

Colo^gnoviny

časopis nejen pro zaměstnance Colognia press, a.s. | červen 2012



Milí kolegové,



máme za sebou polovinu roku 2012. Během jeho prvních šesti měsíců došlo k mnohým změnám, které ostatně patří k filozofii naší společnosti a pomáhají nám posouvat ji po všech stránkách dopředu. Inovační se projeví v personální a technologické oblasti, možná nejviditelnější změny ovšem doznala komunikace naší firmy s veřejností. Jak napovídá titulní strana časopisu, který jste právě otevřeli, Cognia press právě mění svou image.

Díky podobným novinkám cítím, že se začíná zúročovat v mnohém úporný rok 2011. Výsledky už přináší také snaha získávat nové klienty. Ani tím však naše činnost nekončí, naopak plánujeme dále nové věci. To dokazuje například naše první plavba parníkem po Labi.

Firemní výlet lodí, o kterém si mimo jiné v novém čísle Colognovin můžete přečíst, jistě příjemně občerství naši mysl. Nejen proto byl však důležitý. Už jsme o tom mluvili mnohokrát a budeme to opakovat neustále, totiž že komunikace je zásadní pro fungování každého společenství. Je proto nezbytné, aby se do života naší firmy zapojovali všichni. Takže se nebojte být kritičtí ve všech směrech!

Vaše konstruktivní kritika posune nejen Vás, ale i celou firmu. Pokud nepočítám dobu, kdy spíme, trávíme v práci přibližně polovinu našeho aktivního času. I proto je třeba si tuto část našeho života zpříjemňovat a brát zaměstnání také jako své poslání. Snažit se vytvářet prostředí, kde nás to bude ještě více bavit.

Čas letí a letní prázdniny jsou tady. Nejen proto, že mám školou povinné děti, cítím každé jaro příjemné šimrání, že nás čeká ta hezčí část roku: léto, slunce, dovolená.

Vypřáhnout určitě potřebujeme všichni. Chvilí se věnovat svým rodinám, ale hlavně v první řadě sami sobě, nabrat čerstvé síly a těšit se z nových zážitků. Přesně to máme nyní před sebou.

Ještě předtím mi ovšem dovoluňte poděkovat za Vaše úsilí. Jen díky němu se nám daří uskutečňovat a rozvíjet naše vize.

Přeji pěkné prázdniny Vám i Vaším blízkým,

Ing. Jaroslav Vendl,
předseda představenstva



4

**Seznamte se:
Nová Cognia**



8

**V Cognii
myslí na tradice**



6

**Cognia
na světovém
veletrhu**



9

**Jsme
na jedné lodi**



6

Podporujeme...



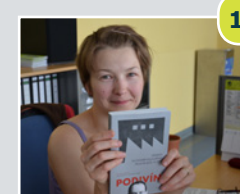
10

**„V paneláku
jsem byl jako
lev v kleci“**



7

**„Opičárnu“
za nás udělají
stroje**



12

**Za pochvalu
Podivína**

Cognia překonala vlastní rekord

V jedenadvaceti si může Američan poprvé koupit pivo. 21 je jiný název pro karetní hru blackjack. A více než dvacet jedna metrů vrhne zřejmě na olympiádě v Londýně nejlepší koulař. Stejná číslíčka však nyní dostala další, pro mnohé podstatnější, smysl.

Více než 21 milionů totiž Cognia utržila v březnu 2012. Přesně 21 140 652 korun. Vytvořila tak nový firemní rekord.

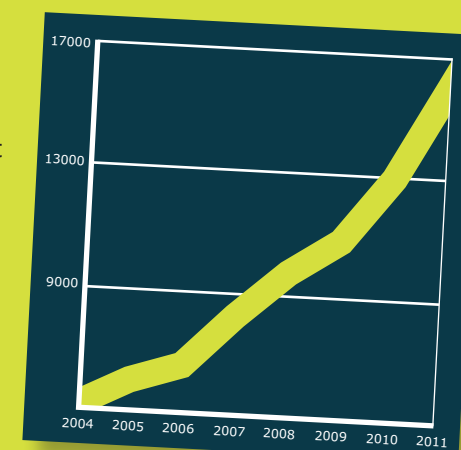
„Milník 21 milionů jsme v tržbách překročili poprvé. Je to

výborný výsledek,“ potvrdil předseda představenstva Jaroslav Vendl. Osobák tiskárna naposledy vytvořila v červnu 2010.

