

plus

INTERVIEW | ROZHOVOR:
Michal Navrátil
CEO Dřevodílo Rousínov

2018 FEBRUAR
ÚNOR

Magazin der deutsch-tschechischen Wirtschaft
Magazin česko-německého hospodářství



MITTELSTAND

Pohled do světa malých
a středních podniků

Science-Fiction in der U-Kom
Sci-fi ve firemní komunikaci



Rückgrat des
Wirtschaftswunders.cz



Chef gesucht
Hledá se šéf

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

ČD Německo 10x

Cestujte do Berlína nebo Drážďan s přenosnou jízdenkou na celkem 10 jízd.

- platí 6 měsíců
- jízdy si lze libovolně rozložit v obou směrech (např. 3x Praha–Berlín a 7x opačně)
- jízdenka platí pro 1. třídu ve všech spojích EuroCity kterýkoliv den v týdnu

Jízdenka	Trasa	Cena 1. třída
ČD Drážďany 10x	Praha hl. n.–Drážďany	199 Eur/5 174 Kč
ČD Berlín 10x	Praha hl. n.–Berlín	499 Eur/12 974 Kč

**Komfortně
z Prahy**
na služební
cesty



Více informací na www.cd.cz/firmy.
Pro dotazy využijte e-mail obchod@gr.cd.cz.



99 %, Rückgrat

99 %, páteř

99 %. Das klingt wie ein Wahlergebnis aus der Zeit des Kommunismus. Diese Zahl weist jedoch nichts Geringeres aus, als den Anteil der kleinen und mittelständischen Unternehmen an der Gesamtzahl von aktiven Firmen. Rückgrat oder Motor der Wirtschaft – das sind gängige Bilder für dieses Wirtschaftssegment, Bilder von Kraft und Stabilität. „German Mittelstand“ versteht man sogar in Großbritannien oder den USA. In Tschechien ist so ein stolzes Selbstverständnis der kleinen und mittelständischen Unternehmen keine Selbstverständlichkeit. Aber es formt sich. Immer deutlicher.

Dafür sorgen Unternehmerpersönlichkeiten wie Michal Navrátil, der seit etwas mehr als drei Jahren mit Erfolg einen fast Pleite gegangenen Tischlerbetrieb aus Mähren aufpoliert und die ausländischen Märkte fest ins Visier genommen hat. Wie dieser Mann der Praxis das anstellt, lesen Sie in unserem Titelinterview (S. 10). Karel Havlíček, Unternehmer und Gründer des tschechischen Mittelstandsverbandes, ist ein weiterer kraftvoller Treiber. Kein anderer hat sich für das neue Selbstbewusstsein dieser Unternehmen so nachhaltig eingesetzt wie er. Karel Havlíček hat für uns den „Blickwinkel“ (S. 30) verfasst.

In der ersten **Plus** 2018 erfahren Sie außerdem eine Menge über agile Familienunternehmen, den Generationswechsel sowie den Umgang mit dem Megatrend Digitalisierung. Wir liefern Ihnen natürlich auch eine umfangreiche Analyse des Mittelstands in Tschechien (S. 22) und Deutschland (S. 28). Und Sie erfahren alles rund um die Aktivitäten der DTIHK.

Außerdem gibt es in diesem Jahr noch etwas zu feiern: 25 Jahre DTIHK, 25 Jahre deutsch-tschechischer Wirtschaftserfolg. Höhepunkt der Feierlichkeiten sind ein großes, festliches Gala-Dinner und eine Zukunftskonferenz mit Top-Gästen aus Wirtschaft und Politik unserer beiden Länder. Feiern Sie mit uns, werden Sie mit Ihrem Unternehmen Partner dieses Jubiläumsjahres!

Liebe Leserinnen und Leser, viel Spaß und Inspiration mit der neuen **Plus**!

99 %. Zní to jako volební výsledek z dob komunismu. Toto číslo však není ničím jiným než podílem malých a středních podniků na celkovém počtu aktivních společností. Páteř nebo motor ekonomiky – jsou běžná přirovnání pro tento podnikatelský segment; značí sílu a stabilitu. Pojmu „German Mittelstand“ rozumí i ve Velké Británii nebo USA. V Česku taková hrdost malých a středních podniků není samozřejmostí. Ale postupem času se vytváří, a to čím dál tím víc.

Přispívají k tomu podnikatelské osobnosti jako Michal Navrátil, který už čtvrtým rokem vrací lesk málem zkrachovalému truhlářství v Moravě a do hledáčku si vzal i zahraniční trhy. Jak se s tím v realitě potýká, se dozvíte v našem titulním rozhovoru (str. 10-21). Karel Havlíček, podnikatel a zakladatel Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, je dalším, kdo žene firmy dopředu. Nikdo jiný se nezasadil o nově nabyté sebevědomí malých a středních podnikatelů tak jako on. Karel Havlíček pro nás sepsal svůj „úhel pohledu“ (str. 30-31).

V prvním letošním vydání **Plusu** se dále dozvíte o čínorodých rodinných firmách, generační výměně nebo o tom, jak se podniky vypořádávají s fenoménem digitalizace. Máme pro vás samozřejmě i obsáhlou analýzu malého a středního podnikání v Česku (str. 22-25) i Německu (str. 28-29). Jako vždy informujeme také o veškerém dění kolem ČNOPK.

A navíc je tu něco, co bychom s vámi chtěli oslavit: 25 let ČNOPK; 25 let česko-německého hospodářského úspěchu. Vyvrcholením oslav bude velkolepý gala dinner a „konference budoucnosti“ za účasti renomovaných hostů z byznysu a politiky obou zemí. Slavte společně s námi a staňte se partnerem našeho jubilea.

Milé čtenářky a milí čtenáři, přeji vám zábavné a inspirativní počení v novém **Plusu**!

Bernard Bauer
Geschäftsführender Vorstand
výkonný člen představenstva



Echt dobrý DEal!

Česko-německý hospodářský úspěch

25 Jahre DTIHK
let ČNOPK



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

Partnerschaftsangebot

Feiern Sie das 25-jährige Jubiläum „Deutsch-tschechischer Wirtschaftserfolg“ gemeinsam mit der DTIHK. Es sind 25 Jahre, die Sie mitgestaltet haben. Präsentieren Sie Ihre unternehmerische Erfolgsgeschichte in diesem attraktiven Rahmen! Unter anderem ...

- mit Ihrer breiten Präsenz in der **Jubiläumsausgabe** des Wirtschaftsmagazins Plus
- im **Film** „25 Jahre deutsch-tschechischer Wirtschaftserfolg“
- auf der **Jubiläumswebseite**
- beim **Höhepunkt** der Feierlichkeiten im Oktober: dem **Gala-Dinner**, zu dem auch Bundeskanzlerin Angela Merkel eingeladen ist, und der deutsch-tschechischen **Zukunftskonferenz** mit Top-Gästen aus Wirtschaft und Politik.

Zusätzlich erhalten Sie **freie Eintritte und Ermäßigungen** zu allen Top-Events der DTIHK in diesem Jahr!

Infos zu den Sponsoren-Paketen: www.dtihk.cz/25jahre

Ihr Unternehmen ist bei allem ganz vorne mit dabei!

Nabídka partnerství

Oslavte společně s ČNOPK 25. výročí česko-německého hospodářského úspěchu. 25 let, které jste spoluutvářeli. Prezентуйте svůj podnikatelský úspěch v tomto atraktivním kontextu! Mimo jiné...

- intenzivní propagaci v **jubilejním vydání** ekonomického magazínu Plus
- ve **filmu** „25 let česko-německého hospodářského úspěchu“
- na **webové stránce** jubilea ČNOPK
- na **vrcholné události** oslav v říjnu: **gala dinneru**, na který je pozvána i německá kancléřka Angela Merkelová, a na **česko-německé konferenci budoucnosti** s renomovanými hosty z hospodářství a politiky

Navíc získáte **volné vstupy a zajímavé slevy** na všechny top akce ČNOPK v letošním roce!

Více informací k nabídce partnerství: www.dtihk.cz/25let

Bud'te u toho a zajistěte vaší firmě místo v 1. řadě!

Inhalt Obsah

10



3 Editorial
Bernard Bauer

6 news.de/cz
Wirtschaftsnachrichten
Ekonomické zprávy

8 UnternehmensKULTUR
Firemní KULTURA
Mittelstand | Malé a střední firmy

TitelThema
10 Interview | Rozhovor
Michal Navrátil, CEO Dřevodílo
Rousínov

22 Analyse.cz
Rückgrat des böhmischen
Wirtschaftswunders

28 **analýza.de**
Co žádají malé a střední podniky
v Německu

30 Blickwinkel | Úhel pohledu
Karel Havlíček, AMSP ČR
Tschechischer Mittelstand, quo vadis?
Kam kráčí střední stav?

33 die Frage | Otázka
Fachkräftebedarf: Was kann der
Mittelstand tun? | Jak si mohou
malé a střední firmy zajistit
odborníky?

34 Ziffernblatt | Číselník

36 Querdenker | Inovátoři
Science-Fiction in der U-Kom
Sci-fi ve firemní komunikaci

38 Erfolg | Úspěch
Liko-S: Das Beste ist, der Beste
zu sein | Nejlepší je být nejlepší

40 Wandel | Změna
Chef gesucht | Hledá se šéf

42 Gut zu wissen | Je dobré vědět
+ Datenschutz: DSGVO | Ochrana dat: GDPR
+ Digitalisierung der Steuer | Digitalizace daní

DTIHK | ČNOPK

46 Events/y: DTIHK | ČNOPK

48 Neue Mitglieder | Noví členové

50 Termine | Termíny

51 Business-Tip: Jak využít z účasti
na veletrhu co nejvíce

52 Messen | Veletrhy

55 Info: Strategie der Fachkräftegewinnung
Trendy získávání pracovníků

56 News: Mitglieder | Členové

58 7 Fragen | 7 otázek

www.emagazin.plus

38



Deutschland und Tschechien sind Vorreiter der digitalen Revolution

Deutsche und tschechische Produktionsstrukturen sind für die vierte industrielle Revolution außerordentlich gut gerüstet. Im internationalen Ranking von Weltwirtschaftsforum und A.T. Kearney sind beide Länder ganz vorne auf den Plätzen 3 (D) und 6 (CZ). Bei den Produktionstreibern belegt Deutschland Platz 6, Tschechien hinkt etwas hinterher mit Platz 26. Spitzenreiter sind Japan und die USA. Es ist innerhalb kurzer Zeit bereits die zweite Studie, die den Innovationsfaktor Deutschlands und Tschechiens so hoch bewertet. Die Consumer Technology Association hat Tschechien unlängst unter die Top 10 der „Innovations-Champions“ eingereiht, u.a. vor Deutschland und Österreich. Demnach hat das Land weltweit mit die besten Bedingungen für Startups und Innovationen. In Sachen autonomes Fahren landete Tschechien sogar auf Platz 3.

Quelle: CTA, A.T. Kearney

EIB vergab an Tschechien mehr als eine Milliarde Euro

2017 förderte die Europäische Investitionsbank-Gruppe Tschechien mit Darlehen, Garantien und Beteiligungen in Höhe von insgesamt 1,16 Milliarden Euro. Das ist beinahe doppelt so viel wie im Vorjahr. Finanziell unterstützt wurden Projekte von kleinen und mittleren Unternehmen, Energetik, Forschung und Entwicklung sowie lokale Infrastruktur. In den kommenden Jahren will die Bank den Fokus verstärkt auf Investitionen im öffentlichen Sektor legen. In 25 Jahren flossen von der EIB rund 20 Milliarden Euro nach Tschechien. Insgesamt wurden von der EIB letztes Jahr 901 Vorhaben für etwa 78 Milliarden Euro bewilligt, um 15 % mehr als im Vorjahr.

Quelle: EIB, Tschechische Presseagentur

Top-Ratingagenturen bestätigen AA-Rating für Tschechien

Die renommierten Agenturen Standard & Poor's und Scope Ratings haben die hohe Bewertung für Tschechiens Kreditwürdigkeit bestätigt. S&P blieb bei der Einstufung der langfristigen Verpflichtungen in Fremdwährung bei Rating AA-, in heimischer Währung dann bei AA. Die Kreditnote AA mit positivem Ausblick vergab auch Scope Ratings. Demnach hat Tschechien die besten Bonitätswerte in der Visegrád-Gruppe. Gelobt werden die breit aufgestellte Wirtschaft, die gesunden öffentlichen Finanzen und der Bankensektor. Das Land bleibt laut Scope Ratings auch weiter auf Wachstumskurs, für 2018 wird ein BIP-Anstieg von 3 % erwartet.

Quelle: Tschechisches Finanzministerium, S&P, Scope Ratings

Berlin ist die Kryptohauptstadt Europas

Die Welt erlebt gerade den Boom der Kryptowährungen. In Berlin entwickeln Startups Alternativen, die dem Bitcoin, zeitweise die Digitalwährung Nr. 1, starke Konkurrenz machen. Ethereum und IOTA sind die vielversprechendsten davon. Beide gehören zu den zehn wertvollsten Kryptowährungen mit Milliarden Dollar Marktwert. Das Interesse der Konzerne, die aus den neuen Technologien hinter Kryptowährungen einen wirtschaftlichen Nutzen ziehen wollen, ist dementsprechend groß. Mit IOTAs Hilfe soll etwa das Internet der Dinge weiterentwickelt werden: Maschinen, die miteinander kommunizieren und sich für ihre Leistungen auch direkt bezahlen.

Quelle: Gründerszene.de, Zeit Online

DIHK: Deutsche Wirtschaft unter Volldampf, Fachkräftemangel trübt Stimmung

Der Optimismus der deutschen Unternehmen stieg Anfang 2018 kräftig an, ergab die jüngste DIHK-Konjunkturumfrage. Noch nie haben die Firmen ihre Wirtschaftslage als so gut bewertet. Der DIHK erhöht demnach seine Wachstumsprognose für dieses Jahr von 2,2 auf 2,7 %. Sorgen bereitet allerdings der Mangel an Personal. Der Umfrage zufolge betrachten ihn 6 von 10 Betrieben als das größte Risiko für ihre Geschäftsentwicklung. Die deutsche Wirtschaft profitiert von der Hochstimmung in der Eurozone. Das ifo-Wirtschaftsklima im Euroraum ist auf dem höchsten Wert seit 2000.

Quelle: DIHK, ifo

Die reichsten EU-Regionen: Hamburg auf Rang 2, Prag auf Platz 6

Beim Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf haben beide Metropolen sogar Paris, Stockholm und Wien hinter sich gelassen. Prag fällt allerdings hinter Bratislava zurück, die slowakische Hauptstadt ist aktuell auf Platz 4. Luxemburg dominiert das Ranking. Unter den Top 10 angesiedelt ist auch die Region Oberbayern, Berlin hingegen platziert sich auf Rang 65. Dies geht aus den jüngsten Daten von Eurostat und dem Tschechischen Statistikamt (ČSÚ) für das Jahr 2015 hervor. Laut den neuesten ČSÚ-Statistiken für 2016 liegt das Pro-Kopf-BIP in Prag bei 182 % des EU-Durchschnitts, ein ganzes Viertel des tschechischen BIP wird in Prag erwirtschaftet. Im Tschechien-Ranking ganz unten liegt die Region Karlsbad mit 58,5 % des Pro-Kopf-BIP.

Quelle: Tschechisches Statistikamt, Eurostat, Tschechische Presseagentur

Česko a Německo jsou průkopníky digitální revoluce

České a německé výrobní struktury jsou na čtvrtou průmyslovou revoluci velmi dobře připraveny. V mezinárodním srovnání Světového ekonomického fóra a A.T. Kearney se země pohybují na příčkách 3 (D) a 6 (CZ). Ve srovnání faktorů ovlivňujících produkci je pak Německo šesté, Česko naopak pokulhává (26. příčka). Na špičce jsou Japonsko a USA. Jedná se o již druhou studii, která v poslední době ocenila inovativní přístup obou zemí. Consumer Technology Association (CTA) Česko nedávno zařadila do první desítky celosvětových šampionů inovací, a to před Německo i Rakousko. Česká republika má podle CTA jedny z nejlepších podmínek pro rozvoj nových nápadů a produktů. V kategorii samoříditelných vozů Česko obsadilo dokonce 3. příčku na světě.

Zdroj: CTA, A.T. Kearney

EIB poslala do Česka přes miliardu eur

Skupina Evropské investiční banky (EIB) Česku loni poskytla 1,16 miliardy eur formou nových úvěrů, záruk a vlastního kapitálu. To je skoro dvakrát více než v roce 2016. EIB podpořila financování projektů malých a středních podniků, energetiky, výzkumu a vývoje, ale i místní infrastruktury v obcích. V následujících letech se banka chce více zaměřit právě na investice do veřejného sektoru. Za uplynulých 25 let z EIB do Česka přiteklo již zhruba 20 miliard eur. Celkově Evropská investiční banka loni schválila rekordních 901 projektů za 78 miliard eur, což je nárůst o 15 % proti roku 2016.

Zdroj: EIB, ČTK

Přední ratingové agentury Česku znovu udělily hodnocení AA

Renomované agentury Standard & Poor's a Scope Ratings potvrdily vysoké hodnocení úvěrové spolehlivosti ČR. S&P ponechala hodnocení dlouhodobých devizových závazků na stupni AA-, závazky v domácí měně zůstaly na stupni AA. Znamku AA s pozitivním výhledem Česku udělila i Scope Ratings. Česko je tak úvěrově nejspolehlivější zemí visegrádské čtyřky. Agentury ocenily diverzifikovanou ekonomiku, zdravé veřejné finance a silný bankovní systém. Podle Scope Ratings by země měla ekonomicky růst i nadále, pro rok 2018 očekává navýšení HDP o 3 %.

Zdroj: MF ČR, S&P, Scope Ratings

Berlín je evropským hlavním městem kryptoměn

Svět zažívá boom virtuálních měn. Berlínské startupy vyvíjí konkurenci bitcoinu, současnému digitálnímu platiidlu číslo jedna. Ethereum a IOTA jsou jedny z těch nejslibnějších. Obě se již řadí do první desítky nejhodnotnějších virtuálních měn s tržní hodnotou ve výši miliard dolarů. Tomu také odpovídá značný zájem velkých společností, které si od nových technologií stojících za kryptoměnami slibují přínos pro byznys. Pomocí technologie IOTA by se měl například dále rozvíjet internet věcí: stroje, které spolu komunikují a za jednotlivé úkony si i samy platí.

Zdroj: Gründerszene.de, Zeit Online

DIHK: Německá ekonomika jede na plný plyn. Náladu kazí nedostatek pracovních sil

Optimismus německých podniků začátkem roku silně vzrostl, jak ukazuje nejnovější konjunkturální průzkum Německého sněmu obchodních a průmyslových komor (DIHK). Firmy současnou ekonomickou situaci nikdy nehodnotily lépe. DIHK následně zlepšil výhled růstu ekonomiky pro letošní rok z 2,2 na 2,7 %. Starosti firmám ale přiděluje nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců. Podle průzkumu jej 6 z 10 firem považuje za největší riziko pro další rozvoj podnikání. Německá ekonomika profituje z vynikajícího klimatu v eurozóně. Index ekonomické nálady ifo dosahuje nejlepších hodnot od roku 2000.

Zdroj: DIHK, ifo

Hamburk je druhým, Praha šestým nejbohatším regionem v EU

Na základě hrubého domácího produktu (HDP) na obyvatele obě metropole předstihly i Paříž, Stockholm nebo Vídeň. Naopak Bratislava české hlavní město přeskočila a je aktuálně 4. v pořadí. Žebříčku vévodí Lucemburk. V první desítkě se z německých zástupců umístil ještě region Horní Bavorsko, naopak Berlín skončil na 65. místě. Uvádí to nově zveřejněná data Eurostatu a Českého statistického úřadu (ČSÚ) s odkazem na rok 2015. Podle aktuálních údajů ČSÚ za rok 2016 Praha vytváří 182 % HDP unijního průměru, v rámci Česka je to celá jedna čtvrtina HDP. Naopak nejméně rozvinutým regionem v Česku je Karlovarský kraj s 58,5 % průměru celé EU.

Zdroj: ČSÚ, Eurostat, ČTK





Vladislav Sywala

Managing Director
jednatel společnosti
Messer Technogas



Alice Kubíčková

Direktorin
ředitelka
Komora právní odpovědnosti



Roman Žák

Vorstandsvorsitzender
předseda představenstva
Aimtec



Jörg Wiederhold

Partner – Leader German Desk
Deloitte Audit

Familienunternehmen haben eine ganz eigene Unternehmenskultur, die sich durch eine hohe Loyalität der Mitarbeiter gegenüber dem Eigentümer auszeichnet. Die Fluktuation von Mitarbeitern ist daher gering, viele von ihnen arbeiten 20 Jahre und länger für das Unternehmen. Unser Geschäft ist konservativ und langfristig – wie unsere Beziehungen zu den Kunden. Den heimischen Markt kennen wir gut, schon lange er-

Rodinná společnost má specifickou firemní kulturu vyznačující se vysokou loajalitou zaměstnanců k vlastnímu, kterým je konkrétní osoba. To přináší nízkou fluktuaci pracovníků, z nichž řada pracuje pro firmu 20 let a déle. Náš byznys je z podstaty věci konzervativní a dlouhodobý, dlouhodobě jsou i naše vztahy s klienty. Známe dobře tuzemský trh a máme dlouhodobě nadprůměrné

+ Unternehmenskultur ist ein Puzzle, das von jedem Unternehmen selbst zusammengesetzt wird. Alle Unternehmen, egal ob klein, mittel oder groß, haben eine eigene Unternehmenskultur. Der Vorteil von kleinen und mittleren Unternehmen ist eine gewisse Flexibilität beim Aufbau der Unternehmenskultur. Ein Unternehmen mit einer kleineren Mitarbeiterzahl kann besser auf die individuellen Bedürfnisse der Belegschaft

Firemní kultura je jako puzzle, které si každý podnik skládá sám. Každý podnik, ať už malý, střední či velký, tak má svou vlastní specifickou firemní kulturu. Výhodou malých a středních podniků je určitá míra flexibility v možnostech nastavení firemní kultury. Podnik s menším počtem zaměstnanců může lépe naslouchat a vyhovět individuálním potřebám

Wir befassen uns mit Digitalisierung, die abstrakt erscheinen mag. Aber ihr wichtigstes Element sind Menschen. Wir denken darüber nach, wie wir unseren Kunden die Arbeit erleichtern können. Unser Team besteht aus multidisziplinären Experten: für IT-Infrastruktur, Systeme, Produktionstechnik und Logistik bis zum Management globaler Projekte. Daher sollte man nicht nur neue Kollegen gewinnen, sondern bestehende Mitarbeiter auch

Zabýváme se digitalizací, která se může zdát abstraktní, ale jejím nejdůležitějším prvkem jsou lidé – vymyslíme, jak zákazníkům ušetřit práci. Náš tým je složen z odborníků s multioborovou znalostí – od systémů, přes IT infrastrukturu, technologii výroby a logistiku po řízení globálních projektů. Není proto důležité jen získat nové kolegy, ale také dlouhodobě

+ Ein wesentliches Merkmal des Mittelstands ist die Teilnahme maßgebender Gesellschafter an der operativen Geschäftsführung. Vergleiche ich meine so definierten mittelständischen Klienten mit den „Großen“, die ausschließlich angestellte Geschäftsführer haben, fällt mir auf, dass bei den Mittelständlern oft viel stärkere Bindungen zum Unternehmen bestehen. Und dies nicht nur seitens der

Výrazným charakteristickým znakem malých a středních podniků je účast společníků s významným vlivem na operativní řízení společnosti. Porovnám-li takto definované malé a střední podniky z řad svých klientů s podniky, u nichž jsou jednatele pouze zaměstnanci, je patrné, že v prvním případě jsou vazby na podnik mnohem silnější – a to nejen ze

Gibt es eine mittelständische Existuje specifická firemní kultura

zielen wir überdurchschnittliche Ergebnisse. Dadurch sind viele Mitarbeiter zufrieden, aber auch resistent gegenüber Veränderungen. Um wettbewerbsfähig und rentabel zu bleiben, muss man in einem harten Wettbewerb ständig an einer Atmosphäre von Anspruch, Engagement und Flexibilität arbeiten. Dem Gefühl, dass doch eigentlich alles in Ordnung ist, müssen wir vorbeugen. Denn die Lage kann sich jederzeit ändern. Menschen werden schnell bequem.

výsledky. Tento stav nicméně přináší u řady zaměstnanců pocit uspokojení a rezistenci ke změnám. Pro udržení konkurenceschopnosti a vlastníkem požadované rentability je v ostrém konkurenčním prostředí nezbytné trvale pracovat na atmosféře náročnosti, angažovanosti a flexibility. Musíme preventivně eliminovat pocit, že je vlastně všechno v pořádku. Věci se mohou rychle změnit v náš neprospěch, protože dlouhodobost přináší setrvačnost. Lidé rychle zpohodlní.

