

JEDNODUCHÉ ŘÍZENÍ VAŠICH FIREMNÍCH VÝDAJŮ



GLOBAL
CORPORATE PAYMENTS



Kdo má nápad,
musí ho sám
rozvinout, a ne
delegovat jiným.

Kávě musíte podlehnout

René Sion ví, že skvělá káva nevznikne bez zkušeného baristy a ani nejlepší nápojový automat se neobejde bez zodpovědného člověka. Ze sídla firmy udělal galerii a vymyslel praktický Cafédock. Seznamte se s dlouholetým ředitelem firmy, která na českém trhu nastavila laťku kvality kávy velmi vysoko. To je Dallmayr.



Káva je pro většinu lidí každodenní nezbytností. Jsou Češi ve výběru kávy fajnšmekři?

Požadavky na kvalitu kávy za poslední léta podstatně vzrostly. Svůj díl práce na tom máme nejen my, ale také spousta malých nadšených firem a pražírén. Kdo se kávou totiž opravdu vážně zabývá, je vždy nadšencem. V tomto oboru nelze zůstat chladným, kávě musíte podlehnout. A tak dnes Češi vědí, jak má chutnat espresso, ale také se nebojí obsluhu vrátit nepitelnou břečku.

Nedávají Češi stále přednost spíše „turku“?

Podle výzkumu je tento český specifický způsob přípravy kávy pořád stále oblíbený, turka pije asi 25 procent lidí, mezi čtyřicátníky a staršími je to dokonce 30 procent. Ale já jsem dalek toho, abych říkal „takhle se káva nevaří, nepijte turka“. Klidně si turka pijte, jen ho připravujte správně. Neposmíváme se ani „picolu“, i když tento pojem kromě nás nikde neexistuje. A nebudu se smát, ani když si Čech objedná ono espresso oblíbeným českým „preso, prosím!“ a očekává, že dostane pořádný kyblíček, který zalije třemi balenými smetanami. Správné espresso má být připraveno pouze z 25 ml vody, která se pod tlakem přes kávu protlačovala pouze 25 vteřin, pak už se uvolňují látky, které chuť kávy kazí.

i Dallmayr u nás

Roku 1962 vzniká divize firmy Dallmayr Automaten-Service a v devadesátých letech se začínají její kávové automaty objevovat také ve střední a východní Evropě. Česká pobočka vznikla v roce 2001, v jejím vedení je od toho roku René Šion, který pobočku zakládal. Zákazníky jsou franšizové společnosti, dnes jich má přes 120, dále jsou to výrobní a průmyslové podniky, kavárny, restaurace, instituce a také čerpací stanice. Zajišťuje také kávový catering při významných společenských a diplomatických událostech, k jejím zákazníkům patří například Pražský hrad. Znalost značky na českém trhu natolik vzrostla, že její jednotlivé divize (zaměřené na prodej kávy jako takové, na nápojové automaty a služby pro kanceláře a konečně na divizi zaměřenou na kavárny a bary) již vystupují bez dalšího rozlišení pod značkou Dallmayr.

Jak to jde dohromady s pověstí firmy Dallmayr, která je synonymem kvalitní kávy?

Dallmayr je velmi progresivní a nevyhýbá se ničemu novému, ovšem zároveň trvá na vysoké kvalitě. Nese si s sebou něco ze své tradice, která je opravdu dlouhá. Když jsme v roce 2001 otevírali českou pobočku, konkurence se smála. A kvalita? Za kvalitu český trh přece nezaplatí, říkali. Jenže nakonec se konkurence svou kvalitou musela přizpůsobit, protože jsme sem kvalitu skutečně přinesli. Dnes si třeba nikdo nemůže dovolit dovážet staré stroje.

Zrnková, kapslová i rozpustná. Když kávu milujete, všechny mají v našem životě místo.



Zabýváte právě i vendingem, tedy nápojovými a prodejními automaty. Může automat připravit kvalitní kávu?

Hodně zkušeného baristu automat samozřejmě nenahradí. Jenže ne všude, kdy byste si dali kávu, může být taky zkušený barista. Z automatu dobré značky a dobře udržovaného může být káva vynikající, naše automaty nabízejí i zrnkovou kávu, jenže dobrou automatovou kávu opět nezaručuje sama značka stroje, ale opět člověk. Totiž obsluha, která se o automat stará. Automat musí být čistý a pravidelně kontrolovaný.



i O firmě Alois Dallmayr

Lahůdkářský obchod založený roku 1700 se za tři sta let proměnil ve firmu, která je v celé Evropě symbolem výborné kvality. Postupem doby se stala dvorním dodavatelem delikates pro šestnáct panovníckých domů Evropy. K důležitým jménům firemní historie patří Konrad Werner Wille, který zde ve třicátých letech minulého století vybudoval specializované oddělení kávy. V současnosti je značka Dallmayr známá po celém světě. Kromě celé Evropy se prodává například v Kanadě, USA nebo v Rusku. Nesmírně oblíbená je v Japonsku.

jako celek telemetrie ovšem neohlídá. Mimořádně když jsme u kvality nápojových automatů, byly to právě automaty na benzínových stanicích, které byly v počátcích naší firmy v Česku takovými ambasadory kvality. Když jsme se dozvěděli, že na některou benzinku začali lidé jezdit právě díky naší kávě, ohromně nás to potěšilo.

Jaké další trendy v oblasti vendingových automatů sledujete?

Nejen sledujeme, my je nasazujeme. Umíme instalovat automaty s mobilní platbou, umíme automaty, které přijímají platby bezkontaktně prostřednictvím platební karty. Je v tom budoucnost a je otázkou několika let, než se to prosadí.

i T-Mobile a český Dallmayr

Firma spolupracuje s T-Mobile od svého vstupu na český trh. René Sion oceňuje, že už v době, kdy u nás působil on a jeden technik, se T-Mobile choval velmi vstřícně a ke společnosti Dallmayr se choval jako k firmě, která má u nás velký potenciál růstu. Dnes zaměstnanci firmy používají síť T-Mobile pro volání a data, do sítě jsou připojeny stovky automatů.

Klíč k úspěchu? Rychlé reakce na přání zákazníků a správně nastavené procesy ve firmě.

A jak se o svoje automaty tedy staráte?

V České republice jich máme okolo 10 000, z toho je jich 400 připojených do mobilní sítě a hlásí svůj aktuální stav. Jak je vám z tohoto poměru jasné, stále je u nás rozhodující člověk, který se o automat pravidelně stará. Automa-

tickou telemetrii vůbec nepodceňujeme, ta má smysl ve vysokoobrátkových provozech, kde automat rychle nahlásí poruchu či naopak v nízkoobrátkových nahlásí nedostatek zboží. Ale už nenahlásí, že potřebuje vyčistit. Takže pro inventurní účely je to skvělá věc, kvalitu



i Odkud dováží kávu?

Dallmayr je proslulý především etiopskou kávou, jejíž věhlas ve třicátých letech v Evropě společnost vzkřísila. V Africe ještě spolupracuje také s Tanzanií, ale i s producenty z Latinské Ameriky (Brazílie, Guatemala, Kostarika, Kolumbie), z Indie či Papuy-Nové Guineje. Používá nejjemnější druhy káv z horských oblastí a nejlepších pěstitelských provincií světa. Dává přednost malým pěstitelům a kvalitou dovážené kávy se řadí ke světové špičce.

Co děláte pro to, aby baristé vaši kávu připravovali dobře?

Víte, mít v kavárně kvalitní presovač není všechno. Z větší části se na kvalitě připravované kávy podílí člověk. Pokud mezitím připravuje bagety, chodí pro objednávky a neví, kam dřív skočit, poradíte takové kavárně, ať si pořídí gastronomický automat. Ten po stisknutí tlačítka udělá dobrou kávu, sice se nevyrovná skvělému baristovi, ale dobrému určitě. My pro profesionály (ale i laiky) u nás připravujeme školení, nicméně aby se člověk stal dobrým baristou, trvá to delší čas.

Když jsem si s vámi domlouval schůzku, zjistil jsem, že to, co můžete rychle udělat sám, nedelegujete na jiné. Třeba jste mi poslal užitečné materiály o firmě. To je odlišný přístup oproti jiným šéfům. Jak ve firmě prosazujete nové nápady?

Věci, které jsou nové, musí dělat ten, kdo je vymyslel, ten, kdo na ně přišel. Těžko svou vlastní vizi, která je ještě pouhou myšlenkou, předáte

i Osobní cesta ke kávě

René Sion působil v devadesátých letech v Itálii jako oční optik. Po svém návratu se mu nechtělo vrátit se do „optického středověku“, jak to sám nazval, který u nás tehdy ještě panoval. Využil tedy nabídku vstupu do italské technologické firmy, kam se dostal díky znalosti italštiny. Tady se poprvé setkal s nápojovými automaty. Během svého dalšího působení v oboru si její firma Dallmayr aktivně sama vyhledala a na výzvu založit u nás českou pobočku kývl.



někomu jinému. Byl jsem u skvělých projektů, kdy velcí šéfové nadelegovali myšlenku, ale ta věc pak umřela. Kdo myšlenku má, musí ji rozvinout a věnovat se jí jako první.

To je trochu podobné jako s těmi obrazy, že? Nelze si nevsímnout, že sídlo vaší firmy místy vypadá spíše jako galerie.

Ano, lidi si tehdy mysleli, že jsem zešlel. Umění ke kávě patří. Vzorky produktů samozřejmě můžeme zákazníkům poslat, ale oni raději řeknou: přijedu k vám ochutnat, aspoň uvidím, jaké máte nové obrazy. Zájemci tu najdou obrazy českých umělců, ale i výtvarníků z exotických dálek, například z Latinské Ameriky nebo Afriky. A taky to založilo tradici malých vernisáží, které u nás probíhají. Takže moje věšení obrazů po nocích, které vypadalo tak podivně, se nakonec vrátilo v podobě radosti a pěkného pracovního i obchodního prostředí.

Zůstaneme u nových věcí, ale zpět ke kávě a šířeji k občerstvení v kancelářích: vy jste představili tzv. Cafédock, že?

Tvůrcem jeho podoby je Roman Kvita, mladý absolvent Vysoké školy uměleckoprůmyslové, nápad na kompaktní a mobilní občerstvovací řešení do firem je ale skutečně můj. Jednou jsem při návštěvě autoservisu pozoroval jeho zaměstnance, jak se úslužně snaží zákazníkům zpříjemnit čekání. Jenže kávu vařili na jednom místě, džus chladili úplně jinde, barel s vodou stál onde, takový trochu chaos. Během čekání jsem si hrál s myšlenkou, jak to všechno dát do jedné „kredence“... Tak vznikl nápad na Cafédock. Je na kolečkách, takže ho přivezete tam, kde ve firmě právě probíhá nějaké setkání, a připojíte do zásuvky. To je všechno. Vše potřebné je totiž uvnitř, od dobré vody, kterou dobrá káva začíná, po kvalitní kávovary. A nechybí ani ten džus a veškeré potřebné zásoby včetně porcelánu.

Už jsme mluvili o vaší toleranci k individuálním řešením, vy zkrátka nejste takový ten druh kávového extrémisty, který může pít jen jeden druh kávy připravovaný jedním způsobem, protože „tak je to nejlepší...“

PŘÍBĚH NAŠEHO ZÁKAZNÍKA

Pro Dallmayr je vysoká kvalita produktu otázkou cti a několikasetleté tradice.



Firmulář: Dallmayr Kaffee / Dallmayr Vending & Office, Česká republika

Společnost založena: 1700 / 2001

Počet zaměstnanců: cca 3 000 / asi 130

Roční obrat: cca 1 mld. eur / 230 mil. Kč

Oblasti působení: prodej kávy a čaje, provoz nápojových automatů a nápojové služby pro kanceláře, produkty pro kavárny a bary

sypaného a sáčkového čaje. O telemetrii jsme už mluvili, pro ni je důležitým prvkem mobilní síť, na kterou jsou automaty připojeny. A když jsme u sítě T-Mobile, kterou používáme, musím říct, že u tohoto operátora jsme od samého počátku a jeho služby byly vždy perfektní.

A neříkám to proto, že rozhovor je pro časopis T-Mobilu.

Už ve chvíli, kdy jsem zde byl jen já a jeden technik, chovali se k nám velmi slušně. Neposlali nás někam do fronty a neodbyli nás. Už tehdy si uvědomili potenciál růstu značky Dallmayr. ●

Dallmayr si velmi dobře uvědomuje, že kávu pijeme v nejrůznějších situacích. Když ráno spěcháme do práce, je dobrým rychlým řešením instantní káva. Svoje místo v malých kancelářích a domovech má kapslová káva, tu připraví dobře každý. Stejně je to s automaty, jsou chvilky všedního dne, kdy na jinou kávu není čas. Když milujete kávu, musí se káva trochu přizpůsobit vašemu životu, naopak to půjde těžko. Nic z výše uvedeného se samozřejmě nevyrovná útulné kavárničce se zkušeným baristou, který má na kávu čas. Ale hledejte ho ráno doma nebo v kanceláři vedle.

Jaké jsou plány českého Dallmayru?

Rosteme a například počet zaměstnanců, který je uvedený na začátku článku, už v době vytištění časopisu nebude platit, určitě bude vyšší. Budeme rozvíjet technologie pro správu našeho vozového parku, neustálým technologickým vylepšováním procházejí nápojové automaty, mnohem dostupnější jsou dotykové displeje, kterými budou vybaveny, v automatech jsme také zavedli prodej kvalitního



Nejen pro kavárenské povaleče

Slouží nám jako pracovny, obývací pokoje, kuchyně, galerie i zasedací místnosti. Kavárny se staly místem, kde se odehrává nemalá část našich životů. A to by bez dobré kávy nešlo.

Nezáleží na tom, jestli chcete jen lelkovat a oddychnout si od ruchu kolem, vyřídit si pracovní záležitosti nebo se setkat s lidmi, se kterými je vám dobře. Správná kavárna vás uvítá bez ohledu na to, jak zde chcete trávit svůj čas. Některé kavárny se starají už o několikátou generaci hostů a jsou živoucí vzpomínkou na zašlou slávu rakousko-uherské monarchie či na prvorepublikové Československo. Jiné začaly psát svou historii teprve nedávno a stále se tak trochu hledají. Jedno ale mají společné, a to kávu, která nemůže chybět v žádné z kaváren.

Tady se psaly dějiny

Kavárny jsou svěbytným fenoménem, který se podílel na vývoji a ustavení městské společnosti tak, jak ji známe dnes. To alespoň tvrdí německý filozof a sociolog Jürgen Habermas, který se věnoval právě tomu, jak evropské salony, kavárny a literární skupiny demokratizovaly společnost. Ne náhodou byly právě kavárny místem, kde se mohli scházet lidé bez ohledu na svůj sociální původ a mluvit spolu o nejrůznějších záležitostech. V kavárnách se formulovaly a sdílely myšlenky později zasahující celou společnost. Tomu významně pomáhal i způsob prodeje a podávání kávy. Tento nápoj byl už v 17. století, kdy vznikaly vůbec první kavárny, spojen s předáváním informací, které lidé tehdy neměli jak získat jinak. Od toho byl už jen krůček k diskuzím a výměnám názorů. Už v roce 1675 bylo v Anglii okolo tří tisíc kaváren a ne náhodou začali tisknout vlastní noviny na začátku 18. století právě londýnští kavárníci. Jejich podniky byly už před tím místem, kde se tehdy vydávané noviny četly právě jako zdroj informací, a tak se rozhodli spojit své obchodní záměry.

Své historické okamžiky zažívaly také pražské kavárny. Kavárenský život v metropoli vzkvétal



i Lesk starých časů

Mnohé ze slavných pražských kaváren fungují dodnes. Příkladem podniků, které navázaly na svou úspěšnou historii, jsou Café Louvre, kam chodil kromě jiných hostů také Karel Čapek, či kavárna Slavia, kterou měl v oblibě Jan Zrzavý i Václav Havel. Obě kavárny jsou na Národní třídě. Unikátem je kubistická Grand Café Orient v domě U Černé Matky Boží v Celetné ulici, jejíž interiér navrhl Jozef Gočár. Mezi slavnými kavárnami nemůže chybět ani Café Imperial v ulici Na Poříčí, která v sobě spojuje art deco s kubistickými prvky. K jejím hostům patřil třeba Tomáš Garrigue Masaryk nebo Leoš Janáček.

zejména na přelomu 19. a 20. století, kdy byla Praha jedním z významných kulturních i vzdělanostních center rakousko-uherské monarchie. V kavárně Slavia tak bylo možné potkat třeba Bedřicha Smetanu, v Café Louvre zase sedával Franz Kafka, Max Brod či během svého pobytu v Praze Albert Einstein. Mimochodem právě Café Louvre byla oporou pro české ženské hnutí, protože právě zde se scházely dámy z vyšších vrstev. Secesní Café de Paris pak hostila třeba Jaroslava Vrchlického, Aloise Jiráka nebo Václava Myslbeke.

Dobry servis a péče o hosta

Bez ohledu na to, co všechno už má kavárna za sebou či kdo všechno ji navštěvoval nebo v současnosti navštěvuje, musí být schopna se o své hosty dobře postarat. Toto základní kavárenské pravidlo platilo v minulosti a platí i dnes. „Hosté očekávají od kaváren kvalitní produkty a kvalitní servis, tedy příjemnou obsluhu,“ popisuje kavárník Daniel Kolský, zakladatel a majitel několika kaváren Mamacoffee. Podle něj jsou hosté hodně různí, a tak jim vyhovují i docela odlišné přístupy.