Obchodnímu oddělení se současně daří zvyšovat počet zakázek. „Jejich nárůst v posledním desetiletí je fenomenální,“ ukazuje Vendl křivku šplhající strmě vzhůru (viz graf).

Přesto na sobě Cognia dál tvrdě pracuje. „Věříme, že čísla půjdou ještě nahoru,“ dodal Vendl s tím,

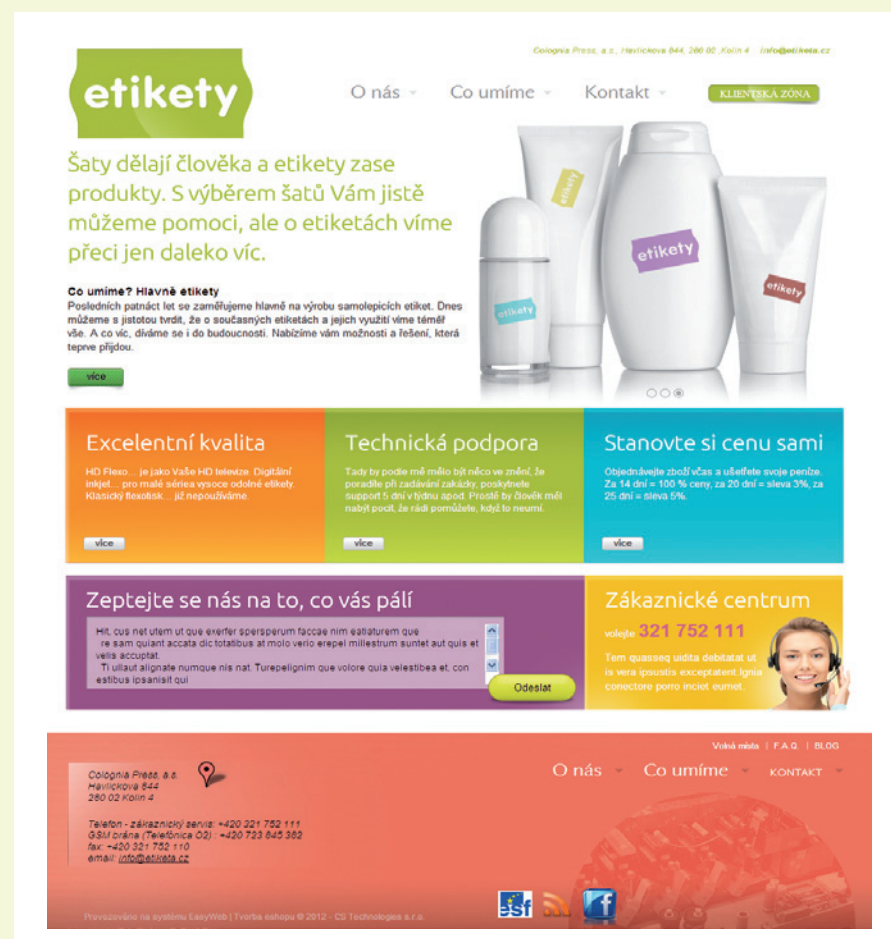
že poděkování patří všem zaměstnancům, kteří se snaží udělat víc, než je nezbytně nutné.



Seznamte se: Nová Cognia

Moderní stránky, které zaujmou

Barevnější. Poutavá a přehledná. Taková bude webová prezentace tiskárny.



Internetové stránky firmy z roku 2007 dávno zastaraly. Nejsou zákazníkovi po ruce, takže když napíše do vyhledávače například etikety na slivovici, neobjeví se Cognia press na prvním místě. A když už klient její web najde, neupoutá ho.