+ eingehen und so ein angenehmes Umfeld schaffen, in dem die Mitarbeiter zufrieden sind. Positiv für die „Großen“ ist jedoch, dass auch sie ihre verknöcherten Strukturen und Leitlinien aufbrechen und moderne U-Kulturen mit einer entspannten und freundlichen Atmosphäre aufbauen, in der sich jeder Mitarbeiter als Teil des Teams fühlt und zum Aufbau einer fortschrittlichen Arbeitsweise und -atmosphäre beitragen kann.

svých zaměstnanců a vytvořit tak přátelské prostředí, ve kterém budou zaměstnanci spokojeni. Pozitivní však je, že už i velké podniky boří zkonstatované firemní zvyky a budují moderní firemní kultury s důrazem na uvolněnou a přátelskou atmosféru, ve které je každý zaměstnanec součástí týmu a vlastní činností může přispět k budování vyspělé firemní kultury.

Unternehmenskultur? malých a středních podniků?

langfristig motivieren. Das gelingt uns: 31 % sind bei uns länger als fünf Jahre, seit 2013 sind wir um 100 % gewachsen. Wir suchen solche Kollegen aus, die unsere Werte und Mission – nützlich zu sein – teilen. Am meisten freue ich mich über den Respekt, den wir voreinander und gegenüber unserer Arbeit haben. Wir haben eine authentische Mikrowelt geschaffen, in der wir sinnvolle Arbeit machen, die uns Spaß macht. Und noch dazu finden wir hier Freunde.

motivovat ty stávající. Proto umožníme lidem být úspěšnými, což se nám daří – 31 % lidí je s námi déle než 5 let, přičemž jsme od roku 2013 vyrostli o 100 %. Vybíráme si takové kolegy, kteří sdílí naše hodnoty a poslání – být užiteční. Nejvíce mě těší vzájemný respekt, který k sobě a k naší práci chováme. Společně jsme si tak vytvořili autentický mikrosvět, kde děláme smysluplnou práci, která nás baví, a navíc tu nacházíme přátele.

+ Mitarbeiter, sondern auch bei Kunden und Lieferanten. Dass dies in Zeiten quälender Arbeitskräfteknappheit im Wettbewerb ein entscheidender Vorteil ist, liegt auf der Hand. Hinzu kommen die kürzeren Entscheidungswege, ist doch der letztentscheidende Eigentümer gleichzeitig Geschäftsführer und damit leichter greifbar. Für mich zwei wichtige Merkmale mittelständischer Unternehmenskultur.

strany zaměstnanců, ale též z pohledu zákazníků a dodavatelů. Je jasné, že v době bolestného nedostatku pracovních sil mohou právě tyto vazby představovat rozhodující konkurenční výhodu. Další předností je kratší proces rozhodování, neboť majitel, který má poslední slovo, je zároveň jednatelem, a tím je i lépe dosažitelný. To jsou pro mě dva důležité znaky podnikatelské kultury malých a středních podniků.

**NIEMALS NUR VOM
TSCHECHISCHEN MARKT
ABHÄNGIG SEIN**

**NIKDY NEBÝT
ZÁVISLÝ JENOM
NA ČESKÉM TRHU**

Interview mit Michal Navrátil,
CEO vom Tischlerbetrieb Dřevodílo Rousínov

Rozhovor s Michalem Navrátilem,
ředitelem nábytkářské firmy Dřevodílo Rousínov



Er hat einen Mittelschulabschluss und ist begeisterter Unternehmer, der auch gerne mal alles auf eine Karte setzt. Bisher konnte er – wie es aussieht – einen großen Bogen um den Misserfolg machen. Michal Navrátil (34 Jahre) kommt ursprünglich aus der „digital economy“. Vor fast vier Jahren ist er dann mit Haut und Haaren ins Handwerk eingestiegen. Im Interview mit der Plus erklärt Michal Navrátil auch, wie man einen kleinen tschechischen Tischlerbetrieb aus der Beinahe-Insolvenz auf internationale Märkte führt.

Wir sind in Mähren. Genauer gesagt in Rousínov, nicht weit von Brünn, aber weit von Prag entfernt. Wie ist das unternehmerische Umfeld hier?

Sehr gut, vor allem aus Sicht des Handwerks. Wir haben hier immer noch geschickte Leute, die mit ihren Händen arbeiten wollen, was etwa in Prag und Umgebung ein ziemliches Problem ist. Wir sind direkt an der Autobahn, zwar weit von Prag entfernt, aber nah an Wien und Bratislava. Die Umgebung von Rousínov hat außerdem eine lange Tischler-Tradition. 1945 haben einige Tischler beschlossen, hier eine Genossenschaft zu gründen. Damit begann die Geschichte von Dřevodílo.

Sie sind erst recht kurz in dieser Firma, seit 2014. Zuvor haben Sie in unterschiedlichen Branchen gearbeitet: E-Commerce, IT, Marketing, Handel. Jetzt stellen Sie Möbel her. Wie groß war dieser Schritt für Sie und welche Ihrer Manager-Eigenschaften ist dabei für Sie am wichtigsten?

Als ich noch sehr jung war, bekam ich die hervorragende Gelegenheit, eine neue Firma aufzubauen, ein Startup, das bald zur Spitze auf dem slowakischen Markt im Bereich E-Commerce gehörte. Ich konnte eine Firma von Null aufbauen, die dann innerhalb von zwei Jahren einen Umsatz von mehreren hundert Millionen – damals noch slowakische Kronen – erzielte. Ich habe wirklich alles durchlaufen: Marketing, Einkauf, Verkauf, Logistik, Personalwesen, Buchhaltung, habe rechtliche Fragen geklärt ... Ich habe mich aber immer als Marketer gesehen, der wie ein Geschäftsmann denkt und die Fähigkeiten eines Projektmanagers hat. Trotz des Erfolgs habe ich nach sechs Jahren in der Firma aufgehört – die Firma war plötzlich Teil eines Konzerns geworden. Das passte einfach nicht mehr zu mir. Also habe ich eine kleine IT-Firma gegründet. Im Grunde genommen ist das auch eine Art Handwerk, wie die Herstellung von Möbeln.

Dřevodílo produziert zum Teil in Serie, was einen gewissen Cashflow bringt, und zum Teil nach Maß. Was für eine Rolle spielt die Digitalisierung dabei?

Eine große. Es geht dabei um Industrie 4.0. In der Produktion haben wir da aber bestimmte Grenzen. Die Digitalisierung nutzen wir vor allem für die perfekte Vorbereitung der Produktion, aber auch, um mit den Maschinen online zu kommunizieren. Und was die Serienfertigung betrifft, da sehe ich den größten Vorteil darin, dass wir uns zum Beispiel drei CNC-Maschinen

Má střední školu a je nadšeným podnikatelem, který někdy rád vše sází na jednu kartu. Zatím, jak to tak vypadá, se mu neúspěch vyhýbá velkým obloukem. Michal Navrátil (34 let) původně pracoval v digitální ekonomice. Před necelými čtyřmi roky se tělem i duší začal věnovat řemeslu. V našem rozhovoru Michal Navrátil mimo jiné vysvětluje, jak malou českou nábytkářskou firmu, která stála na pokraji krachu, dostat na zahraniční trhy.

Jsme na Moravě, v Rousínově nedaleko Brna, ale daleko od Prahy. Jaké je tady podnikatelské prostředí?

Velmi dobré, zvláště z pohledu řemesla. Pořád ještě tady máme šikovné lidi, kteří chtějí pracovat rukama, což je třeba v Praze a okolí celkem problém. Jsme u dálnice, sice daleko od Prahy, ale blízko Vídně a Bratislavy. Okolí Rousínova je navíc tradičně v českých dějinách zapsáno jako truhlářský kraj. V roce 1945 se několik živnostníků rozhodlo založit výrobní družstvo a tak začaly dějiny Dřevodíla.

Vy jste ve firmě poměrně čerstvě, od roku 2014. Před tím jste pracoval v různých branžích: eCommerce, IT, marketing, obchod. Teď vyrábíte nábytek. Jak velký krok to pro vás tehdy byl a která z vašich vlastností je pro vás jako manažera nejdůležitější?

Jako velmi mladý jsem dostal výbornou příležitost vybudovat mladou firmu, startup, který brzy patřil mezi špičku na slovenském trhu v oblasti eCommerce. Měl jsem možnost úplně od začátku vybudovat firmu, která za dva roky dosahovala obrátu stovek milionů

„Udělal jsem refresh“

„Ich habe einen Refresh durchgeführt“

tehdy ještě slovenských korun. Prošel jsem úplně vším, obchodem, marketingem, logistikou, nákupem, prodejem, HR, řešil jsem právní věci, účetnictví, ekonomiku... Vždycky jsem se ale považoval za marketéra s duší obchodníka a schopnostmi projektového manažera. Z projektu eCommerce jsem asi po 6 letech úspěšně odešel, a to jenom proto, že se z firmy najednou stal korporát. To mi přestalo vyhovovat, takže jsem založil malou IT firmu. A to je v podstatě takové řemeslo, čistá výroba. Stejně je to vlastně i v nábytku.

leisten können. Wenn ein Hotel kommt und sagt: „Wir brauchen eine Ausstattung für 150 Zimmer“, dann machen wir das mit diesen drei CNC-Maschinen innerhalb eines Monats. Und deshalb behalten wir die Serienproduktion bei.

Im Jahr 2014 war Dřevodílo fast pleite. Die Probleme hatten sich schon lange hingezogen. Warum sind Sie in eine Firma eingestiegen, die quasi bankrott war? Sind Sie so selbstbewusst?

Nein. Bevor ich im Jahr 2014 bei Dřevodílo als Eigentümer eingestiegen bin, habe ich eine Familie gegründet. 2010 kam meine Tochter zur Welt, mein erstes Kind. Bis zu dieser Zeit war ich ein sehr erfolgreicher Unternehmer – natürlich gab es auch ab und zu Einbrüche, aber wir kamen da immer wieder raus. Die letzten Jahre vor Dřevodílo habe ich aber gespürt, dass ich freiberuflich arbeiten, zeitlich flexibler und für meine Familie da sein will. Das hat mein Leben völlig verändert. Als Business Consultant hatte ich dann Kunden, denen ich im Marketing einen Schub und wirtschaftlich überhaupt erst einen Sinn gegeben habe. Ich konnte den Firmen dabei helfen, wieder zu wachsen und neu durchzustarten. Auch bei Dřevodílo habe ich so einen „Refresh“ durchgeführt. Nur mit dem Unterschied, dass ich als Eigentümer in eine Firma mit traditionellem Handwerk eingestiegen bin.

Máte z části sériovou výrobu, která přináší určité cash flow, a z části atypickou výrobu na míru. Jakou roli hraje digitalizace?

Určitě velkou. O tom je průmysl 4.0. Ale ve výrobě máme nějaké limity, digitalizaci budeme využívat hlavně pro dokonalou přípravu výroby a online komunikaci se stroji. A když se vrátím k sériové výrobě, hlavní přínos vidím v tom, že můžeme mít velké strojové zázemí, například tři CNC stroje. Když k nám přijdou z hotelu a řeknou: „Potřebujeme vybavení pro 150 pokojů“, se třemi CNC stroji ho vyrobíme za měsíc. I proto držíme sériovou výrobu.

V roce 2014 Dřevodílo málem zkrachovalo. Problémy se táhly delší dobu. Proč jste se rozhodl nastoupit do firmy, která krachovala? Jste tak sebevědomý?

Ne. Než jsem v roce 2014 majetkově vstoupil do Dřevodíla, založil jsem rodinu. V roce 2010 se mi narodilo první dítě, dcera. Do té doby jsem úspěšně podnikal, i když jsme se často dostali do nějakých propadů, vždycky jsme se z nich vyhrabali. Poslední roky před Dřevodílem jsem cítil, že chci být na volné noze, mít méně hlavně časových závazků, věnovat se rodině. A to mi úplně změnilo život.



Dřevodílo wurde kurz nach dem Krieg gegründet. Die Geschäfte liefen kaum drei Jahre, dann kam der Kommunismus. Wie ist das damals abgelaufen?

Das ist wahrscheinlich keine allzu gute Frage für mich. Ich bin eher ein Visionär und schaue nach vorn. Aber im Kommunismus ging es der Firma wohl am besten. Es wurden hier viele schöne Dinge hergestellt – Grammophone, Lautsprecher, Büro- und Wohnmöbel. Wenn jemand etwas von Dřevodílo wollte, musste er ganze drei Jahre darauf warten. Vor kurzem hat sich eine ältere Frau aus Jihlava bei uns gemeldet, deren Mutter gestorben war. Die Mutter stammte aus einer wohlhabenden Familie, die ihre Möbel ganz individuell bei Dřevodílo Rousínov anfertigen ließ. Für die luxuriöse Ausführung haben sie einen Haufen Geld bezahlt. Diese Dame hat uns Fotos geschickt. Die Möbel – wohl aus dem Jahr 1948 – sind erhalten. Die Firma war in ganz Mitteleuropa bekannt, und ihre Kapazitäten waren ausgelastet.

Und dann kamen die Samtene Revolution und die 1990er Jahre – eine wilde Zeit, in der fast jeder ein „Unternehmer“ war ...

Und das hat die Firma runtergerissen. Erstens die Restitution. Zweitens verließen viele Schlüsselpersonen die Firma. Vertriebsdirektoren oder andere Mitarbeiter, die danach angefangen haben, in derselben Branche unternehmerisch tätig zu sein, teilweise in den Räumlichkeiten, die Dřevodílo Rousínov hatte

Dělal jsem byznysové konzultace a měl několik klientů. Dával jsem jim takový ten obchodně marketingový náboj, a vlastně vůbec ekonomický smysl. Dařilo se mi pomáhat firmám oživit růst, znovu se rozjet. U Dřevodíla jsem udělal úplně to samé – ten zdravý refresh. Jen s tím rozdílem, že jsem vstoupil majetkově do firmy s tradičním řemeslem.

Firma byla založena v roce 1945, po válce, fungovala tři roky a přišel komunismus. Jak to tehdy probíhalo?

To asi není úplně dobrá otázka na mě. Já jsem spíš vizionář, dívám se dopředu. Ale vím, že za komunismu se firmě dařilo asi nejvíc. Dělal se tady gramofony, reproduktory, kancelářský a obývací nábytek. Vznikla tu spousta krásných věcí. Když chtěl někdo něco z Dřevodíla, musel na to čekat celé tři roky. Nedávno se nám ozvala jedna starší paní z Jihlavy, které umřela maminka. Maminka pocházela ze zámožné rodiny, která měla na to, aby si nechala vyrobit nábytek na míru v Dřevodíle Rousínov. Za luxusní provedení zaplatili majlant. Poslala nám fotky – ten nábytek, snad ještě z roku 1948, se zachoval. Firma byla vytižená a známá po celé střední Evropě.

abgeben müssen. Sie haben die Situation ausgenutzt und rühmen sich bis heute damit, dass sie die Tradition von Dřevodílo fortführen. Dadurch entstand auch eine gewisse Konkurrenz. Die besten Mitarbeiter haben sie abgeworben. Und in die Führung von Dřevodílo kamen neue Leute, die vielleicht das Handwerk verstanden haben, aber als Unternehmer keine Ahnung hatten.

Also ging die Firma eigentlich über 24 Jahre immer mehr den Bach runter?

Ja, so war das. Nach und nach wurde das umfangreiche Eigentum veräußert. Es gab nicht genügend Aufträge, Vertrieb und Marketing haben nicht funktioniert, es gab keine eigene Entwicklungstätigkeit. Im Grunde warteten sie nur, dass Aufträge irgendwie von selbst kommen. Das ging so, bis Dřevodílo 2014 kurz vor der Insolvenz stand.

„Ein riesiges Potenzial, das ich direkt beeinflussen konnte“

„Obrovský potenciál, který jsem mohl přímo ovlivnit“

A potom přišel převrat a 90. léta, svým způsobem divoké období, skoro každý byl podnikatelem...

A to firmu postihlo. Za prvé restituce. Druhou věcí bylo, že z firmy odešli klíčoví lidé. Ať už to byli obchodní náměstci nebo jiní pracovníci, kteří začali podnikat ve stejném oboru, a to i v dnes již bývalých prostorách Dřevodíla Rousínov. Využili situace a do dneška se chlubí tím, že pokračují v tradici Dřevodíla Rousínov. A tak vznikla i nějaká konkurence. Přetáhli ty nejlepší lidi a do vedení Dřevodíla začali pronikat lidé, kteří možná rozuměli řemeslu, ale nevěděli nic o podnikání.

Takže firma v podstatě 24 let pomalu umírala?

Ano, bylo tomu tak. Postupně se rozprodával majetek. Mimochodem dost rozsáhlý. Neměli dostatek zakázek, nefungoval obchod ani marketing, neexistoval vlastní vývoj a v podstatě jenom spoléhali na to, co k nim přijde samo. A tak Dřevodílo došlo až do fáze, že v roce 2014 bylo z právního pohledu těsně před insolvencí.

V roce 2014 jste přišel vy. Teď si představuji, jak se tady shromáždili všichni zaměstnanci a vy jste měl svůj první projev. Jaká byla vaše první věta?

„Vrátíme Dřevodílu lesk, který si zaslouží.“ Nebylo to ale nic snadného. Lidé v okolí ani neměli zájem u nás



Dann sind Sie gekommen. Ich stelle mir gerade vor, wie Sie hier damals alle Mitarbeiter zusammengerufen und Ihre erste Ansprache gehalten haben. Was war Ihr erster Satz?

„Wir geben Dřevodílo den Glanz zurück, den es verdient.“ Das war nicht einfach. Die Leute in der Umgebung hatten nicht einmal mehr Interesse bei uns zu arbeiten. Damals hieß es überall: „Dřevodílo? Sind die nicht pleitegegangen?“ Das Ganze wurde also eher als ein weiterer vergeblicher Versuch betrachtet. Mein wichtigstes Ziel war also klar ...

Für Sie war das sicher ein großes finanzielles Risiko.

Ich habe alles auf eine Karte gesetzt. Im Ernst. Ich habe wirklich daran geglaubt und ein riesiges Potenzial gesehen, das ich direkt beeinflussen konnte. Außerdem habe ich mich schon immer für Design interessiert, Wohndesign. Jetzt muss ich dem Ganzen etwas Zeit geben, bevor ich ernten kann.

Das klingt ein bisschen nach Vabanquespiel.

Das ist Vabanque. Aber ich habe zum großen Teil auf mich selbst gesetzt.

„Ich habe das im Dorffunk ausrufen lassen“

„Nechal jsem to vyhlásit v obecním rozhlase“

Wie sieht es aus, wenn Sie die Bilanz im Jahr 2014 mit der von heute vergleichen?

In Zahlen: 2014 hatten wir einen Umsatz von neun Millionen Kronen und ungefähr zehn Mitarbeiter, ein Jahr später etwa 14 Millionen und 14 Mitarbeiter. 2016 lag der Umsatz bei 23 Millionen, die Zahl der Beschäftigten bei um die 30. Und im gerade abgelaufenen Jahr konnten wir den Umsatz auf rund 29 Millionen Kronen steigern bei 40 Mitarbeitern. Und 2018 ...

Danach wollte ich gerade fragen. Wollen Sie in diesen Schritten weitermachen?

Nein, das geht nicht mehr. Die Kapazitäten sind voll ausgelastet. Als hier zehn Leute auf 3.000 qm gearbeitet haben, war das irgendwie lächerlich. Man musste sie in der Werkhalle geradezu suchen. Heute sind wir 40 und wir haben keinen Platz mehr. Bis 2020 sollen eine neue Werkstatt und weitere Büroräume entstehen. Jetzt müssen wir erst effizienter und schneller werden und interessantere Aufträge bekommen. Auch deswegen konzentrieren wir uns sehr auf das Ausland.

pracovat. Všichni říkali: „Dřevodílo? Ono ještě nezkračovalo?“ Vnímali to spíš jako další krok do prázdna. Takže můj hlavní cíl byl jasný...

Bylo to pro vás asi dost velké finanční riziko.

Já jsem dal „all in“. Opravdu. Tak moc jsem tomu věřil a viděl jsem tam tak obrovský potenciál, který jsem mohl přímo ovlivnit. Navíc mě vždycky zajímal design, i bytový. Teď už jenom potřebuji čas na to, aby se to začalo vracet.

Zní to trochu jako hazard...

Je to hazard. Ale vsadil jsem z velké části sám na sebe.

A jak to vypadá, když porovnáte bilanci firmy v roce 2014 a dnes?

Shrnu to krátce v číslech. V roce 2014 jsme měli obrát 9 milionů korun a zhruba 10 zaměstnanců, v roce 2015 obrát cca 14 milionů a 14 zaměstnanců, v roce 2016 obrát 23 milionů a kolem 30 zaměstnanců. Rok 2017 už je za námi. Měli jsme obrát zhruba 29 milionů a 40 zaměstnanců. A v roce 2018...

Na to se právě chci zeptat. Chcete těmito kroky pokračovat?

Ne, už nemůžeme. Podařilo se nám vytížit kapacity na maximum. Když tady bylo deset lidí na 3000 m², bylo to směšné. Musel jste je po dílně hledat. Dnes nás je 40 a nemáme místo. Vizí pro rok 2020 je přístavba nové rukodílny a nových kanceláří. Teď se musíme zastavit a jít směrem k větší efektivitě, zrychlování a získávání zajímavějších zakázek. I proto se hodně soustředíme na zahraničí.

Jedním z faktorů růstu jsou kvalifikovaní pracovníci. Těch je velký nedostatek, hlavně v technických a řemeslných oborech. Jak to pociťujete? A co s tím děláte?

Je to jeden z velkých úspěchů, kterého jsme loni dosáhli. Nedostatek kvalifikovaných lidí vnímáme opravdu hodně. Rousínovskou střední odbornou školu zrušili, spojili ji s Integrovanou střední školou ve Slavkově. Tam je víc automechaniků než stolařů, a když už se tam někdo stolařem vyučí, musí se, slušně řečeno, ještě hodně učit. Ti kluci nejsou motivováni k tomu, aby se něco naučili. Tomuto problému jsme se postavili a přišli na jednu věc a tou je finanční ohodnocení. Okolní firmy stolaře velmi podceňovaly. Dokonce snad existoval malý kartel o tom, kolik stolařům zaplatí. Může mladý chlap, který musí splácet hypotéku a živit rodinu, dělat za 80 nebo 90 korun na hodinu?



Ein Wachstumsfaktor sind qualifizierte Arbeitskräfte. Daran mangelt es vor allem im technischen und handwerklichen Bereich. Wie stark spüren Sie das und wie gehen Sie damit um?

Das ist einer unserer großen Erfolge im vergangenen Jahr. Den Mangel an qualifizierten Arbeitskräften bekommen wir extrem mit. Die Berufsschule in Rousínov wurde geschlossen und mit der Integrierten Berufsschule in Slavkov (Austerlitz) zusammengelegt. Dort gibt es mehr Kfz-Mechaniker als Tischler, und wenn mal jemand von dort als Tischler kommt, dann muss er – anständig gesagt – noch viel lernen. Die Jungs bringen einfach nicht die Motivation mit, etwas zu lernen. Diesem Problem haben wir uns gestellt und sind dabei auf eine Lösung gestoßen – die finanzielle Vergütung. Die anderen Firmen hier haben Tischler sehr unterbezahlt. Es gab wohl sogar ein kleines Kartell, also Absprachen über die Tischlerlöhne. Kann ein junger Mann, der eine Hypothek zurückzahlen und eine Familie ernähren muss, heute für 80 bis 90 Kronen die Stunde arbeiten?

Wie viel zahlen Sie?

Unsere Angestellten verdienen bis zu 150, 160 Kronen die Stunde. Aber ich möchte, dass sie 200 Kronen bekommen. Das andere Problem ist, überhaupt an geeignete Leute zu kommen. Als ich damals nach Tischlern gesucht habe, klappte die einfachste und billigste Methode am allerbesten. Ich habe das im Dorffunk, über die Lautsprecher in 20 umliegenden Dörfern ausrufen lassen. Und es kamen einige hervorragende Tischler, die besten, die wir heute haben. Das hat uns nur 1.000 Kronen gekostet. Ein guter Tischler sucht keine Arbeit – er hat sie und ist ausgelastet. Und als er am Samstag in seiner Werkstatt war, hörte er plötzlich, dass es Dřevodílo noch gibt, geschickte Tischler sucht und sie ordentlich bezahlen will. Das hat super funktioniert. Außerdem habe ich mich entschlossen, Schüler zu fördern.