„Výrazně se rozrostla skupina lidí, kteří v kavárnách pracují. Opakem jsou lidé, kteří do kaváren přicházejí po práci potkat se s přáteli. „Já mám rád kavárny právě jako místa setkávání, které by měla fungovat pro různé příležitosti. Mělo by se tam dát číst si knížku, potkat se s kamarády nebo rodinou, ale třeba tam jít i na rande. Věřím, že právě to je to, co spolu s kvalitní kávou a jídlem hosty na našich podnikách baví,“ dodává Daniel Kolský. Kavárny se tak v posledních letech stávají místem, kde se prolínají nejrůznější hosté od matek s malými dětmi přes majitele psů všech možných velikostí, lidi kreativních profesí, zamilované páry až třeba po manažery řešící obchody nebo třeba seniory pozorující cvrkot kolem sebe.

Bez dobré kávy to nejde

Základ nabídky každé kavárny je vždy káva, byt i zde se vkus hostů mění. Spolu s tím, jak více cestují, a tedy i více ochutnávají, rostou jejich požadavky na kvalitu kávy i její přípravu. „Každý by měl pít to, co mu chutná, ne to, co někdo říká, že je dobré. Ale k tomu, aby zjistil, jaká káva mu chutná, by měl ochutnat různé druhy, typy i způsoby přípravy,“ vysvětluje Jaroslav Tuček, spolumajitel kaváren Můj šálek kávy, Alza Café a Místo. Podle něj by dobrá káva měla příjemně

vonět, chutnat sladce a měla by mít určitý charakter a osobitý projev.

Přibývá také hostů, kteří s kávou chtějí experimentovat a zjistit, co všechno jim může kavárna nabídnout. „Tito hosté si dávají speciální kávové nápoje, ochutnávají kávy různých odrůd a původu, prostě zkoušejí. Hodně zákazníků také využívá možnosti našeho degustačního setu, což jsou tři filtrované kávy, připravené naslepo, kdy zákazník dle chuťových pohárků hádá, o jakou kávu se jedná,“ popisuje Jaroslav Tuček. Mimochodem tím, z čeho kávová nabídka ve všech kavárnách vychází, je espresso. Z něj pak vznikají další nápoje jako cappuccino, latté nebo macchiato. „Pokud je espresso už od základů špatně připravené, projeví se to i v dalších nápojích, které z něj vycházejí. Například na cappuccino vám skoro všude nasypou skořici, která zabíjí chuť kávy. Častý je nešvar, kdy personál navrství pěnu na cappuccino lžící, ale pěna by měla být jemná a krémová, aby se z ní daly litím tvořit krásné obrázky. Spousta lidí si také myslí, že cappuccino musí být sladké a horké. Přitom jde jen o espresso s mlékem a mléčnou pěnou, o které se nikdy nesmíte spálit,“ přibližuje možná úskalí Petra Veselá, baristka, odbornice na kávu a také autorka úspěšné Knihy o kávě.

I původně dokonalou surovinu v podobě kvalitních, správně a čerstvě upražených i správně

i Když dbáte o štíhlou linii...

... je nevhodnější pít černé kávy, případně kávy s malým množstvím mléka nebo cukru. Nepříliš zdravou variantou jsou různé kávové nápoje, ať už ledová káva z plastové lahve koupená u benzinové pumpy, nebo káva doplněná o šlehačku a různé velmi kalorické sirupy z kavárenských řetězců.

vzhledem ke způsobu přípravy namletých kávových zrn lze bohužel snadno znehodnotit. „Dobrá káva je souhra od pěstování kávy až po dokonalé uvaření nápoje. Naším baristkám a baristům vštěpujeme, že každý jednotlivý krok, který se s kávou děje, může i původně dokonalou surovinu, na které pracovalo už hodně lidí, jako jsou farmáři, pražiči a další, zcela zničit,“ dodává Daniel Kolský. A také říká, že personál v dobré kavárně by měl vědět, jakou kávu připravuje, kde byla vypěstována a jak byla zpracována a pražena. A pokud pracují s kávovou směsí, pak by také měli vědět, jak byla namíchána. Zkušenosti baristé a baristky pak dodržují správný způsob přípravy jednotlivých nápojů a jsou schopni hostovi poradit s výběrem podle jeho preferencí. ●



Kavárny pomáhaly demokratizaci společnosti.

Češi a káva: od turka ke kapslím

Vztah Čechů ke kávě prošel doslova revolucí. Mnohem víc se zajímají o to, co pijí, a vybírají si. Dopřát si kvalitní kávu se tak stalo součástí dobrého vkusu.

Stačí jen jedinkrát ochutnat opravdu dobrou kávu, a už nikdy se nebudete chtít vrátit k té horší. V tom se shodují milovníci nápoje, který může mít mnoho podob. Už dávno neplatí, že by káva byla jen černá a hořká. Naopak může mít v sobě celou řadu tónů a chutí a jejich kouzlu podléhá stále více Čechů. Doba, kdy se většina lidí dostala jen k nepříliš kvalitní zrnkové kávě, kterou si namleli v místní samoobsluze, je, jak se zdá, už dávno zapomenuta.

i Mletí kávy do zásoby je nesmysl

Velmi důležité je skladovat kávová zrna nemletá a mlít je až krátce před samotnou přípravou kávy. Pokud si zrna namelete dopředu, zničíte je, protože káva rychle oxiduje, čímž ztrácí své aroma a chuť. Čerstvě mletá káva je voňavá a chuťově velmi příjemná. Dobře je proto namlít si vždy takové množství kávy, které jste schopni během několika dnů spotřebovat, a pak umlít další.

Z kávy se během několika málo let stal svěbytný fenomén.

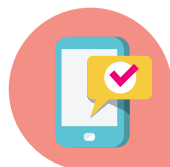
„Češi dnes vědí o kávě mnohem více než před několika lety. Na jedné straně si utahují z kavárenských hipsterů, ale zároveň se velmi zajímají o to, jakou kávu si kupují, a přemýšlí nad její přípravou,“ shrnuje kávovou proměnu Daniel Kolský, majitel pražírny kávy a kavárna Mamacoffee. Podle něj souvisí zájem o lepší kávu s tím, jak se lidé více zajímají o celkovou kvalitu svého života, a tedy i o to, co jedí a pijí. „Káva se stala společenským tématem,“ dodává. Češi se prý příliš neliší od ostatních národů, ať už v tom, že je v posledních letech více baví experimentovat a hledat rozdíly, nebo v tom, že stále milují „českého“ turka či „cappuccino“ s nekvalitní mléčnou pěnou a sko-

řící navrch. Tyto nápoje mimochodem existují i v dalších zemích, a to bez ohledu na rozvinutost kávové kultury.

Není jen hořká

Základním poznáním, které přišlo s rozmanitostí kvalitní kávy v Česku, je chuťová rozmanitost. Už neexistuje jen „kafe“ jako univerzální označení pro kávová zrna i nápoj z nich, ale v úvahách o kávě se objevují různé kávové odrůdy, odlišná místa původu kávových zrn či odlišné způsoby přípravy kávy. „Lidé zjišťují, že káva nemusí mít jen jednotnou hořkou chuť a že nemusí být jen pravidelným zdrojem kofeinu. Poznávají, že kvalitní výběrová káva je chuťově pestrá podobně jako třeba víno. Na roz-





Více informací najdete v elektronické verzi časopisu

dobré obchody s kávou uvádějí informace o datu pražení, a dávají tak zákazníkům možnost kupovat si čerstvou kávu pro domácí přípravu průběžně. Požadavky spotřebitelů tak rostou a obchodníci na ně musejí reagovat, a to včetně velkých hráčů na trhu. „Trh kávy jako takový zůstává ve své podstatě stejný, ale už několik let je patrný přesun mezi kategoriemi na základě měnících se zákaznických preferencí. V posledních letech se například o slovo začíná výrazně hlásit zrnková káva, kterou oceňují především zákazníci náročnější na rituál přípravy jejich šálku kávy,“ popisuje Eva Kotýnková, která trh s kávou v ČR dlouhodobě sleduje.

Čeští zákazníci se tak začínají více orientovat na kvalitnější kávu a vyhledávat sofistikované kávy se zajímavým místem původu, například Brazílie, Guatemala, Indonésie a podobně.

Jednoduše doma

Proměnou prošla i domácí příprava kávy, která se vydala hned několika cestami. Nejprve přišlo nadšení z instantní kávy a toho, že do hrníčku stačí nasypat prášek a zalít jej horkou vodou. Pro líné pak vznikly i směsi s velkým množstvím cukru a sušeným mlékem či přímo instantní „cappuccino“. Ale spolu s tím, jak rostlo povědomí o kávě a její kvalitě, začal se zájem spotřebitelů přesouvat k tomu, jak si dopřát dobrou kávu doma. „Tento rostoucí trend podporuje i stále větší obliba kávovarů pořízovaných do domácností, kde nyní lze díky kvalitní kávě a odpovídajícímu přístroji připravit nápoj na téměř profesionální úrovni,“ dodává Eva Kotýnková. Z kávovarů se tak staly oblíbené dárky či spíše dary, protože opravdu profesionální vybavení znamená nemalou investici.

„U espressa jdou náklady do desítek tisíců, a přitom ze stroje nejspíš nikdy nezískáte kávu na úrovni té, kterou vám připraví profesionální barista v kavárně,“ vysvětluje Jaroslav Tuček. A tak běžní spotřebitelé jdou raději cestou cenově dostupnějších přístrojů, jako jsou třeba kávovary na kapsle. „Spotřebitelé kromě kvality upřednostňují i jednoduchý a komfortní způsob přípravy kávy. Velký nárůst proto zaznamenává segment jednoporcových systémů – kapslí. I my sledujeme neustálé zvyšování jejich prodejů,“ říká Eva Kotýnková. Pro kapsle hraje rychlost, snadnost a také čistota přípravy kávy, která si udržuje stálou kvalitu, jelikož káva je do kapsle ihned po upražení hermeticky uzavřena a kávovar automaticky zvolí nejlepší nastavení pro daný druh nápoje.

i Pro kávu je nejlepší tma, chlad a sucho

Celá kávová zrna vydrží čerstvá zhruba tři až čtyři týdny. Po tu dobu si zachovávají plnost chuti a vůně. I kvalitní kávová zrna ale může zkazit nevhodné skladování, naopak dobré podmínky její chuť a vůni dokážou uchovat i o několik týdnů déle. Káva potřebuje hlavně chlad a sucho, protože pražené kávové zrno obsahuje oleje, které mohou mít tendenci žluknout a tím výrazně zhoršit chuť kávy. Vhodná je dobře uzavíratelná, světle nepropouštějící nádoba. Ideálním místem ke skladování je tmavá, chladnější spíž, kde je nižší než pokojová teplota a také sucho. Poněkud sporné je uchovávání v ledničce. Tma a chlad jsou sice pro kávu důležité, ale jen málokdy je možné zajistit, že se k zrnům nedostane vlhko a pachy ostatních skladovaných potravin. A ty naopak aroma kávy mohou ovlivnit.

Další možností je sáhnout po jiných způsobech přípravy kávy, u kterých není třeba profesionální vybavení. „Doma si člověk může uvařit skvělou kávu. Základem dobré kávy je vždy čistá, kvalitní voda. Z hlediska kávy pak čerstvě pražená káva, kterou je vždy lepší mlít až těsně před samotnou přípravou,“ popisuje základní pravidlo přípravy Daniel Kolský s tím, že on sám má nejraději překapávanou kávu a také kávu připravenou přes french press nebo aeropress. „Právě aeropress jsem s sebou měl i na cestách v Nepálu nebo Guatemale a užíval si dobrou kávu i tam. Pracovat s ním je opravdu snadné,“ doplňuje. Jak french press, tak aeropress jsou filtračními metodami přípravy kávy a jejich vstupní náklady se pohybují v řádech sto korun. K tomu je pak dobré přikoupit si slušný mlýnek s mlecími kameny. Mimořádně postačí ruční. „Postup je u všech překapávaných metod podobný: Kávu čerstvě nemelete, nasypete do papírového filtru, zalijete ideálně filtrovanou nebo balenou vodou asi minutu po varu a necháte extrahovat. Doba extrakce záleží na tom, jaký přístroj používáte, obecně je to mezi 2 a 4 minutami. Pak kávu necháte skrz filtr překapat do šálku, a je hotovo. Celé to trvá pár minut, a pokud použijete kvalitní kávu a dodržíte míry a časy, budete mít kávu lepší než ve většině kaváren,“ doporučuje Jaroslav Tuček. ●

Základem dobré kávy je kvalitní voda a čerstvě pražená surovina.

díl od vína si ale špičkovou kávu může dovolit mnohem více lidí,“ vysvětluje Jaroslav Tuček, spolujednatel české pražírny výběrové kávy doubleshot a několika kaváren. Pro přístupnost dobré kávy hraje právě její cena, kdy stogramový balíček kvalitní a čerstvě pražené kávy můžete koupit zhruba za sto korun. Nijak nákladné nemusí být ani domácí vybavení pro přípravu kávy, a tak se lahodný nápoj stává dostupným luxusem každého dne.

Samozřejmostí ale musí být čerstvě a správně pražená kávová zrna, to znamená žádné spáleniny, které by výsledné kávě daly nepříjemnou pachut. Od doby pražení k vlastní konzumaci by pak neměly uplynout více než zhruba tři až čtyři týdny, po které káva vydrží čerstvá. Proto také

Automaty (skoro) na všechno

Mléko, sušenky, jízdenky, ale také cigarety, dámské kalhotky nebo třeba zlato – to všechno si můžete koupit, aniž byste museli komunikovat s živým prodávčem. Vše za vás vyřídí automat.

Zachraňují nás ve chvílích, kdy kamenný obchod není poblíž. Díky nim nemáme hlad ani žízeň v kancelářích, můžeme si dopřát bezpečný sex s kondomem nebo nejezdíme na černo. Reč je o prodejních automatech, které se staly tak samozřejmou součástí našich životů, že je už ani nevnímáme. Díky nim si můžeme koupit pestrou paletu zboží, aniž by nás omezovala zavírací doba obchodů. Nákup z automatů je jednoduchý, rychlý a také anonymní, což vyhovuje oběma stranám – prodávajícím i kupujícím.

Dáte si sušenku?

Stačí vhodit příslušnou sumu a dostanete požadované zboží nebo službu. Na tomto jednoduchém principu pracují prodejní automaty už od 19. století, byť myšlenka prodeje zboží bez prodávče sahá až do starověku. Skutečný rozmach ale automaty zažily až s nástupem moderního způsobu nakupování, kdy zákazníci chtějí své



i Koupíte si tričko za dvě eura?

Prodejní automat se může stát i zajímavým sociálním experimentem. V Berlíně nainstalovala nezisková organizace Fashion Revolution automat, který nabízel trička za pouhých dvě eura. Jakmile si ale zákazník vybral své zboží, na obrazovce se objevil krátký film o tristních podmínkách, ve kterých pracují a žijí lidé, kteří levný textil pro vyspělé země světa vyrábějí. Není nijak překvapivé, že po zhlédnutí videa zákazníci zasažení emocemi nakonec nekoupili laciné tričko za dvě eura, ale peníze místo toho darovali na dobročinné účely.

zboží nebo služby co nejrychleji. Takový vendingový prodej umožňuje prodávat produkty i tam, kde by jiný způsob prodeje nebyl efektivní, třeba na parkovištích, na zastávkách MHD či v čekárně na lékařské pohotovosti.

Prodejní automaty nabízejí ve vyspělých zemích světa širokou skupinu spotřebního zboží, zejména takového, které patří mezi impulzivně nakupované, to jsou například nápoje nebo sladkosti. Prodejní automaty jsou výkladními skříněmi, které lákají zákazníky 24 hodin denně 7 dní v týdnu bez jakéhokoliv omezení. Ne náhodou dostanete chuť na něco sladkého právě ve chvíli, kdy je automat poblíž. Čím jsou automaty pro spotřebitele dostupnější a svou nabídkou zajímavější, tím častěji po nich sahají. European Vending Association,

kteřá zastupuje zájmy vendingového odvětví, uvádí, že jen v Evropě je v provozu 3,74 milionu prodejních automatů, z toho 2,2 milionu tvoří nápojové automaty. Vůbec nejžádanějším artiklem v automatech pak je voda.

Pro obchodníky prodejní automaty znamená univerzální a masový prostředek k tomu, jak zboží dostat až k zákazníkům. Pro svůj provoz samozřejmě potřebují čas na poměrně jednoduché úkony, jako je doplňování zásob, kontrola provozu, odběr tržby a případné opravy poruch. Staly se efektivním rozšířením prodejních možností, kdy umožňují nepřetržitý provoz a navíc pomocí nich obchodníci dosáhnou do míst, kde by provoz prodejny nebyl ekonomicky výhodný.

„Výkladní skříně“, které lákají zákazníky 24 hodin denně 7 dní v týdnu.



Japonský automatový ráj

Japonsko je země, kde se podařilo prodejní automaty dotáhnout k dokonalosti. Země vycházejícího slunce má jednu z nejhustších sítí prodejních automatů na světě. Automaty jsou dostupné doslova všude, a to nejen v rušných částech měst. Prodejní automaty lze běžně najít i v zapadlých uličkách nebo na venkově. Často vedle sebe stojí i několik automatů s různou nabídkou, a zákazníci si tak mohou vybrat doslova z desítek druhů zboží. Vůbec nejčastěji automaty nabízejí nápoje, ať už vodu, limonády nebo pro Japonsko typické čaje. Mimochodem japonský ledový čaj v automatech oblíbený neobsahuje pouze symbolické množství čajového výtažku, jak je to běžné v Evropě, ale velmi silný čaj.