„Myslím, že na první stránce by nemělo být, kdy byla firma založena, kolik má zaměstnanců, jestli v ní pracuje přiměřené procento Eskymáků nebo jaký používají toaletní papír. Pro potenciálního zákazníka je důležité hlavně to, čím je firma jiná a v čem je lepší než ostatní,“ upozorňuje spoluzakladatel tiskárny Pavel Kubáč.

Cognia přitom má podle něj co nabídnout. „A bude toho v dohledné době mnohem víc,“ dodává Kubáč. Proto nestačí původní stránky převléknout do moderního kabátu.

„Uvědomili jsme si, že musíme úplně změnit filozofii a zaujmout návštěvníka natolik, aby si řekl: Himbajs šuviks, proč u nich ještě netisknu?“ vysvětluje Kubáč.

Nutnou podmínkou je, aby se člověk na webu jednoduše zorientoval a rychle získal potřebné informace. Správné uspořádání obsahu stránek, anglicky user experience, bylo ostatně nejtěžší.

Zpočátku se také nedařilo sladit představy o novém vzhledu. Proto si firma nakonec přizvala odborníky z pražské společnosti Sugar & Ketchup. Ti mají zkušenosti s reklamním byznysem a nyní se zaměřují na výrobu aplikací pro zařízení iPhone. Proč přijali nabídku od tiskárny, která v porovnání s jejich zakázkami může vypadat nudně?

„Chceme dělat věci, které nás baví. Bez patosu a frází to tak v případě Cognie je. Takto otevřený přístup managementu k novým postupům je v branži opravdu ojedinělým jevem,“ říká Jan Trnka z firmy Sugar & Ketchup.

Protože má v následujících letech vedení tiskárny velké plány na změny a vizuální styl by je měl odrážet, zásahy do image musely být nepřehlédnutelné. Nové stránky se například zřekly ladění do modrozeleň a působí mnohem barevněji.

„Etikety jsou všude a na všem kolem nás. Proč se tedy limitovat omezenou škálou barev?“ objasňuje Trnka. Navíc se chtěl vyvarovat vytváření striktního grafického manuálu, který obvykle vzniká dlouhé měsíce, a když se ho podaří dokonale vyladit, je už v podstatě zastaralý. Nový vizuální styl se tak může libovolně vyvíjet.

Připravované stránky spustí Cognia press na začátku prázdnin. Tím však zdaleka nekončí jejich rozšiřování a vylepšování. O provoz se bude starat firma CS Technologies z Hradce Králové, která umí současně zařídit, aby zákazníci tiskárny v záplavě informací na internetu nepřehlédli.

Produktové logo ostré jako žiletka

Jiný nápis, jiný tvar, stejná zelená.

Změna image přinesla také úplně nové firemní logo. Jeho autor, Jan Trnka ze společnosti Sugar & Ketchup, pro něj spolu s vedením Cognie hledal notoricky známý tvar. Nakonec se rozhodli pro cenovou etiketu. „Jestli v něm ale někdo vidí i žiletku, tak jedině dobře, protože jsme pořádně nabroušeni na český koláč, který chceme svým přístupem a inovacemi rozkrájet a rozdělit jinak než doposud,“ míní spoluzakladatel tiskárny Pavel Kubáč.



Výhodou vítězného konceptu podle Trnky je, že jde logo dobře a různorodě použít, přičemž je ovšem pořád jasné, že představuje nálepkou. Dominantní „Cognia press“ současně nahradil nápis „etikety“. Cílem je propojení loga společnosti s hlavním firemním produktem.



„Budujeme značku, ale jméno používáme dál. Mladá fronta v názvu novin také zůstává, i když je stále méně podstatná na úkor onoho DNES, kterým výrobce říká, že mu jde o rychlou dnešní informaci. A nám jde o etikety!“ vysvětluje Kubáč. I proto doufá, že nové logo na trhu rychle zdomácní.