In welcher Form?

Wir unterstützen eine Grundschule in Rousínov, sie bekommen brauchbare Produktionsreste von uns. In der siebten Klasse zeigen

Kolik jim na hodinu platíte vy?

Naši zaměstnanci mají třeba i 150, 160 korun na hodinu. Ale chtěl bych, aby měli až 200 korun na hodinu. Druhým problémem je, jak vůbec získat šikovné lidi. Když jsem tenkrát hledal stolaře, výborně zafungovala ta nejlevnější a nejúžasnější věc. Nechal jsem to vyhlásit v rozhlase v okolních dvaceti vesnicích. Přišlo mi několik úžasných stolařů. Jsou to ti nejlepší stolaři, které dneska máme. Zaplatili jsme za to se vším všudy asi tisíc korun. Šikovný stolař totiž práci nehledá. On práci má a je vytižený. V sobotu byl v dílně, a když to vůbec nečekal, „zazvonilo“ mu do uší, že Dřevodílo neumřelo a že hledá šikovné stolaře a chce je zaplatit. To zafungovalo výborně. Dalším krokem je, že jsem se rozhodl podpořit mladé žáky a učně.

„Ti kluci nejsou motivováni k tomu, aby se něco naučili“

„Die Jungs bringen nicht die Motivation mit, etwas zu lernen“

Jakou formou?

Podporujeme základní školu v Rousínově, kam do dílen dodáváme použitelné zbytky z výroby. V sedmé třídě jim velmi „funny“ způsobem ukážeme, jak výroba funguje. Zatímco na začátku hodiny se ani jeden nepřihlásil, že by chtěl být stolařem, na konci hodiny se jich přihlásilo hned pět. Jen se jim nelíbí

wir ihnen auf lustige Art, wie ein Tischler arbeitet. Zu Beginn der Stunde wollte kein einziger von ihnen später Tischler werden, am Ende waren es gleich fünf. Nur die abgetrennten Finger gefielen ihnen nicht ☺. Den Achtklässlern geben wir ein konkretes Projekt, sie können eigenhändig einen Liegestuhl bauen. In der neunten Klasse sagen wir ihnen: Geht nach Slavkov und lasst euch zum Tischler ausbilden. Wenn ihr nicht unentschuldigt fehlt und ordentlich abschneidet, bekommt ihr so und so viel Geld von uns. Wenn ihr außerdem Englisch oder Deutsch lernt, bekommt ihr noch mehr. Und ihr könnt bei uns in den Ferien und an den Wochenenden arbeiten. Wir nehmen euch auf Messen mit und zeigen euch, wie Möbel aussehen sollten. Und wenn ihr die Schule beendet und bei uns arbeitet, garantieren wir euch den und den Lohn. Darum geht's. Einen anderen Weg gibt es nicht.

„Endlich die Berufsausbildung neu ausrichten“

„Nasměrovat odborné školství správným směrem“

Die DTIHK kämpft schon seit 2012 für die Einführung von Elementen der dualen Ausbildung, die nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich oder der Schweiz funktioniert. Was erwarten Sie von der Regierung?

Als Neuntklässler wusste ich selbst überhaupt noch nicht, was ich einmal machen möchte. Aber alle haben mir gesagt: „Du musst Abitur machen, ohne kommst du nicht weit.“ Das steckt noch heute in uns. Vor allem in den Müttern. Sie sagen: „Mein Sohn ist gut in der Schule. Es wäre schade, ihn in die Tischlerausbildung zu schicken.“ Die Regierung sollte also in eine gute Marketingkampagne investieren und das Bewusstsein stärken, dass es alles andere als schlecht ist, ein ausgebildeter und guter Handwerker zu sein. Und gleichzeitig sollte die Regierung Bedingungen dafür schaffen, dass gute Handwerker für ihre Arbeit auch ordentlich entlohnt werden. Wir wollen auch, dass die Jungs Erfahrungen im Ausland sammeln, etwas dort lernen und sich verständigen können. Ich wäre froh, wenn die Regierung und die Kreise endlich die Berufsausbildung neu ausrichten würden.

Sie haben das Qualitätssiegel "Česká kvalita" im Bereich Möbel erhalten und fahren zu internationalen Messen. Was sind da Ihre Erfahrungen?

Im Rahmen von B2B ist es für uns wichtig, auf Messen präsent und sichtbar zu sein. Wir versuchen uns im Ausland durchzusetzen, in Österreich, Deutschland, der Schweiz, den Benelux-Staaten, aber auch in England. Der Brünner Flughafen ist nur zehn Minuten entfernt, von dort gibt es Direktverbindungen nach München, London und ab März auch nach Brüssel. Wir wollen immer im

uřezané prsty ☺. V osmé třídě jim dáme projekt, chceme, aby dokázali něco vyrobit vlastníma rukama, třeba plážové lehátko. V deváté třídě jim řekneme: „Běžte se do Slavkova učit na stolaře. Když nebudete mít neomluvené hodiny a budete mít slušný průměr, dostanete od nás tolik a tolik peněz. Když se navíc budete učit anglicky nebo německy, dostanete ještě víc. Můžete k nám chodit na brigádu, o prázdninách i o víkendech. Vezmeme vás na výstavy a ukážeme vám, jak nábytek vypadá. A když skončíte školu a půjdete k nám pracovat, garantujeme vám, že dostanete tolik a tolik peněz.“ O tom to je. Jiná cesta není.

ČNOPK už od roku 2012 bojuje za zavedení prvků duálního vzdělání, které funguje nejen v Německu, ale také v Rakousku nebo Švýcarsku. Co očekáváte od vlády vy?

Sám jsem jako deváták vůbec nevěděl, co bych chtěl dělat. Všichni mi ale podsouvali: „Musíš mít maturitu, bez maturity nic nedokážeš.“ Tohle v nás pořád je. A je to hlavně v maminkách těch dětí, klidně vám řeknou: „Ale můj syn se dobře učí, je škoda dát ho na truhláře.“ Tak to přece vůbec není a nemá být! Vláda by měla lépe investovat do marketingu a vůbec do povědomí, že není nic špatného na tom být vyučeným, kvalitním řemeslníkem. Zároveň by vláda měla vytvořit podmínky pro to, aby šikovní řemeslníci byli za svou práci odměněni. Chceme taky, aby se kluci mohli podívat do zahraničí, něčemu se tam přiučit a domluvit se. Budu rád, když vláda i kraje konečně nasměrují odborné školství správným směrem.

Získali jste značku „Česká kvalita – Nábytek“, jezdíte na mezinárodní veletrhy. Jaké jsou vaše zkušenosti?

V rámci B2B je pro nás důležité být na veletrhu a být vidět. Snažíme se prosadit v zahraničí, konkrétně v Rakousku, v Německu, ve Švýcarsku, v Beneluxu a v Anglii. Jsme deset minut od brněnského letiště a máme přímé spojení

persönlichen Kontakt mit den Kunden stehen. Dank Czech-Trade in England und seinem Projekt United Crafts of Bohemia konnten wir uns auf der Decorex in London präsentieren. Für diese Messe haben wir die „Kugeln“ (eine moderne Rezeption, Anm. d. Red.) entwickelt, die mit einem Wow-Effekt die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Wir haben dort Erfahrungen gesammelt und gelernt, was man besser machen kann. Deswegen werden wir im März erneut in London ausstellen, dieses Mal auf der renommierten Messe Hotelympia, und wieder unter der Marke „United Crafts of Bohemia“, mit einem Gemeinschaftsstand von zehn Firmen. Und wir übernehmen dabei die klassische Rolle des Organisators und Designers. Das ist ein interessantes Konzept, das sich auch die anderen Auslandsbüros von CzechTrade anschauen sollten.

Wie wollen Sie den deutschsprachigen Markt betreten?

Wir wollen uns auf die Umgebung von München konzentrieren und auch auf Österreich. Unsere Webseite bieten wir mittlerweile auch auf Deutsch an, wir sind der Deutsch-Tschechischen Industrie- und Handelskammer beigetreten und haben eine kleine Marketingkampagne im Internet gestartet. Mit einigen deutschen Unternehmen haben wir auch schon persönlich verhandelt und hoffen so auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen. Aktuell sieht es vielversprechend aus.

Wo sehen Sie die größten Unterschiede zwischen dem tschechischen und dem ausländischen Markt?

In der Einstellung des Investors und darin, wie sehr er hochwertige Arbeit schätzt oder eben auch nicht schätzt. Das ist das Wesentliche. Wir versuchen, unsere Arbeit immer zu 110 % zu machen und immer alles dafür zu geben. Das weiß ein tschechischer Investor oft nicht zu schätzen. Das gilt nicht nur finanziell, sondern auch, was seine Herangehensweise angeht. Hier heißt es immer: „Lasst uns alles so billig wie möglich machen, ganz egal, was dabei herauskommt. Hauptsache, wir holen so viel wie möglich raus“. Anstelle von Sourcing gibt

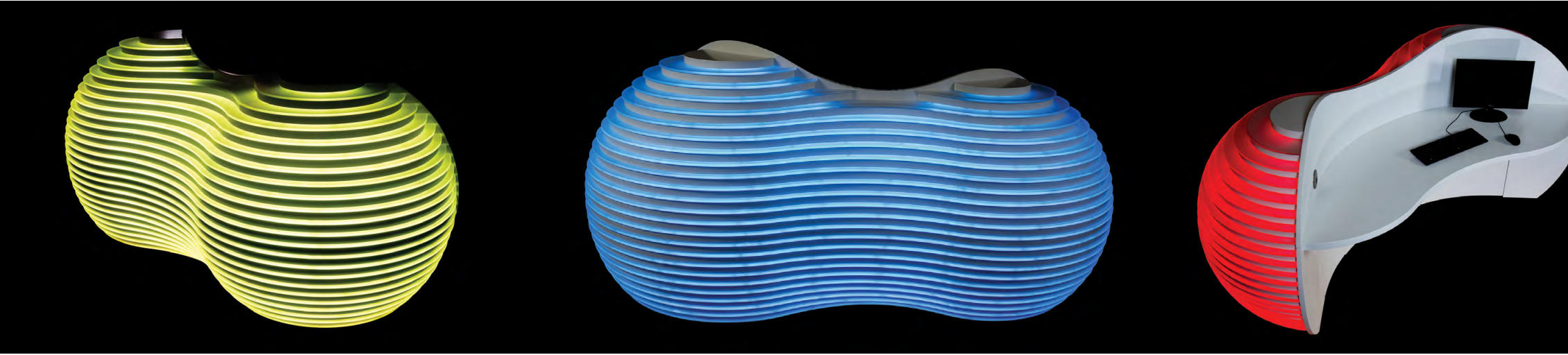
do Mnichova, Londýna a od března také do Bruselu. Chceme být pořád v osobním kontaktu s klienty. Díky britskému CzechTradu a jejich projektu United Crafts of Bohemia jsme mohli vystavovat v Londýně na Decorexu, pro který jsme vyvinuli „koule“ (moderní recepce, pozn. redakce), které udělají „wow“ efekt a přitáhnou pozornost. Oťukali jsme si to, měli jsme připomínky, co by šlo udělat jinak a lépe, a díky tomu budeme v Londýně v březnu vystavovat znovu, tentokrát na velmi prestižním veletrhu Hotelympia. Znovu pod značkou United Crafts of Bohemia budeme součástí stánku deseti firem, které se navzájem doplňují. My v tom hrajeme úžasnou roli organizátora a tvůrce designu. Je to zajímavý koncept a určitě si zaslouží pozornost nejen ostatních zahraničních kanceláří CzechTradu.

Jak chcete vstoupit na německý trh?

V Německu se chceme soustředit na okolí Mnichova a taky chceme do Rakouska. Udělali jsme německou mutaci webu, vstoupili jsme do Česko-německé obchodní a průmyslové komory a spustili jsme lehkou marketingovou kampaň online. S několika německými firmami jsme již jednali osobně a věříme, že na německém trhu budeme úspěšní. Vypadá to velmi nadějně.

Když srovnáte český a zahraniční trh, kde vidíte hlavní rozdíly?

V přístupu investora a v tom, jak moc si váží kvalitní práce. To je asi zásadní. My se snažíme dělat práci na 110 % a vždycky do toho dát všechno, což český investor často neocení. A nemyslím to jen finančně, ale i přístupem. Pořád je tady přístup typu „udělejme to co nejlevněji, je jedno, jak to dopadne, ale hlavně, ať na tom co nejvíce „vyrežujeme““. Místo sourcingu tady máme jen soutěže o nejnižší cenovou nabídku. To ale není náš přístup.



es bei uns nur Ausschreibungen, wo der günstigste Anbieter den Zuschlag bekommt. Wir haben da einen anderen Zugang.

Wann ändert sich das hier?

Keine Ahnung. Ich hoffe, so schnell wie möglich, weil mich das total sauer macht. Ich will und werde deswegen niemals nur vom tschechischen Markt abhängig sein. Wir haben uns gesagt, dass wir die ausländischen Märkte als „Dřevodílo Rousínov“ nicht betreten können. Wir haben also eine Kreativagentur mit einem Rebranding für ausländische Märkte beauftragt, und daraus entstand etwas Erstaunliches, das ein eigenes Projekt verdient. Wir erweitern unser Business um etwas, was uns noch fehlt und was das tschechische Design auf den europäischen Markt bringt. Mehr kann ich dazu im Moment nicht verraten, aber Sie können sich bald auf Neuigkeiten freuen.

Besitzen Ihre Beschäftigten irgendwelche Anteile an der Genossenschaft und haben somit auch ein Interesse an der Entwicklung der Firma? Ist das ein Zukunftsmodell?

Insgesamt haben wir eine sehr offene Firma und die Mitarbeiter sind auch nach dem Gewinn der Aufträge und der Erfüllung der Produktionszeit bezahlt. Ich nenne das direkte Proportionalität. Je mehr die Firma verdient, desto mehr bekommen auch die Mitarbeiter. Zurzeit sind wir aber keine typische Genossenschaft. Wir erfüllen zwar die Bedingung, da wir drei Mitglieder haben, aber den Hauptanteil mit den Entscheidungskompetenzen habe ich. Eine Genossenschaft ist keine ideale Unternehmensform, der Kerngedanke ist aber gar nicht schlecht. Wenn die Form der Genossenschaft von Anfang an gut eingestellt wird, kann das für alle sehr motivierend sein. Jeder hat Anteile an Gebäuden und Maschinen und legt sich ganz anders für die Firma ins Zeug. Das möchte ich, das ist meine Vision.

Ist Dřevodílo Ihr Lebenswerk?

So wird es wohl sein. ☺

Kdy tady tento přístup skončí?

To nevím, ale doufám, že brzy. Mě to úplně vytáčí. Kvůli tomu nechci být a nebudu závislý jen na českém trhu. Říkali jsme si, že název Dřevodílo Rousínov se nehodí pro zahraničí. Zadali jsme kreativní agentuře rebranding

„Úplně mě to vytáčí“

„Mich macht das total sauer“

pro zahraniční trhy a vzniklo z toho něco úžasného, co si zaslouží vlastní projekt. Rozšíříme tedy působnost i o něco, co nám ještě chybí a posune český design dál do Evropy. Více vám v této chvíli nemohu prozradit, ale na novinky se můžete těšit už brzy.

Mají vaši zaměstnanci nějaký podíl v družstvu a tím pádem i zájem podílet se na chodu firmy? Je to model do budoucna?

Celkově mám velmi otevřenou firmu a zaměstnanci jsou odměňováni i podle zisku ze zakázek nebo splnění výrobního času. Říkám tomu přímá úměra. Čím víc firma vydělá, tím víc dostanou i zaměstnanci. V této chvíli ale nejsme typické družstvo. Plníme sice podmínku 3 členů družstva, ale majoritním, resp. hlavním majitelem s plnými rozhodovacími pravomocemi jsem já. I když si nemyslím, že právní forma družstva je ideální, podstata družstevnictví vůbec není špatná. Pokud se od začátku forma družstva dobře nastaví, může to být pro všechny velmi motivující. Každý má kousek budovy a stroje, a pak ten člověk pro firmu úplně jinak dýchá a pracuje. Tak bych to chtěl. I to je moje vize.

Je Dřevodílo vaším životním dílem?

Už tomu asi tak bude. ☺



Rückgrat des böhmischen Wirtschaftswunders

Gerit Schulze
Germany Trade & Invest

„Small is beautiful“ – der berühmte Buchtitel des Ökonomen Ernst Friedrich Schumacher könnte auch gut auf Tschechien passen. Ähnlich wie Deutschland ist es ein klassisches Mittelstandsland; 99,8 % aller Unternehmen fallen unter die EU-Definition für kleine und mittelständische Betriebe (KMU). Für 2016 ermittelte Eurostat eine Millionen KMU, die große Mehrheit davon waren Ich-AGs und Kleinstbetriebe mit maximal neun Mitarbeitern. Bei wichtigen Indikatoren wie dem Anteil an der Gesamtwertschöpfung (55 %) und an der Gesamtbeschäftigung (67 %) erzielen Tschechiens KMU ähnliche Werte wie der Durchschnitt der 28 EU-Länder.

>>> Dennoch haben die vielen kleinen Unternehmen gegenüber Großbetrieben in manchen Punkten das Nachsehen. Ihr Anteil an Tschechiens Gesamtexporten zum Beispiel erreicht kaum ein Drittel. Bei der Wertschöpfung fallen sie ebenfalls zurück. Nach Analysen der EU-Kommission kamen KMU hier zwischen 2012 und 2016 auf einen Zuwachs von knapp 10 %. Großunternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten steigerten ihre Wertschöpfung im gleichen Zeitraum um 16 %. Auch bei der Schaffung neuer Arbeitsplätze geben Großbetriebe den Takt vor, während die KMU ihre Mitarbeiterzahl in den letzten Jahren lediglich stabil hielten. Eine ähnliche Stagnation gab es bei den Investitionen.

Die schwache Performance bei diesen Kennziffern liegt daran, dass besonders die Boombranche Automobilindustrie von großen Unternehmen dominiert wird. Hier haben selbst die Zulieferer oft über 250 Beschäftigte oder erreichen Umsätze von mehr als 50 Millionen Euro und gelten damit nicht mehr als Mittelständler. Der steile Anstieg der Wertschöpfung und der Beschäftigung in diesem Wirtschaftszweig taucht damit in der KMU-Statistik nicht auf.

Viel Wachstum im IT- und Transportsektor

Zu den Wachstumsbranchen für kleinere und mittlere Unternehmen in Tschechien gehören stattdessen der IT- und der Logistiksektor. Böhmens und Mährens Softwarehersteller profitieren von der globalen Nachfrage nach Programmierdiensten. Spediteure und Lagerverwalter wiederum sind gefragt, weil die Transportströme dank des Wirtschaftsaufschwungs steigen.

Die Zahl neuer Firmenanmeldungen in Tschechien ist 2016 zum fünften Mal in Folge gestiegen; laut Wirtschaftsauskunftei Bisnode wurden fast 29.000 neue Gesellschaften registriert. Das Procedere für eine Geschäftsgründung gilt als relativ einfach und ist innerhalb von zwei Monaten erledigt. Als Stammkapital für eine GmbH reicht eine Krone. Gründer finden also ein gutes Umfeld vor, weshalb auch die EU-Kommission viel Anerkennung für Tschechiens Mittelstand hat. Nach Einschätzung der Brüsseler Beamten liegt das Land bei der staatlichen Unterstützung für die kleinen und mittelgroßen Betriebe, beim Zugang zu Finanzmitteln sowie beim Ausbildungsniveau und der Innovationskraft über dem europäischen Durchschnitt.

Theoretisch können KMU in Tschechien dank der prall gefüllten EU-Fonds aus dem Vollen schöpfen – wenn sie den bürokratischen Aufwand der Antragstellung und die Nachweispflichten zur Mittelverwendung nicht scheuen. Wichtigste Finanzquelle ist das Operationelle Programm „Unternehmen und Innovation für Konkurrenzfähigkeit“ (OPPIK). Darin ist die Achse 2 für die Unterstützung von kleinen und mittleren Unternehmen vorgesehen. Im aktuellen Programmzeitraum 2014 bis 2020 stehen fast 900 Millionen Euro aus Brüssel zur Verfügung.

Aus dem Programm OPPIK wird demnächst auch der Nationale Innovationsfonds NIF gespeist, der sich an technologische Startups in der Frühphase ihrer Entwicklung richtet. Der Fonds soll im 2. Quartal 2018 seine Arbeit aufnehmen, den jungen Firmen Seed-Kapital bereitstellen und ihnen unter dem Dach von Inkubatoren Starthilfe geben.

Zu wenig gesellschaftliche Anerkennung für Gründer

Nachholbedarf für die Mittelstandsszene in Tschechien sieht die EU-Kommission beim Unternehmergeist und der öffentlichen Wertschätzung für unternehmerische Initiative. Gründer fänden noch zu wenig gesellschaftliche Anerkennung. Ebenso seien die administrativen Hürden im Geschäftsalltag hoch, die Umsetzung von E-Government komme nur schleppend voran und sogenannte One-Stop-Shops, bei denen mehrere Verwaltungsvorgänge unter einem Dach erledigt werden können, seien immer noch rar. Viel Potenzial für eine bessere Entwicklung des tschechischen Mittelstandes sieht die EU-Kommission außerdem in der Förderung von Auslandsaktivitäten. Die KMU sollten sich mehr als bislang um Exportaufträge bemühen.

Dafür baut das Wirtschaftsministerium unter anderem das Auslandsnetz von CzechTrade aus. Die staatliche Gesellschaft ist bereits an über 50 Standorten auf allen fünf Kontinenten vertreten. Besonders Deutschland ist dabei als Absatzregion interessant, bestätigt Adam Jareš, der das Büro von CzechTrade in Düsseldorf leitet – der erfolgreichsten Außenstelle der

Agentur. Jareš' Team hilft tschechischen Firmen bei der Erschließung des deutschen Marktes, vermittelt Geschäftskontakte, informiert über die Rahmenbedingungen, sucht Lieferanten und Abnehmer. „Wir haben allein 2017 rund 300 Unternehmen betreut, so viele wie nie zuvor“, berichtet Jareš. „Drei Viertel davon waren KMU.“

Die Firmen kommen häufig aus den Branchen Maschinenbau, Elektronik und Kunststoffverarbeitung und suchen Handelsvertreter für ihre Produkte in Deutschland. „Beim Erstkontakt ist die Sprachbarriere ein großes Problem für die kleinen Unternehmen“, erzählt der Büroleiter. Die wenigsten Firmengründer können Deutsch, und Englisch wollen die deutschen Geschäftspartner meist nicht sprechen. CzechTrade hilft in der Anfangsphase, die Barriere zu überwinden.

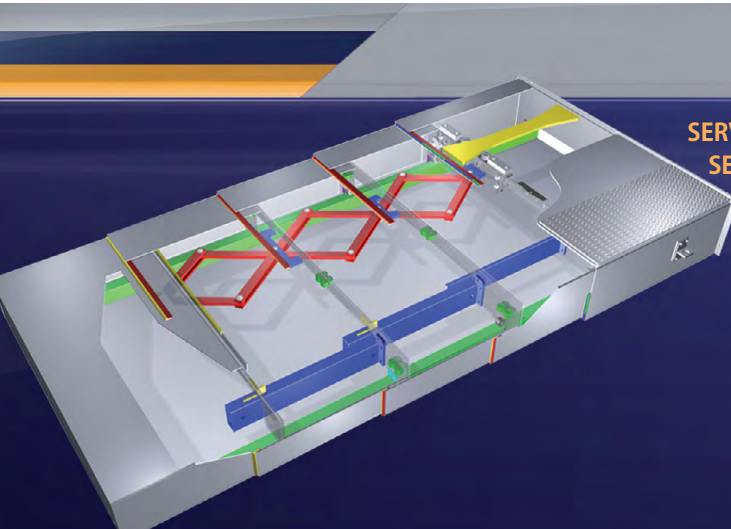
Deutschland ist für tschechische KMU auch deshalb interessant, „weil dort zahlreiche internationale Leitmes- sen stattfinden, bei denen die Unternehmen Kunden aus aller Welt treffen können“, sagt Berater Jareš. CzechTrade und das Prager Wirtschaftsministerium haben tschechische Unternehmen deshalb 2017 bei der Teilnahme an 27 Messen in Deutschland unterstützt. Weltweit wurden 146 Messen gefördert, um mittelständischen Firmen beim Sprung auf die Auslandsmärkte zu helfen.