V japonských automatech se ale prodává i řada dalšího zboží. Vedle nabídky piv či míchaných alkoholických nápojů, cigaret či různých drobných sladkostí a sendvičů, jsou běžné i automaty na zmrzlinu či na instantní nudle. Nechybí ani automaty na květiny, kostky ledu, zeleninu či náhradní baterie do mobilních telefonů. Na škále automaticky prodávaného zboží se v Japonsku podepisuje i tamní poměrně teplé a vlhké klima spojené s častými dešti, a tak zde jsou i automaty na jednorázově použitelné deštníky nebo pláštěnky. Nechybí ani automaty nabízející hygienické potřeby a takřka cokoliv dalšího, co by si čistoty milovník muž či žena mohli přát. V oblíbených veřejných lázních, kterých je v zemi vzhledem k bohatství termálních pramenů víc než dost, automaty nabízejí třeba hřebeny, čisté spodní prádlo či manikúrové sety. ●

i Svěcená voda z automatu

První prodejní automat se objevil už ve starověku v roce 215 před našim letopočtem. Řecký matematik Herodotos vymyslel a zkonstruoval stroj pro automatický prodej svěcené vody věřícím. Ti na pánvičku položili minci, která svou vahou překlopila páku spojenou s ventilem do otevřené polohy, a jím se dostalo dávky svěcené vody. Byl tehdy šlo o skutečně zajímavou myšlenku, nedočkala se po další dva tisíce let většího rozšíření. Důvod byl jednoduchý, takové zařízení nebylo možné vyrobit a zejména provozovat za přijatelnou cenu. Ke zlomu došlo až na konci 19. století v Anglii, kde byly pro poštovní účely navrženy a patentovány první automaty na mince. Brzy se objevily na nádražích a poštách, kde prodávaly obálky, pohlednice a další zboží. První prodejní automat, který nabízel potravinářské zboží, byl uveden do provozu v New Yorku v roce 1888. Zákazníci si bez prodávачe poprvé mohli koupit žvýkačky ve tvaru kuličky. Později byl tento automat vylepšen společností Pulver Manufacturing Company, která pod průhledný skleněný poklop umístila loutky. Ty se daly do pohybu pokaždé, když byla do přístroje vložena mince, a tak vznikla první podpora prodeje prostřednictvím automatu.

Počty automatů v Anglii, Francii nebo Německu až do druhé světové války rostly, přesto ale sloužily především jako marketingový nástroj pro podporu prodeje než jako samostatný a výnosný způsob prodeje zboží. Tehdejší sortiment zahrnoval zejména levné a poměrně trvanlivé zboží, které nepotřebovalo speciální podmínky pro skladování. Byly to především cigarety, zápalky, cukrovinky nebo alkoholické i nealkoholické nápoje. Jiná situace byla v USA, kde se automatům velmi dařilo a pro některé firmy často tvořily samostatnou obchodní síť. Prudký rozvoj pak automaty zažily po válce, kdy se díky sériové výrobě jejich cena snížila. Zároveň se zlepšila i jejich provozní spolehlivost.

i Prodejní automaty v Česku

Socialistické Československo na svůj automatový boom čekalo dlouho. Prodejní automaty u nás sice byly, ale zdaleka ne tak běžně rozšířené, jako je tomu dnes. Proti jejich používání mluvila nespolehlivost a velmi malá nabídka zboží. Mimochodem automaty na teplé nápoje v kelímku, v současnosti vůbec nejrozšířenější automaty u nás, na český trh pronikly v 90. letech. Pak následovaly automaty na balené nápoje a až nakonec automaty na prodej kusového zboží. Obchodníci si tehdy „testovali“ zájem spotřebitelů a automaty umísťovali nejprve do velmi rušných míst, jako jsou nádraží, nemocnice nebo velká kulturní zařízení.

Svůj bouřlivý rozvoj a následný pokles zájmu u nás zažily také automaty na čerstvé mléko, takzvané mlékomaty, které i lidem ve velkých městech umožnily nakupovat čerstvé nadojené mléko. Překvapivě neúspěchem skončily automaty na pivo, od nich si pivovary slibovaly revoluční způsob prodeje, ale zákazníci o ně neměli dostatečný zájem. Automaty vybavené čtečkou, která z osobních dokladů ověří věk kupujícího, tak na svůj rozvoj teprve čekají.

Konzumně-požitkářský „rauš“



i O autorovi

Profesor Stanislav Komárek, filozof, biolog a esejista. Přednáší na Přírodovědecké fakultě Univerzity Karlovy v Praze.

Schopnost
čehokoliv se vzdát
mizí.

Naše náboženství konzumerismu Dnes snad už jen skauti se svým starodávným lovením bobříků hladu, žízně, odvahy a mlčení mají něco z dříve velmi rozšířené mentality, která nechtěla všechno hned a tady. Nestojí snad celá naše společnost na kultivaci nespokojenosti a netrpělivosti? Nevyužívá tohoto pohonu pro své cíle většina politických vůdců i svůdců? Úsloví typu „Dočekej času jako husa klasu!“ jsou dávno kdesi na smetišti dějin. Dnešní husa chce mít klas k dispozici čtyřiaadvacet hodin denně a hned v dosahu zobáku. Ne že by tato snaha snad nenesla hojně ovoce: v hypermarketu jsou borůvky v lednu, na Mauricius můžete doletět za pár hodin, z internetu v momentu „vytěkají“ přehřle různých informací. To ale klid v duši samozřejmě nepřináší, to by ovšem byla jiná kapitola.

Konzumerismus je jediné náboženství, které od svých vyznavačů nevyžaduje žádná sebeomezení a jehož „etiku“ je věru snadné dodržovat – dopřát si, a to ihned a co nejvíce. Potíž je jen v tom, že síla, která v lidských duších tento mechanismus pohání, je při svém rozpoutání v podstatě neregulovatelná a slepá, podobá se rozpoutané řetězové jaderné reakci. Není to poprvé ani naposled, kdy to, co původně něčemu bylo pohonem a motivací, se najednou stává vážným ohrožením.

Už se konec konců technicky vyplnila většina pohádek: proudové letadlo je rychlejší sedmimílových bot, krabička nápadně připomínající kouzelné zrcadlo nám umožňuje popovídat si s přáteli doma, byť jsme na Kerguelenách, antibiotika či srdeční plastiky vytáhnou z hrobu ty, kterým by i čarovné jablko sotva pomohlo. To všechno je vlastně výsledkem chtivosti a netrpělivosti.

Tradice (už jen) tradovaná

Přítomná doba se tradičním příkazům vzepřela v celé škále aspektů, dá se říci, že ve všech. Všechny tradiční společnosti si cenily trpělivosti a skromnosti (byť k nim patřila i okázalá reprezentace všech prominentnějších, od velmožů po sedláky). Cenily si pokory před osudem i jeho přijetí bez reptání. Cenily si toho, že člověk se

nápadně nedral do popředí a neupozorňoval na sebe (rozhodně ne víc, než odpovídalo jeho pevně danému postavení) a že měl schopnost sebeovládání, která brzdila projevy nevole a rozmrzelosti navenek. Jenže schopnost přinést jakoukoliv oběť, byť sebemenší, schopnost vzdát se čehokoliv, je ta tam. Technologie dnes pohánějí pravé opaky někdejších ctností do dalších a dalších závitů vzestupné spirály, ze které milovnický tradic, ať už „paleokonzervativce“ nebo jim názorově dosti blízké ekologisty, jímá závraf.

Sněž a pracuji

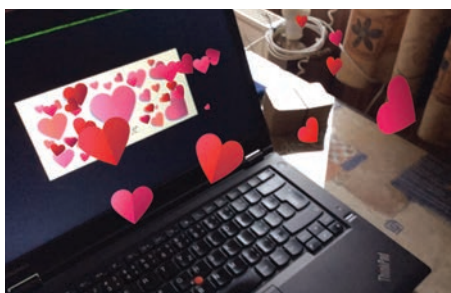
Konzumní společnost, tak jak se vyvinula během 20. století, stojí na pravém opaku toho, co zemědělskou i raněji kapitalistickou společnost konstituovalo, byla to odložená spotřeba. Nutné sebepřemáhání dávného zemědělce, díky kterému v nouzi přicházejícího jara nesnědl osivo, je to, co umožnilo vznik civilizované společnosti vůbec, takové sebepřemáhání náhle mizí. Chceme všechno, tady a hned – to je nejvlastnější pohon konzumní společnosti. Teď chci na Seychely! Teď chci bazén! Teď chci norského lososa! Jak malé jsou možnosti a hranice rozmarů orientálních tyranů proti možnostem dnešního normoobčana! Filozof Emanuel Rádl kdysi mluvil o „všeobecném šlechtictví“ dob, které přijdou. Co do konzumních a technických možností měl nepochybně pravdu – každý z nás má několik příjemně temperovaných místností, denně čisté ošacení, exotické plody, daleké cesty... Tento myslitel však podcenil, že souměrně k tomu se na druhém pólu zároveň rozšířilo i všeobecné nevolnictví: ohlupující a nikdy nekončící práce na čemsi cizím, fatální závislost na vnějších faktorech a jejich rozmarech, hloupé a jalové zábavy ve volném čase. Oproti přírodě se tento stav liší tím, že civilizační odpad se většinou nerozpadá sám a také ho až na výjimky není rentabilní recyklovat – nenechme se ale mýlit, také příroda je obžersky plýtvavá: stačí se jednou podívat na bohaté kvetení jabloní či oblaka rojení jepic. Na absurditu toho gigantického civilizačního plýtvání zdroji už upozorňoval kdekdo, na jevu samém se ale za poslední dekády nezměnilo téměř vůbec nic... ●



18

Adresy pro všechny lidi

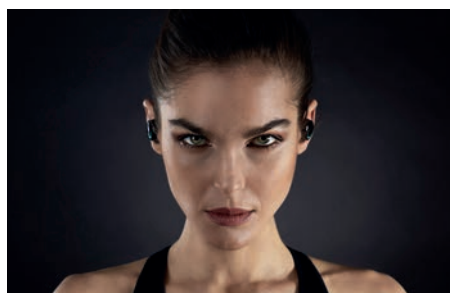
Pošlete pohlednici na 3 × 3 metry kdekoli v na planetě. Tento systém adres to umožňuje.



20

Rozšířená realita dnes

Hry jsou jen zlomkem možností – AR přináší nové šance i pro marketing. Co je nehybné, už takovým být nemusí.



22

Svět chce poslouchat chytrě

Technologické firmy sahají po dalším smyslovém orgánu. Příležitost cítí ve vývoji chytrých sluchátek.



26

Od rozvětvených stromů až ke spleťtým sítím

Lidské vědění má novou strukturu. Od Aristotela jsme došli k sítím v nás a okolo nás.

Adresy pro všechny lidi na světě

foto .. what3words

Zeměpisné souřadnice jsou dokonalým nástrojem pro popis světa. Každé místo na planetě můžete zaznamenat v podobě řady čísel. Zapamatovat si takový údaj ale není úplně snadné, natož jich v hlavě udržet víc. Naše paměť si lépe poradí se slovy. Sází na to projekt what3words, který přichází s novou cestou, jak vždy dorazit ke správnému cíli.

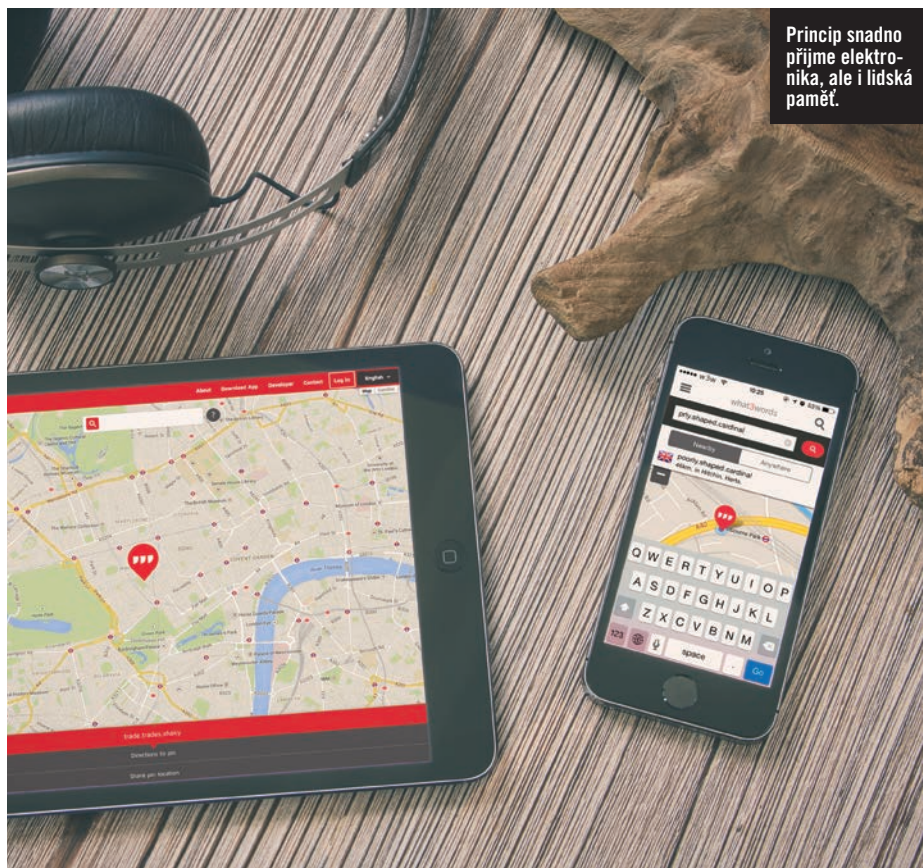
M ohlo by se zdát, že na světě je adres dost. Současný stav má ale řadu nedostatků, a to i v těch nejvyspělejších zemích. Navigace řeší nejlepší cestu, ale na správnost cíle pouze slepě spoléhají. Adresy bývají složité, systém nekonzistentní (viz box) a to vše za předpokladu, že vůbec nějaký systém adres existuje. Ve Spojených státech žije 12 procent domácností na špatně adresovaných místech. V Austrálii je poměr opačný, pouze 11 procent území je popsáno přesně. Vzniká tak spousta nepříjemností, lidé ztrácejí čas blouděním nebo pošta nedoručí poštovní zásilky. Ale následky mohou být mnohem vážnější, když se na správné místo nedostanou včas záchranné složky.

Špatnými adresami ve skutečnosti trpí většina světa. Statistiky uvádějí problémy ve třech



(Ne)přehledná čísla orientační

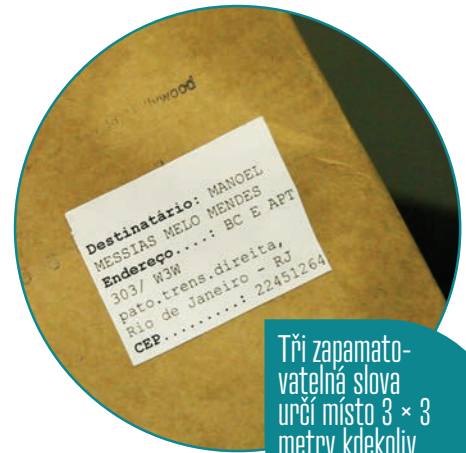
Tuzemský systém adres je kromě místních jmen postavený na dvojici čísel. Zatímco popisné číslo (někdy zastoupené evidenčním) může mít různé hodnoty, orientační čísla mají určitá pravidla. Nebo by spíš měla mít. Lichá čísla sice většinou bývají na jedné straně ulice a sudá na druhé, ale nemusí to platit ve všech případech. Novější budovy mohou mít číslo doplněné písmenem a na některých náměstích nebo nábřežích mohou být lichá i sudá čísla vedle sebe. Posloupnost čísel se někde řídí vzdáleností od řeky protékající městem, jinde zase směrem hodinových ručiček. V okolních zemích, především na území bývalého Pruska, se pro změnu čísluje ve tvaru podkovy. Takže orientační čísla dost často k orientaci vlastně vůbec nepřispívají.



Princip snadno přijme elektronika, ale i lidská paměť.

čtvrtinách zemí a v případě městské populace jde o polovinu obyvatel měst. O změnu se snaží několik projektů a iniciativ, ale narážejí při tom mimo jiné na uzavřenost stávajících systémů. Například v Británii byl registr adres prodán soukromé firmě v rámci privatizace pošty a není volně přístupný. Na webové stránce openaddresses.io proto vzniká alternativní registr pod svobodnou licencí. Zastáncům otevřených dat se moc nelíbí ani jinak slibný systém what3words, který za svůj vznik vděčí – poněkud nečekaně – hudebním koncertům. Zakladatel stejnojmenné společnosti Chris Sheldrick je totiž organizoval po celém světě





Tři zapamatovatelná slova určí místo 3 × 3 metry kdekoli na planetě.

Sestavení adres na základě slovníku a algoritmu má řadu výhod. Není třeba připojovat se k databázím, vše obstará výpočet. Takže převod funguje i off-line. V okruhu 100 kilometrů existuje vždy stejné množství adres, což usnadňuje práci našeptávačům a opravám pravopisu. A protože stačí znát dopředu danou množinu slov, je systém dobře použitelný v kombinaci s hlasovým ovládním. Podle londýnské firmy Navmii, která what3words zařadila do svých navigací, už má každý desátý dotaz formu tříslavné adresy. Další výhoda se projevuje v rozsáhlejších areálech nebo budov s více vchody. Čtverec ze sítě what3words vás navede mnohem přesněji než běžná adresa.