Zelená cenová etiketka se pochopitelně brzy objeví také jako součást podpisu v e-mailech. Dovrší tak změnu, kterou prošla firemní pošta, když celá společnost začala nedávno spolu s dalšími kancelářskými aplikacemi od Google používat g-mail. To přineslo snížení nákladů na počítačovou infrastrukturu a další výhodou je, že se zaměstnanci lépe dostanou ke své korespondenci mimo budovu firmy.

„Nejtěžší při přechodu bylo zachovat kontinuitu systému, aby se

etikety

za provozu nezatoulal ani jediný e-mail,“ hodnotí programátor z firmy PNB Miloš Broulík, který měl přechod na starosti. K němu došlo za jediný květnový víkend, ovšem připravoval se již od ledna. Také proto, že bylo třeba propojit poštu s firemním informačním systémem Colis.

Změnu loga brzy doprovodí speciální samolepka, tričko a řada produktů z Cognia spížirny. Tiskárnu pak v blízké budoucnosti čekají ještě větší inovace jako přestavba vstupní haly na „kavárnu“, kam si zákazník přijde poklábosit a jen tak mezi řečí uzavře obchod.



„Kolik budou všechny zmíněné změny stát, přesně nevím. Vím však jistě, že budou stát za to,“ slibuje Pavel Kubáč.



Columbia na světovém veletrhu

Výrobky naší tiskárny v Düsseldorfu okoukávali statisíce návštěvníků. Vedení firmy zase obhlíželo nové technologie.

Více než 300 tisíc lidí ze 130 zemí světa se v první polovině května přijelo podívat do Německa na veletrh tiskařských technologií. Mezi nimi bylo vedle Evropanů, Američanů nebo Brazilců také nečekaně 15 tisíc Indů. A 2 400 novinářů ze 75 zemí světa.

Ti všichni si mohli „sáhnout“ také na etikety vyrobené v Kolíně v Havlíčkově ulici. Našli je ve stánku společnosti EskoArtwork.

„Požádali nás prostřednictvím firmy Macron Systems, která ji u nás zastupuje, o produkty do jejich takzvaného supermarketu,“ vysvětlil předseda představenstva Jaroslav Vendl. V Colognii proto vybrali některé výrobky zhotovené technologií HD flexo, která v této oblasti tisku aktuálně udává směr vývoje. Následně putovaly do regálu mezi další z celého světa (na snímku „supermarket“ se spolumajitelem Pavlem Kubáčem).

„Jde o vyznamenání, které se sice neprojevuje v nárůstu prodeje, ale dokazuje, že svou práci děláme dobře,“ zhodnotil Vendl.

Prestižnost veletrhu Drupa zvyšuje, že se koná pouze jednou za čtyři roky. Tím spíše láká topmanažery firem. Ani zástupci Colognie letos nemohli chybět. „Zaujal nás například řezací stroj na tiskové formy, který násobně zvýší přesnost formátování, umožní precizní napojení konců forem, a tím také vyšší kvalitu tisku,“ sdělil Vendl. Podobně s Pavlem Kubáčem obhlédli vysokorychlostní ražbové pásy nebo polomechanické finalizační technologie.

„O postupné výměně finalizačních strojů za více automatizovaná zařízení, která výrazně zkracují přípravné časy, rozhodně uvažujeme ve velmi krátké době,“ potvrdil Kubáč.



Ten do konce příštího roku nevyklučuje ani nákup další digitální technologie s laserovým výsekem. Pokud ovšem bude příznivá situace. „Na toto téma jsme v Düsseldorfu měli dvě schůzky. Nejprve ale pro takové zařízení musíme vytvořit nový trh. Což není lehké,“ uznal Vendl.

Jasnější rysy má také plánovaná změna systému ventilace a vytápění v celém provozu. „Cirkulaci a filtraci vzduchu musíme vyřešit. Nyní ho nasáváme, místo toho jej chceme foukat ven,“ vysvětlil Kubáč, podle kterého se tak tiskárna zbaví v první řadě prachu, ale také zápachu ze sousedního provozu. Využít přitom chce odpadní teplo na vytápění, vyměnit okna i upravit fasádu. Pomoci by v tom mohla evropská dotace, přípravu žádosti finišuje Colognia press právě v těchto dnech.