Deutschland beliebtestes Auslandsziel der KMU

„Deutschland ist aber klar das beliebteste Exportland für unsere kleinen und mittelständischen Betriebe“, sagt der Düsseldorfer CzechTrade-Direktor Jareš. „Der Markt ist in der Nähe, die kulturellen Gemeinsamkeiten groß und die Kaufkraft sehr stark.“

Natürlich ist es für die tschechischen Firmen nicht immer einfach, sich auf dem sehr wettbewerbsstarken deutschen Markt zu behaupten. Sie treffen dort auf erfahrene Konkurrenz, die sie so massiv aus der Heimat nicht kennen. Während besonders im Westen der Bun-

ANZEIGE / INZERCE



HENNIG
global excellence in machine protection

SERVICE, MONTAGE & REPARATUR ALLER TELESKOP-STAHLABDECKUNGEN
SERVIS, MONTÁŽ A OPRAVY VŠECH TELESKOPICKÝCH OCELOVÝCH KRYTŮ

REPARATUREN – OPRAVY

VERKAUF UND MONTAGE VON ERSATZTEILEN – PRODEJ A MONTÁŽ NÁHRADNÍCH DÍLŮ

SCHULUNG IHRES PERSONALS – ŠKOLENÍ PRACOVNÍKŮ ÚDRŽBY

REGELMÄSSIGE HALBJÄHRLICHE WARTUNG – PRAVIDELNÉ PŮLROČNÍ SERVISY

SERVICETÄTIGKEIT IN UNSEREN WERKEN ODER BEI IHNEN VOR ORT

SERVISNÍ ČINNOSTI V NAŠEM ZÁVODĚ NEBO U ZÁKAZNÍKA

www.hennigworldwide.com



24

desrepublik die mittelständischen Unternehmen häufig auf eine lange Familientradition zurückblicken können, begann die Historie der KMU in Tschechien erst in den 1990er Jahren. Vorher war privates Engagement in der Wirtschaft vier Jahrzehnte lang unerwünscht.

Klassische Familienunternehmen, deren Historie mehrere Generationen zurückreicht, sind also rar zwischen Liberec und Brunn. Deshalb versucht Tschechiens Mittelstandsvereinigung AMSP, die Familienbetriebe 2018 mit einer Sonderkampagne ins Rampenlicht zu rücken. Denn laut Verbandsvorsitzenden Karel Havlíček sind sie „widerstandsfähiger in Krisenzeiten, sorgen für Beschäftigung im ländlichen Raum und zeigen viel soziale Verantwortung an ihren Produktionsstandorten“. Ein Ziel des Verbandes ist es, den Terminus „Familienunternehmen“ gesetzlich zu verankern.

In Tschechien sind laut Wirtschaftszeitung Hospodářské noviny 87 % aller Unternehmen familiengeführt. Sie tragen ein Viertel zum Bruttoinlandsprodukt bei. Die Prager Equa Bank organisiert regelmäßig den Wettbewerb „Familienfirma des Jahres“, der einen guten Überblick zur Vielfalt der Unternehmenslandschaft bietet. Preisträger 2017 war der Prager Müslihersteller Emco. Firmengründer Zdeněk Jahoda hatte 1990 mit dem Handel von Textilmaschinen gestartet. Später importierte er Zerealien, bevor mit einem einfachen Küchenbackofen die Eigenproduktion von Getreideprodukten begann. Heute beschäftigt Emco über 200 Mitarbeiter und liefert Müslis, Breie, Riegel oder Haferflocken in 45 Länder. Auch Jahodas Frau und seine Kinder engagieren sich in dem Familienunternehmen.

Tomáš Baťa als Vorbild für Familienunternehmen

Ein Zitat des Urvaters aller tschechischen Familienunternehmen, Tomáš Baťa, hat sich Miroslav Křištof auf die Fahnen geschrieben: „Bei einem guten Geschäft sind alle Teilnehmer zufrieden“, steht auf der Webseite seines Unternehmens Lorika. Der Handelsbetrieb aus Olomouc ist spezialisiert auf Hygieneartikel für Restaurants oder Hotels. Sechs von 30 Beschäftigten gehören zu Křištofs Familie. Beim Wettbewerb der Equa Bank landete Lorika 2017 auf Platz Eins der Kategorie „Kleine Unternehmen“.

Solche Familienbetriebe sind das „Rückgrat jeder stabilen Ökonomie“, unterstreicht Mittelstandslobbyist Havlíček. Zum Start des diesjährigen AMSP-Schwerpunktthemas sagte der Verbandsvorsitzende: „Familienunternehmen tragen eine große Verantwortung für ihr Umfeld, sie respektieren Traditionen und unsere ursprünglichen Produkte und knüpfen daran an, was unsere Vorfahren geschaffen haben.“ Die Unterstützung solcher Unternehmen zahle

sich aus, da die Investitionen in den Regionen verbleiben und dort Wirkung entfalteten. Die AMSP will Verbraucher und Großkunden aus der Industrie überzeugen, dass Kleinbetriebe in Familienhand zuverlässige und stabile Lieferanten sind. Einen solchen Familienbetrieb leitet auch Udo Tarnawski, der sich 2011 im Örtchen Jeneč westlich von Prag selbstständig gemacht hat. Zusammen mit seiner Ehefrau führt er das Logistikunternehmen Tarn Log, vermittelt Lkw-Ladungen und Transporte von und nach Tschechien. Das Geschäftsumfeld im Land sieht Tarnawski positiv: „Die Gründung der Firma war einfach und schnell erledigt, die Kosten sind überschaubar und die Bürokratie für kleine Unternehmen hält sich in Grenzen.“ Der 47-Jährige Bochumer hat seine Büroräume im eigenen Haus untergebracht und die Buchhaltung ausgelagert. Mit dieser schlanken Struktur kann Tarn Log auch als Kleinstunternehmen gegen die großen Logistikdienstleister in Tschechien bestehen. Problem seien allerdings die langen Zahlungsfristen der Kunden und der schwierige Zugang zu Finanzierungen für kleine Unternehmen, erklärt Firmengründer Tarnawski.

Mangelnde Innovationskraft bereitet Sorgen

Dem Lobbyverband AMSP bereitet noch ein anderes Problem des Mittelstands Sorgen: die mangelnde Innovationskraft. Tschechien gehört mit Forschungsausgaben von rund 2 % der Wirtschaftsleistung zwar zu den Vorreitern in Mitteleuropa. Problem sei aber, dass es dabei von EU-Fonds abhängig sei, sagte AMSP-Vorsitzender Havlíček in einem Beitrag für die Tageszeitung Deník. Schon jetzt zeichne sich ab, dass die Mittel in einigen Jahren nicht mehr zur Verfügung stehen. Havlíček plädiert für neue Förderansätze wie bessere Abschreibungsmöglichkeiten für Forschungsausgaben oder die Vergabe günstiger Kredite. Aktuell seien die steuerlichen Regeln so unklar, sodass viele Firmen diese gar nicht nutzen.

Auch bei wichtigen Zukunftsfragen wie Digitalisierung und Vernetzung der Produktionswelten haben KMU in Tschechien noch Nachholbedarf. Im Bericht zur Lage des Mittelstands konstatierte das Wirtschaftsministerium 2017, dass sie dem Trend Industrie 4.0 noch mit viel Misstrauen begegnen. Sie nutzten bislang kaum externe Beratung und Consultingdienste bei diesem wichtigen Zukunftsthema. Hier müsse noch viel Überzeugungsarbeit geleistet werden, um Stereotypen zu überwinden, schreiben die Autoren der Analyse. Das gilt auch für eine Digitalisierungsstrategie, über die sich die Mehrheit der kleinen und mittelständischen Unternehmen noch keine Gedanken macht.

Umfragen unter den Geschäftsführungen der Betriebe zeigen, dass für die Umsetzung einer Industrie-4.0-Strategie vor allem qualifiziertes Personal und Finanzressourcen fehlen. Dadurch könnte sich der technologische Rückstand zu großen internationalen Konzernen vergrößern.

Im Vorteil sind KMU, hinter denen finanzstarke Investoren und Mutterhäuser aus Westeuropa stehen, die ohnehin das Internet der Dinge und die Vernetzung der Produktionsprozesse auf dem Schirm haben.

Deutsche Mittelständler nutzen Standortvorteile

Die Wachstumschancen in Tschechien haben auch viele deutsche Mittelständler in das östliche Nachbarland gelockt. Dazu gehört die Deutsche Holzveredelung Schmeing aus Kirchhundem im Sauerland, die den Konstruktions- und Isolierwerkstoff Dehonit produziert. Das inhabergeführte Familienunternehmen wurde 1934 im Sauerland gegründet und wird heute in der dritten Generation von den Brüdern Marc und Christian Schmeing geleitet.

Vor über 20 Jahren ist das Unternehmen nach Westböhmen gegangen und hat in Sokolov einen Produktionsbetrieb für Vorprodukte und Halbfabrikate gegründet. „Der Grund waren die günstigen Lohnkosten und die kurzen Wege zur Beschaffung von Rohstoffen“, erzählt Marc Schmeing, der heute Geschäftsführer bei der tschechischen Tochterfirma Dehonit-Falke ist.

Die Rahmenbedingungen im Land schätzt Schmeing grundsätzlich positiv ein. „Die Infrastruktur hat sich gut entwickelt, Steuern und Arbeitsrecht sind auf europäischem Niveau, die Internetanbindung ist in Ordnung.“ Auch bei der Finanzierung gebe es heute – anders als vor 15 Jahren – keine Probleme mehr: „Die Banken arbeiten sehr schnell und professionell.“

Trotzdem ist es für ein mittelständisches Unternehmen nach Schmeings Erfahrungen in Tschechien nicht immer leicht, Geschäfte zu machen. Die KMU im Land würden kaum wahrgenommen und unterstützt. Zudem halte sich die Bürokratie sehr formell an Regularien und arbeite wenig ergebnisorientiert, so Schmeing. „Da sind deutsche Behörden teilweise erheblich souveräner.“

Schwierige Suche nach Fachkräften

Auch die Beschaffung technischer Ersatzteile, die Gewinnung von Fachkräften oder von guten Handwerkern kann in der Praxis Probleme bereiten, sagt der Geschäftsführer. „Das können wir dann häufig nur aus Deutschland sicherstellen.“

Die Personalgewinnung erweist sich für Dehonit-Falke als größte Herausforderung in Tschechien. „Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter zu finden und zu halten, wird immer schwerer“, sagt Schmeing. „Bis vor zwei Jahren hatten wir in unserem Unternehmen fast keine Personalfuktuation. Das hat sich stark geändert, insbesondere bedingt durch unsere grenznahe Lage zu Deutschland.“ Zudem habe sich die Qualität der Ausbildung, die handwerklichen und sprachlichen Kenntnisse in den letzten 15 Jahren kaum verbessert. „Hoffentlich rächt sich das nicht in einigen Jahren.“

Das Sauerländer Unternehmen hat in Tschechien trotz der zuweilen schwierigen Marktbedingungen große Zukunftspläne. Erst vor zwei Jahren wurde eine 6.000 qm große Halle erworben, um die Produktion auszuweiten. Doch eine finale Entscheidung darüber ist noch nicht gefallen. „Zunächst müssen wir uns qualitativ weiterentwickeln“, schränkt Geschäftsführer Schmeing ein. „In den letzten zwei, drei Jahren sind unsere Kosten schneller als die Produktivität gewachsen. Das ist nicht gut.“



Produktion bei Dehonit-Falke



Für Ihre Vorhaben am tschechischen Real Estate Markt bieten wir die komplette Unterstützung in deutscher Sprache: Vermittlung, Merger & Akquisition, Baumanagement, Objektverwaltung, Vermietung, Marketing sowie alle mit der Verwertung Ihrer Immobilie zusammenhängenden Dienstleistungen.

Die komplexe Lösung für Ihre Immobilien in Prag

M&A RealConsult spol. s r. o.
28. října 767/12
110 00 Praha 1
Tel.: +420 730 512 132
maike.neureuter@marealconsult.cz
www.marealconsult.cz

REAL CONSULT



Die App Shipvio bringt moderne Technologie in Ihre Logistik. Öffnen Sie die Tür zu einem Netz von tausenden freien Fahrzeugen, einfacher Kommunikation und einem besseren Preis.

Aplikace Shipvio přináší moderní technologie do vaší logistiky. Otevřete dveře k síti tisíců volných vozidel, snadné komunikaci a lepší ceně.

Zero Loss Logistics

Shipvio s.r.o.
Pernerova 51
186 00 Praha 8
info@shipvio.com
www.shipvio.com

Shipvio

YOUNG ENERGY EUROPE

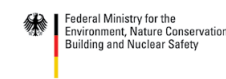
Energy scouts...

Young Energy Europe je projekt dalšího vzdělávání podporovaný Spolkovým ministerstvem pro životní prostředí. Cílem je vzdělávat mladé pracovníky jako energy scouts. Ti pak budou v podnicích zavádět vhodná opatření, která přispějí ke zvyšování energetické účinnosti a tím i k ochraně klimatu.

- vyvíjí projekty úspor
- snižují energetické náklady
- zvyšují konkurenceschopnost

AHK Services s.r.o.
Hana Potůčková
Tel.: +420 221 490 306
potuckova@dtihk.cz
www.dtihk.cz

Supported by:



based on a decision of the German Bundestag



Seit 18 Jahren arbeite ich mehrsprachig als Executive Reflection Partner und Coach mit Entscheidern, Geschäftsführern und Unternehmern in Deutschland und ganz CEE.

Sie wollen Ihr Unternehmen/ Ihre Karriere 2018 richtig vorantreiben? Dann lassen Sie uns einmal mittagessen!

Dipl.-Psych. Annette B. Reissfelder
Professional Accredited Coach-Supervisor (ČAKO)
Tel.: +420 603 151 550 und +49 178 97 515 97
www.annettereissfelder.com
www.anedge4u.com/blog
www.linkedin.com/in/annettereissfelder/



Co žádají malé a střední podniky – doporučení pro německou politiku

Marc Evers

Německý sněm obchodních a průmyslových komor

Pět měsíců od voleb a stále není nová vláda. Situace, na kterou si Němci musí teprve zvykat. V době redakční uzávěrky to vypadalo na pokračování dosavadní velké koalice konzervativní unie CDU/CSU a sociální demokracie (SPD), které se dohodly na znění koaliční smlouvy. Ekonomice podle všeho moc nevadí, že se sestavování nové vlády tak vleče. Hospodářský růst i zaměstnanost jsou na rekordní úrovni, státní pokladna vykazuje stále větší přebytek a státní dluh klesá. Poběží německá ekonomika i nadále sama od sebe? A kdy se nová vláda dá do práce, nehraje tedy ani tak velkou roli? Odpověď na obě otázky zní: ne! Opak je pravdou. Obzvláště pro malé a střední podniky je nesmírně důležité, aby vláda vytvořila stabilní podmínky pro podnikání a zlepšila faktory ovlivňující investiční rozhodování. I když to při pohledu na ekonomické ukazatele nemusí být hned zřejmé, pro Německo to jsou velké výzvy.

Příznivé hospodářské prostředí...

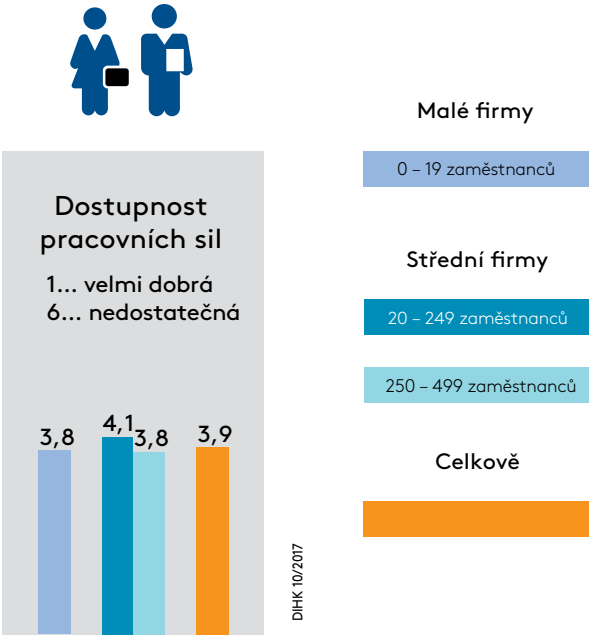
Začátkem roku se Německý sněm obchodních a průmyslových komor (DIHK) v průzkumu ptal zhruba 25 tisíc malých a středně velkých podniků (do 500 zaměstnanců), jak hodnotí svou ekonomickou situaci a jaký očekávají další vývoj. Firmy vidí svou situaci nejlépe od roku 1985, kdy proběhl první průzkum. 53 % dotazovaných společností ji hodnotí jako dobrou, pouze 6 % jako špatnou. I očekávání jsou optimističtější než kdy jindy. Firmy počítají s lepším byznysem jak v Německu, tak v zahraničí. Kromě toho chtějí německé podniky více investovat. Při tom nabírá na významu i rozšiřování výrobních kapacit. Firmy plánují přijímat nové zaměstnance – dlouhodobě jsou právě malé a střední podniky hnací silou tvorby nových pracovních míst.

... ale nedostatek zaměstnanců

Odpovědi firem však nepodávají jen pozitivní obrázek: Stále větší překážkou se stává zejména nedostatek kvalifikovaných pracovníků. 60 % malých a středních podniků v něm vidí riziko pro další rozvoj. Napětí na pracovním trhu navíc zvyšuje mzdové náklady, což malým a středním podnikům kazí pozitivní výhled. Také v zářijovém průzkumu DIHK, který proběhl u příležitosti voleb do spolkového sněmu, firmy považovaly právě nedostatek pracovních sil a jeho dopad na mzdové náklady za zásadní problém. Dostupnost kvalifikovaných zaměstnanců vnímají podniky s 20 až 250 zaměstnanci dokonce výrazně negativněji než ostatní.

Malé a střední podniky pozorují i další rizika

Nedostatek pracovníků není jediným rizikem. Malé a středně velké firmy pozorují v poslední době zhoršení i u dalších faktorů. Platí to hlavně pro byrokratickou zátěž, myslí si dvě třetiny



malých firem do 20 zaměstnanců. Ty představují velkou část německého hospodářství – tvoří 95 % všech podniků a zaměstnávají šest milionů osob. Navzdory dvěma tzv. zákonům o snížení byrokracie („Bürokratie-Entlastungsgesetze“), které byly přijaty v minulém volebním období, se zjevně nepodařilo malým podnikům od byrokracie ulevit.

Za prioritu považují malé a střední podniky i digitalizaci. Každý druhý z nich by na vrcholu politické agendy rád viděl rychlý internet i na venkově a možnost vyřídít více administrativy online.

32 % malých podniků se dožaduje daňového systému nakloněného investicím – u velkých firem je to jen 17 %. Za naléhavé téma, kterým by se budoucí vláda měla zabývat, považuje třetina středně velkých firem i omezení výdajů v oblasti energetické transformace (tzv. „Energiewende“). Více než třetinu malých a středně velkých podniků navíc brzdí dopravní infrastruktura, vozovky ve špatném stavu a uzavřené mosty.

Výzva: firemní nástupnictví

Stále větší výzvu představuje pro malé a střední podniky nástupnictví. V asi milionu německých firem jsou vlastníci ve věku 55 let a více. Podle průzkumů obchodních a průmyslových komor budou mít tři čtvrtiny těchto firem, tedy asi 800 tisíc, v horizontu deseti let značný problém najít nástupce. Často se ani při dobré hospodářské situaci nedaří najít někoho, kdo by firmu převzal.

Na této složité situaci má svůj podíl nejen demografie, ale i politika. Podle aktuálního reportu DIHK vzrostl podíl potenciálních nástupců, kteří vidí problém v dědické dani. V roce 2016 došlo v Německu k reformě dědické daně. V jejím důsledku očekávají možní nástupci větší daňové zatížení.

Co je potřeba udělat – agenda pro malé a střední podniky

Zkušenosti firem ukazují, že nynější velmi dobrá ekonomická situace v Německu není samozřejmostí. Pokud by politika

- usnula na vavřínech, mohlo by se jí to vymstít v dobách zpomalení ekonomiky. Důležité jsou následující body:
- nový zákon o odbourání byrokracie, který přinese znatelnou úlevu hlavně malým a středním podnikům
 - zdanění firem, které bude příznivé pro investování; k tomu patří úlevy na dani z příjmů, moderní systém odečtů z daní, méně daňové byrokracie a v neposlední řadě dědická daň, která odpovídá praxi a je nakloněná malým a středně velkým podnikům
 - pokračování digitalizace – vybudování plošné optické infrastruktury a digitalizace státní správy
 - rozsáhlé opravy a rozšíření dopravní infrastruktury
 - omezení nákladů na energetickou transformaci a snížení podílu státu na nákladech za energie
 - malé a střední podniky potřebují chytré a motivované lidi; k zajištění pracovních sil patří posílení odborného vzdělávání, navýšení kapacit předškolních zařízení, řízená imigrace kvalifikovaných osob a zintenzivnění informování zahraničí o dobrých kariérních perspektivách v Německu.

Z tohoto pohledu dává koaliční smlouva rozporuplné signály, v neposlední řadě způsobené politickým kompromisem. Lze proto bohužel očekávat vyšší mzdové náklady a nové regulace. Velkou slabinou je rezignace na snížení daní firem. Poslední velká reforma zdanění podniků v Německu proběhla před deseti lety. Podniky nemohou počítat ani se snížením cen za elektřinu. Pozitivní je určitě jednoznačný závazek k výstavbě rozvodné sítě. Slibné jsou cíle pro oblast vzdělávání, dopravu a výstavbu širokopásmového připojení. Pro malé a střední firmy je důležité ohlášené snižování byrokracie, například v daňovém právu nebo při schvalování územního plánu a udělování stavebních povolení.

Nová spolková vláda udělá jen dobře, bude-li dbát na dobrou hospodářskou politiku pro malé a střední podniky. Obchodní a průmyslové komory jsou zde partnerem pro odbornou firemní expertizu. ➕

ANZEIGE / INZERCE



Na prodej – Zum Verkauf
13.990.000 CZK / 560.000 EUR

Nabízíme Vám luxusní nadstandardně vybavený patrový rodinný dům o dispozici 6+1 s dvojgaráží, bazénem se slanou vodou a krásnou zahradou o velikosti 3 279 m² v klidné části obce Pustiměř. Nízké provozní měsíční náklady. Pustiměř leží 2 km od sjezdu z dálnice D1 u Vyškova, vynikající dostupnost do Brna a Olomouce.

Wir bieten Ihnen ein luxuriös ausgestattetes Familienhaus (6+1) mit Doppelgarage, Salzwasserschwimmbad und schönem Garten (3279 m²) in einem ruhigen Teil der Gemeinde Pustiměř und geringen monatlichen Betriebskosten. Pustiměř liegt 2 km von der Ausfahrt der Autobahn D1 bei Vyškov entfernt und bietet eine hervorragende Anbindung nach Brünn und Olmütz.

Štěpán Derka – Top realitní makléř | Top-Immobilienmakler
email: derka.s@rkcoloseum.cz, tel: 720 212 303, 800 536 536
www.rkcoloseum.cz



JAKO FÉNIX Z POPELA

PHOENIX AUS DER ASCHE

Kam kráčí střední stav?

Tschechischer Mittelstand, quo vadis?

>>> Der Mittelstand hat seit der Samtenen Revolution größere Veränderungen durchgemacht als die großen Unternehmen. Die internationalen Firmen und die ursprünglichen tschechischen Konzerne konnten auf einem mehr oder weniger starken Fundament aufbauen – wie etwa eine renommierte Marke oder bestehende Kundenbeziehungen. Die kleinen Firmen begannen bei null, ohne Rückhalt, Erfahrung und Kapital. Wir waren ausgestattet mit dem Willen und der Naivität der damaligen Zeit, die Welt zu verändern. So begannen wir, ein Gewerbe aufzubauen, ohne zu ahnen, was Unternehmertum eigentlich bedeutet.

Für das politische Establishment und die Medien befanden sich kleine Unternehmen damals außerhalb ihres Radars, ihrer Wahrnehmung. Kleine Unternehmer verfügten auch nicht über die nötigen Mittel, um Parteien zu unterstützen, und die Medien glaubten nicht, dort die guten Geschichten oder Sensationen zu finden. Die Helden des damaligen Journalismus waren die Industriekapitäne, kleine Firmen standen am Rand des gesellschaftlichen Interesses.

Zur Jahrtausendwende haben wir deswegen den Verband kleiner und mittlerer Unternehmen sowie der Gewerbetreibenden (AMSP ČR) gegründet. Das Ziel war, die Interessen der Unternehmer und der Einzelverbände zu bündeln, alle zu einem gemeinsamen Vorgehen zu bewegen, die kleinen Unternehmen sichtbar zu machen und den Gewerbetreibenden dauerhaft Gehör zu verschaffen im Gesetzgebungsprozess. Wir begannen, den Staat, die Gesellschaft und die Gewerbetreibenden selbst davon zu überzeugen, dass sie die Basis einer gesunden Wirtschaft sind, dass sie ein Gegengewicht darstellen zum Einfluss der internationalen Firmen, dass sie die ländlichen Gegenden versorgen sowie an Traditionen und frühere Marken anknüpfen.