Pošta.fotky.hydranty

Mezi první vážné uživatele systému what3words se zařadila mongolská pošta. Přispěla k tomu osobní zkušenost jednoho z vedoucích pracovníků, když se snažil navést hasiče k požáru nedaleko svého domova. Cestu musel popisovat složitě s pomocí různých orientačních bodů, protože v Mongolsku má klasickou adresu méně než jedno procento obyvatel! Současně se what3words ujmají i na druhé straně světa, v brazilském Rio de Janeiru. I tam je hlavním využitím doručování zásilek. Systém se ale uplatňuje i jinými způsoby po celém světě. Třeba v americkém Denveru, kde si tak město udržuje přehled o požárních hydrantech. Nebo v Organizaci spojených národů, která využívá what3words ve své aplikaci UN-ASIGN pro sbírání fotografií a zpráv během přírodních katastrof. ●

a narážel na řadu problémů způsobených právě adresami. Když se pak o svých potížích bavil s kamarádem-matematikem, vznikla první verze systému nahrazujícího stávající adresy i číselné souřadnice trojicí slov oddělených tečkami. Spolu s dalšími přáteli pak v březnu 2013 založili v Londýně firmu a systém dál rozvíjejí. V současnosti existuje už jedenáct jazykových mutací.

Čtverec.slovník.algoritmus

Adresy what3words nejsou závislé na existenci ulic nebo náměstí, ani na proměnách jejich jmen při různých politických změnách. Jde se na to

úplně jinak. Prvním krokem bylo rozdělení světa na síť stejných čtverečků o rozměru tři krát tři metry. Každému oku takto vzniklé sítě, kterých je mimochodem kolem 57 bilionů, se pak přiřadí unikátní trojice slov. Ta může být převedena na klasické souřadnice a naopak. Trojice se tvoří pro každý jazyk na základě slovníku, který má několik desítek tisíc slov. Mezi jednotlivými jazyky ale nejde o přímý překlad. Algoritmus se vždy snaží skládat dohromady slova s ohledem na délku, rozlišitelnost a složitost. Vyloučena jsou přitom slova podobně znějící a samozřejmě i slova spřátá.

Rozšířená realita dnes

foto .. Nextar Group

Obliba hry Pokemon GO přinesla vlnu zájmu o rozšířenou realitu. Její využití v zábavním průmyslu je však pouze zlomkem možností, které přináší pro obchod i marketing. Co je mrtvé a nehybné už takovým být nemusí.

M Pojem „rozšířená realita“ (Augmented reality, AR) rozhodně není nový. Jeho historie sahá až někde k roku 1962, ale za současné nasazení a veřejné rozšíření můžeme děkovat chytrým mobilům. Ty totiž spojují jak kameru (tedy snímání obrazu), displej (zobrazení obsahu), tak i dotykovou plochu displeje (nutnou k interakci uživatele). Rozšíření AR pomohl i prudký nárůst výpočetního výkonu mobilních zařízení, bez něj by AR byla stále mimo zájem běžných uživatelů. Rozvoj a šíření AR je do jisté míry srovnatelný s vynálezem a šířením elektrografie, která změnila svět tisku.

Technicky vzato v AR jde o princip rozpoznávání obrazu (jak 2D, tak i 3D předmětů). Na základě porovnání v paměti uloženého vzorku s právě snímaným obrazem přidá software do obrazu přenášeného na displej zařízení další elektronický obsah, na displej se samozřejmě přenáší zároveň obraz z kamery. Přidaným obsahem může být vše, na co jsme zvyklí z webu – videa, text, odkazy, ale i 3D modely reálných předmětů apod. Uživatel poté na displeji vidí reálný svět z kamery rozšířený o další prvky – vidí tedy „rozšířenou“ realitu.

Pole použití AR je nesmírně široké. Zahrnuje tisk, medicínské využití, školství, automobilový průmysl, oděvní průmysl, geografii a samozřejmě herní průmysl (viz box Úspěch „pokémonů“). Jedním z mnoha a mnoha konkrétních způsobů využití je tisk.

Oživlý tisk

Noviny, časopisy a katalogy ztrácejí jiskru v porovnání s možnostmi multimediální produkce. O klasické tištěné materiály čtenáři ztrácejí zájem. Jednou z cest zatraktivnění tištěného obsahu je spojit ho prostřednictvím AR právě s dalším multimediálním obsahem, například s více fotografiemi, než je možné na plochu papíru umístit, nebo s videem pořízeným na návštěvě.



„Virtuální pivo“ můžete na táčku i zvětšovat (aplikace Nextar Gallery).

Virtuální versus rozšířená

Virtuální realita je založena na „přenesení“ uživatele do jiného prostoru. Je toho dosaženo za použití zařízení, které smyslově uživatele zabráni v kontaktu s realitou. Simulací obrazu, zvuku a dalších smyslových vjemů ho virtuálně přenesou do zamýšleného prostoru. Zařízení obsahuje i technologii na rozpoznávání pohybu, a proto je možné se ve virtuálním prostoru „pohybovat“. Rozšířená realita používá reálné prostředí okolního světa, do kterého dokáže přenést další elektronický obsah. Pro oba typy simulace se používají speciální brýle s displeji, či dokonce helmy, ale hitem letoška jsou plastové brýle, které jsou vlastně pouze „držákem“ mobilního telefonu. Mobil je do něj vložen a brýle pomocí čoček promítají oběma očím obraz z displeje. Ten je rozdělen na dvě poloviny, tyto dva oddělené obrazy zprostředkovávají očím stereoskopický vjem. Jemnost rozlišení displeje je v nejvyšších kategoriích telefonů pro lidské oko téměř neodlišitelná. Procesory těchto přístrojů jsou neodlišitelně rychlé, pohybová čidla dostatečně citlivá. Jenže pro výrobce elektroniky (i uživatele) dává vylepšování těchto parametrů opět smysl – jediným cílem je umožnit co nejkvalitnější vjem při používání telefonu s aplikacemi pro virtuální či rozšířenou realitu. Investice do zmíněných brýlí, sofistikovaného držáku s čočkami, je otázkou několika stokerun.



Úspěch „pokémonů“

Rozšířená realita našla pevné místo v herním průmyslu. Nejznámějším fenoménem poslední doby je hra Pokémon GO. Autoři velmi trefně použili známé principy jak desktopové, tak počítačové verze hry a figurky rozmístili do reálného světa. Povedlo se jim zvednout hráče od stolu a nenásilnou formou je rozhybat. Můžeme jen odhadovat, jestli to byl i původní záměr, ale rozhodně jim patří prvenství za zapojení okolního reálného světa do hry v masovém měřítku. A také po finanční stránce se využití rozšířené reality dostalo touto hrou na vyšší úroveň. Hra překonala všechny rekordy a podle některých informací dosáhly zisky ze hry neuvěřitelných 200 milionů dolarů jen v prvních třiceti dnech od uvedení. Hra také přiměla mnoho uživatelů mobilů k tomu, aby se začali zajímat o mobilní data, přesnější a rychlá mobilní data. Ukázala jim totiž, že je potřebují – minimálně pro lovení pokémonů.

Pokémon GO přitom využívá jednoho ze základních principů, které rozšířená realita nabízí, totiž porovnávání polohy zařízení (typicky telefonu) s polohou virtuálního objektu. Zobrazení objektu a případné interakce hráče už pocházejí z klasické hry. Dnešní úroveň technologie rozšířené reality nabízí mnohem více možností, než je ve hře opravdu použito, její autoři ji vystavěli tak, aby byla rychle srozumitelná. Pokémon GO je ukázkovým příkladem toho, že méně někdy znamená více a že jakákoliv technologie má být pouze prostředkem, ne cílem.

Takový obsah ale nemusí být jen multimediální v běžném slova smyslu, může to být třeba i katalog s cenami, které jsou vždy aktuální (nahrávají se z webu, kde jsou oproti tiskovině vždy aktuálnější). Ať se jedná o jakýkoliv rozšiřující materiál, může být na tiskové ploše umístěn velmi nápaditým způsobem tak, že původně mrtvý papír

Doplnění produktu může být estetické, ale může to být i videonávod.



Pro výrobce elektroniky má vylepšování už dokonalých parametrů opět smysl.

ožije a zaujme. Nemusí jít jen o estetickou stránku věci, firmy logicky například v postavičkách poskakujících jakoby po papíře žádný užitek vidět nemusejí. Ale takovým doplněním může třeba být videonávod pro použití zobrazeného produktu, to už je využití povytce praktické.

Od QR k AR

Naprosto běžným doplňkem tiskových materiálů se staly QR kódy, kterým se podobná role rozšíření tiskových informací také přisuzuje. Tu určitě splňují, jenže QR kód je pouze a jen odkaz na internetové stránky, nic víc. V případě tiskových materiálů platí, že jejich vydavatel si nic nepřeje méně než odpoutávat čtenáře od čtení

a odvést ho jinam. Proto AR není konkurencí QR kódů, je mnohem lepší. Čtenář tiskový materiál totiž potřebuje, aby s přidaným obsahem mohl pracovat. S QR kódem stačí mít odkaz, nic vytištěného už není třeba. Pro firemní využití je navíc podstatné i to, že obsah zprostředkovaný pomocí AR nemusí být nikde na internetu zveřejněn. V případě QR kódu musí jít o reálný webový odkaz. Nicméně i v případě AR se stále jedná pouze o data umístěná u poskytovatele takového obsahu, jejich rychlá obměna – ať už pro zmíněný případ změny cen, anebo třeba pro přidávání různých jazykových mutací obsahu – je ve srovnání s tiskem nesrovnatelně nižší, ba nulová. ●

Svět chce poslouchat chytře

foto .. Bragi, Doppler Labs, Earin, Samsung, Opticon

Chytré brýle naším očím příliš nevoněly... A proto technologické firmy sahají po dalším smyslovém orgánu. Příležitost cítí ve vývoji chytrých sluchátek. Přijdeme jim na chuť?

První chytrá bezdrátová sluchátka na světě! Takto neskromně se titulují mírně přerostlé pecky do uší jménem Dash od mnichovské firmy Bragi. Ale nejsou v tom samy, podobně výlučně se nad ostatní sluchátka vyvyšují Here One od společnosti Doppler Labs z New Yorku. A další budou jistě následovat. V rámci trendu tzv. wearables, tedy oblékatelné elektroniky, se vynořil nový proud s označením „hearables“. Poslouchatelná elektronika těží z pokročilé miniaturizace a moderních technologií pro bezdrátovou komunikaci. Vývoji nahrává i Apple, který údajně chce ve svých dalších zařízeních úplně vynechat sluchátkový konektor. Je tedy na čase zbavit se drátů. A také jejich věčného rozmotávání. ●

„Poslouchatelná“
elektronika –
hearables. Trend
nositelné elektroni-
ky má soupeřníka.

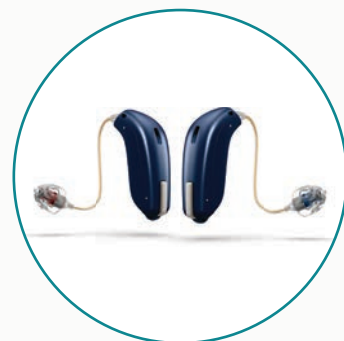
Chytré pecky

Sluchátka Dash umí být handsfree sadou, hudebním přehrávačem i měřičem sportovních výkonů. Hudbu přitom nemusejí jen přijímat z jiného zařízení, k dispozici mají také zabudovanou 4GB paměť. Pecky jsou navíc vodotěsné, takže sportovní funkce počítají kromě cvičení, běhání nebo jízdy na kole také s plaváním. Dotykový senzor je optický, nevadí mu tedy rukavice ani mokré ruce. Každé sluchátko má vlastní sadu příkazů. Poklepáním na levé se ovládají sportovní funkce, pravé má na starosti hudbu a volání. Na přichozí hovor se ale dá reagovat i mnohem přirozeněji. Přijmout pokývnutím hlavy, odmítnout zavrtěním.

Uvnitř sluchátek se skrývá řada senzorů včetně akcelerometru, gyroskopu a magnetometru. Dvojice mikrofonů snímá okolí i vnitřek hlavy. Speciální algoritmus pro telefonní hovory totiž zpracovává zvuk, který se nese kostmi. Vnitřní prostředí lidské hlavy sehrálo při vývoji velkou roli. Zjistilo se například, že Bluetooth má problém hlavou projít. Pro komunikaci mezi oběma sluchátky se proto používá technologie NFMI (Near Field Magnetic Induction). Přes Bluetooth ale běží komunikace s doplňkovou mobilní aplikací, která je dostupná pro Android, iOS i Windows. Samozřejmostí jsou výměnné nástavce pro různé tvary a velikosti uší, příjemným bonusem je pak dobíjecí krabička – tedy nabíječka kombinovaná s powerbankou. Baterie by na jedno nabití měla vydržet zhruba tři až čtyři hodiny.



SVĚT CHCE POSLOUCHAT CHYTŘĚ



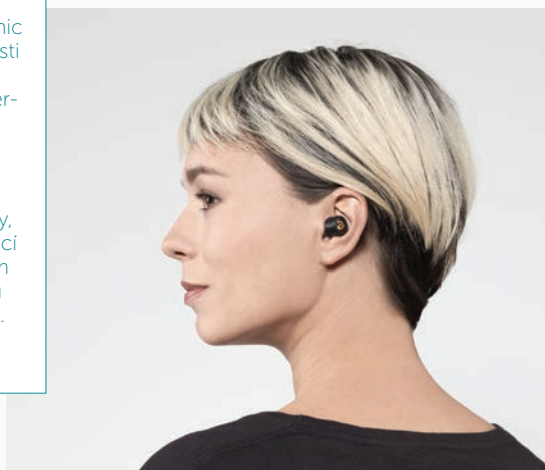
Nakopnuté nápady

Projekt Dash vzešel z Kickstarteru, kde vybral přes tři miliony dolarů, a také se potýkal s potížemi včetně více než ročního zpoždění. První uživatelské zkušenosti se různí, ale operační systém („Bragi OS“) už mezitím stihl projít aktualizací na verzi 2.0, ta některé nedostatky napravuje a současně vylepšuje stávající funkce. Nepříjemným nedostatkem může být absence drátové alternativy. Sluchátka nemají žádné příslušenství, které by se dalo připojit do klasického konektoru. Překážkou rozšíření mezi běžné uživatele může být i celkem vysoká cena – 299 eur.

Na Kickstarteru sbíral peníze i projekt Here One. Jeho ambice jsou trochu odlišné, ale o nic menší. Snaží se být jakýmsi ovladačem hlasitosti světa. Prioritou těchto chytrých sluchátek je totiž vylepšování zvuku. Třeba zvuku na koncertě, kde můžou fungovat jako osobní ekvalizér. Nebo na ulici, kde některé protivné zvuky potlačí, ale současně vás od okolí neodříznou úplně. Další sluchátka, úspěšně financovaná kampaní na Kickstarteru, Earin ze švédské dílny, se zaměřují ještě úžeji. Nehrají si na několik věcí v jednom ani se nesnaží ohýbat realitu. Jde jim zkrátka o dobrý zvuk pro audiofilly a díky tomu se od nápadu k realizaci dostala asi nejrychleji. Jsou také o něco menší a elegantnější, takže své uživatele nemění v kyborgy.

Inspirace hendikepem

Průkopníky chytrých sluchátek jsou ve skutečnosti výrobci naslouchátek. V posledních letech se z pomůcek pro nedoslýchavé a neslyšící staly malé počítače. Umí se připojit k telefonům nebo televizím a přenášet zvuk přímo z nich. Existuje dokonce naslouchátko s napojením na webovou službu IFTTT, která propojuje různé webové služby a umí posílat různá automatická upozornění.



Hlavu vzhůru!

Na skutečný průlom v oblasti chytrých bezdrátových sluchátek asi ani jeden ze zmíněných projektů nemá. Čeká se na velké hráče. Své jistě řekne Apple, ale s vlastním příspěvkem chce přispěchat i Samsung. Místy to skoro vypadá, jako kdyby při vývoji svých sluchátek IconX trochu opisoval. Vodotěsnost, interní hudební přehrávač s 4GB pamětí... V jeho prospěch ale hraje postavení na trhu a existující ekosystém přístrojů. Sluchátka, která by měla být k mání na podzim, se proto plným jménem jmenují Gear IconX a řadí se po boku chytrých hodinek, náramků a kamer.

Displeje – ať už klasické, nebo v podobě chytrých brýlí či hodinek – vyžadují od svých uživatelů neustálou pozornost. Je potřeba někam se dívat a něčeho se dotýkat. U sluchátek obojí odpadá. Jejich výstup se přimíchává do zvuku, který bychom slyšeli i bez nich. Vstupem bude zkrátka a jednoduše hlas, také zde je tahounem Apple a jeho Siri. Nový způsob interakce by tak mimo jiné mohl znamenat konec ohnutých krků a skloněných hlav.





Rychle k videu
s přednáškou
Manuela Limy

Od rozvětvených stromů až ke spleťtým sítím

Lidské vědění má novou strukturu. Manuel Lima už několik let sleduje, jak lidé třídí a zobrazují informace. A všiml si zásadní proměny. Na konferenci TED2015 proto mluvil o obrazových dějích lidského vědění.

foto ... TED / James Duncan Davidson, Bret Hartman



TED

i Co je TED?

