace: www.innotrans.com

Insights-X: Veletrh papírnictví v Norimberku přeskočí jeden rok

V důsledku pandemie Covid-19 a jejího globálního dopadu se šestý ročník mezinárodního veletrhu papírenských, školních a kancelářských potřeb Insights-X nebude konat v obvyklém formátu. Akce, která byla původně plánována 14.–16. 10. 2020, byla odložena na říjen 2021. Pro překlenutí mezery má organizátor Spielwarenmesse eG řadu digitálních alternativ určených vystavovatelům, odborným návštěvníkům a zástupcům médií. Nová nabídka nemůže a nebude nahrazovat fyzickou událost v Norimberku. Renomovaní vystavovatelé se již zavázali zúčastnit se příštího Insights-X.

Předseda představenstva Ernst Kick komentoval situaci: „Mimořádné okolnosti vyžadují progresivní řešení, která nám umožňují využít čas do Insights-X 2021 nejefektivnějším možným způsobem. Na co se však nejvíc těšíme, je opětovné setkání v Norimberku. Konec konců jsou veletrhy výkladem mnoha průmyslových odvětví, a jak všichni víme, průmysl prosperuje z osobních obchodních vztahů.“

Další informace: www.insights-x.com

FIBO 2020 – NOVÝ TERMÍN: 1.–4. 10. 2020, Kolín nad Rýnem

Celosvětově největší veletrh v oboru fitness, wellness a zdraví FIBO se letos bude vzhledem k pandemii koronaviru konat netradičně v podzimním termínu 1.–4. října 2020. Organizátoři učiní vše pro dodržení ochranných a hygienických opatření. Na loňském ročníku se setkala okolo 1100 vystavovatelů ze 49 zemí a 145 000 odborných i laických návštěvníků z téměř 140 zemí.

Hlavními tématy zůstávají obory Cardio & Strength, Physio, Sports Nutrition, Hotel & Wellness, Startups a Group Fitness. Větší prostor dostane téma zdraví ve fitness sektoru. Představí se fyzioterapeuti, sportovní medicína, kliniky a rehabilitační centra, studia, provozovatelé spa a wellness zařízení.

Každoroční ocenění FIBO INNOVATION & TREND AWARD ukáže směry, kterými se fitness branže ubírá.

Další informace: www.fibo.com

ČNOPK nabízí i letos fitness profesionálům a podnikatelům v oboru fitness VSTUPENKY ZDARMA! Na stránkách veletrhu stačí zadat kód yfaj-fbsi-7aaa-2ec6 a následně se zaregistrovat. Vstupenku obdržíte e-mailem.



Dankbar sein für erteilte Lektionen

Být vděčný za cenné životní lekce

Was würden Sie heute Ihrem jüngeren Ich empfehlen?

Am meisten lernen wir aus Erfahrungen, über die wir uns längere Zeit ärgern. Kein Sieg währt ewig, das wissen wir alle. In vielen Fällen ist es das Scheitern – ob nun beruflich oder persönlich, aus dem wir die größten Lehren ziehen. Deshalb bin ich den Leuten auch sehr dankbar, die mir in meinem Leben wertvolle Lektionen erteilt haben. Das ist wirklich viel wert, wenn wir unsere Schlüsse daraus ziehen, wenn wir jeden Tag als eine neue Chance begreifen, wir etwas Neues schaffen und anderen das Gefühl geben können, ihr eigenes Talent und Potential zu entdecken.

Juraj Bóna

CCO, T-Mobile Czech Republic

Country Manager bei T-Mobile Czech Republic, glücklicher Ehemann und Vater von vier Kindern, leidenschaftlicher Läufer, der dank seines Hobbys auch andere Länder kennenlernt, zudem Fan moderner Technologien, die unser Leben zumeist zum Besseren verändern.

Co byste dnes poradil svému mladšímu já?

Každá zkušenost za to stojí a nejvíc nás naučí ty, které nás dlouho mrzí. Žádné vítězství není věčné, to víme všichni; mnohokrát je to selhání – ať už obchodní nebo osobní, které nás naučí nejvíc. Proto děkuji lidem za všechny cenné životní lekce, kterém mi dali. Skutečnou hodnotu má, pokud se z nich poučíme, pokud začneme každý den jako novou příležitost něco nového dokázat a druhým dát příležitost objevit jejich vlastní talent a potenciál.

Country manažer v českém T-Mobile, šťastný manžel a otec čtyř dětí, rekreační, ale náruživý běžec, který díky běhu poznává jiné země, a také fanoušek technologií, které nám změnily život hlavně k lepšímu.

ohbs

Kompetente
Rechtsberatung
für Ihr Unternehmen
in Tschechien

Wir beraten in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts:

- Handelsrecht
- Gesellschaftsrecht, M&A
- Immobilien- & Baurecht
- Finanzierung
- Insolvenzrecht
- Arbeitsrecht
- Transport- & Logistikrecht
- IP & IT Recht
- Gerichts- & Schiedsverfahren
- Forderungsbeitreibung

Ihr Recht ist bei uns in guten Händen.

„Mit meinem Team bin ich spezialisiert auf die rechtliche Betreuung von Mandanten aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Wir garantieren erstklassige Qualität unserer Dienstleistungen und entwickeln praktische Lösungen.“

Mgr. Jiří Salač, LL.M. (Kiel)
Partner, advokát



Poděkujte vašim zaměstnancům

za dobrou práci nejen
v době COVID-19.



Pro finanční zdraví vašich zaměstnanců

Dejte zaměstnancům možnost čerpat vlastní odpracovanou mzdu kdykoliv v měsíci, aby mohli pokrýt nenadálé výdaje a zbytečně se nezadlužovali. Téměř 50 % zaměstnanců v ČR žije od výplaty k výplatě, ale své finanční problémy s vámi nesdílí. Vyvinuli jsme technologii, která vám umožní zaměstnancům pomoci. Implementace je zdarma, nenarušuje váš výplatní cyklus a nemá dopad na cash flow.