>>> Podnikatelský střední stav prošel od revoluce daleko větší změnou než velké společnosti. Zatímco nadnárodní firmy nebo původní české koncerny víceméně navázaly na lépe či méně vybudované základy, spočívající v existenci produktů či zákaznických vztahů, malé firmy v 90. letech začínaly od nuly, bez zázemí, zkušeností a zdrojů. Vybaveni touhou, dobovou naivitou a odhodláním změnit svět jsme začali budovat živnosti, aniž bychom tušili, co vlastně podnikání znamená.

Pro tehdejší politický establishment či média bylo malé podnikání pod rozlišovací úroveň. Malí podnikatelé nedisponovali zdroji pro sponzorování politických stran a média v živnostech nenacházela příběh ani senzace. Hlavními protagonisty tehdejších magazínů byli tzv. kapitáni průmyslu, malé firmy byly na okraji společenského zájmu.

Na přelomu milénia jsme proto založili Asociaci malých a středních podniků a živnostníků (AMSP ČR), jejímž cílem bylo zkoncentrovat roztráštěné zájmy podnikatelů a jejich svazů, zmobilizovat všechny k jednotnému postupu, zviditelnit malé podnikání a získat živnostníkům trvalé pozice v legislativním procesu. Začali jsme přesvědčovat stát, společnost i živnostníky samotné, že jsou základem zdravé ekonomiky, že vyvažují vliv nadnárodních subjektů, vytvářejí obslužnost venkova a navazují na tradice a původní produkty.

Získat pro menší firmy odpovídající prostor však trvalo dalších deset let. Nejdříve nás přehlíželi,

Den kleineren Firmen entsprechenden Raum zu schaffen, dauerte jedoch weitere zehn Jahre. Zuerst haben sie uns übersehen, dann ausgelacht, später haben sie Zusammenarbeit angeboten, und zuletzt haben sie sich uns angeschlossen – auch so lässt sich unsere Beziehung zu Regierung, Parlament, den großen Firmen und weiteren Unternehmensvertretern darstellen. Wendepunkt war die Finanz- und Wirtschaftskrise. Seitdem rücken die KMU immer weiter in den Mittelpunkt der Gesellschaft. Wir fehlen bei keiner Entscheidung, in den Medien überwiegen seitdem Meldungen über Unternehmer aus den jeweiligen Regionen, der tschechische Handwerker erhält gesellschaftlich immer mehr Gewicht gegenüber dem ausländischen Investor, und die Förderung von Familienunternehmen wird zum zentralen Thema der Politiker hierzulande.

Unser Verband schreitet schwungvoll voran: Wir vertreten heute außer einzelnen Mitglieder auch 50 Einzelverbände, mehrere Zehntausend Unternehmen, die in einer Linie stehen und dieselbe Sprache sprechen. Jungunternehmer, Handwerker, Frauen als Unternehmerinnen, Gemischtwarenläden und Kneipen, Kleinbauern oder gewerblich tätige Rentner haben einen starken Rückhalt und müssen vor niemandem mehr gesenkten Hauptes stehen. Jedes Jahr machen wir ein anderes Segment sichtbar: 2016 war das „Jahr des Handwerks“, 2017 das „Jahr der ländlichen Regionen“ und 2018 präsentieren wir das „Jahr des Familienunternehmens“. Aufklärung, viele Hundert Veranstaltungen in allen Regionen, Gesetzesänderungen und die Medialisierung von Handwerkern, Unternehmern auf dem Land oder Familienbetrieben, Gewerbetreibenden und Bauernhöfen, das waren die Themen der vergangenen Jahre.

Und da die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer unser Vorbild in der Propagierung der Wirtschaft 4.0 ist, freut es uns, dem Magazin Plus als erstes Medium mitzuteilen, dass wir für 2019 das „Jahr des digitalen Unternehmens“ vorbereiten. Gerade in diesem Bereich sehen wir die tschechische Regierung stark gefordert. Wir erwarten von ihr, dass sie selbst beispielhaft voranschreitet und das bisher bescheidene Tempo bei der Einführung des E-Governments zwischen Staat und Unternehmen deutlich erhöht. ➕

pak se nám smáli, později nabídli spolupráci, nakonec se k nám připojili. I tak lze charakterizovat náš vztah k vládě, parlamentu, velkým firmám nebo ostatním zástupcům podnikatelů. Milníkem se stala světová krize, od které se malé a střední podniky stávají středobodem společnosti, nechybíme u žádného rozhodnutí, v médiích převažují zprávy o podnikatelích z regionů, český řemeslník získává ve společnosti větší váhu než zahraniční investor a podpora rodinných firem se stává ústředním tématem tuzemských politiků.

Naše asociace jede strhujícím tempem, pod jednou střechou dnes sdružujeme mimo individuálních členů padesát dalších svazů, reprezentujeme desítky tisíc subjektů, stojících v jednotném šiku a hovořících stejným jazykem. Začínající podnikatelé, řemeslníci, ženy v podnikání, malé koloniály a hospody, drobní pěstitelé či podnikatelé v důchodovém věku získávají silné zázemí, stávají se sebevědomými a obrazně řečeno již nestojí před nikým s čepicí v ruce. Každý rok zviditelňujeme konkrétní segment, proběhl Rok řemesel 2016, Rok venkova 2017, organizujeme Rok rodinného podnikání 2018. Osvěta, stovky akcí v regionech, změny v zákonech a medializace řemeslníků, podnikatelů na venkově nebo rodinných firem, živností či farem jsou tématy posledních let.

A protože Česko německá obchodní a průmyslová komora je naším vzorem v propagaci Podnikání 4.0, jsme rádi, že časopis Plus je první, komu můžeme sdělit, že již připravujeme Rok digitálního podnikání 2019. Právě v této oblasti spatřujeme i velkou úlohu vlády, od které očekáváme, že sama půjde vzorem a zvýší doposud pomalé tempo elektronizace vztahu mezi státem a podnikateli. ➕

Karel Havlíček
Vorsitzender AMSP ČR, Verband der KMU Tschechiens
předseda představenstva AMSP ČR

Das einzige deutschsprachige Wirtschaftsmagazin, das ausschließlich über die wichtigsten und dynamischsten Märkte Mittel- und Osteuropas sowie Zentralasiens informiert. Bestellen Sie jetzt im OstContact-Probeabo 2 Ausgaben für 19 € unter shop.owc.de

Sie erhalten zwei Ausgaben per Post oder als E-Paper/PDF zum Vorzugspreis von insgesamt nur EUR 19,00 (zzgl. MwSt./im EU-Ausland zzgl. Versandkosten von EUR 6,00/Non-EU zzgl. EUR 12,00). Wenn Sie das Magazin anschließend im Jahres-Abonnement beziehen möchten, müssen Sie nichts tun. Andernfalls informieren Sie uns bitte bis zu 6 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums, dass Sie die Zeitschrift nicht weiter beziehen möchten.

Bestellung unter: shop.owc.de



Fachkräftebedarf: Was kann der Mittelstand tun? Jak si mohou malé a střední firmy zajistit dostatek odborníků?



Helmut Schweiger

Geschäftsführer | jednatel
Gerresheimer Horsovsky Tyn

Unternehmen können nicht früh genug beginnen, für sich zu werben und in die Ausbildung der Mitarbeiter zu investieren. Gerresheimer Horsovsky Tyn und die Berufsschule in Domažlice beschreiten neue Wege in der technischen Ausbildung. In einem gemeinsamen Programm bilden wir Fachtechniker für die Kunststoffindustrie aus. Für Tschechien ist das ein völlig neuer Ansatz und zeigt, dass Schulen mit Produktionswerken zusammenarbeiten können. Am Ende profitieren beide davon: die jungen Azubis von einer fundierten Ausbildung und praxisnahen Erfahrungen und das Werk von gut ausgebildeten, erfahrenen Mitarbeitern.

Podniky nemohou nikdy dost brzy začít investovat do vzdělávání svých budoucích zaměstnanců. Firma Gerresheimer Horsovsky Tyn a SOU Domažlice se společně vydaly na novou cestu a vzdělávají techniky pro plastikářský průmysl. V Česku je to úplně nový přístup, který dokazuje, že školy a výrobní podniky mohou spolupracovat. Prospěch z toho mají nakonec obě strany: Mladí lidé získají fundované vzdělání a praktické zkušenosti a firma kvalitně vzdělané a zkušené zaměstnance.

In einem Unternehmen wie dem unseren ist es eine der größten Herausforderungen, Fachkräfte zu halten. In unserem Umfeld gibt es mindestens sieben weitere Mitbewerber, die dasselbe Mitarbeiterprofil benötigen. Wir sind überzeugt, dass das Wichtigste für Mitarbeiter im IT-Bereich ein interessantes Projekt ist, das einen hohen Anteil an Innovation und Forschung beinhaltet. Ebenso wichtig sind die Flexibilität der Arbeitszeit und die Möglichkeit zu Homeoffice. Nicht zuletzt zählt auch das Team und dessen Zusammenhalt. Wir bemühen uns, ein synergetisches Umfeld für Teamwork zu schaffen.



Sylva Havířová

HR manager | IXPERTA

Ve firmě, jako je ta naše, je jednou z největších výzev udržet si odborníky. V dosahu naší společnosti je minimálně sedm dalších, které potřebují profilově stejné pracovníky. Jsme přesvědčeni, že pro lidi v IT je nejdůležitější zajímavý projekt, jehož součástí musí být vysoký podíl inovací a výzkumu. Neméně důležitá je volnost pracovní doby a možnost práce z domova. A v neposlední řadě kolektiv a jeho soudržnost. Snažíme se vytvářet prostředí pro týmovou práci.



Daniel Krámer

Leiter Finanzen und Verwaltung
vedoucí odd. finance a administrativa
DFH Haus CZ

Eine Zusammenarbeit mit Grund- und Mittelschulen sollte jedes mittelständische Unternehmen anstreben, um den Nachwuchs frühzeitig einzubinden. Durch Leiharbeiter werden lediglich personelle Engpässe ausgeglichen. Zugleich suchen die Unternehmen verstärkt vor allem nach digitalen Lösungen, welche die Produktionsprozesse automatisieren und vereinfachen. Die kontinuierliche Weiterbildung des Personals und das Employer Branding gewinnen zugleich immer mehr an Bedeutung. Zufriedene Mitarbeiter sind die beste Visitenkarte eines Unternehmens. Damit verbunden sind eine attraktive Entlohnung und Benefits.

Malé a střední firmy by měly spolupracovat se základními a středními školami, aby si včas zajistily budoucí zaměstnance. Zaměstnáváním agenturních pracovníků lze řešit jen akutní nedostatek personálu. Firmy by zároveň měly intenzivně hledat především digitální řešení pro automatizaci a zjednodušení výrobních procesů. Na významu získává neustálé vzdělávání personálu a employer branding. Spokojení zaměstnanci jsou nejlepší vizitkou firmy. S tím souvisí i atraktivní odměňování a benefity.

Kleine und mittlere Unternehmen 2016

Malé a střední firmy 2016

Basis-infos

Základní informace

	.de	.cz
Anzahl Počet ¹	2,54 Mio.	1,01 Mio.
Anteil KMU an Gesamtanzahl podíl na celkovém počtu podniků:	99,6 %	99,8 %
Anteil an Beschäftigung podíl na zaměstnanosti	63,4 %	66,8 %
Anteil am Gesamtumsatz podíl na celkovém obratu	54,1 %	54,5 %
Anteil an Investitionen podíl na investicích ²	42 %	59 %
Anteil am Exportumsatz podíl na exportu ²	17,1 %	31 %
Anteil an Ausgaben für F&E podíl na výdajích do výzkumu a vývoje ²	9 %	35,1 %

Stärkster Wirtschaftszweig

Nejsilněji zastoupená odvětví

nach folgenden Kriterien | dle následujících kritérií:

DE		
Anteil an Gesamtzahl podíl na počtu podniků: Einzelhandel maloobchod	23,7 %	
Anteil an Beschäftigung podíl na zaměstnanosti: Einzelhandel maloobchod	23,3 %	
Anteil an Bruttowertschöpfung podíl na hrubé přidané hodnotě: Einzelhandel maloobchod	20,7 %	
CZ		
Anteil an Gesamtzahl podíl na počtu podniků: Einzelhandel maloobchod		24,2 %
Anteil an Beschäftigung podíl na zaměstnanosti: Produktion výroba		28,7 %
Anteil an Bruttowertschöpfung podíl na hrubé přidané hodnotě: Produktion výroba		28,3 %

Stärkste Wachstumsbranche

Odvětví s největším růstem

DE+CZ: Information & Kommunikation | Informační a komunikační technologie

Produktivitätszuwachs růst produktivity	31,2 %	13,3 %
Beschäftigungszuwachs růst zaměstnanosti	21,6 %	10,7 %

1)
Hinweis: Grund für die im Ländervergleich proportional hohe Zahl von KMU in Tschechien ist zum einen ein hoher Anteil von Scheinselbstständigkeit, zum anderen führen viele Angestellte nebenbei auch einen Gewerbeschein, um ihr Gehalt aufzubessern.
Upozornění: Nadprůměrně vysoký počet malých a středních podniků v ČR je způsoben jednak tím, že v určitých odvětvích se ve vysoké míře využívá tzv. švarcsystém, a jednak tím, že mnoho zaměstnanců vedle hlavního pracovního poměru pracuje ještě i na živnostenský list, protože si chtějí zvýšit příjem.
2)
2015

Quellen | Zdroje: Europäische Kommission | Evropská komise, destatis.de, czso.cz, mpo.cz



Erstklassige Unternehmen wissen, dass ihre Mitarbeiter der Schlüssel zum Erfolg sind. Executive Search ist keine Geheimwissenschaft. Vielmehr geht es um Ausdauer, Pragmatik und eine Leidenschaft fürs Handwerk. Jeder Talentor Partner teilt diese Werte und verfügt über lokale Kompetenz sowie ein globales Netzwerk. So finden wir Ihre "Leaders for Tomorrow".

UNSERE KOMPETENZEN:

Executive Search, Search & Selection, IT & Digital Recruitment, Employer Branding

—

4 Kontinente
22 Länder
200+ Berater

Přední společnosti jsou si vědomy nejen toho, že klíčem k úspěchu jsou jejich zaměstnanci, ale také vědí, že Executive Search není žádná magie. Je to souhra vytrvalosti, pragmatismu a vášně pro řemeslo. Hodnoty, jež sdílí partneři skupiny Talentor, disponující lokálními odbornými znalostmi v rámci globální sítě. Bude nám ctí, pomoci i Vám na cestě za Vašimi "Leaders for Tomorrow".

NAŠE KOMPETENCE:

Executive Search, Search & Selection, IT & Digital Recruitment, Employer Branding

—

4 kontinenty
22 zemí
200+ konzultantů

Katerina Vollmann, MBA
International Manager CEE/DACH
Talentor International GmbH
–
Universitätsring 8/6 1010 Wien
+43 1 523 82 07-74
–
katerina.vollmann@talentor.com
www.talentor.com



Talentor

SCIENCE-FICTION IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION VE FIREMNÍ KOMUNIKACI

Software lernt in x-beliebigen Sprachen Gedanken zu lesen

Software, který se v libovolném jazyce naučí číst myšlenky

Pavla Francová

>>> Der Super-Gau in der Unternehmenskommunikation: Die Abteilung geht in einem Meer von Kunden-SMS und -Mails unter und reagiert nicht mehr. Ein Startup aus Pilsen hat nun einen speziellen Algorithmus entwickelt, der aus zigtausenden Texten in allen möglichen Sprachen blitzschnell das Wesentliche ermittelt und ordnet. SentiSquare und sein Big-Data-Tool nutzen bereits Banken, Telekommunikationsanbieter und Autokonzerne.

„Wenn ein Operator etwa 40.000 SMS im Monat erhält, sind wir in der Lage, diejenigen Kunden herauszufiltern, die verärgert sind. Das sind dann vielleicht 200, also eine Menge, die das Unternehmen ohne Mühe bearbeiten kann. Alles dreht sich darum, dass die Firmen zufriedene Kunden haben“, erklärt Jan Tichý von SentiSquare.

Das Pilsener Startup-Unternehmen hat einen Algorithmus für die semantische Textanalyse von großen Datenmengen (Big Data) entwickelt. „Er kann Millionen Mal schneller lesen als ein Mensch und jede beliebige Sprache erlernen“, sagt Tichý. Das Programm funktioniert so, dass man Texte „einfüllt“, zum Beispiel Kunden-E-Mails, Kommentare auf sozialen Netzwerken oder auch Kurznachrichten. Die SentiSquare-Software verarbeitet sie zu handhabbaren Inhalten. „Sie stellt fest, was die Menschen zum Beispiel über ein Produkt denken, was für ein Meinungstrend in einer bestimmten Branche herrscht und wie sich Kundenwünsche verändern“, erklärt Tichý.

Je mehr Texte, umso besser

Der Algorithmus, der innerhalb von wenigen Tagen jede Sprache beherrschen kann, funktioniert so ähnlich wie bei einem Kleinkind, das seine Muttersprache erlernt. Zunächst nimmt er eine ungeheure Menge von Wörtern wahr, beginnt sie dann allmählich zu verstehen und bringt sie in den richtigen Zusammenhang. Das Kind beziehungsweise der Algorithmus kann umso

>>> Představme si katastrofu neskutečných rozměrů ve firemní komunikaci. Celé oddělení je zavaleno SMS a e-maily zákazníků a nestíhá na ně reagovat. Startup z Plzně vyvinul speciální algoritmus, který umí bleskově vyhodnotit tisíce textů ve všech možných jazycích a najít v nich to podstatné. SentiSquare a jeho nástroj pro big data už využívají banky, operátoři i automobilky.

„Například když přijde operátorovi na 40 tisíc SMS zpráv měsíčně, dokážeme mu v nich najít ty zákazníky, kteří jsou naštvaní. Těch je třeba 200 a to je množství, které už firma zvládne oslovit a jejich problém vyřešit. Celé je to o tom, aby firmy měly spokojené zákazníky,“ vysvětluje Jan Tichý ze SentiSquare.

Plzeňský startup vyvinul algoritmus pro sémantickou analýzu textů velkého množství dat. „Umí číst milionkrát rychleji než člověk a dokáže se naučit libovolný jazyk,“ říká Tichý. Nástroj funguje tak, že se do něj „nasypou“ texty, například e-maily od zákazníků, komentáře na sociálních sítích nebo třeba SMS zprávy. Následně je SentiSquare zpracuje a zjistí, co se v nich píše. „Zjistí, co si lidé myslí například o produktu, jaký vládne názorový trend v daném odvětví nebo jak se mění přání zákazníků,“ vysvětluje Tichý.

Čím víc textu, tím lépe

Algoritmus, který se dokáže během pár dnů naučit jakýkoli jazyk, tak funguje podobně, jako když se malé dítě učí mateštinu. Nejprve vnímá ohromné množství slov a postupně je začíná chápat a spojuje si je do kontextu. Čím víc textů má tedy dítě, respektive algoritmus k dispozici, tím lépe pracuje.

besser arbeiten, je mehr Texte ihm zur Verfügung stehen. SentiSquare wird zum Beispiel auch verwendet, wenn Unternehmen herausfinden wollen, wie erfolgreich ihre Kampagnen sind, oder einfach nur, um Zeit zu sparen: E-Mails etwa werden automatisch an die richtigen Empfänger in einem Unternehmen weitergeleitet.

Der Bereich der semantischen Textanalyse für Big Data hat sich in letzter Zeit rasant entwickelt. Kommentare, Bewertungen, Diskussionen - die Menschen kommunizieren immer mehr im Internet. Lösungen, die diese Wortflut beherrschbar und nutzbar machen, sind eine umkämpfte Zukunftsbranche. Natürlich bemühen sich auch die „Big Player“ auf dem Markt um solche Analyseverfahren. IBM zum Beispiel entwickelt gerade ein neues smartes Wörterbuch, das allerdings nur für eine Sprache, zum Beispiel Englisch, verwendet werden kann.

Keine Schlüsselwörter gebraucht

Die Lösung von SentiSquare kommt hingegen ganz ohne Vorkenntnisse einer bestimmten Sprache aus. Die Big-Data-Lösung, die seit 2014 auf dem Markt ist, braucht lediglich eine sehr große Menge von Texten, in die sie sich vertieft und die sie mit der Zeit „versteht“. „Wir sagen dem System nicht anhand von Schlüsselwörtern, wonach es suchen muss. Wir geben ihm nur Daten, und es sagt uns von selbst, worüber die Leute sprechen“, fügt Tichý hinzu. Auf diese Weise deckt es auch neue Themen auf, von denen Firmen noch nicht einmal selbst wissen. Ein weiterer Vorteil einer solchen Lösung besteht darin, dass sie sich auch für weniger verbreitete Sprachen wie zum Beispiel Tschechisch eignet, auf die sich große Konkurrenten nicht konzentrieren.

SentiSquare, das an der Westböhmschen Universität in Pilsen unter der Leitung von Josef Steinberger entwickelt wurde, hat außer in Tschechien auch Kunden in anderen Ländern. Sein Algorithmus bearbeitet zum Beispiel schon Texte auf Slowakisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch oder auch Ungarisch. Zu den größten Kunden gehören Mobilfunkanbieter wie T-Mobile, Banken wie Česká spořitelna und ČSOB, aber auch E.on und Volkswagen. Das Startup, das etwa zehn Mitarbeiter beschäftigt, arbeitet auch mit Microsoft zusammen, und Tichýs Worten zufolge wächst es jedes Jahr um das Vierfache. 📈

Nástroj SentiSquare se využívá například i k tomu, aby společnosti zjistily, jak úspěšné jsou jejich kampaně, nebo jednoduše k úspoře času: například e-maily se dají automaticky přeposílat na správné adresáty ve firmě.

Oblast sémantické analýzy textů v big data se v poslední době rychle rozvíjí a vzhledem k tomu, jak přibývá komentářů, hodnocení a další komunikace mezi lidmi na internetu, je zřejmé, že řešení, která tuto záplavu textů budou umět zpracovat a využít, jsou oborem budoucnosti. Naučit se číst tyto texty se snaží přirozeně i velcí hráči na trhu. Například IBM vyvíjí chytrý slovník, ten se ale pak dá použít jen pro jednu řeč, třeba angličtinu.

Klíčová slova nejsou potřeba

Proti tomu řešení SentiSquare, které funguje od roku 2014, nepotřebuje žádnou předchozí znalost daného jazyka. Potřebuje jen ohromné množství textu, do kterého se začte a postupně ho „pochopí“. „Neříkáme systému pomoci klíčových slov, co má hledat. Jen mu dáme data a on nám sám řekne, o čem lidé mluví,“ dodává Tichý. Může tak odhalit i nová témata, o kterých firmy ještě ani nemusí vědět. Výhodou takového řešení navíc je, že se hodí i pro menší jazyky, jako je třeba čeština, na které se velcí konkurenti nezaměřují.

SentiSquare, který vznikl při Západočeské univerzitě v Plzni pod vedením docenta Josefa Steinbergera, má kromě Česka již zákazníky i v dalších zemích, jeho algoritmus zpracovává například texty ve slovenštině, němčině, angličtině, francouzštině, španělštině nebo třeba i v maďarštině. Mezi největší klienty patří telekomunikační operátor T-Mobile, banky, jako je Česká spořitelna a ČSOB, či společnost E.on nebo třeba Volkswagen. Startup, v němž pracuje zhruba desítku lidí, spolupracuje i s Microsoftem a podle slov Tichého roste každý rok čtyřnásobně. 📈



DAS BESTE IST, NEJLEPŠÍ JE DER BESTE ZU SEIN BÝT NEJLEPŠÍ

Liko-S setzt auf Innovation, baut Hallen auf der ganzen Welt und eröffnet eine Niederlassung in Indien

Pavla Francová

>>> Liko-S ist breit aufgestellt. Es produziert Metallkonstruktionen, Trennwände und Schalldämmungen, baut sogar ganze Gebäude und Hallen. Der Gründer von Liko-S hat schon früh einen hohen Anspruch formuliert: „Das Beste ist, der Beste zu sein“. Das Unternehmen gewann die Auszeichnung „Familienbetrieb des Jahres“, und das moderne Entwicklungszentrum verfügt über die „gesündesten Büros“ in Tschechien.