Je to nezisková organizace, která se zabývá „MYŠLENKAMI HODNÝMI ŠÍŘENÍ“. Zkratka označuje tři hlavní oblasti, kterým se první konference v 80. letech věnovaly: technologie, zábava (entertainment) a design. Od té doby se záběr značky TED značně rozšířil a zahrnuje pod sebou několik akcí s nejrůznějšími tématy. Videá z konferencí jsou přesně v duchu motto organizace volně dostupná na webu TED.com a na YouTube. Řada z nich je přeložena do češtiny. Pod značkou TEDx se pak po celém světě konají nezávisle organizované konference, které se k formátu TED hlásí. Bývají většinou spojeny s názvem města, oblasti nebo pořadatele. Rozvíjejí se také další formáty menších setkání s přídomkem Salon nebo společných promítání Cinema a přenosů Live. K tomu existují i varianty zaměřené na ženy nebo na mládež.

Při snahách o grafické znázornění různých vztahů, třeba organizačních nebo společenských, je často první volbou hierarchické uspořádání s jasným počátkem, od kterého se odvíjejí další body. Pokud bychom hledali původ tohoto stylu zobrazování, došli bychom až do starého Řecka k Aristotelovi. Ten postupoval vždy na základě rozdílu a informace větvl na každé úrovni do dvou dalších kategorií. Větvení se pak stalo doslovným, když vizualizace získaly podobu „stromů“. Typickým příkladem, který se zachoval do současnosti, je rodinná historie, ostatně ne náhodou se používá slovo „rodokmen“. Známe je také obdobně zobrazení živočichů a rostlin. Jenže Darwinův „strom života“ už nezvládá pojmut nové poznatky. Ukazuje se, že bakterie fungují jako spojky jinak zcela nezávislých druhů.

Formu stromu měl i obsah klasické francouzské encyklopedie sestavené Denisem Diderotem a Jeanem le Rond d'Alembertem v 18. století.

Opět není náhodou, že jednotlivým oblastem lidské činnosti říkáme „odvětví“. Diderota a jeho následovníky dnes vystřídala Wikipedie. Hesla v ní jsou vzájemně propojena množstvím odkazů a dohromady vytvářejí hustou síť. A jsou to právě sítě, kterými jsou stromy stále častěji nahrazovány. Vzhledem k všudypřítomnosti sociálních sítí snad není potřeba připomínat, že se také změnilo vnímání lidských vztahů. Pevná hierarchie ztrácí své místo v mnoha firmách, kde je pružnější sestavovat týmy napříč odděleními. Vazby už nejsou tak jasné a přímočaré, aby se daly zobrazit jako jedna větev vydělující se z druhé. Současnost je zkrátka čím dál složitější a strom na její zachycení nestačí.

Ačkoli je metafora sítě poměrně mladá, stihla se už vyvinout do několika podob. Vzniká tak jakýsi nový jazyk, kdy jeden model může posloužit pro zobrazení zcela rozdílných věcí. Stejným způsobem můžeme zaznamenávat vztahy lidských genů i okruh přátel na Facebooku. Nová

vizuální řeč začíná ovlivňovat i umění, obrazy se podobají vědeckým grafům a naopak. Vznikají dokonce i prostorová umělecká díla, která sítě nechávají působit na návštěvníky a současně návštěvníky působit na sítě. Jsme tedy svědky zásadní proměny v uvažování – sítě se dostávají ke slovu při zkoumání lidského mozku i hlubokého vesmíru. Nelineární a decentralizované myšlení je tedy k dalšímu poznávání světa okolo nás i uvnitř nás potřebné. ●



všemi
smysly

30

Sedmkrát do divadla

Vybrali jsme pro vás sedm pražských představení, která vám možná unikla, ale najdete je v programu divadel i na podzim. Máte možnost vypravit se na ně nyní.



28

Trip: Kambodža. Země, která povstala z popela

Čím dál více cestovatelů objevuje nejen jedinečný chrámový komplex Angkor, ale i panenské pláže kambodžských ostrovů. Ty připomínají své slavnější thajské sousedy. Jsou ovšem stále bez davů turistů.



32

Nighttime: Stanislav Majer

Co viděl herec známý z televizních seriálů a obdivovaný (nejen!) na prknech bývalého Divadla Komedie?

Kambodža. Země, která povstala z popela

Kambodža dávno není tajným cestovatelským tipem jihovýchodní Asie, ale naopak povinnou zastávkou každého návštěvníka tohoto regionu. A je to především díky jedinečnému chrámovému komplexu Angkoru, jednomu z nejužasnějších archeologických areálů světa. Čím dál více cestovatelů ale objevuje i panenské pláže kambodžských ostrovů, které připomínají své slavnější thajské sousedy. Jsou ovšem stále bez davů turistů.

Vstupní branou k chrámům Angkoru je město Siam Reap, v překladu „porazený Siam“, byl to odvěký rival mocné khmerské říše. Před patnácti lety jsem toto místo navštívil poprvé. Tehdy to bylo ospalé městečko s několika hotely a tržištěm, od té doby ale prodělalo bouřlivý rozvoj. Dnes si jeho centrum nezadá počtem barů a restaurací třeba se slavnou oblastí Khao San v Bangkoku. Bohatý noční život, skvělé možnosti nákupů, excelentní hotely, a dokonce i vyhlášené golfové hřiště a častá letecké spojení se všemi oblastmi regionu – to z něj dělá skutečné epicentrum turistiky.

Tajemný Angkor

Důvod veškerého ruchu leží jen pár kilometrů za městem. Jsou jím pozůstatky chrámů hlavního města khmerské říše, která zde existovala téměř 600 let. Velice rozsáhlý komplex se skládá z více než stovky různých svatyní a chrámů, na jeho návštěvu je proto nutné vyhradit si minimálně několik dní. Nejznámější a největší ze všech chrámů je mohutný Angkor Wat. Areál chrámu zaujímá rozlohu kolem dvou kilometrů čtverečních, a představuje tak největší náboženskou stavbu světa. Byl vybu-

dován na počátku 12. století slavným vládcem Surjavarmanem II. s pomocí armády téměř 300 000 dělníků. Po zbudování zde sídlil král se svým dvorem a chrámovým personálem, pravděpodobně to bylo ne méně než 20 000 lidí. Chrám je skutečným národním symbolem a jeho charakteristická věžovitá silueta je vyobrazena i na kambodžské vlajce. Možná více fascinující než jeho přísně symetrická architektura je unikátní sochařská reliéfní výzdoba zdobící zdi a zastřešené koridory chrámu. Představuje jak výjevy z hinduistické mytologie, tak konkrétní historické události a k potěšení mužského oka zde uvidíte také téměř 1 500 postav nadpozemsky krásných, spoře oděných ženských bohyň. K dalším povinným chrámovým zastávkám patří zejména státní chrám Bayon, který se rozkládal na území

téměř milionové metropole Angkor Thom, v překladu Velkého hlavního města. Sestává se z desítek věží, které jsou ozdobeny charakteristickými portréty tváře bódhisattvy Lokešvary s tajemným úsměvem. Jiným výjimečným chrámem s neopakovatelnou atmosférou je chrám Ta Prohm, ten v průběhu staletí téměř zcela pohltila okolní džungle. Chrámové stavby prorostlé posvátnými fikovníky a dalšími tropickými stromy v návštěvnických vzbuzují nadšené pocity, které zde museli zažívat i jeho první objevitelé.

Metropole na Mekongu

Na soutoku dvou mohutných řek, Mekongu a jeho přítoku řeky Tonle Sap, se rozkládá hlavní město země Phnompenh. Téměř třímilionová metropole prochází stejně jako celá



Dětská práce je bohužel běžný jev.



Panenské pláže okolních ostrovů obklopuje ticho a klid.



Více informací najdete v elektronické verzi časopisu

KAMBODŽA. ZEMĚ, KTERÁ POVSTALA Z POPELA



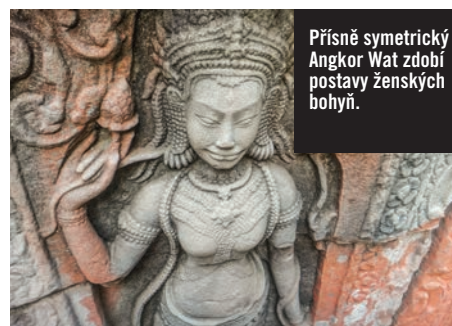
Návštěvu komplexu chrámů Angkor rozvrhněte do několika dnů.

země dynamickým rozvojem. Přestože byla založena již ve 14. století, skutečný rozkvět přišel až s francouzskou koloniální vládou, kdy se město stalo jedním z hlavních center Francouzské Indočíny. Francouzi vystavěli moderní vzdušné město se širokými bulváry, královským palácem a výstavní pobřežní promenádou u Mekongu. Ruch nábřeží, který

neutichá ani hluboko v noci a svou atmosférou připomíná přímořské letovisko, je možné nejlépe vychutnat nad sklenkou lahodného koktejlu v jednom z nábřežních barů, například ve vyhlášeném FFC, tedy Klubu zahraničních zpravodajů. Člověk zde může díky mnoha fotografiím, které zdobí stěny této okázalé koloniální budovy, také přemýšlet



Kalný Mekong odnesl časy krvavé diktatury Rudých Khmerů.



Přísně symetrický Angkor Wat zdobí postavy ženských bohů.

o pohnuté moderní historii města. Je těžké si představit, že v polovině 70. let během krvavé diktatury Rudých Khmerů bylo veškeré jeho obyvatelstvo násilně vystěhováno a například z budovy gymnázia bylo zřízeno kruté vyhlazovací vězení Toul Sleng. Bývalý žalář dnes slouží jako muzeum, které připomíná tuto temnou kapitolu kambodžských dějin.

Tropický ráj na dosah

Jediným skutečným přímořským letoviskem ležícím při březích Thajského zálivu je město Sihanoukville. Podobně jako celá země prošlo v posledních letech nevídaným rozvojem a původní klientelu nezávislých cestovatelů čím dál víc nahrazuje ta movitější. Batůžkářů je tu ale stále dost a s tím souvisí i bujará a nevázaná noční zábava. Většina z nich ale míří pomocí trajektů na množství okolních ostrůvků, jejichž panenské pláže stále odolávají tlaku developerů. Infrastruktura na nich sice není příliš rozvinutá, ale o to přírodnější a panenské prostředí tady návštěvníci najdou. Například ostrov Koh Rong Sanloem nabízí jednoduché ubytování v bungalovech a nefalšovanou plážovou romantiku. Žádné silnice ani obvyklý hluk letovisek nenarušuje božský klid, který tu panuje. Nezbyvá než lenořit v hamakách, koupat se v tyrkysové vodě, popíjet vychlazené pivo Angkor nebo ochutnávat čerstvé ryby připravené na grilu, navíc za směšně nízkou cenu. Vítejte v ráji! ●



Bujarý noční život, panenské pláže, chrámy uprostřed džungle. Vítejte v lákavé Kambodži

Sedmkrát do divadla

Utekla vám na konci minulé divadelní sezony skvělá představení? Nevadí, máte šanci to napravit. Vybrali jsme pro vás sedm pražských představení, která najdete v programu divadel i na podzim a která by rozhodně neměla uniknout vaší ctěné pozornosti. Je libo komedii, tragédii nebo snad experiment? Máme pro vás vše.

Vertigo, Nová scéna
Soubor baletu pražského Národního divadla pro vás má naprostou lahůdku. Kdo zavítá na Novou scénu na večer s názvem Vertigo, dostane se mu toho nejlepšího ze současného baletu, a to nejen z pohledu naší země. Ve třech choreografiích uvidíte tři různé způsoby tance. Nás nejvíc baví ta poslední s názvem Cacti slavného švédského choreografa Alexandra Ekmana, protože je zábavná, hravá, nebere se příliš vážně a od začátku do konce drží napětí a téměř zběsilé tempo. Ale je klidně možné, že vás více zaujme meditativní Vertigo či lyrický Rain, skvělé jsou totiž všechny tři. Z tohoto Vertiga se vám bude točit hlava hodně dlouho.
www.narodni-divadlo.cz

Vzkříšení, Dejvické divadlo

Poslední premiéra minulé sezony se v Dejvických hodně povedla. Myslí si to kritici i diváci, kteří každou reprízu inscenace Vzkříšení, která je adaptací povídky údajně neznámého autora, odměňují několikaminutovým potleskem. Ale to už je v Dejvících za ta léta nepolevující divadelní

kvality vlastně naprostou samozřejmostí. V hořké komedii, která nejvíc ze všeho připomíná to nejlepší z Woodyho Allena, tentokrát excelují Václav Neuzil, Martha Issová, Ivan Trojan a další členové souboru. Vězte, že smát se budete hodně nahlas, ale až půjdete z divadla, bude vám i smutno. Tak to má v případě skvělého divadla být.
www.dejvicedivadlo.cz

Posedlost, Divadlo Na Zábradlí

Premiéra hry Posedlost byla o čtrnáct dnů odložena, a to v den premiéry. Dost jsme se tomu divili, ale nakonec dobře, že se tak stalo – dva týdny dotahování této inscenaci o věčném hledání, nalézání a ztrácení lásky určitě prospěly. Režisér Jan Mikulášek staví své postavy do na první pohled bizarních situací, které nám ovšem při bližším pohledu přijdou důvěrně známé – každý je totiž během svého milostného života zažívá několikrát. A víte, co je na Posedlosti úplně nejlepší? Jana Plodková už podruhé v krátké době sebevědomě ukazuje, jak skvělou komičkou je. Bravo!
www.nazabradli.cz



Ve Vertigu uvidíte to nejlepší ze současného baletu, a to z úhlu světových měřítek.

Mnoho povyku pro nic, Divadlo bez zábradlí

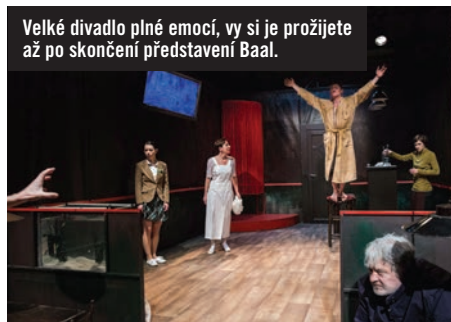
S originální interpretací Shakespearovy hravé komedie se hlásí divadlo Karla Heřmánka. Zurií druhá světová válka a v improvizovaném rozhlasovém studiu nastudují příslušníci spojenecké armády a jejich přátelé rozhlasovou verzi slavné hry o milostných útrapách Claudia a Hery. A celé to je hodně zábavné, má to ohromný spád a každá situace je dokonale vypointovaná. A je to zásluha režie hostujícího Guye Robertse z Prague Shakespeare Company, která je přesná jak švýcarské hodinky, a hereckého ansámblu v čele s Veronikou Žilkovou, Romanem Zachem a Martinem Zbrožkem. Ti tři ve hře Mnoho povyku pro nic baví publikum nejvíc.
www.bezzabradli.cz

Baal, Švandovo divadlo

Smíchovská scéna na tom v posledních sezonách umělecky není zrovna nejlépe, ale Baal se jí povedl.



Po Vzkříšení přijde dlouhý aplaus. Alespoň po tom z hořké komedie v Dejvících.



Velké divadlo plné emocí, vy si je prožijete až po skončení představení Baal.

Komedie, tragédie nebo experiment? Od všeho ochutnáte. Toto jsou představení, která v minulé divadelní sezoně ohromila.

I ten váš milostný život v Posedlosti zhlédnete.



Láska se může změnit v osudovou nenávist. Jako v seversky mrazivé Hedě Gablerové.

Marek Němec, jinak obvykle herec, režuruje první hru Bertolda Brechta jako divokou road-movie plnou prudkých emocí, a vy tak máte možnost zamyslet se nad tím, zda byste byli schopni zaprodát svůj talent, až po skončení představení. Přesně tak to má v případě velkého divadla být. A navíc – v Baalu uvidíte skvělé herectví Evy Josefíkové, Davida Punčocháře a spousty dalších.

www.svandovodivadlo.cz

Heda Gablerová, Divadlo v Dlouhé

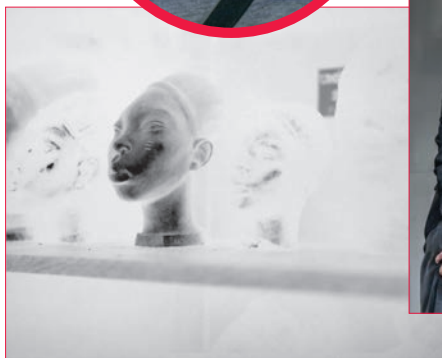
Severských dramát není nikdy dost, zvláště těch klasických a dobře režirovaných. Scéna v pražské Dlouhé ulici uvádí stále aktuální hru o nešťastné lásce, která nevyhnutelně přeroste v osudovou nenávist, v režii stále výjimečného Jana Nebeského s neméně výjimečnou Lucií Trmíkovou v titulní roli. Uvidíte divadlo, které jinde k vidění není, tak jak ho umí jen Nebeský. Divákovi nikdy nejde naproti, nikdy se mu nepodbízí a o to víc jeho inscenace ti pozornější a vnímavější z nás ocení. S jeho Hedou Gablerovou tak prožijete její nezavídělníhodný úděl úplně se vším všudy.

www.divadlovdlouhe.cz

Druhá světová, spojenečtí vojáci, rozhlas a Shakespeare? Netradiční a vtipné spojení ve hře Mnoho povyku pro nic.



Nighttime



Co viděl a doporučuje **Stanislav Majer?**

Český herec Stanislav Majer (1978) se do povědomí diváků dostal díky seriálu Ulice. První větší filmovou příležitostí mu dal režisér Jan Hřebejk ve filmovém zpracování divadelní hry Odpad, město, smrt. Důležitým milníkem v jeho herecké kariéře je hlavní role po boku Anny Geislerové ve filmovém dramatu Líbánky. Známe ho například ze seriálů Případy 1. oddělení, Kriminálka Anděl, Případ pro exorcistu a také z filmů Gangster Ka. Uvidíme ho v pohádce Anděl Páně 2. Jeho divadelní kariéra je spojena s Divadlem Na Zábřadlí a Činoherním studiem Ústí nad Labem. V minulosti byl členem Divadla Komedie.



Radek Brousil – Černá a bílá ve fotografii Galerie hlavního města Prahy – Colloredo-Mansfeldský palác

Výstava je první větší soubornou přehlídkou mého kamaráda Radka Brousila, absolventa ateliéru fotografie na pražské Uměleckoprůmyslové škole a držitele ceny Oskára Čepana. Nejnovější fotografie představené poprvé v Galerii hlavního města Prahy přesahují do média objektu a dotýkají se nejen kolonialismu v sochařském umění, ale zpřítomňují také barokní plastiky Ferdinanda Maxmiliána Brokoffa. Výstavu můžete vidět od 21. září. ●

i O fotografování

Jeho snímky bývají experty řazeny k linii české konceptuální fotografie, která zkoumá fungování fotografického média. Mezi jeho výrazné výstavy patří Studio Works v pražské Fotograf Gallery, která byla jakýmsi intimním rozhovorem s věcmi, s nimiž pracuje a které ho obklopují v jeho vlastním ateliéru. V překladech mohlo jít o „díla vzniklá v ateliéru“, ale také o „samotný proces vzniku fotografie“.

Divadlo Na Zábřadlí ve Švandově divadle

Divadlo Na Zábřadlí během rekonstrukce jeho baru a foyer uvidíte výjimečně ve Švandově divadle. Všechno stojí za to, ale doporučuji vám především Korespondenci W+V. Na tuto hru si nezapomeňte vzít papírové kapesníky, budete je potřebovat. Za vidění určitě stojí Hamleti, kteří jsou o útrpném a mnohdy trapném životě herců. A konečně ve hře Požitkáři zjistíte, že i smrt může být docela legrace. A na kteroukoliv hru pozvěte klidně i anglicky mluvící a česky nerozumějící kamarády. Zábřadlí totiž ve Švandáku bude mít anglické titulky. ●

i O rekonstrukci

Kompletní oprava Divadla Na Zábřadlí vyjde na 40 milionů korun. Vznikne nové zázemí, kavárna a ve vnitrobloku moderní foyer se vstupem do hlediště. Původním impulzem k přestavbě byla nutnost opustit pronajaté prostory, které sloužily jako vstup do sálu. Po rekonstrukci vznikne nový vstup zastřešením dosud nevyužívaného dvorku. Soubor bude do konce roku hostovat ve Švandově divadle, od roku 2017 v Divadle Komedie.

Restaurovaný Baron Prášil

Po digitálně zrestaurovaném Intimním osvětlení Ivana Passera, které mi letos na festivalu ve Varech udělalo největší radost, se do kin dostává další český skvost. Kdo jiný by si totiž vyčištění od šumů a kazů na obraze zasloužil víc než tato fanfaronská anabáze jednoho roztomilého lháře v režii mistra nad mistry Karla Zemana? Vy jste snad neobdivovali dobrodružství Miloše Kopeckého a nemilovali krásu Jany Břehčové? Ale jděte, nevěřím! ●

i O restaurování filmu

Baron Prášil je barevný film, ale z velké části byl natočen na černobílý negativní materiál, do kterého se barva doplňovala až dodatečně. Digitální restaurování snímku proto bylo velmi specifické. Realizovalo se v rámci projektu Čistíme svět fantazie, ten už má za sebou restaurování Vynálezu zkázy a po Baronu Prášilovi bude následovat Cesta do pravěku.

T-Mobile

20@

T...

STARÁME SE
O VAŠI KOMUNIKACI
JIŽ 20 LET

34

Dvacet let s T-Mobile

Slavíme hrdé výročí na českém trhu. V roce 1996 začala revoluce v komunikaci, kterou jste prožívali s námi, a dnes jste spolu s námi jako mobilní jedničkou na českém trhu na jejím vrcholu.



39

Elektronická evidence tržeb snadno

Řešte EET s námi. Ze strašáka se tak stane nástroj, který zpřehlední vaše podnikání. Máme paletu řešení pro firmy všech velikostí.



42

Rozmluvíme vaše auto

Kde se pohybuje moje auto a v jakém je stavu? Tohle řešení je teď technicky i finančně dostupné každému. Tenhle internet věci vás bude zajímat.



48

Virtuální datová centra

Ředitelé středních, ale i velkých firem budou jásat. Jejich IT tým ještě víc. Díky našim škálovatelným VDC totiž budou mít další rozvoj své IT infrastruktury plně pod kontrolou.

Dvacet let s T-Mobile

Vzpomínáte na rok 1996? Kromě toho, že naši fotbalisté v tomto roce přivezli z Eura fantastické stříbrné medaile, olympionici z Atlanty 11 medailí (z toho 4 zlaté!), Michael Jackson na Strahově zazpíval pro 120 000 fanoušků a Škoda začala vyrábět budoucí nejoblíbenější vůz Škoda Octavia, jsme také zahájili revoluci v telefonování.

Do té doby jsme mohli volat buď z pevné linky, nebo z mobilní NMT sítě konkurenčního operátora, jehož telefony velikosti menšího kufříku stály statisíce a v té době si je mohli dovolit pouze zámožní podnikatelé. V roce 1996 vstoupila na trh společnost RadioMobil jako společný podnik Českých radiokomunikací a mezinárodního konsorcia CMobil, jehož součástí už tehdy byl Deutsche Telekom, nynější vlastník T-Mobile, a na konci září zahájila provoz GSM síť pod názvem Paegas. Záhy poté se objevila možnost posílat SMS. Následovala celá řada inovací a prvenství na poli mobilních technologií. A především – od té chvíle byly mobilní telefony dostupné pro všechny. Připomeňme si něco z dvacetileté historie firmy.

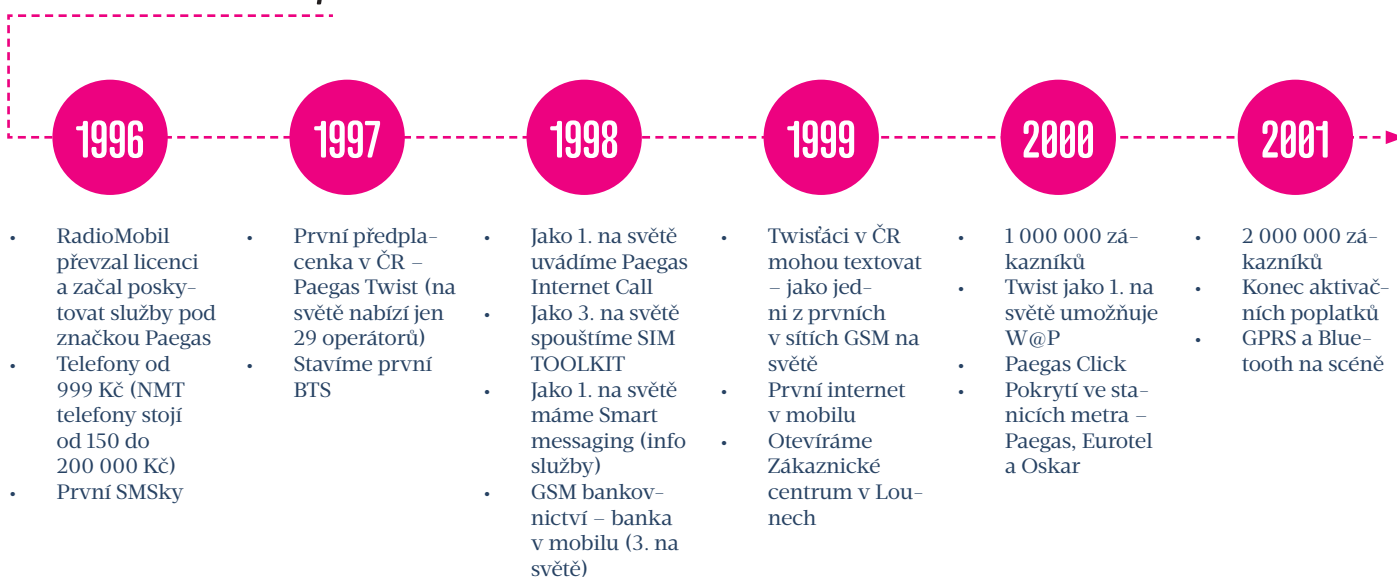
Twist karty a banka v mobilu

V roce 1997 přinesl RadioMobil jako první v ČR světový hit – předplacenou kartu. V té době ji nabízelo pouze 29 operátorů z celkových 240 na celém světě. Předplacenka se už tehdy jmenovala Twist a populární je dodnes. Roku 1998 uvedl Paegas jako první mobilní operátor na světě služby Internet Call a smart messaging (informační služby do mobilu prostřednictvím SMS). Jako třetí na světě zavedl SIM toolkit (jednoduchý přístup k informačním službám přímo přes položku v menu telefonu) a GSM banking (bankovníctví v mobilu). Za inovace na tomto poli RadioMobil obdržel prestižní ocenění na GSMA Global Mobile Awards. V následujícím roce mohli uživatelé předplacených karet Twist začít textovat – jako

jedni z prvních v sítích GSM na světě! V tomto roce se také objevil W@P (Wireless Applications Protocol) umožňující přístup na internet z mobilu. Do nástupu sítě GPRS (General Packet Radio Service) se platilo za prosurfovaný čas, pak se začala počítat přenesená data a připojení se zrychlilo. V roce 1999 se také otevřelo první regionální zákaznické centrum se sídlem v Lounech.

Rok 2000 znamenal pro Paegas první milion zákazníků. Twist se mezitím stal první předplacenkou na světě, která umožňovala používat wapové aplikace (hlasové, datové a v té době ještě i faxové) a začalo se řešit pokrytí ve stanicích metra. Spolupracovali na tom všichni tři velcí hráči – tehdy ještě pod značkami Paegas, Eurotel a Oskar. Rok 2001 ohlásil dva

i Důležité mezníky





Novinári vyťahujú antény a prohlížejú prvú opravdu prenosné telefóny.



Tisková konferencia k zahájeniu provozu sítě Paegas dne 26. 9. 1996, na fotografii generální ředitel RadioMobilu Klaus Tebbe a generální ředitel Českých Radiokomunikací Alex Bém.

pokračuje
na další
straně

2002

- 3 000 000 zákazníků a rebrandujeme na T-Mobile
- Zákaznické centrum v Hradci Králové
- Máme MMS, T-Zones, Java hry

2003

- RadioMobil se mění na T-Mobile Czech Republic a. s.
- GPRS jede, už teď je vidět, že budoucnost patří datům
- První tablet PC: Acer TravelMate C100

2004

- 4 000 000 zákazníků
- Internet zrychluje: EDGE je tady
- Jako 1. uvítací tón v ČR
- SMS platby (Coca-Cola)

Vývoj SIM v síti Paegas/T-Mobile

2016-2017



eSIM

Postupně zavedení vestavné SIM, tzv. eSIM.

2014



SIM KARTY TYPU 3V1

Z jednoho plastového nosiče lze vyjímát všechny tři velikosti: mini (2FF), micro (3FF), nano (4FF).

2013



NFC SIM

NFC SIM pro pilotní provoz NFC platby s ČSOB a Poštovní spořitelnou.

2012



SIM KARTY S PODPOROU LTE

Většina starších SIM aktualizována „cover the air“.

nanoSIM

Na tenčím plastu.

2011



M2M CHIP SIM

Speciální modul se zvýšenou odolností a životností, plní funkci SIM karet, slouží jako integrované elektronické součástky (formát MFF).

SIM KARTY S PODPOROU NAPĚTÍ 1,8 V

Snižování energetické náročnosti (dříve SIM podporovaly napájení 3 V a 5 V).

2010



T-MOBILE TELEVIZE

Distribuce smart karet (typ Irtdoto PI-SYS) pro dekodování signálu z družice v satelitním přijímači.

MICROSIM KARTY

„Vykrajování“ microSIM karty z klasické SIM karty speciálními kleštěmi.

2003



UNIVERSAL SIM

Nová generace SIM – rozšíření adresáře, úložiště SMS zpráv, univerzálnost pro bankovní aplikace.

2002



REBRANDING PAEGAS/T-MOBILE

Kromě vizuálu byl změněn název sítě.

2000



PROFI SIM

Možnost vytvořit vlastní aplikace běžící na SIM kartě.

PAEGAS LOCATOR

Vytváření jiných SIM karet přes SIM toolkit menu, zajištěno přes PUK2 a LPIN.

1998



PAEGAS GSM BANKING

Banka v mobilu.

SIM TOOLKIT, PAEGAS INFO

Zavedení SIM karet se SIM toolkit menu – Paegas Info.

1997



PRVNÍ „VYLAMOVACÍ MINI“ SIM

1996



PRVNÍ ROK

První SIM karta v historii společnosti RadioMobil a. s. provozující síť Paegas.



miliony zákazníků a došlo ke zrušení do té doby zcela standardního aktivčního poplatku. Ten byl v počátcích u jednotlivých operátorů různý a pohyboval se v řádech tisíců korun. Ve stejném roce se také zrodilo Bluetooth pro bezdrátovou komunikaci mezi zařízeními.

Proměna v T-Mobile

V roce 2002 Paegas oznámil tři miliony zákazníků a rebranding. Otevřelo se další regionální zastoupení, a to Zákaznické centrum v Hradci Králové. Olympionik Aleš Valenta poslal první MMS a na svět přišly také první Java hry. Další léta pak operátor, už pod značkou T-Mobile, posiloval svou základnu a pracoval na zrychlení internetu. V roce 2004 oznámil čtyři miliony zákazníků a jako první přinesl do ČR uvítací melodii. Následoval T-Mobile Hot Spot – bezdrátové připojení přes Wi-Fi u nás i v zahraničí – dále jako první v Evropě T-Mobile svým zákazníkům přinesl WEB'N'WALK – internet a e-mail v mobilu. Na řadu přišla první „Televize v kapse“ – digitální televizní vysílání určené pro mobilní telefony na bázi standardu DVB-H – a síť UMTS jako první v ČR! Na internetu se pro klienty otevřel nový e-shop.



T-Mobile spustil v červnu tohoto roku LTE vysílač (vč. 2G a 3G) přímo na budově poštovny na nejvyšší hoře ČR, na Sněžce. Jedná se tak o nejvýše položenou základnovou stanicí u nás. (Foto: Jan Groh)

Na přelomu roku 2007 se zavedla nová generace tzv. kreditních tarifů. Na trh přišla Dual SIM a svět se zamiloval do prvního iPhone. Spustil se e-shop s hudbou T-Music Play! a v dalším roce on-line herní portál na t-zones. Převzetím maloobchodních zákazníků Českých radiokomunikací T-Mobile vstoupil do provozování pevných linek. Od roku 2010 pak vývoj technologií nabírá další obrátky – odstartoval ostrý provoz 3G sítě,

testovalo se NFC (technologie pro bezkontaktní operace) a přišla první satelitní televize. Následující rok T-Mobile začal sdílet síť s Telefonicou O2 a proběhl první ročník soutěže na podporu začínajících podnikatelů T-Mobile Rozjezdy. V roce 2013 došlo k významnému spojení se společnostmi T-Systems a GTS.

Rychlost především

V následujících letech operátor postupně zavedl další špičkové technologické novinky: HSPA+ s rychlostí až 42 Mbit/s, spustil síť LTE, dále LTE Advanced, přenos hlasu VoLTE, zvýšil maximální rychlost v síti LTE na 375 Mbit/s a jako první přinesl Wi-Fi volání. Dále zavedl IPTV, nabídl řešení pro elektronickou evidenci tržeb a začal působit na poli internetu věcí. T-Mobile se tak stal plně integrovaným operátorem a s šesti miliony mobilních zákazníků je jedničkou na českém mobilním trhu. Svým klientům poskytuje nadstandardní služby ve vysokorychlostní síti, příhraniční telekomunikační služby, špičkové inovace v oblasti technologií a širokou nabídku ICT řešení a cloudových služeb. To vše v rámci silné mezinárodní telekomunikační skupiny Deutsche Telekom.

T-Mobile tedy letos oslaví 20 let působení na českém trhu. K tomuto kulatému výročí připravuje zajímavou publikaci s názvem „2036“ s výhledy do budoucnosti od významných osobností veřejného života posledních let. Publikace bude vydána v omezeném počtu výtisků, k dispozici bude u T-Mobile během října. ●

Z mobilního operátora jsme se stali poskytovatelem komplexních ICT služeb, který splní požadavky firem všech velikostí.

2005

- Jedničkou v počtu mobilních zákazníků (4,5 milionu)
- Testujeme DVB-H televizi
- Internet 4G (UMTS TDD)
- Fond T-Mobile

2006

- 5 000 000 zákazníků
- Experimentální vysílání DVB-H v Turíně
- Bav se: tarif pro mladé 6–26 let

2007

- Kreditní tarify
- T-Music Play! (e-shop s hudbou)
- První iPhone a DualSIM

2008

- TÝNA – automat rozpoznávající řeč
- První Android telefon na světě – T-Mobile G1

2009

- Testujeme reklamní SMS a MMS a také 3G
- Volající náramky nejen pro seniory
- První akvizice – retailová část ČRa

2010

- Ostrý provoz 3G sítě
- Satelitní TV
- Mobilní reklama

Let let

Za dvacet let se stane spousta věcí. My jsme pro vás vybrali zajímavosti, které se odehrály a odehrávají v naší síti.