„Gerade bin ich auf dem Weg nach Indien“, sagt Chef und Firmengründer Libor Musil am Telefon. Schon seit fünf Jahren ist das Erfolgsunternehmen in Indien vertreten, jetzt eröffnet es dort eine eigene Niederlassung. Wie hat sich das Familienunternehmen aus Slavkov bei Brunn, das einen Jahresumsatz von 850 Millionen Kronen erzielt und in die ganze Welt liefert, zu einem der Branchenführer entwickelt?

Start in Deutschland

Am Anfang standen die Halle einer Pleite gegangenen Zuckerfabrik, eine Schleifmaschine, ein Schweißgerät und eine alte Schreibmaschine. Wir schreiben das Jahr 1992 und Libor Musil wusste, er will unternehmerisch tätig sein. Zusammen mit seinem Schwiegervater gründete er in Slavkov (Austerlitz) die Firma Liko-S und machte sich an den Bau von Hallen und die Metallerteugnisse. „Der einzige Ort, wo sich damals Geld verdienen ließ, war Deutschland“, erzählt Musil. Also setzte er sich in einen geliehenen Škoda 120 und begab sich mit spärlichen Deutschkenntnissen gen Westen. „Ich denke gern an die Zeit zurück. Sie waren dort sehr entgegenkommend, offen und haben uns geholfen“, sagt Musil. Die junge Firma hat damals Aufträge für den Bau von Hallen in den neuen Bundesländern gewonnen. Außerdem belieferte sie deutsche Hobbymärkte mit Hunderttausenden Tapeziertischen.

Liko-S sází na inovace. Staví haly po celém světě a otvírá závod v Indii

>>> Záběr Liko-S je široký. Vyrábí kovové konstrukce, interiérové příčky, akustické izolace i celé budovy a haly. Ve všem, co dělá, je patrný slogan zakladatele Liko-Su „Nejlepší je být nejlepší“. Jeho podnik získal ocenění Rodinná firma roku a moderní vývojové centrum má nejzdravější kanceláře v Česku.

„Zrovna jsem na cestě do Indie“, říká do telefonu Libor Musil, šéf a zakladatel firmy Liko-S. Právě v Indii tenhle úspěšný podnik už pět let působí a nyní tam otvírá vlastní závod. K tomu se ale ještě dostaneme. Jak se rodinná firma ze Slavkova u Brna, která má roční obrát 850 milionů korun a dodává do celého světa, vypracovala mezi lídry v oboru?

Start v Německu

Na začátku byla hala zkrachovalého cukrovaru, bruska, svářečka, starý psací stroj a telefon se zamrzajícím číselníkem. Psal se rok 1992 a Libor Musil věděl, že chce podnikat a dělat věci po svém. S tchánem založil firmu Liko-S (Libor – Kovovýroba – Slavkov) a vrhl se na stavění hal a kovovýrobu. „Jediná možnost, kde se dalo tehdy vydělat, bylo Německo“, vypráví Musil. Sedl tedy do vypůjčené Škody 120, a aniž by uměl německy, vydal se na západ obchodovat. „Moc rád na to vzpomínám. Byli vůči nám velmi vstřícní, otevření a snažili se nám tehdy s byznysem i pomoci“, říká Musil. Mladá firma tehdy získala zakázky na stavbu hal v nových spolkových zemích, kromě toho dodávala do německých hobby marketů statisíce tapetovacích stolků.



Der Start war geglückt und die Firma, die von Anfang an nach den Geschäftsprinzipien der Familie Baťa arbeitete, wuchs rasant. Innerhalb von drei Jahren hatte sie 300 Mitarbeiter, und Arbeit gab es mehr als genug. Doch dann kamen Probleme. Die Sparpolitik unter dem damaligen Premier Klaus führte zu einem Anstieg der Zinsen und Liko-S zahlte für Kredite in Höhe von 70 Millionen Kronen plötzlich mehr als 20 %. „Wir haben wie die Verrückten geackert“, erinnert sich Musil an die schwere Zeit, in der er mit allem haftete, was er hatte. Aber vor allem in diesem Moment zeigten sich die Vorteile eines Familienbetriebs. Von Anfang an war auch Musils Frau mit in der Firma. Sie war ihm nicht nur eine moralische Stütze, sondern beteiligte sich auch direkt an der Rettung des Betriebes. Liko-S ließ die finanziellen Probleme hinter sich und wurde mit der Zeit einer der Branchenführer.

Innovationen sind entscheidend

„Es hat mir Spaß gemacht, gegen den Strom zu schwimmen und Bereiche zu entdecken, in denen zuvor noch niemand tätig war, den Bedarf für unsere Produkte zu schaffen und den Markt zu beeinflussen. Manchmal hat das nicht geklappt, aber meistens schon, wird Musil auf Forbes.cz zitiert. Innovationen gehören zu den wichtigsten Prinzipien der Firma. Im Betrieb stehen etwa Flipcharts, auf denen die Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge notieren. In Tschechien bot Liko-S als eine der ersten Sandwichpaneel, Akustikdecken und später Trennwände aus Aluminium an – heute ist sie damit Marktführer in Mitteleuropa. Liko-S exportiert in bis zu 20 Länder weltweit und ist seit fünf Jahren in Indien aktiv.

Nun wird dort ein neues Kapitel aufgeschlagen. „Wir eröffnen ein weiteres kleines Liko-S und beginnen schon mit der Herstellung montierbarer Trennwände. Schon bald bilden wir hier in Slavkov die erste Gruppe indischer Schweißer aus“, sagt Musil. Auswirkungen auf die Geschäfte in Tschechien hat das nicht. „Wir expandieren auf den asiatischen Markt, damit wir mögliche Schwankungen in Europa ausgleichen können“.

Die Firma, in der seit ein paar Jahren auch die Kinder der Eheleute Musil arbeiten, konzentriert sich auf moderne Technologien. Ihre Entwickler haben sich die Smart-i-Wall ausgedacht, ein interaktives Trennwandsystem, das wie ein riesiges Tablet funktioniert. Liko-S setzt aber auch auf Ökologie. Mit energieeffizienten Lösungen und sogar begrünten Fassaden und Dächern. 🌱

Start se povedl a podnik, který je od počátku postavený na baťovských principech podnikání, raketově rostl. Během tří let měl 300 zaměstnanců, práce bylo nad hlavu. Jenže pak se náhle rozjely velké problémy. Klausovy úsporné balíčky vedly k růstu úroků. U úvěrů za 70 milionů korun, které tehdy mladá firma měla, rázem vzrostly úroky na víc než 20 %. Musil se zaručil vším, co měl, a tvrdě dřel, aby dluhy umazal. „Makali jsme jako čerti,“ vzpomíná na těžké období. Právě tehdy se jasně ukázaly výhody rodinného podnikání. Ve firmě s ním totiž od začátku byla i jeho žena, která tak byla nejen oporou, ale zároveň se i přímo spolupodílela na záchraně firmy. Povedlo se a Liko-S se z finančních problémů dostal a postupně se vypracoval mezi špičku ve svém oboru.

Inovace jsou klíčové

„Bavilo mě jít proti proudu a objevovat oblasti, ve kterých ještě nikdo nepůsobil, vytvořit potřebu našeho produktu a ovlivnit trh. Někdy to nevyšlo, ale většinou ano,“ cituje Forbes.cz Musila. Právě inovace jsou jedním z klíčových principů firmy (v závodě jsou například rozmístěné flipcharty, kam zaměstnanci píšou různé nápady na zlepšení), která u nás jako jedna z prvních představila sendvičové panely, akustické stropní podhledy a později i hliníkové dělicí příčky – s nimi je dnes lídrem ve střední Evropě. Vyzívá do dvacítky zemí světa a – jak už jsme zmínili – pět let působí v Indii.

Nyní tam začíná psát novou kapitolu. „Otevřeme tam další malý Liko-S. Už začínáme vyrábět montované i dělicí příčky. Brzy k nám do Slavkova přijede první parta indických svářečů, které tady vyučíme,“ říká Musil. Podnikání v Česku to ale nijak neovlivní. „Spíše expandujeme na asijský trh, abychom byli připraveni na případné výkyvy v Evropě,“ dodává.

Liko-S, v němž působí několik let i děti manželů Musilových, se soustředí na moderní technologie. Jeho vývojáři vytvořili Smart-i-Wall – propojili počítač se stěnou, která funguje jako obrovský tablet. Firma ale sází i na ekologii, nabízí řešení pro úsporu energií nebo třeba zelené fasády a střechy. 🌱

CHEF GESUCHT

Die Gründer von Familienunternehmen werden älter und halten nach Nachfolgern Ausschau

Pavla Francová

>>> Auf den ersten Blick scheint alles normal: Die eine Generation baut eine Firma auf, und wenn die Zeit kommt, übergibt sie das Unternehmen an die folgende Generation. Die Wirklichkeit sieht oft anders aus. Viele tschechische Familienunternehmen stehen vor einer schwierigen Phase, für die sie kaum Vorbilder haben.

„Derzeit ist das eines der drängendsten Probleme in der Unternehmenswelt hierzulande“, sagt Libor Musil von der Firma für Innenausbau Liko-S (siehe auch Portrait auf S. 38-39). Musil gehört auch dem Vorstand des Verbandes kleiner und mittlerer Unternehmen sowie der Gewerbetreibenden in Tschechien (AMSP ČR) an. Laut dieser Vereinigung sind 85 % der Firmen hierzulande in den Händen von Familien, und die meisten beschäftigt die Nachfolge oder die Übergabe an die Kinder.

Während Familienunternehmen in Deutschland auf eine lange Tradition zurückblicken können, kommen sie in Tschechien erst in eine neue „Entwicklungsphase“. Meist sind sie zu Beginn der 1990er Jahre entstanden, ihre Gründer erreichen nun aber das Rentenalter. Was nun, fragen sich viele. „Es ist die erste Gründergeneration seit 70 Jahren, die sich mit der Nachfolge beschäftigen muss. Nach der langen Zeit der staatlich gelenkten Wirtschaft zu kommunistischen Zeiten lassen sich schwerlich erfolgreiche Beispiele heranziehen“, sagt AMSP-Generaldirektorin Eva Svobodová. Bisher hätten sich die meisten Familien in diesem Fall auf ihre Intuition verlassen, fügt sie hinzu. In letzter Zeit haben sich jedoch die Beratungsmöglichkeiten stark verbessert, zudem gibt es vermehrt Literatur zu dem Thema.

Der Plan fehlt

Laut der Unternehmensberatung KPMG sollte allein im vergangenen Jahr in einem Drittel der tschechischen Familienunternehmen die Nachfolge geregelt werden. Und dieser Trend hält weiter an. Meist besteht aber kein konkreter Plan, wie und an wen die jeweilige Firma übergeben wird. „Das Thema wird für die Unternehmensgründer immer aktueller. Die meisten von ihnen drehen sich mehrere Jahre lang gedanklich im Kreis, wobei mehrere

Zakladatelé rodinných firem stárnou a hledají nástupce

>>> Na první pohled na tom nic není. Jedna generace vybuduje firmu, a když dozraje čas, předá ji další generaci. Ve skutečnosti ale nástupnictví není nijak automatické a pro mnoho českých rodinných firem představuje palčivý problém.

„V současné době je to jedno z nejnaléhavějších byznys témat v Česku“, říká Libor Musil ze společnosti Liko-S (viz portrét na str. 38-39) a zástupce Asociace malých a středních podniků a živnostníků v ČR (AMSP ČR). Podle odhadů asociace je u nás okolo 85 % firem rodinných a nástupnictví nebo přípravu dětí k nástupnictví řeší většina z nich.

Zatímco v Německu mají rodinné podniky dlouhou tradici, v Česku se nyní firmy dostávají do nové „vývojové fáze“. Vznikly většinou na začátku 90. let a jejich zakladatelé nyní postupně dosahují penzijního věku a musí řešit, co bude s jejich podniky dál. „Tato generace zakladatelů je po 70 letech první generací, která tuto situaci musí řešit. Těžko se po letech přerušení rodinného vlastnictví firem hledají příklady, jak úspěšně postupovat“, uvádí Eva Svobodová, generální ředitelka asociace s tím, že většina rodin to dosud řešila intuitivně. Postupně ale přibývá kvalitní poradenství a literatura k této tématice.

Chybí plán

Podle údajů společnosti KPMG jen loni mělo dojít k předání vedení ve třetině českých rodinných firem a tento trend pokračuje. Velká část ale nemá konkrétní plán, jak a komu firmu předat.

„Téma je mezi zakladateli stále aktuálnější. Většina z nich se několik let pohybuje na tzv. mentálním kruhovém objezdu, kdy každý z výjezdů představuje možnou variantu budoucnosti firmy a rodiny. S každým přibývajícím rokem vzrůstá vnitřní tlak na rozhodnutí“, říká David Krajíček, specialista v oblasti nástupnictví.

HLEDÁ SE ŠÉF

Varianten für die Zukunft von Firma und Familie im Spiel sind. Mit jedem Jahr nimmt dabei der innere Druck zu“, sagt David Krajíček, Experte für Firmennachfolge. Dabei gehört nicht nur das Weiterreichen der Firma an die eigenen Kinder zu den Möglichkeiten, sondern auch der Verkauf oder die Einsetzung eines Managers. Die Gründer erwarten dabei häufig, dass ihre Kinder die Unternehmensleitung übernehmen, ohne mit ihnen zuvor darüber gesprochen zu haben. Über 70 % der Firmen wollen die Nachfolge innerhalb der Familie regeln, zeigt eine Umfrage des Verbandes AMSP. Und falls dies nicht klappen sollte, würde fast die Hälfte der Unternehmer am liebsten an einen anderen tschechischen Familienbetrieb verkaufen.

Herausforderung für beide Generationen

„Die größte Herausforderung beim Generationswechsel in Familienunternehmen sind die Erwartungen und die Motivation auf beiden Seiten. Diese beiden Faktoren zu unterschätzen, ist häufig der Grund für ein Misslingen der Firmenübergabe und für künftige Konflikte“, sagte Krajíček. Laut Libor Musil, selbst Eigner eines Familienunternehmens, in dem die Nachfolge gerade „im Prozess“ ist, wollen die Nachkommen meist in die Fußstapfen der Eltern treten und im Betrieb unterschiedliche Positionen durchlaufen.

Entscheidend ist aber, dass die Firmengründer nach der Übergabe ihren Kindern nicht mehr hineinreden. Nach dem jahrelangen Aufbau des Unternehmens fällt das aber meist schwer. Das bestätigt etwa der Gründer der Textilfirma Grund, Jiří Grund Senior, der seinen Betrieb sowie ein Golf-Ressort an seine Söhne übergeben hat. „Das hat mich belastet. Jeden Tag musste ich mir sagen: Geh dort nicht hin, rede ihnen nicht rein“, so der Unternehmer gegenüber der Wirtschaftszeitung E15.

Die Übernahme der Firma hat aber die Söhne nicht vor eine komplett neue Herausforderung gestellt, sie hatten vorher bereits Erfahrungen gesammelt. „Zunächst waren wir als Hilfsarbeiter beschäftigt. Nach dem Abitur sind wir als Angestellte eingestiegen, wir haben uns von der Pike auf in Managerpositionen hochgearbeitet“, schilderte Jiří Grund Junior der Zeitung Hospodářské noviny. Und genau das ist auch den Augen von Krajíček wichtig. Denn die Kinder müssen die Firma nicht nur gut kennen, sondern sich auch Respekt verschaffen innerhalb der Belegschaft. Eine Firmenübergabe ist nicht nur für beide Generationen eine Herausforderung, sondern in gleichem Maße auch Risiko und Gelegenheit. ➦

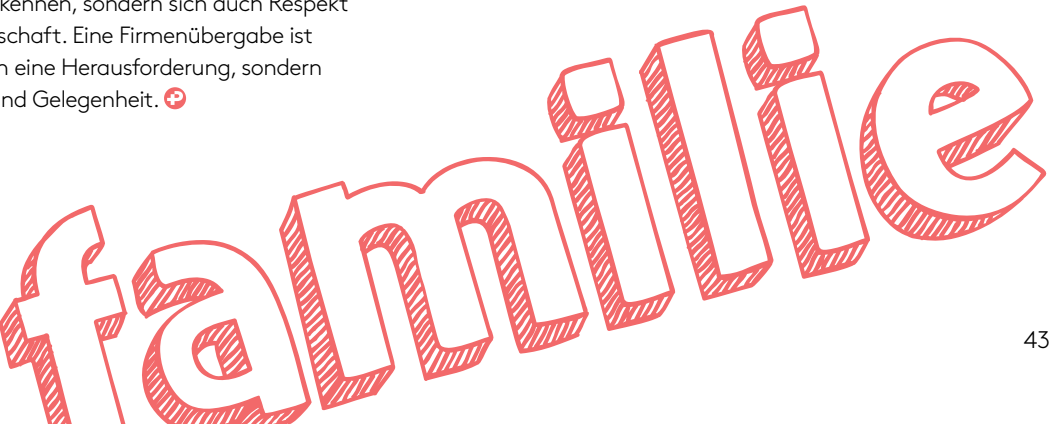
Mezi možnostmi, které podnikatelé zvažují, nepatří jen předání firmy potomkům, ale i prodej nebo manažerské řízení. Zakladatelé přitom často očekávají, že děti převzímou vedení firmy, aniž by o tom spolu diskutovali. Předání v rámci rodiny plánuje podle průzkumu AMSP ČR na 70 % firem. Pokud by se to nepodařilo, uvítala by skoro polovina podniků prodej jiné české rodinné firmě.

Výzva pro obě generace

„Největší výzvou mezigenerační výměny v rodinných firmách jsou vzájemná očekávání a motivace obou generací. Oba tyto faktory a jejich podcenění bývají zdrojem neúspěšného předání firmy a potenciálních konfliktů v budoucnu“, upozorňuje Krajíček. Podle Libora Musila, který sám je majitelem rodinné firmy, v níž je nástupnictví nyní „v procesu“, potomci většinou chtějí pokračovat ve stopách svých rodičů a postupně se v podniku propracovávají různými pozicemi.

Klíčové ale je, aby od chvíle, kdy dojde k předání firmy, zakladatelé nemluvili nové generaci do práce. Po letech budování podniku to ale bývá těžké. Přiznává to i zakladatel textilky Grund Jiří Grund starší, který před sedmi lety předal podnik a golfový resort synům. „Po předání to pro mě bylo těžké. Každý den jsem si říkal, nechod tam, nemluv jim do toho,“ popisoval svou zkušenost pro deník E15.

Synové ale převzetí firmy nestavělo do zcela nové situace, už dlouho tu sbírali pracovní zkušenosti. „Nejprve jsme pracovali na pomocných dělnických pozicích. Po maturitě jsme nastoupili jako zaměstnanci, od píky jsme postupovali až na manažerské pozice,“ uvedl pro Hospodářské noviny Jiří Grund mladší. A právě to je důležité i podle Krajíčka. Nejde totiž jen o to, aby nová generace dobře znala firmu, ale aby si zároveň budovala autoritu mezi zaměstnanci. Předání firmy je podle něj velkou výzvou pro obě generace se stejným poměrem obav, rizik i příležitostí. ➦



Gut zu wissen, dass...

am 25. Mai 2018 die DSGVO in Kraft tritt

Die DSGVO* ist der bislang umfangreichste Regelkomplex zum Datenschutz. Sie bewirkt eine grundlegende Stärkung des Schutzes personenbezogener Daten, bringt eine Reihe neuer Pflichten mit sich und stellt das Gleichgewicht her zwischen den berechtigten Interessen der Datenverantwortlichen sowie -verarbeiter personenbezogener Daten und dem Recht auf Privatsphäre. Bevor die DSGVO in Kraft tritt, haben alle Betroffenen die Pflicht, ihre Informationssysteme und Prozesse im Umgang mit personenbezogenen Daten zu revidieren. Wie soll man sich auf die DSGVO vorbereiten?

Wir präsentieren Ihnen die Empfehlungen von Igor Němec, Vorsitzender des Aufsichtsrates der GDPR Solutions a.s., zuvor langjähriger Vorsitzender des Tschechischen Amtes für den Schutz personenbezogener Daten (ÚOOÚ) sowie stellvertretender Vorsitzender der Arbeitsgruppe WP 29, einem unabhängigen Beratungsorgan der EU-Kommission:

Wann sollte man mit der Umsetzung der DSGVO beginnen?

Am besten sofort. Der Audit und die Analyse der Tätigkeiten einer Gesellschaft, die Implementation der DSGVO-Pflichten und die darauffolgenden Anpassungsprozesse dauern Wochen bis Monate. Ergibt sich, dass die geplante Verarbeitung personenbezogener Daten im Unternehmen höchst riskant ist, dann ist der Datenverantwortliche verpflichtet, diese Datenverarbeitung mit dem ÚOOÚ zu erörtern. Machen Sie sich also bewusst, dass in der Zeit kurz vor dem Inkrafttreten der Verordnung das ÚOOÚ sicher stark ausgelastet sein und die Kommunikation mit dem Amt sehr schwierig sein wird. Durch eine rechtzeitige Kommunikation und einer vorab genehmigten Umsetzung der Implementation durch das Amt minimieren Sie das Risiko von Bußgeldern.

Wie sollte man mit der Implementation beginnen?

Beginnen Sie mit einem Datenaudit in allen Objekten, wo personenbezogene Daten im Sinne der DSGVO verarbeitet werden. Auf Grundlage des Audits wird eine sogenannte vergleichende Analyse angefertigt. Sie enthält einen Bericht, inwieweit man bereits auf die neue Gesetzeslage vorbereitet ist, Empfehlungen zur Abstimmung von Prozessen, die zur Umsetzung der DSGVO führen, eine Risikobewertung und eine Beurteilung, ob ein Bericht über die „Beurteilung der Auswirkungen auf den Schutz personenbezogener Daten“ angefertigt und ein Datenschutzbeauftragter bestellt werden muss.



Igor Němec

Bringt die DSGVO den Unternehmen auch etwas Positives?

Es ist offensichtlich, dass die Unternehmen hinsichtlich der Verarbeitung personenbezogener Daten Ordnung schaffen müssen. Seriöse Unternehmen haben so die einmalige Gelegenheit, sich von der Konkurrenz abzusetzen und die DSGVO als Möglichkeit zur Optimierung der internen Prozesse aufzufassen. Zugleich können sie ihrem Umfeld zu erkennen geben, dass sie ihre Unternehmung auf die nächsthöhere Stufe angehoben haben. Außerdem zeigen sie den Kunden, dass ihnen deren Daten nicht gleichgültig sind, sondern dass sie diese im Gegenteil sogar schützen. Das sind Signale, die zur Erhöhung der Kundenzahl und ihres Vertrauens beitragen können.

TIP

Fassen Sie die Umsetzung der DSGVO als Chance auf, in ihrer Gesellschaft Ordnung im Umgang mit personenbezogenen Daten zu schaffen. Nutzen Sie das Angebot der GDPR Solutions a.s. und fordern Sie unverbindlich Dienste unter der E-Mail-Adresse info@gdpr solutions.cz an. Vereinbaren Sie ggf. eine kostenlose Erstberatung oder besuchen Sie eine unserer regelmäßigen Schulungen.

* Verordnung 2016/679/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr, welche den bestehenden Rechtsrahmen für diesen Bereich in Gestalt der Richtlinie 95/46/EG und des tschechischen Gesetzes Nr. 101/2000 Slg. über den Schutz personenbezogener Daten ersetzt. In der tschechischen und englischen Sprache wird die Datenschutzgrundverordnung mit GDPR (General Data Protection Regulation) abgekürzt.

Je dobré vědět, že...

25. května 2018 vstupuje v účinnost GDPR

GDPR* je dosud nejkomplexnějším souborem pravidel upravujících ochranu dat. Přináší zásadní posílení ochrany osobních údajů, řadu nových povinností a rovnováhu mezi legitimními zájmy správců a zpracovatelů osobních dat a právem osob na soukromí. Než GDPR vstoupí v účinnost, mají všechny subjekty, jichž se týká, povinnost zrevidovat své informační systémy a procesy nakládání s osobními údaji. Jak se na GDPR připravit?

Přinášíme doporučení Igora Němce, předsedy dozorcí rady GDPR Solutions a.s., bývalého dlouholetého předsedy Úřadu pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ) a bývalého místopředsedy Pracovní skupiny WP 29, nezávislého poradního orgánu Evropské komise:



GDPR
solutions

Kdy s implementací GDPR začít?

Nejlépe ihned. Procesy auditů a analýz činností společnosti, implementace povinností GDPR a následné procesy v souladu s GDPR trvají týdny až měsíce. Vyplýve-li z posouzení vlivu na ochranu osobních údajů, že plánované zpracování osobních údajů je vysoce rizikové, má správce povinnost toto zpracování konzultovat s ÚOOÚ. Uvědomte si, že v období těsně před účinností nařízení bude ÚOOÚ pravděpodobně značně vytížen a komunikace s ním bude velice obtížná. Včasnou komunikací s úřadem a předschválením způsobu implementace úřadem minimalizujete riziko pokut.