Unikát – navigace bez GPS
Dnešní chytré telefony se při určování polohy spoléhají především na satelity GPS a identifikátory okolních Wi-Fi sítí. Paegas se ale před 15 lety bez těchto vymožeností obešel.

K lokalizaci je totiž možné použít i samotnou mobilní síť. Kromě toho, že telefon je vždy přihlášen ke konkrétnímu vysílači, udržuje si přehled i o sousedních buňkách. Podle síly jejich signálu se dá přibližně určit vzdálenost a na základě toho i dopočítat poloha. V říjnu 2001 tak Paegas spustil dvě služby založené právě na tomto principu: Navigator a SMS Locator. Zpočátku každá z nich vyžadovala speciální druh SIM karty a nedaly se vzájemně kombinovat. To se změnilo s nástupem pokročilejší Universal SIM. Lokační služby mohli čeští zákazníci používat jako jedni z prvních na světě.

i Mobily pamětníci, které stále najdete v síti

(Čísla znamenají počet kusů, které se v síti T-Mobile CZ objevily v květnu 2016.)



2011

- 3G jede, začíná sdílení sítí
- Jako první uvádíme HD Voice
- První ročník T-Mobile Rozjezdů

2012

- HSPA+ s rychlostí až 42 Mbit/s
- 200 000 SIM pro partnerská řešení
- LTE v Mladé Boleslavi

2013

- LTE komerčně
- Akvizice T-Systems
- Kaktus – značka pro mladé

2014

- Jako 1. spouštíme LTE Advanced
- Jako 1. nabízíme sdílený internet
- Přenos hlasu přes LTE: VoLTE

2015

- Sigfox pro internet věcí
- VoLTE a VoWiFi komerčně
- Testujeme technologii 5G

2016

- Milan Vašina ředitelem TMCZ a Slovak Telekom
- Chytrá auta – Mojio
- Sigfox pokrývá Prahu, Brno a Ostravu
- Wi-Fi volání pro všechny tarifní zákaznický
- Přichází EET



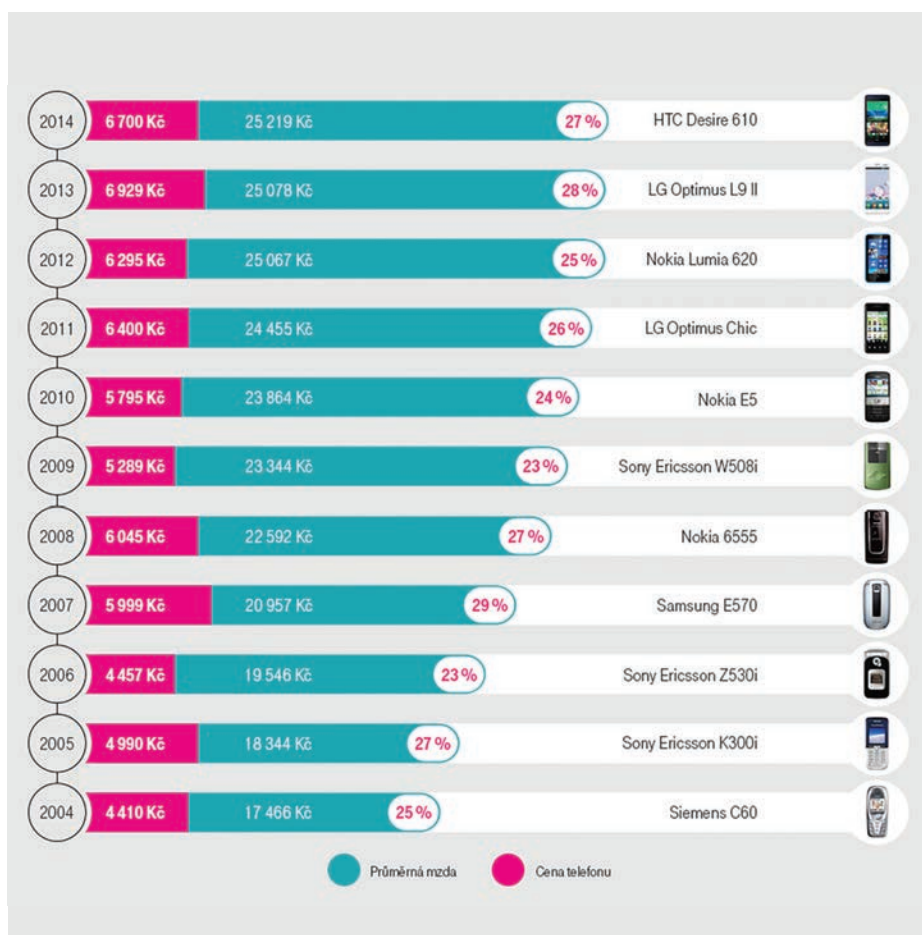


Paegas Navigator pomáhal najít místa zájmu v okolí, Paegas SMS Locator umožňoval zjistit polohu telefonů. Vše dlouho před používáním GPS.

Paegas Navigator pomáhal nalézt různá místa zájmu v nejbližším okolí – třeba bankomat, lékárnu nebo kino. Stačilo v nabídce telefonu zvolit Paegas menu a v něm příslušnou kategorii. Na základě automaticky určené polohy se pak vyhledaly relevantní objekty a jejich adresy dorazily zpět na telefon jako SMS. Služba získala mj. ocenění The Best of Invex 2001 na tradičním brněnském veletrhu, který je dnes už také minulostí. Později Navigator uměl najít, nově už pod značkou T-Mobile, také fotbalové a hokejové stadiony včetně jejich aktuálního programu. A zákazníkům s předplacenou kartou Twist Navigator pomohl najít vždy to nejbližší dobřejcí místo. Paegas SMS Locator cílil na firemní zákazníky, kterým umožňoval zjistit polohu telefonů a jejich uživatelů. Ale nebylo možné sledovat kohokoliv, obě strany musely znát speciální kód – tzv. LPIN. Cílovou skupinou byli také rodiče, kteří se obávali o své děti. Pro velké firmy byla určena počítačová varianta Locatoru, která zobrazovala polohu telefonů na mapě.

Nevýhodou určování polohy na základě mobilního signálu byla menší přesnost, která závisela na hustotě sítě. Ve městech se odchylka pohybovala v desítkách až stovkách metrů. Oproti GPS ale byla technologie Paegasu levnější a navíc fungovala i v budovách. ●

i Jaký telefon jste si mohli koupit za čtvrtinu platu?



i Věděli jste, že...?

- V roce 1998 Paegas vydal tištěný telefonní seznam. Měl přes 800 stran.
- V reklamách Paegasu si zahráli také tehdy ještě neznámí herci a herečky. Třeba Vladimír Čech nebo Hana Vágnerová.
- Změnu značky z Paegasu na T-Mobile podpořila reklamní kampaň, ve které účinkovali Andre Agassi a Steffi Grafová.
- Jméno operátora na displeji se aktualizovalo speciálním typem zprávy rozeslané zákazníkům. SIM kartu s původním logem Paegas stále má přes 200 000 zákazníků.
- Zatímco u nás si značky Paegas/T-Mobile a Eurotel konkurovaly, na Slovensku se T-Mobile stal právě z tamějšího Eurotelu.
- Portál Click (později t-zones) v sobě sloučil webový profil pro nastavení služeb, SMS bránu, e-mail a hlasovou schránku.
- T-Mobilu záleží i na mobilní etiketě. Projekt JaXmobilem zábavnou formou ukazoval, jak bychom se měli správně a ohleduplně chovat při používání mobilu.
- První telefon s operačním systémem Android nesl označení T-Mobile G1. Na český trh se dostal v lednu 2009.
- Už v roce 2008 zákaznická linka experimentovala s využitím tzv. virtuální asistentky. Týna byl tehdy revoluční hlasový automat s pokročilým rozpoznáváním řeči.



Naše garance
Zákazník dostane
účtenku okamžitě nebo
do dvou sekund.
Finanční úřad
dostane účtenku vždy.

Udělejte si pořádek v podnikání aneb Elektronická evidence tržeb snadno

Hodně podnikatelů nechává řešení elektronické evidence tržeb na poslední chvíli. S námi ho i v poslední chvíli vyřešíte spolehlivě a bezpečně. Od prvního prosince můžete své účtenky u finančního úřadu „fiskalizovat“ jako o život. Navíc získáte o svých prodejkách přesný přehled.

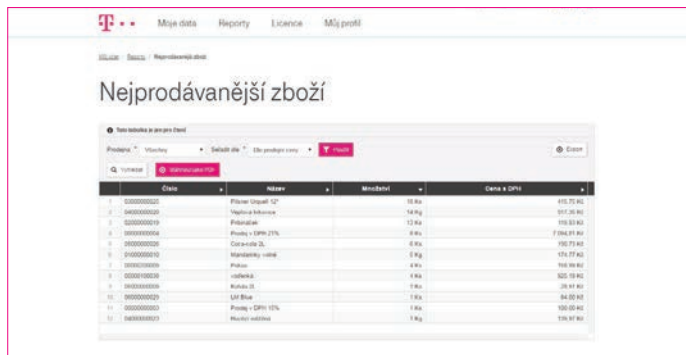
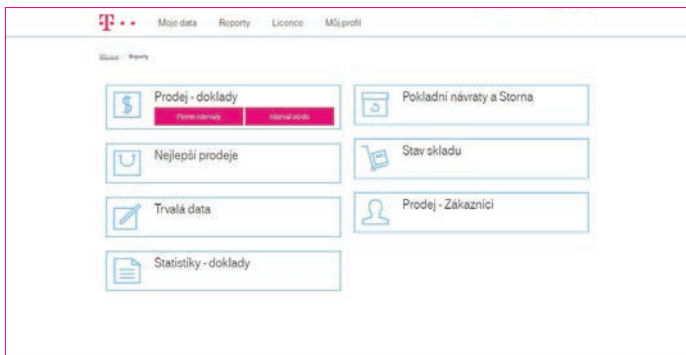
Počínaje prvním prosincem vstupuje část podnikatelů (především hotely, restaurace a občerstvení) do nového režimu. Musejí informovat finanční úřady o všech platbách od zákazníků. Od prvního března roku 2017 tato změna čeká všechny maloobchodní i velkoobchodní subjekty, v letech

dalších všechny ostatní. Připravte se na tuto změnu a zároveň ji využijte k tomu, abyste si ve svém podnikání udělali pořádek a vylepšili ho.

Víme, že nechcete ztrácet čas s úpravou svých systémů a chcete zároveň bezpečné, spolehlivé a dlouhodobé řešení. Připravili jsme pět řešení pro elektronickou evidenci tržeb, ze kterých si

vybere stánkař na trhu i velká prodejna, která je součástí prodejního řetězce. Nabízíme škálu řešení odstupňovaných funkcemi i cenou. Pro všechny jsou ale společné bezpečnost a spolehlivost. A snadná správa vašeho podnikání prostřednictvím obslužného portálu Moje pokladna. ●





i Co umí obslužný portál Moje pokladna?

Webový portál se stane centrem všech vašich prodejů. Budete vědět, kdy a co bylo prodáno, a také, kdo to prodal.

- Vede evidenci všech druhů zboží, které prodáváte.
- Rozlišuje jednotlivé zaměstnance, kteří z různých terminálů prodali zboží.

- Umožňuje stanovit různým zaměstnancům různá práva. (Jen nahlížení do seznamů prodaného zboží nebo přidávání do seznamů zboží nebo stanovení slevy na zboží v procentech či částce apod.)
- Poskytne vám detailní přehled o prodejích.
- Budete mít k dispozici další funkce pro vylepšení vašich prodejů – například sta-

tistiku nejlepších prodejů na jednotlivých provozovnách nebo rychlou finanční uzávěrku pokladny.

- Autorem řešení Moje pokladna je v současnosti evropská a v blízké budoucnosti také světová jednička v oblasti pokladních služeb Wincor Nixdorf – spojením vznikne globální firma Diebold Nixdorf.

i Jaké pokladny si vyberete?

Všechna zařízení spolupracují s obslužným portálem Moje pokladna. Všechna je možné koupit na splátky. Ceny bez DPH.



Terminál

- Má všechny pokladní funkce.
- Tiskne účtenky, přijímá karty, má dotykový displej i tlačítka, umožňuje nahlížení do statistik prodejů.
- Snadno přenosné, okamžité řešení v prodejnách s vysokou frekvencí účtenek.
- Paušál služby: 395 Kč/měsíc.
- Cena zařízení: 12 995 Kč.

Kalkulačka

- Obsluhuje se stejně jako vaše stávající pokladna (tzv. PLU kódy).
- Tiskne účtenky s názvy zboží (plně totiž spolupracuje s portálem Moje pokladna), má na zadní straně informační displej pro zákazníka, neakceptuje karty.
- Snadno přenosné, jednoduché řešení pro všechny, můžete zadávat pouze částky.
- Paušál služby: 295 Kč/měsíc.
- Cena zařízení: 6 995 Kč.

Kasa (pokladna)

- Jedná se o profesionální stacionární pokladnu.
- Má velký dotykový displej, na zadní straně barevný informační displej pro zákazníka. Je možné nahlížení do statistik prodejů, umožňuje přepínání různých zaměstnaneckých profilů.
- Jednoduše propojitelná s dalšími perifériemi.
- Přijímá karty prostřednictvím Bluetooth mPOS periferie.
- Paušál služby: 395 Kč/měsíc.
- Cena zařízení: 13 995 Kč.

Více informací o elektronické pokladně od T-Mobile na www.t-mobile-cz/etrzby



i Další nabídka pro řešení elektronické evidence tržeb

- Připojení k internetu s neomezeným přenosem dat pro evidenci tržeb za paušál pouze 40 Kč měsíčně.
- Mobilní platební terminál (mPOS) pro akceptaci platebních karet za 1 595 Kč.*
- Měsíční paušál za akceptaci karet je 175 Kč.

Ceny bez DPH

*Akční cena platí do 31. 12. 2016 nebo do vyprodání zásob.

Systém pro elektronické pokladny vám na vyžádání nainstalujeme, a to včetně certifikátu od finančního úřadu.



Tablet

- Bezpečné stacionární řešení.
- Jde o zamknutý a zabezpečený tablet (nelze do něj instalovat další aplikace), který se k tiskárně, která je součástí balení, připojuje přes Bluetooth.
- Přístroje jsou navzájem certifikovány, a proto je jejich spojení garantováno.
- Přijímá karty (prostřednictvím Bluetooth mPOS periferie).
- Paušál služby: 395 Kč/měsíc.
- Cena zařízení: 8 995 Kč.



Tiskárna

- Přenosné řešení do kapsy, s vaším zařízením spolupracuje přes Bluetooth.
- Do svého zařízení s Androidem či OS si stáhnete naši aplikaci.
- Přijímá karty (prostřednictvím Bluetooth mPOS periferie).
- Můžete používat portál Moje pokladna.
- Paušál služby: 295 Kč/měsíc.
- Cena zařízení: 2 995 Kč.

i Otázky a odpovědi

Chci přijímat karty. Musím jednat s bankami?

Nemusíte, vše jsme vyjednali za vás. Budete akceptovat karty nejpoužívanějších karetních společností.

Musím se připojovat přes mobilní síť?

Nenutíme vám skryté náklady. Kromě kalkulačky se všechna zařízení mohou připojovat také přes Wi-Fi.

Co se stane, když nepůjde internet?

Zákazník dostane účtenku do dvou sekund. Vždy. A pokud pokladna z nějakého důvodu neodešle účtenku a nezíská z finančního úřadu ověření (fiskální identifikační kód), bude se o její odeslání snažit po další dva dny, aby byl splněn zákonný termín. Na neuskutečnou fiskalizaci upozorní. Stav fiskalizace vždy uvidíte v portálu Moje pokladna. Pokud budou vaše pokladny využívat naši síť, záruka okamžitého doručení účtenky se blíží stu procentům. Budete totiž využívat síť silného telekomunikačního operátora. A bude vás to stát 40 korun měsíčně. (Měsíční paušál za připojení k internetu s neomezeným přenosem dat k evidenci tržeb.)

Musím si novou pokladnu nainstalovat sám?

Nemusíte. Přijedeme k vám a vše potřebné nainstalujeme včetně bezpečnostního certifikátu od finančního úřadu. Vkládá se jednou a pouze do obsluhovaného portálu Moje pokladna. Cena: 790 Kč bez DPH.

Zdarma až do začátku účinnosti zákona pro první vlnu

Do konce listopadu vám nabízáme měsíční provoz Mojí pokladny zcela zdarma.

Co je na účtence?

Všechny údaje, které vyžaduje finanční úřad.

Jak mohou zákazníci platit?

Hotově, platebními kartami, nejpoužívanějšími typy stravenek.

Jaké mohu používat příslušenství?

Jako jediní z operátorů nabízíme k pokladnám i kompatibilní příslušenství: skenery čárových kódů, váhy, stojánky.

Rozmluvíme vaše auto

Kde stojí moje auto? Jak je na tom jeho baterie? Kde se teď pohybuje? Odpovědi na tyto otázky budete znát kdykoliv, řeknou vám je sama auta. Jak ve všech servisech vědí, auta mluvit umějí. A díky naší síti si budou kdykoliv povídat přímo s vámi, jejich majiteli.