Jak s implementací GDPR začít?

Nejprve je nutné provést datový audit všude, kde se zpracovávají osobní data ve smyslu GDPR. Na základě auditu se vytvoří tzv. srovnávací analýza, která obsahuje zejména popis připravenosti na novou právní úpravu, doporučení nastavení procesů k dosažení souladu s GDPR, hodnocení rizik, a posouzení, zda budete mít povinnost sestavit „posouzení vlivu na ochranu osobních údajů“ a ustanovit „pověřence pro ochranu osobních údajů“.

Může GDPR přinést podnikatelům něco pozitivního?

Je zjevné, že podnikatelské subjekty si musí udělat pořádek ve zpracování osobních údajů. Ty seriózní mají jedinečnou příležitost odlišit se od konkurence a pojmout GDPR jako možnost optimalizovat interní procesy a současně mohou dát okolí najevo, že své podnikání povýšily na vyšší úroveň. Zároveň tím mohou zákazníkům ukázat, že jim jejich práva nejsou lhostejná, a naopak je chrání. To je signál, který může přinést zvýšení počtu zákazníků a jejich důvěry.

* nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 2016/679, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů, které nahradí současnou právní úpravu regulující danou oblast v podobě směrnice 95/46/ES a zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

- **Osobními údaji** jsou veškeré údaje, podle nichž lze identifikovat konkrétní fyzickou osobu.
- **GDPR** se dotkne každého, kdo zpracovává osobní údaje, tzn. obchodní společnosti, veřejnoprávní instituce i OSVČ, které zacházejí s osobními údaji zaměstnanců, klientů či dodavatelů napříč všemi odvětvími.
- **Sankce** za nedodržení GDPR mohou dosáhnout až 20 mil. eur nebo 4 % z celkového obrátu celosvětově za předchozí finanční rok.

Další změny a nové povinnosti

- Povinnost vést záznamy o zpracování, v jejichž rámci má správce (zpracovatel) povinnost systematicky a transparentně popsat mechanismy zpracování a nakládání s osobními údaji
- Výslovné vyjádření souhlasu se zpracováním osobních údajů, možnost souhlas kdykoli odvolat, právo na přenositelnost osobních údajů, právo být zapomenut (právo na výmaz)
- Povinnost provést posouzení vlivu na ochranu osobních údajů – musí jej provést každý subjekt, u kterého existuje vysoké riziko při zpracování osobních údajů
- Pověřenec pro ochranu osobních údajů – povinnost jeho jmenování má orgán veřejné moci; správce, jehož hlavní činnost spočívá ve zpracování osobních údajů, nebo správce, jehož činnost spočívá v rozsáhlém zpracování zvláštních kategorií osobních údajů
- Na základě analýzy rizik zabezpečení osobních údajů povinnost zavést bezpečnostní, technická a organizační opatření

TIP

Pojměte implementaci GDPR jako příležitost udělat si ve společnosti pořádek v nakládání s osobními údaji. Využijte nabídky GDPR Solutions a.s. a objednejte si nezávazně služby na adrese info@gdpr solutions.cz, případně si sjednejte první konzultaci zdarma, nebo navštivte pravidelná školení.

Gut zu wissen, dass...

...digitale Steuerpflichten der Unternehmen mit Abgabe einer Steuererklärung nicht enden

Die Digitalisierung der Steuerverwaltung ist ein aktueller Trend. Wer eine Datenbox hat, muss grundsätzlich elektronisch mit der Steuerbehörde kommunizieren und auf elektronischem Wege die Steuererklärung einreichen. Damit enden jedoch die digitalen Verpflichtungen nicht, und der Zeitaufwand ist oft erheblich.

Welche Pflichten gibt es bei der digitalen Kommunikation mit der Steuerverwaltung in Tschechien?

- MwSt.-Erklärung: monatliche Abgabe (kleinere Unternehmen können ab dem dritten Kalenderjahr nach der Registrierung auch zu Quartalssteuerzahlern werden)
- Kontrollbericht/-meldung: monatliche Abgabe (Achtung, die Toleranz von 5 Arbeitstagen für verspätete Abgabe gilt nicht)
- Zusammenfassende Meldung: nur falls intrakommunitäre Transaktionen in der jeweiligen Periode getätigt wurden
- Intrastat-Meldung: monatliche Abgabe; dies erfolgt jedoch nicht beim Steuerverwalter, sondern beim Zollamt
- Elektronische Umsatzerfassung (EET): „elektronische Kasse“; Umsätze aus Bar- und Kartenzahlung sind bei der Steuerbehörde online auszuweisen

Kontrollmeldung und elektronische Umsatzerfassung (EET)

Nach einer Analyse der Weltbank erhöhte die Einführung der Kontrollmeldung in Tschechien den verwaltungstechnischen Aufwand bei den Unternehmen um 31 Stunden pro Jahr. Für Fehler bei Vorbereitung, Erstellung und Abgabe der Kontrollmeldung sind hohe Geldstrafen bis zu 500.000 CZK vorgesehen, sogar für einen Tag Verzug. Die elektronische Umsatzerfassung (EET) wird seit Dezember 2016 in Phasen eingeführt. In den 15 Monaten seit der Einführung hat die Finanzverwaltung über 1.900 betrügerische Vorgänge bei nahezu 9.000 Subjekten identifiziert. Ab 1. Juli 2018 sollte die elektronische Umsatzerfassung alle Wirtschaftstätigkeiten mit Barzahlungen betreffen. Das Verfassungsgericht hat aber die Umsetzung aller nachfolgenden Phasen gestoppt und verlangt Nachbesserungen in der Gesetzesregelung.

Womit müssen Unternehmer schon bald rechnen?

An der Anpassung der digitalen Kommunikation beteiligt sich auch die OECD. Bereits im Jahr 2005 wurde das „Standard Audit File – Tax“ (SAF-T) erstellt, ein spezielles XML-Datenformular, das den elektronischen Austausch von Buchhaltungsdaten schnell und standardisiert ermöglicht. Es enthält sechs Teile (Hauptbuch, Journal, Forderungen, Verbindlichkeiten, Vermögen, Vorräte/Bestände), die einzelnen Staaten können jedoch den Umfang anpassen. Für Steuerverwalter öffnen sich damit weitere Möglichkeiten für eine effektive, umfassende Kontrolle. In verschiedener Form gilt SAF-T bereits in 11 EU-Ländern. Es ist also wahrscheinlich, dass SAF-T auch in Tschechien eingeführt wird. Die Finanzverwaltung arbeitet derzeit am Projekt „Moje daně“ (Meine Steuern), das auch ein neues IT-System enthält. Für Steu-

ersubjekte ist maßgebend, dass ihre Buchhaltungssoftware auf die SAF-T-Schnittstelle vorbereitet ist. Überprüfen Sie bitte bei Ihrem Anbieter, ob Ihre Software diese Bedingungen erfüllt.

Ein weiterer Schritt bei der Steuereinführung: die Einführung der Blockchain-Technologie bei der Steuererhebung, ähnlich wie in Estland. Die Blockchain kann man sich als ein Garn vorstellen, woraus ein Schal gestrickt ist; schneiden Sie das Garn durch, ist der Schal zerstört bzw. löst sich auf. Die Blockchain ist vergleichbar mit einem Journal, worin die Transaktionen verbucht werden. Jede von ihnen stellt einen neuen Block dar, die in eine Kette eingereiht sind – die Blockchain. Jede Transaktion wird durch mehrere unabhängige Parteien überprüft und kann rückwirkend nicht geändert werden.

Wir helfen Ihnen!

- Wir überprüfen Ihre Steuererklärungen und führen effektive Methoden zur Vorbereitung ein.
- Wir informieren über aktuelle Steuerpflichten und vorbereitete Maßnahmen
- Wir schulen Ihre Mitarbeiter
- Wir bieten komplettes Outsourcing von Buchführung, Lohnverrechnung und Verwaltung
- Wir beraten Sie in komplizierten Fällen
- Und wir vertreten Sie bei Steuerkontrollen und Streitigkeiten mit der Steuerverwaltung

Investieren Sie nicht unnötig in Software – wir verfügen über die modernste, inklusive der modernsten Cyber-Datensicherungen. Widmen Sie sich einfach dem Wesentlichen: Ihrem Business! Um den Rest kümmern wir uns.

Je dobré vědět, že...

...digitální daňové povinnosti firem nekončí elektronickým přiznáním

K aktuálním trendům patří digitalizace daní. Ten, kdo má datovou schránku, musí v podstatě se správcem daně komunikovat elektronicky a daňová přiznání až na výjimky podávat pouze elektronicky. Tím však digitální povinnosti nekončí a často bývají dost časově náročné.

Jaké máme v ČR nejčastější povinnosti digitální komunikace se správcem daně?

- DPH přiznání – měsíčně (menší subjekty mohou od třetího kalendářního roku od registrace být i kvartálními plátcí)
- Kontrolní hlášení – měsíčně (pozor, neplatí tolerance 5 pracovních dnů pro pozdní podání)
- Souhrnné hlášení – jen pokud v daném období byly uskutečněny intrakomunitární transakce
- Intrastat – podává se měsíčně celnímu úřadu (nikoliv správci daně)
- Elektronická evidence tržeb (EET) – „elektronická pokladna“, online se správci daně vykazují tržby v hotovosti a kartou

Kontrolní hlášení a EET

Podle analýzy Světové banky zvýšilo zavedení kontrolního hlášení v ČR podnikatelům administrativu ročně o 31 hodin. Za chyby v přípravě a podání kontrolního hlášení hrozí podnikatelům vysoké sankce, a to i za pouhý den zpoždění. Pokuta může dosáhnout až 500 000 Kč. Za 15 měsíců od zavedení kontrolního hlášení finanční správa identifikovala přes 1900 podvodných řetězců u téměř 9000 subjektů. Od prosince 2016 začíná v ČR postupně nabíhat EET. Od 1. července 2018 měla zasáhnout všechny ekonomické činnosti, kde probíhá platba v hotovosti. Ústavní soud ale nástup všech dalších fází pozastavil a přípravu je se nová právní úprava.

Co se na české podnikatele ještě chystá?

Na úpravě digitální komunikace pracuje i OECD. Již v roce 2005 připravila standard komunikace, tzv. Standard Audit File – Tax (SAF-T). Jedná se o speciální datový formulář ve formátu XML umožňující elektronickou výměnu účetních dat, a to rychle a standardizovaně. Má šest částí (hlavní kniha, deník, pohledávky, závazky, majetek, zásoby), jednotlivé státy si však mohou rozsah upravit. Správci daně se tak otvírá široké pole pro efektivní a rozsáhlou kontrolu. V různé podobě SAF-T v současnosti funguje v 11 zemích EU. Je tedy pravděpodobné, že bude zaveden i v Česku.

V současnosti finanční správa pracuje na projektu Moje daně, který zahrnuje i nový IT systém. Pro daňové subjekty je podstatné, že jejich účetní software by měl být připraven na rozhraní SAF-T. Ověřte si u dodavatele, že váš software tyto podmínky splňuje. Dalším krokem digitalizace daní bude zavedení technologie blockchain do výběru daní, a to po vzoru estonské vlády.

Blockchain si můžete představit jako přízi, ze které je upletena šála; pokud přízi přestřihneme, přestane šála fungovat. Blockchain představuje obdobu účetního deníku, do kterého jsou zaznamenávány uskutečněné transakce. Každá uskutečněná transakce představuje nový blok, jednotlivé bloky jsou pak řazeny v řetězci – společně tvoří blockchain. Každá transakce je při tom ověřena několika nezávislými stranami a data nelze zpětně měnit.

Můžeme vám pomoci

- Zrevidovat a zavést efektivní postupy pro přípravu vašich přiznání
- Informovat o aktuálních daňových povinnostech a připravovaných opatřeních
- Proškolení vaše zaměstnance
- Převzít kompletní outsourcing účetnictví, mezd a administrativy
- Poradit s komplikovanými případy
- Zastupovat při daňové kontrole a ve sporu se správcem daně

Neinvestujte zbytečně do softwaru – my máme ten nejnovější, a to včetně nejmodernějšího kybernetického zabezpečení. Věnujte se své hlavní činnosti, o zbytek se postaráme my!

Gabriela Hoppe

Head of Tax, jednatel
Grant Thornton Tax & Accounting
gabriela.hoppe@cz.gt.com
www.grantthornton.cz



WEIHNACHTS-JOUR-FIXE, DTIHK-KUPPEL
VÁNOČNÍ JOUR FIXE, KOPULE ČNOPK
14.12.2017



SPONSOR | SPONZOR:



PARTNER:



zlatý arouc



FALKENSTEINER



Hotel Maria Prag ****



Dallmayr



oneuran



Foto: Jaromír Zubák

NEUJAHR-S-JOUR-FIXE, HOTEL SAVOY
NOVOROČNÍ JOUR FIXE
30.1.2018



PARTNER:



Foto: Jaromír Zubák



4dot Mechatronic Systems s.r.o.
Industrie 4.0
průmysl 4.0

–
Jan Otoupalík
jan.otoupalik@4dot.cz
Brno
www.4dot.cz



Aerotech Czech s.r.o.
Metallbearbeitung
obrábění kovů

–
Julian Schempp
julian.schempp@aerotech-czech.cz
Klatovy
www.aerotech-czech.cz



Bioo
Erneuerbare Energie
obnovitelné zdroje energie

–
Pablo Vidarte
pvidarte@bioo.tech
Barcelona
www.biootech.com



PROLICHT CZECH s.r.o.
Herstellung von Beleuchtungslösungen
výroba svítidel

–
Martin Smítal
Praha
martin.smital@prolicht.at
www.prolicht.at



Qore technologies
Entwicklung von Integrationssoftware
vývoj integračního softwaru

–
David Nichols
david.nichols@qoretechnologies.com
Praha
www.qoretechnologies.com



Radisson Blu Alcron Hotel
Hotel

–
Michal Chour
michal.chour@radissonblu.com
Praha
www.radissonblu.com/hotel-prague



Börsig s.r.o.
Distribution mit elektromechanischer
Bauteilen
distribuce elektromechanických komponentů

–
Thomas Engler
export@boersig.com
Brno
www.boersig.com

Dr. Ing. Ivan Oliva
Geschäftsführer Nemocnice Na
Homolce
ředitel Nemocnice Na Homolce
individuální Mitgliedschaft | individuální
členství

–
ivan.oliva@email.cz
Zvole



eCarUp
e-mobility

–
Fabian Trinkler
fabian.trinkler@smart-me.com
Rotkreuz
www.ecarup.com

Randall & Hopkirk

Randall a Hopkirk s.r.o.
Kultur-, Werbe- und Marketingservice
kulturní, reklamní a marketingová
činnost

–
Jaroslava Jones
jarkajones@jarkajones.cz
Praha
www.randallhopkirk.cz



RCE systems s.r.o.
Industrie 4.0, Robotics
průmysl 4.0, robotika

–
Lenka Šedivá
lenka.sediva@rcesystems.cz
Brno
www.rcesystems.cz



**Univerzitní centrum energeticky
efektivních budov ČVUT v Praze**
Tschechische technische Universität
technická vysoká škola

–
Lukáš Ferkl
lukas.ferkl@cvut.cz
Buštěhrad
www.uceeb.cvut.cz



First Line Software s.r.o.
Software-Entwicklung
vývoj softwaru

–
Ing. Ivo Líbal
praha@firstlinesoftware.com
Praha
www.firstlinesoftware.com



GDPR Solutions a.s.
DSGVO-Beratungsdienstleistungen
poradenské služby – GDPR

–
Mgr. Jakub Mareš
kmares@gdprsolutions.cz
Praha
www.gdprsolutions.cz



IP Fabric s.r.o.
Industrie 4.0
průmysl 4.0

–
Pavel Bykov
pavel@ipfabric.io
Praha
www.ipfabric.io

BUSINESS MIXER OSTRAVA 28.11.2017



**Ústav mezinárodní kooperace
21. století, z.ú.**
Bildung und internationale Beziehungen
vzdělávání a mezinárodní vztahy

–
Petr Humpolík
petr.humpolik@institut21.org
Praha
www.institut21.org

SPONSOR | SPONZOR:

brose

PARTNER:



CONGRESS HOTEL
OSTRAVA

Foto: Jiří Zerzoň



Kärcher spol. s r. o.
Vertrieb und Service von Reinigungs-
technik und Geräten
prodej a servis čistící techniky a strojů

–
Milada Skutilová
info@karcher.cz
Modletice
www.karcher.cz



MEDICAL MONITOR s.r.o.
Telemedizin
telemedicina

–
Jana Sobotková
j.slavikova@medicalmonitor.cz
Praha
www.medicalmonitor.cz



M.K. INVEST Group s.r.o.
Import u. Export von Lebensmitteln;
Lagerlogistik
import a export potravin; skladová
logistika

–
Martin Klar, MBA
mkinvest@mkinvest.cz
Frýdek-Místek
www.mkinvest.cz

Termíny

Events | Eventy

- 07.03.

Jour Fixe mit anschließendem Konzert der Prager Symphoniker | Julia Fischer – Geigenrecital | Gemeindehaus Prag
Jour Fixe s následným koncertem FOK | Julia Fischer – houslový recitál | Obecní dům, Praha
- 28.03.

Jour Fixe: Speed Business Meeting, Hotel Jalta, Prag | Praha
- Mai
květen

Ordentliche Mitgliederversammlung
Řádná členská schůze
- 31.05.

Joint-Event ausländischer Handelskammern in Tschechien, Žofín Garden, Prag
Společná akce zahraničních hospodářských komor v ČR, Žofín Garden, Praha
- 14.06.

DTIHK-Sommerfest im Garten der Deutschen Botschaft Prag | Letní slavnost ČNOPK v zahradě Velvyslanectví SRN v Praze
- 30.08.

Jour Fixe: Dampferfahrt auf der Moldau
Jour Fixe: Plavba po Vltavě
- 20.09.

Sächsisches Weinfest
Saský Weinfest
- Herbst
podzim

Jour Fixe: HC Sparta Praha, 02 arena

Jubiläum: 25 Jahre deutsch-tschechische Wirtschaft (Gala-Dinner / Konferenz)
Jubileum: 25 let česko-německého hospodářství (gala dinner / konference)
- 13.12.

Weihnachts-Jour-Fixe, DTIHK-Kuppel, Prag
Vánoční Jour Fixe, kopule ČNOPK, Praha
- Kontakt: Petr Žwak, zwak@dtihk.cz

Markt- und Absatzberatung Podpora odbytu a průzkum trhu

- 10.04.

Unternehmerreise bayerischer Lebensmittelhersteller nach Tschechien

Kontakt: Irena Novotná, novotna@dtihk.cz
- 14.-16.05.

Odborná zahraniční exkurze: Smart City – udržitelná doprava a inovativní technologie

Kontakt: Renáta Knollová, knollova@dtihk.cz
- 29.05.

Präsentationsveranstaltung deutscher Unternehmen der Obst- und Gemüsewirtschaft

Kontakt: Irena Novotná, novotna@dtihk.cz

Umwelt | Životní prostředí

- 27.02.

Kick-off Workshop „Young Energy Europe“

Kontakt: Hana Potůčková, potuckova@dtihk.cz

Ausbildung, Seminare & Trainings Vzdělávání, semináře a tréninky

- 20.03.

Spolupráce firem a škol: jak nadchnout žáky pro odborné vzdělávání

Kontakt: Andrea Husmann, husmann@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



ČNOPK: Jak vytěžit z účasti na veletrhu (nejen) v Německu co nejvíce

>>> **V dnešní digitální době stále častěji zaznívá názor, že veletrhy jsou přežitek. Opak je pravdou. Kde jinde než na veletrhu budou vaše produkty v centru dění, seznámíte se s trendy v oboru i konkurencí a navážete osobní kontakt se zákazníkem. Vaše účast nemusí být přehlídkou promrhaneho času a financí. Následující tipy přijdou vhod veletržním nováčkům i zkušeným matadorům.**

Německo je veletržní velmoc. Na tamní výstavy míří firmy z celého světa. Orientaci v nabitém kalendáři vám poskytne AUMA, Výbor německého hospodářství pro výstavy a veletrhy (www.auma.de). Výběr toho správného veletrhu může být těžší, než se zdá. Rozhodujte se podle odborného charakteru, dosahu veletrhu a struktury návštěvnosti. Než zainvestujete do výstavní plochy, zajedte na veletrh jako návštěvník. S plánováním veletržní expozice začněte s dostatečným předstihem a pohlídejte si uzávěrky přihlášek pro vystavovatele. Včasná rezervace přináší u mnoha veletržních společností nemalou slevu na pronájem stánku.

Veletržní stánek je vizitkou firmy. Co do velikosti a vybavení musí korespondovat s firemní identitou a povahou produktů. Přitáhněte pozornost neotřelými instalacemi či audiovizuální prezentací, zároveň však dbejte na autentičnost, věcnost a upravenost. Show ano, ale neměla by působit jako jarmark.

Jestliže je stánek kulisa, tak personál na něm jsou herci. A ti hrají ve veletržním představení klíčovou, přesto často opomíjenou roli. Na veletrh pošlete své nejlepší odborníky, komunikativní a reprezentativní osoby. Sličná hosteska bez špetky povědomí o sortimentu firmy je hrdinou minulosti, obzvláště v Německu. V přípravné fázi veletržní tým důkladně proškolete, rozdělte úkoly a služby na jednotlivé veletržní dny. Zaměstnance na stánek vybavte jednotným formulářem, do kterého si zaznamenají průběh schůzek. Výrazně vám to ulehčí vyhodnocení relevance kontaktu.

Sebenákladnější stánek ale nepřinese kýžený efekt bez důkladné propagace. Využijte k tomu vlastních i veletržních komunikačních kanálů. S dostatečným předstihem pozvěte klienty i obchodní partnery. Svou váhu stále má personalizovaná pozvánka zaslaná poštou. Adresáta by měla zastihnout nejméně tři týdny před začátkem akce. Schůzky si dohodněte na konkrétní den i hodinu. Pár dní před veletrhem se krátce připomeňte e-mailem.

Veletrh však není jen o vlastní expozici. Můžete se zviditelnit i na doprovodných akcích, konferencích či workshopech. Najděte si čas projít výstavní areál a udělejte si obrázek, jak se prezentuje konkurence a další vystavovatelé.

Odjezdem z výstaviště veletržní aktivity rozhodně nekončí. Na řadu přichází vyhodnocení účasti. Nenechte si utéct získané kontakty, dodržte, co jste návštěvníkům vašeho stánku slíbili. Do pěti dnů se jim ozvěte alespoň s poděkováním.

Je třeba si uvědomit, že veletrh je především nástrojem marketingu. Posilujete image značky a vztahy se zákazníky i partnery. Při dobře zacílené prezentaci tato investice přinese své ovoce. Nepřeceňujte ale její bezprostřední dopad na prodej.

Při účasti na veletrhu v Německu vás rádi podpoříme. Poradíme, kam má smysl se vydat, pomůžeme se zajištěním a přípravou expozice, pozveme vytipované obchodní partnery či zákazníky a můžeme vám asistovat přímo na místě. ČNOPK zastupuje veletržní společnosti Messe Berlin, Spielwarenmesse Nürnberg, Veletrhy Brno. ☺

Kontakt: Zdeňka Goedertová, messe1@dtihk.cz
Tereza Hofmanová, hofmanova@dtihk.cz



Startup Café – místo setkání klíčových hráčů z oblasti IT ve zdravotnictví a startupů

17. – 19. 4. 2018, Berlín

Mezinárodní veletrh conhIT, zaměřený na IT ve zdravotnictví, letos přichází s novým formátem nazvaným Startup Café. Tato platforma je určena mladým inovativním podnikům, které za pomoci informačních technologií přináší řešení pro zlepšení zdravotní péče. Vzniká specializovaná výstavní plocha, na níž startupy v neformální atmosféře u šálku kávy budou moci prezentovat své portfolio odborníkům v oboru, investorům a potenciálním partnerům v podnikání a obchodu.

Tímto krokem veletrh conhIT sleduje nejnovější trend v branži. Stále více zavedených zdravotnických firem se zaměřuje na spolupráci s novými společnostmi. „Startupy jsou nezbytné pro posun zdravotnického průmyslu kupředu. Nejsou zatíženy minulostí a ve svém úsilí o nejlepší řešení jsou schopny vytvářet nové produkty pro zdravotnictví budoucnosti. Být malou společností v naší branži v žádném případě není známkou slabosti,“ domnívá se Dr. Markus Müschenich, řídící partner Flying Health.