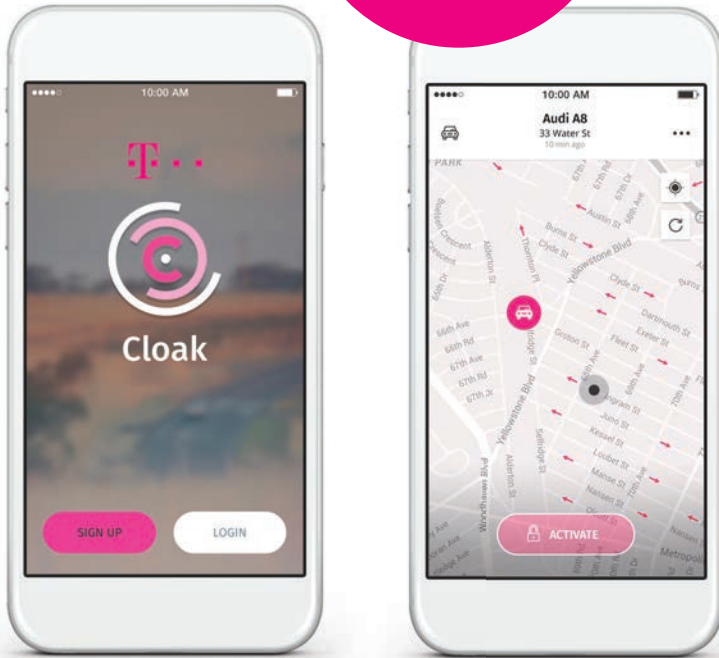
Výrazně
zvýšíme pasivní
bezpečnost
vášeho vozu.

S Připravili jsme pro vás první konkrétní řešení pro internet věcí, které skutečně vstoupí do vašeho reálného života a které vás bude okamžitě zajímat. Tou „věcí“, která s vámi bude komunikovat, je vaše auto. Už nikdy neprožijete stresové situace, které dobře znáte: „Kde jsem ksakru zaparkoval?“, „Odtáhl mi ho někdo?“, „Tady jsou taky zloději kol?“ Ale budete znát i odpovědi na další otázky: „Kolik litrů skutečně spotřebuje můj syn?“, „Je baterie dost nabitá na startování ve velkém mrazu?“ nebo „Jakým stylem jezdím a ušetřím při tom?“

i Co mi bude chytré auto říkat?

- Kde je zaparkované, že bylo nastartováno, kde se pohybuje.
- Jaká je přesná trasa jízdy, rychlost, spotřeba a způsob řízení (zaznamenaná prudké brždění, zrychlení).
- Kolik má v nádrži paliva.
- Na základě DTC kódu (Diagnostic Trouble Code) oznámí, jaký má technický problém, a co je třeba s ním dělat.
- Ohlásí jakýkoliv podezřelý pohyb (odtahování, náraz do zaparkovaného vozu, všesměrové kalibrované senzory zákazníka mohou upozornit třeba na krádeň kol či rozbití okénka).

Kde se auto pohybuje? Jak jezdí a za kolik? Budete mít přehled.



i Přehled o autech kdekoliv

Na webu i v mobilní aplikaci můžete kontrolovat bezpečí svého vozu: uvidíte, kde vůz je a v jakém je stavu. Budete si moci třeba nastavit hlášení o překročení dané rychlosti či určeného území nebo sledovat stav paliva, autobaterie atd.

Řešení pro chytré auto bude cenově i technicky dostupné pro každého.



Jak to funguje?

Všechna auta od roku výroby 2001 mají tzv. OBD port (On Board Diagnostic), který najdete pod přístrojovou deskou na straně řidiče.

V servisech se využívá pro diagnostiku aut. Do tohoto portu se zasune zařízení, které udělá i ze staršího auta chytré auto. Instalaci modulu zvládne každý a trvá sotva pár vteřin. Jedná se o malé 2G zařízení vybavené SIM kartou, GPS čipem a akcelerometrem. Jednosměrně komunikuje s naší sítí a posílá do ní informace o stavu vozu. Jedná se o velmi malé množství dat, limitu zařízení v řádu desítek megabytů reálně nikdy nedosáhnete. Tyto informace uvidíte jednak v aplikaci na svém mobilním telefonu a jednak také v aplikaci přístupné přes webové rozhraní. ●

i Hry s auty

Platforma umožní vývoj nových aplikací s herními prvky. Kdo ve firmě jezdí nejbezpečněji? Kdo volí optimální trasy? Kdo je nejšetrnější? I takové aplikace, které splní všechna bezpečnostní pravidla, mohou vzniknout.



i Která auta mohou být chytrá?

Drtivá většina modelů vyrobených po roce 2001 má port a s chytrými moduly komunikuje. Pokud máte bazarové auto a nejste si jeho elektronikou jisti, budete si moci na naší prodejně modul vypůjčit a jeho funkce v testovacím režimu vyzkoušet.



i Co je MOJIO?

Autorem platformy je kanadská firma MOJIO [modžo]. Toto řešení využívají miliony řidičů nejen v Severní Americe, ale i Itálii, ve Španělsku nebo Velké Británii. Zkušenosti s konkrétním instalovaným hardwarem má například britský Royal Autoclub s instalací v řádu statisíců.

T-Mobile Rozjezdy 2016



Vasky - originální kožená obuv

celostátní vítěz

Václav Staněk / Zlín

Vasky je značka nové kvalitní kožené obuvi. Pro jejich výrobu se využívají především regionální zdroje, od podešví až po zkušené ruce zlínských ševců. Boty vyrábí v malé rodinné firmě, a to ručně. Student třetího ročníku gymnázia okoukal obuvnictví od svého tatínka a byznys rozjel se svými spolužáky – fotografkou Lucií Urbanovou a Jakubem Gallasem.

www.vasky.cz



Představujeme vám ty nejzajímavější podnikatelské projekty, které se umístily na předních místech letošních T-Mobile Rozjezdů.



Mulier – porcelánové vypínače a zásuvky

vítěz ceny veřejnosti

David Richtr / Neveklov

Mulier vyrábí porcelánové vypínače a zásuvky, jejichž výrobu pilovala do dokonalosti keramička Lucie Javůrková společně s konzultantem v IT Davidem několik let. Zákazník si může vybrat z více než 5 000 variant. Nápad přišel v roce 2010, kdy David s Lucií začali společně rekonstruovat starší byt. Lucie nechtěla mít na zdech klasické plastové zásuvky, začala proto s výrobou a především dlouhým vývojem a atestací vlastních keramických. Jejich cílem je stát se lídrem na trhu luxusních vypínačů a zásuvek v Česku a v dalších zemích.

www.mulier.cz



HirudoFarm – farma na chov certifikované pijavice lékařské

Plzeňský kraj, 1. místo

Zuzana Sladká / Stříbro

HirudoFarm je první farma na chov certifikované pijavice lékařské v České republice. Cílem je nabídnout lidem možnost alternativní metody léčení, jelikož pijavice obsahují více než 150 prospěšných bioaktivních látek. První myšlenka u maminky dvou dětí se zrodila už při bakalářském studiu, ale čas na podnikání přišel až při rodičovské dovolené. Zuzana absolvovala v roce 2014 kurz hirudologie a byla by ráda, kdyby její „Sladké pijavice“, jak se také farmě říká, prorazily v budoucnosti i v zahraničí.

hirudofarm.webnode.cz



Cascara Fizz – limonáda z plodů kávovníku

Praha, 3. místo

Jiří Sládek / Praha

Cascara Fizz je osvěžující nealkoholická přírodně kofeinová limonáda z cascary, ovoce kávovníku (slupka a dužina samotného nepraženého kávového zrna). Kompletně přírodní produkt bez konzervantů, sladidel a s nízkým obsahem cukru vyrábí parta přátel v místním mikropivovaru. Projekt kávové limonády připravovali dva roky. Vystudovaný arabista Jiří se zamiloval do kávy již během svého pobytu v Londýně a po návratu pak založil kávový projekt BrewBar zaměřený na terroir kávy.

www.cascarafizz.com

Chcete se
přihlásit? Více
informací na
www.rozjezdy.cz

i Co jsou T-Mobile Rozjezdy?

Soutěž, do které se mohou přihlásit začínající regionální podnikatelé. Smyslem soutěže je podpora těchto podnikatelů.

i Proč?

Protože chceme malým regionálním podnikatelům pomáhat v jejich začátcích. Protože chceme podporovat vznik nových pracovních míst a pomáhat rozvoji podnikání v regionech. Protože víme, že zkušenosti odborníků na seminářích, které v rámci T-Mobile Rozjezdů probíhají, začínající podnikatele skutečně naučí dovednosti, které jim při podnikání pomohou. Protože chceme podnikatele, kteří se T-Mobile Rozjezdů účastní, v rámci jejich regionu zviditelnit.

Zůstat na vrcholu je těžší než výstup

Po mnoho let se v T-Mobile snaží, aby se zákazníkům dostávaly co nejlepší služby a produkty tou nejlepší cestou. Ví, že jsou chvíle, kdy je klíčové být k internetu připojen, i chvíle, kdy je klíčové připojení odstránit.

Já vím, že jsem to teď napsal do boxu, ale vysvětlíte mi prosím ještě jednou, co v T-Mobile v současnosti děláte. Úplně tomu nerozumím...

Pracuji s prodejními kanály, které máme k dispozici a přes které prodáváme všechny naše služby a produkty včetně hardwaru. Musíme definovat, co se bude prodávat například přes prodejny, infolinky a třeba přes e-shop. Některé kanály nejsou pro prodej určitých služeb vhodné i kvůli vyšší nákladovosti. Kampaňový management úzce souvisí s hodnotovým. Snažíme se zákazníky u nás udržet mnoho let, což by bylo nemyslitelné, pokud bychom nereagovali na změny jejich potřeb a chování. Takže ve vhodné chvíli musí přijít vhodné kampaně, pomocí kterých takové nabídky komunikujeme.

Prvního července se T-Mobile spojil se slovenskou částí. V čem to bylo obtížné?



Především lidsky. Dochází k přerušení i navázání vazeb, na Slovensku se nedělá všechno jedna ku jedné jako v Čechách a opačně. Zásadní je zapomenout na fakt, že jste řídil svou oblast činnosti firmy v nějakém Česku, a zapomenout na svoje neúspěchy, ale i úspěchy. Musíte se dívat na to, co se dělá ve firmě dobře, nezávisle na straně hranice. Není to snadné, obě strany se snaží ukázat, že v jednotlivých oblastech to dělaly, jak nejlépe uměly. Lidi do toho investovali spoustu času, a proto je to velmi citlivé.

V čem se Slovenskem inspirujete?

Plánování i reporting jsou na Slovensku na velmi dobré úrovni. Dále například v minulosti

výrazně více prosazovali spolupráci on-line a off-line kanálů. V Čechách najdeme inspirace také hodně, klíčové ale je, aby na ty lepší metody přišly obě strany samy. Děláme podobné věci a trendem je spojování do přehlednějších celků. Odlišnosti ale zůstanou, působíme v různých právních rámcích, na různých trzích a naší úlohou je definovat, které nabídky má smysl dělat společně.

Jak jste v T-Mobile dlouho?

Velmi dlouho. Nastoupil jsem v roce 1998 ještě do Paegasu. Pak jsem měl dvouletou pauzu v menší telekomunikační firmě a tam jsem si sáhl na úplně všechny oblasti činností, které taková

i Co v T-Mobile dělá?

Ředitel prodejních kanálů a řízení kampaní Tomáš Ryšavý (43) se v T-Mobile stará o kanálový, kampaňový a hodnotový management pro Českou a Slovenskou republiku.

firma dělá. Ve velké korporaci máte svou oblast působení a může se vám stát, že si neuvědomíte propojenost na jednotlivé součásti fungování firmy. Pak jsem se v roce 2002 do T-Mobile vrátil, čili s malým přerušením jsem tu 16 let... V korporaci bych ale nevydržel, kdybych za tu dobu nevystřídal asi pět pozic, které mění úhel pohledu na fungování firmy a obohacují mě profesně. Pro mě jsou v korporaci jistým životním cyklem asi tak čtyři roky, po jejich uplynutí jsem „zajetý“ a mám pocit, že moc nového už nepřináším, ale to je samozřejmě individuální.

Nad „životním cyklem“ celé korporace tedy máte určitý nadhled, že?

Mezníkem je samozřejmě začátek Paegasu. Telefon tehdy stál 30 000 korun a my jsme zadotovali model Philips Fizz tak, že stál kolem tisícovky a mohl si ho koupit běžný člověk. Vstupní hranice ceny hardwaru byla prolomena. Začala éra dostupných telefonů a dostupných předplacenek. Dalším milníkem bylo kompletní přebudování do T-Mobile. A výrazným přelomem bylo v roce 2005 to, že jsme se stali mobilní jedničkou na trhu a také jsme se na této pozici do dneška udrželi. Zůstat na vrcholu je nejen v oboru telekomunikací vždy těžší než k němu stoupat. Dalším zlomem v našem odvětví byla tarifní revoluce v roce 2013 a boom chytrých telefonů. K další revoluci dochází teď a je to datová revoluce. To je současnost a nejbližší budoucnost mobilního byznysu. A nelze opomenout ani integraci s T-Systems a GTS, které přispěly k pozici

T-Mobile jako plnohodnotného hráče na poli fixních a ICT služeb.

Jak bude T-Mobile vypadat za pár let?

Trendem operátorů je „fix-mobile convergence“. Rezidentním zákazníkům nabídneme co nejširší paletu služeb – mobil, pevné připojení, televizi, připojená auta a další. Jen tak můžeme na trhu dlouhodobě uspět.

Podarí se pestrost služeb silné telekomunikační firmy sjednotit pod jednu fakturu?

Je to naše dlouhodobá snaha, ne vždy však implementačně jednoduchá. Nebudu slibovat, že v blízké budoucnosti bude jedna faktura za úplně všechny služby, co ale slíbit mohu je to, že nabídneme různorodé služby v balíčcích, které budou mít vždy svou logiku. Zákazník musí vědět, jaká kombinace služeb mu dává jaké výhody. To je přidaná hodnota takového balíčku, ne ona jedna faktura. Inspirací pro nové služby je dost, nastupuje doba chytrých aut, nastupuje doba internetu věcí. A třeba ten je pole neorané, které skýtá velký potenciál. Vstoupí do něj města a jejich municipality, firmy, časem i jednotlivci, kteří internet věcí využijí podle svých potřeb. Přijde spousta nových vývojářů a na nás je filtrování jejich nápadů a realizace těch nejlepších.

Nikoliv otázkou budoucnosti, ale současnosti je síť LTE. Česká republika na tom nebyla v ohledu mobilního datového připojení nikdy tak dobře, že?

Síť máme robustní, ale také ještě máme dost uživatelů, kteří vlastně nevědí, co s ní dělat. Na nás teď je síť nejen vylepšovat, ale také učít uživatele ji využívat. Pořád existuje hodně lidí, kteří ani nevědí, co síť LTE přináší. LTE je ve venkovských oblastech, kde nebylo ani 3G. Lidé tam z EDGE přeskočili hned na LTE. To je obrovská změna. Na EDGE jste si tak stěží mohli přečíst web, na LTE rychle stáhnete

film. Jenže polovina uživatelů ještě stále nemá chytrý telefon a to se musí změnit. Samozřejmě existuje skupina zákazníků, kterou nepřesvědčíme nikdy, ale rozhodně to nejsou všichni z těch, kteří síť ještě nevyužívají. Máme i zákazníky, kteří si data platí, ale nevyužívají je. Těm musíme ukázat výhody mobilního internetu a naučit je používat ho. Třeba herní hit Pokémon GO je dobrý příklad – předplacenkoví zákazníci nás kontaktují s dotazy, jaký si mají zaplatit datový balíček, aby venku taky mohli honit Pokémony. Rozdatovali se tak i ti, kteří předtím mobilní internet nepoužívali.

Jak odpočíváte po práci, která nikdy nekončí?

Nepřeceňuji, jestli člověk pracuje na infolince nebo v managementu. Každý má své velké problémy a musí se je naučit zvládat. Samozřejmě se snažím vypnout, když jsem s rodinou a svými třemi kluky. Je jim 14, 11 a 6 let. Vypínám v Podkrkonoší, kde na chalupě u Nové Paky trávíme čtvrtinu roku, a pokud to jde, odjíždím tam přes léto i z práce. Tam mě čeká taky osvobozující manuální práce.

Utečete z LTE sítě?

V tomhle smyslu tedy nevypínám, bylo to jedno z prvních pokrytých míst. Díky rychlé konektivité je to vypínání pracovních povinností velmi těžké. Jenže to vypnutí je důležitá součást života a je třeba na ni myslet. Svoji rodině se snažím věnovat i doma, jak jen to jde, nejmladšího ráno odvedu do školky a večer se snažím být se všemi u večeře. Pak v devět ale často už zase usedám k práci. Riziko neustálé konektivity dobře vidím u dětí, mají chytré telefony, přístup k datům, a tedy ke všemu, co se jim líbí. Je třeba jim to dávkovat. Ten nejmladší si třeba asi ve čtyřech letech vypěstoval jistou závislost na tabletu, ke kterému měl volný přístup. Museli jsme mu ho prostě vzít. I ten prostřední má chvíle, kdy je vidět, že jeho hlava je jaksi přeplněna. Takové dávkování internetu musí řešit každý, právě pro všechny rodiče spouštíme službu Školák. Pro své děti si můžete zapnout internetovou a lokalizační kontrolu, pak víte, kdy a kam se dítě připojuje, kde se pohybuje a může se s vámi kdykoliv zdarma spojit. Na druhou stranu dobře vím, že pouhá kontrola a represe není cestou. Ty děti totiž často jsou o krok před vámi a dokážou vás obejít. Cestou je jen jejich edukace. ●

Nabídneme logické balíčky. Zákazník musí vědět, jaká kombinace služeb je pro něj výhodná.