Díky odbornému publiku, které tvoří přibližně 80 % návštěvníků veletrhu, je conhIT pro začínající firmy tím správným místem, kde mohou představit své nápady.

NEPŘEHLÉDNĚTE: DELEGACE – ÚČAST ZDARMA!

17.-18. dubna 2018 organizuje ČNOPK na tento veletrh, akademii a kongres delegaci pro odborníky z branže. Počet účastníků je omezen na 14. Účast je zdarma, zájemci se mohou přihlásit v ČNOPK (tel.: +420 221 490 310, e-mail: messe1@dtihk.cz).

Innovation and Leadership in Aerospace



25. – 29. 4. 2018, Berlín

Mezinárodní veletrh letectví a kosmonautiky se zaměřuje na inovace v leteckém průmyslu. Návštěvníci mají možnost spatřit nejnovější letecké technologie, 3D tisk, vesmírné simulátory či se aktivně zapojit do diskuzí s předními odborníky na témata jako drony a jejich regulace, snižování emisí, obrana a bezpečnost, současné problémy a budoucí výzvy v leteckém a kosmickém sektoru.

Ať už jsou to výrobci osobních letadel, turbín nebo vrtulníků, dodavatelé pohonných systémů nebo návrháři raketových vozidel, všichni si na ILA přijdou na své. Odborní návštěvníci zde zase mohou navázat kontakty nejen s velkými korporacemi, ale i se specializovanými dodavateli.

Na uplynulém ročníku ILA 2016 více než 1000 vystavovatelů představilo širokou škálu nejmodernějších technologií, produktů i výzkumných a vývojových projektů. Tato čtyřdenní událost přilákala na 150 000 návštěvníků.

NEPŘEHLÉDNĚTE:

Odborníkům i laikům nabízíme v předprodeji **elektronické vstupenky s velkým cenovým zvýhodněním.** Pro laické návštěvníky pořádá cestovní kancelář PP TOURIST jednodenní zájezd. Zájemci mohou kontaktovat Pavla Petráčka (tel.: +420 777 017 478, e-mail: ckpptour@volny.cz).



Mezinárodní veletrh pro fitness, wellness a zdraví

12. – 15. 4. 2018, Kolín nad Rýnem

Největší veletrh fitness na světě přichází s novou koncepcí orientovanou ještě více na potřeby oboru. K tomu patří rozšířený program pro odborné návštěvníky i více prostoru pro obchodní jednání s vystavovateli. Na loňském ročníku 1019 vystavovatelů obsadilo plochu 160 000 m² a počet návštěvníků překročil 150 000.

Zvláštní pozornost FIBO letos věnuje sportovní výživě, fitness módě a interiéru studií. K vidění bude široké spektrum produktů a služeb souvisejících s vybavením fitness center a posilováním, oblečením pro sportovce, výživovými doplňky a cvičebními pomůckami, ale i high-tech trendy jako diagnostické přístroje nebo chytré hodinky pro sportovce. Veletrh počítá také s rozšířením plochy pro wellness a beauty, opomenuta nezůstane ani sekce power.

11. dubna se uskuteční 5th European Health & Fitness Forum, na kterém se očekává 400 špičkových odborníků z oboru fitness z celé Evropy.

ČNOPK nabízí i letos profesionálům a podnikatelům z oboru fitness vstupenky zdarma!

Více informací o veletrhu naleznete na oficiálních stránkách www.fibo.de.



Your stationery expo

Mezinárodní veletrh papírenských, kancelářských a školních potřeb ve znamení kreativity

4. – 6.10. 2018, Norimberk

Norimberský Insights-X si zakládá na individuálním přístupu a přátelské atmosféře, která přispívá ke snadnějšímu navazování kontaktů. Dokládá to mimo jiné každoroční nárůst obliby ze stran vystavovatelů i odborných návštěvníků. Všeobecně vítaný podzimní termín skýtá obchodníkům dostatečnou časovou rezervu k tomu, aby trendové novinky stihli zařadit do novoročních katalogů.

Veletrh klade velký důraz na kreativní tvorbu. V Insights-Aréne jsou pro návštěvníky připraveny různé interaktivní akce, při nichž si řadu vystavovaných exponátů mohou vlastnoručně vyzkoušet a otestovat. Tento veletržní koncept v roce 2017 ocenilo celkem 5578 odborných návštěvníků. Po Italech a Rakušanech patřili k nejpočetnějším zahraničním návštěvníkům Češi. Vystavovatelé mají na výběr šest produktových skupin: psací potřeby a příslušenství, papír a registratura, zboží pro uměleckou a kreativní tvorbu, vše kolem psacího stolu, papeterie a dárkové zboží, tašky a příslušenství. Přihlášku lze vyplnit online na www.insights-x.com/en/exhibitors/application/, uzávěrka je 31. března 2018.

Loňského ročníku se zúčastnilo 305 vystavovatelů celkem ze 41 zemí, což představuje významný nárůst oproti roku 2016. Českou republiku reprezentovaly v sekci tašky a doplňky firmy Karton P+P, Stil Trade, v sekci papírnictví a dárky to byla firma Jiri Models a v sekci psací potřeby a příslušenství firmy Volf Office Supplies a Mazari.





Tschechiens Städte und Gemeinden wollen smarter werden und die Vorteile der Digitalisierung nutzen.

**URBIS SMART CITY FAIR 2018
25. – 28. 4. 2018, BRÜNN**

Tschechiens Städte und Gemeinden haben den Willen „smart“ zu werden. Aufgrund digitaler Technologien gibt es heute bereits viele technische Lösungen, um Städte im Bereich Energieeffizienz, Wasserwirtschaft, Luftverschmutzung oder Parkraumüberwachung attraktiver und lebenswerter zu machen. Laut einer Umfrage der Deutsch-Tschechischen Industrie- und Handelskammer, an der sich 120 Städte und Gemeinden beteiligten, steht das Thema Smart City für fast drei Viertel aller Kommunen auf der Tagesordnung. Dies eröffnet neue Geschäftsfelder für deutsche Unternehmen.

„Für ein zukunftsorientiertes Land ist es enorm wichtig, das Potenzial von smarten Lösungen flächendeckend zu nutzen“, sagte AHK-Geschäftsführer Bernard Bauer bei der Präsentation der Umfrageergebnisse – doch genau daran scheitert es bislang. Denn die Aktivitäten beschränken sich aktuell auf einzelne Pilotprojekte. Konkrete Ansätze oder Strategien sind oft noch nicht vorhanden: Jede vierte Stadt in Tschechien hat

bis dato keine smarte Lösung eingeführt – trotz vorhandener digitaler Technologien in den Bereichen Verwaltung, Lebensmittelversorgung und Gesundheitswesen.

Priorität bei digitalen Innovationen in Tschechiens Städten haben bislang E-Government (ein elektronischer Datenaustausch zwischen Bürgern und Verwaltung), effiziente kommunale Beleuchtung, Energiespeichertechnik sowie der öffentliche Nahverkehr. In diesen Bereichen starteten tschechische Gemeinden bereits mehrere Pilotprojekte.

Die Fachmesse URBIS SMART CITY FAIR findet vom 25. bis 28. April 2018 auf dem Messegelände Brunn statt und bietet smarte Lösungen für Städte und Gemeinden an.

Parallel zur Messe findet ein dreitägiger URBIS SMARTalk statt. Erwartet werden renommierte Redner und Experten, die ihre Visionen zu Themen wie Digitalisierung, Infrastruktur, Mobilität und Administration präsentieren. Der Urbanist und Architekt Ulrik Nielsen, vom Studio Gehl Architects, ist einer der Keynote Speaker. Das bekannte Architekturbüro hat bereits innovative Smart-City-Projekte in Moskau, New York und Sydney umgesetzt.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.bvv.cz/de/urbis/urbis-2017/

Strategien der Fachkräftegewinnung in Westböhmen

Trendy získávání pracovníků v západních Čechách

>>> Mehr als 90 % der Firmen in Westböhmen kämpfen mit Fachkräftemangel, zwei Drittel davon spüren ihn besonders stark. Lediglich ein Drittel der Befragten sieht der Entwicklung im Fachkräftebereich in den nächsten fünf Jahren positiv entgegen. 40 % der befragten Unternehmen erwarten hingegen, dass der Kampf um qualifizierte Mitarbeiter noch zunehmen wird.

Diese Informationen gehen aus der Umfrage „Strategien der Fachkräftegewinnung in Westböhmen“ hervor, die Anfang 2018 vom Regionalbüro Pilsen durchgeführt worden ist. An der Umfrage haben sich 48 Firmen aus der Pilsener und Karlsbader Region beteiligt.

Mehr als 70 % regionaler Unternehmen versuchen die Fachkräftelücke durch die Beschäftigung von ausländischen Mitarbeitern (meistens aus der Ukraine, Bulgarien, Rumänien und Vietnam) zu schließen, besonders für die Position des Fertigungsarbeiters. „Unsere Firma hat zurzeit rund 3.000 Mitarbeiter, etwa ein Drittel kommt aus dem Ausland. Dank unseres Integrationsprogramms gelingt es uns, einige vorübergehend zugeteilte Agenturarbeiter auch als Stammpersonal zu gewinnen. Trotz langwieriger Prozeduren und anspruchsvoller Bürokratie konnten wir auch einige Mitarbeiter aus der Ukraine holen. Für weitere ausländische Mitarbeiter planen wir aktuell ein Wohnhaus“, teilte Karolína Ťoupalová mit, HR-Spezialistin beim Unternehmen Borgers CS. Mit dem Programm „Ukraine“, das vom Ministerium für Industrie und Handel aufgelegt wurde und die Beschäftigung von Ukrainern erleichtern soll, haben laut Umfrage 22 % der regionalen Firmen bereits eigene Erfahrungen gesammelt.

Rund ein Fünftel der Unternehmen plant infolge der Arbeitsmarktsituation, die Einführung von Automatisierung und Investitionen in neue Technologien zu beschleunigen. Mehr als drei Viertel der Firmen haben im vergangenen Jahr die Löhne ihrer Mitarbeiter erhöht und das Angebot an Benefits erweitert. Viele Firmen starteten außerdem Kooperationen mit Schulen auf allen Ebenen des Bildungssystems – Grund-, Mittel- und Hochschulen. Der Schwerpunkt in der Zusammenarbeit mit den Mittelschulen liegt auf der eigenen Ausbildung der Azubis. Gemeinsame Projekte mit Schulen betrachten die Unternehmen als einen wichtigen Teil des externen Personalmarketings.

>>> Více než 90 % firem v západních Čechách se potýká s nedostatkem pracovních sil, dvě třetiny z nich pociťují tento problém velmi silně. Vývoj v příštích pěti letech vidí optimisticky jen zhruba třetina dotázaných. Naopak téměř 40 % oslovených očekává, že se boj o pracovníky bude dále přirostřovat.

Tyto informace vyplývají z průzkumu Trendy získávání pracovníků v západních Čechách, který zpracovala začátkem roku 2018 Regionální kancelář Plzeň a kterého se zúčastnilo 48 společností z Plzeňského a Karlovarského kraje.

Přes 70 % regionálních firem řeší aktuální situaci na trhu práce dovozem pracovníků ze zahraničí (nejvíce z Ukrajiny, Bulharska, Rumunska a Vietnamu), zejména na pozici dělníka ve výrobě. „Naše firma se zhruba 3000 zaměstnanci má aktuálně 30% podíl cizinců. Díky našemu integračnímu programu se nám postupně úspěšně daří některé dočasně přidělené agenturní zaměstnance převádět do kmene. I přes zdoluhavé procedury a náročnou byrokracii se nám povedlo dovézt také několik desítek zaměstnanců z Ukrajiny. Pro další z nich v současné době připravujeme bytový dům,“ sdělila Karolína Ťoupalová, HR specialista ve firmě Borgers CS. Podle průzkumu má konkrétně s programem Režim Ukrajina Ministerstva průmyslu a obchodu ČR zkušenosti 22 % regionálních firem.

Zhruba pětina firem v důsledku situace na trhu práce plánuje urychlit zavádění robotizace a investice do nových technologií. Přes tři čtvrtiny firem vloni zvýšilo zaměstnancům mzdy, a to v průměru o 5 %, a rozšířilo nabídku benefitů. Firmy také více spolupracovaly se školami na všech úrovních vzdělávacího systému – základními, středními i vysokými školami. U středních škol při tom kladou důraz na vlastní výuku učňů. Projekty se školami považují regionální firmy za důležitou součást externího HR marketingu.

UMFANGREICHER SERVICE FÜR AUSSTELLER Barbara Vávra, Tel.: +420 221 490 334, E-Mail: vavra@dtihk.cz

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

P3 erweitert ihr Portfolio

Die Immobiliengesellschaft P3 hat von HB Reavis den Gewerbe-park „Lovosice Cargo“ in der Region Ústí gekauft. Das gesamte Gelände mit einer Fläche von 43.500 qm ist derzeit von einem Langzeitmieter mit kompletter Infrastruktur und Büros belegt. Das Gelände befindet sich in der Nähe eines internationalen Ter-minals des Containerverkehrs und ist direkt an die Bahn sowie die Autobahn D8 Prag-Dresden angeschlossen. In der Nähe liegt auch der Gewerbepark „P3 Lovosice“, den das Unternehmen im August 2017 erworben hat und für den es bereits im November den ersten Pächter gefunden hat – FM Logistic. „Das erste Gebäude im Park P3 Lovosice soll im Juni fertig sein“, so Tomáš Míček, Direktor für Tschechien. Nach der Fertigstellung wird P3 in dieser Gegend über 168.000 qm Fläche für Lager und Leichtindustrie zur Verfügung stehen. Die beiden Industrieparks könnten der Region Ústí mehre-re hundert neue Arbeitsplätze bringen.

P3 rozšiřuje své portfolio

Průmyslový developer P3 má nový přírůstek v Ústeckém kraji. Od společnosti HB Reavis odkoupil park Lovosice Cargo. Celý areál zaujímá plochu 43 500 m² a v současnosti je plně obsazen dlouhodobým nájemcem, který zde má kompletní zázemí, včetně kanceláří. Nový park se nachází nedaleko mezinárodní-ho terminálu kontejnerové dopravy, na který je přímo napojen železniční vlečkou, a dálnice D8 z Prahy do Drážďan. V blízkosti P3 Lovosice Cargo leží také areál parku P3 Lovosice, jehož koupi společnost oznámila v srpnu 2017 a už v listopadu pro něj ziska-la prvního nájemce, společnost FM Logistic. „Dostavbu první budovy parku P3 Lovosice předpokládáme v červnu letošního roku,“ uvedl Tomáš Míček, ředitel P3 pro Českou republiku. Po dokončení P3 Lovosice tak bude developer v této oblasti vlast-nit více než 168 000 m² pro skladování a lehkou výrobu. Tyto průmyslové parky by Ústeckému kraji mohly přinést několik stovek nových pracovních míst.

Interquality seit 25 Jahren auf dem Markt

In diesem Jahr feiert die Schulungs- und Beratungsfirma Interqua-lity ihren 25. Geburtstag. Seit 1993 hilft sie ihren Kunden, Soft-Skills und Prozesse zu verbessern. Den Schwerpunkt bilden dabei die Verhandlungsfertigkeiten. Im März plant die Firma in diesem Bereich – in Zusammenarbeit mit einem Verhandlungsführer der Polizei – ein neues Seminar zum Thema „Verhandeln Sie, als ob es um Ihr Leben ginge“. Die meisten Kunden kommen aus Tschechi-en und der Slowakei, es gibt jedoch auch Kunden in Deutschland, Belgien, Indien und Vietnam. Auch DTIHK-Mitglieder oder das tschechische Außenministerium gehören dazu. „25 erfolgreiche Jahre auf dem Markt – das ist eine Verpflichtung für die Zukunft. Eine Verpflichtung, kontinuierlich die Qualität der Dienstleistungen für die Kunden zu verbessern. Eine Verpflichtung, ständig innova-tive Lösungen zu liefern. Denn nur dank dem Vertrauen unserer Kunden sind wir erfolgreich“, sagt Vladimír Nálevka, Geschäfts-führer von Interquality.

Interquality již 25 let na trhu

Letos oslaví 25. narozeniny česká školící a poradenská spo-lečnost Interquality. Od roku 1993 pomáhá klientům rozvíjet mezilidské dovednosti a zlepšovat procesy. Soustředí se při tom především na tréninky vyjednávacích dovedností a poradenství v této oblasti. Na březén je naplánován seminář s policejním vyjednavacem, jehož motto je „Vyjednávajte tak, jako by vám šlo o život“. Většina klientů je z České republiky a ze Slovenska, ale najdou se také klienti v Německu, Belgii, Indii či Vietnamu. K zákazníkům patří i členské firmy ČNOPK nebo například Ministerstvo zahraničních věcí ČR. „25 úspěšných let na trhu – to je závazek do budoucna. Závazek neustále zlepšovat kvalitu služeb pro klienty. Závazek stále přinášet inovativní řešení. Protože pouze díky důvěře našich klientů jsme dosáhli našeho úspěchu,“ říká Vladimír Nálevka, jednatel Interquality.

Personalien

Marek Loula wurde Direktor für Corporate Banking bei der ČSOB. Robert Pitt ist neuer COO bei CTP Invest. David Greenbaum ist neuer Chief Financial Officer (CFO) bei der CPI Property Group. Tibor Ovečka leitet als Head of Office Agency die Bürovermietung bei BNP Paribas Real Estate. Neuer Chief Operating Officer bei der ING Bank ČR ist Petr Kohout, Radek Mlčák ist neuer CFO und Mark Tornij leitet das Whole-sale Banking. Martin Houska wird neuer Partner von Moore Stephens, die Firma ernannte Zuzana Prokopcová als neue Betriebsleiterin. Ivana Holubová ist neue Rechtsanwältin bei LTA. Von der Anwaltskanzlei UEPA wurde Lucie Hladěnová zum Partner ernannt, Martin Murad ist neuer Senior Counsel für grenzüberschreitende Projekte. Das Beratungsun-ternehmen EY wurde im Bereich Wealth and Asset Management durch Alena Šebestová verstärkt. Ondřej Jaroš ist neuer Senior Manager bei KPMG Česká republika. Radek Buršík wurde Partner bei PwC Legal Česká republika.

Personální informace

Vrchním ředitelem korporátního bankovníctví ČSOB byl jmenován Marek Loula. Novým provozním ředitelem skupiny CTP Invest se stal Robert Pitt. Na pozici Chief Financial Officer v CPI Property Group nastoupil David Greenbaum. Tibor Ovečka vede tým pronájmu kanceláří BNP Paribas Real Estate. Na pozici Chief Operating Officer ING Bank nastoupil Petr Kohout, na pozici Chief Financial Officer Radek Mlčák a ředitelem Wholesale Banking se stal Mark Tornij. Novým partnerem poradenské společnosti Moore Stephens se stal Martin Houska, firma jmenovala také novou provozní ředitelku Zuzanu Prokopcovou. Tým ad-vokátů v LTA rozšířila Ivana Holubová. Partnerkou advokátní kanceláře UEPA se stala Lucie Hladěnová, novým senior counselem pro přeshra-niční projekty je Martin Murad. Tým poradenské společnosti EY v oblasti Wealth and Asset Management posílila Alena Šebestová. Senior Mana-gerem KPMG Česká republika se stal Ondřej Jaroš. Novým partnerem PwC Legal Česká republika je Radek Buršík.



Park P3 Lovosice



Namentlich gekennzeichnete Artikel geben die Meinung der Autoren wieder, die nicht notwendigerweise mit der der DTIHK übereinstimmen muss. Die Redaktion übernimmt für unverlangt eingesandte Manuskripte keine Haftung und behält sich ggf. deren Überarbeitung vor. Obsah článků uveřejněných pod jmény vyjadřuje názory autorů, které nemusí být totožné s míněním ČNOPK. Redakce nepřijímá zodpovědnost za nevyžádané rukopisy a vyhrazuje si právo redakčních úprav.

GESCHÄFTSCHANCEN FÜR DEUTSCHE UNTERNEHMEN - LIEFERANTENVERZEICHNIS TSCHECHIEN 2017/2018

- 178 übersichtliche Unternehmensprofile I 32 Branchen I 308 Seiten
- deutschsprachige Ansprechpartner
- Kontaktdaten mit praktischem QR-Code
- aktuelle Informationen zu Wirtschaft und Recht in Tschechien



AHK Services
Martin Marek
Tel.: +420 221 490 319
marek@dtihk.cz

www.tschechien.ahk.de

Uwe Hengstermann

CEO - Geschäftsführer von Borgers CS
jednatel Borgers CS

FRAGEN OTÁZEK



Die Gesichter hinter den Mitgliedsunternehmen. Sieben Fragen und sieben persönliche Antworten – diesmal mit Uwe Hengstermann, Geschäftsführer von Borgers CS.

Das Beste an meinem Job ...

... ist es, sich mit einer motivierten Mannschaft immer wieder den neuen Herausforderungen der Automobilindustrie zu stellen und jeden Tag wieder schnell und flexibel überzeugende Lösungen zu finden.

Eine große Herausforderung im Leben:

... ist es für mich, trotz beruflicher Anspannungen auch für meine Familie in der Tschechischen Republik und für meine Frau Mama in der Bundesrepublik ein Vater, Ehemann und Sohn mit Zeit und guten Nerven zu sein.

Worüber können Sie herzlich lachen?

Wenn meine Kinder auf ganz niedliche Weise die deutsche und tschechische Sprache vermischen: „Papa, aus meinem Finger ist krev getekt“ oder „In der Schule müssen wir Batochen nossen“.

Wo hört bei Ihnen der Spaß auf?

Wenn das Vertrauen zwischen Menschen gebrochen wird, wenn Fehler nicht zugegeben und Versprechen nicht eingehalten werden.

Was können die Deutschen von den Tschechen lernen?

Dass es manchmal besser ist, 60 % sofort zu haben, als 100 % nie ...

Mit welcher Persönlichkeit würden Sie gerne einen Abend verbringen?

Karel Gott – kein anderer verbindet unsere beiden Völker wie er.

Was würden Sie heute Ihrem jüngeren Selbst empfehlen?

Bleibe in kritischen Situationen ruhig, es gibt für alles eine Lösung. Arbeite hart, versuche stets fair zu sein – das hat sich immer gelohnt – vergesse aber deine Liebsten nicht!

Kdo se skrývá za členskými firmami. Sedm otázek a sedm osobních odpovědí. Tentokrát odpovídal Uwe Hengstermann, jednatel Borgers CS.

To nejlepší na mé práci je...

... že mohu společně se svým motivovaným týmem stále znovu a znovu čelit novým výzvám automobilového průmyslu a každý den rychle a flexibilně nacházet přesvědčivá řešení.

Jednou z velkých výzev v mém životě:

... i přes pracovní vytížení být pro mou rodinu v České republice a pro mou maminku v Německu otcem, manželem a synem, který má pevné nervy a udělá si na ně čas.

Co vás dokáže rozesmát?

Když mé děti tak roztomile míchají dohromady češtinu a němčinu: „Papa, aus meinem Finger ist krev getekt“ nebo „In der Schule müssen wir Batochen nossen“.

Kdy pro vás končí legrace?

Když lidé zneužijí důvěru, když nepřiznají, že udělali chybu, a nedodrží, co slíbili.

Co se mohou naučit Němci od Čechů?

Že někdy je lepší mít teď 60 % než nikdy 100 %.

Se kterou ze známých osobností byste chtěl strávit večer?

S Karlem Gottem. Nikdo jiný nespojuje naše dva národy tak jako on.

Co byste dnes poradil svému mladšímu já?

V kritických situacích zachovej klid, všechno se dá vyřešit. Tvrdě pracuj, stále se snaž být férový – to se vždycky vyplatilo – ale nezapomínej na své blízně!



Herstellung qualitativ hochwertiger Plastikbehälter von 2 ml bis 2.500 ml
Zertifiziertes Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001
Breites Sortiment an Standardprodukten

VERLÄSSLICHER PARTNER FÜR:

- Pharmaindustrie • Medizintechnik • Automobilindustrie • Chemieindustrie
- Lebensmittelindustrie

Výroba vysoce kvalitních plastových dílů od 2 ml do 2.500 ml
Řízení jakosti certifikováno dle DIN EN ISO 9001
Široký sortiment standardních produktů

SPOLEHLIVÝ PARTNER PRO:

- farmaceutický průmysl • zdravotnickou techniku • automobilový průmysl
- chemický průmysl • potravinářský průmysl





Radost z jízdy



VLASTNÍ CESTOU.

ZCELA NOVÉ BMW X3.

WWW.BMW.CZ/X3

Kombinovaná spotřeba paliva v l/100 km 5–8,2 km. Emise CO₂ g/km 132–188.