„Opičárnu“ za nás udělají stroje

Colognia press se naučí řídit zakázky. Bavit to bude i klienty.

Několikamilionovou dotaci získala nedávno tiskárna na vývoj systému na řízení výroby. „Měli jsme tak dobrý nápad, že jsme s ním uspěli i u CzechInvestu,“ radoval se spolumajitel Colognie Jiří Rozvařil.

Jaké přinese výhody? Umožní vyrábět optimálněji a automatizovaněji. Starý program totiž plánoval produkci pouze na tiskových strojích a vše se řídilo ručně, bez ohledu na následnou finalizaci nebo skladové zásoby. Přednost měly často zakázky, které nejvíce hořely.

V budoucnu ovšem dostanou hlavní slovo počítače. Ty dokážou objednávkami samy seřadit tak, aby se vše stihlo v termínu, na vše byl materiál i místo na dokončovací strojích a současně byla výroba optimální. Komputery například uspořádají zakázky tak, aby příprava stroje trvala vždy co nejkratší dobu.

Počítače navíc ušetří práci lidem. „Když klient zadá opakovanou

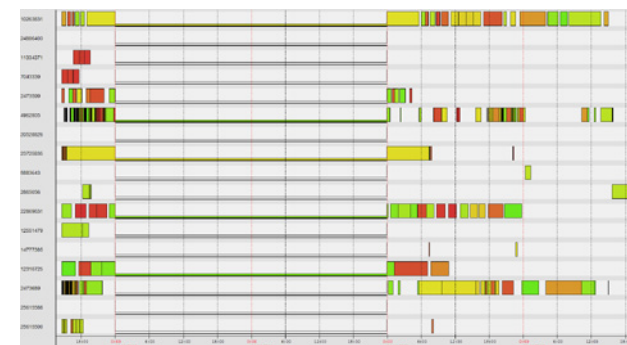
zakázku, kterých je většina, není důvod, aby se jí někdo z administrativy dotkl. Už totiž víme, jak i na co jsme tiskli,“ vysvětlil Rozvařil. Počítač může například místo technologa určovat, jak dlouho bude trvat výroba. Vyhodnotí to podle dřívějších stejných nebo podobných objednávek.

„Systém na řízení zakázek nám všem umožní soustředit se na samotnou práci a excelovat v tom, v čem je kdo dobrý, aniž bychom se museli starat, co se bude vyrábět. Tuto opičárnu za nás udělají stroje. Úplně nejdůležitější ovšem je, že to s námi bude více bavit klienta,“ řekl Rozvařil.

Zákazník si totiž bude moci zvolit online, kolik čeho chce. A hned uvidí, kdy to dostane. Připlatí, aby to měl dřív, ušetří, když

mu výrobek stačí později. Ovšem aby to takto fungovalo, potřebují počítače co nejvíce dat o minulých zakázkách. Už nyní je proto Colognia ukládá.

Podobný systém zatím v tiskařském světě nikdo nepoužívá. „Když jsme jej poptali na trhu, nepochodili jsme. Proto jsme se rozhodli nechat si systém udělat na míru. A to i s vědomím, že příprava, nasazení a ladění až ke spokojenosti všech zabere jeden až dva roky,“ uvedl Rozvařil. Jak vypadalo ověření koncepce nového systému, je vidět na přiloženém obrázku.



Podporujeme...

Mladé sportovce

Sto tisíc poskytla letos tiskárna Remerx Cycling Teamu Kolín na soustředění a činnost cyklistického oddílu, ovšem s hlavním důrazem na mládež.

„Šéf Jan Slaviček dělá svoji práci opravdu dobře a poctivě. Má smysl podpořit klub, který se snaží z kolínských dětí vychovat nejen dobré sportovce, ale v první řadě dobré lidi,“ vysvětlil spolumajitel tiskárny Pavel Kubáč.

Nadějnou fotografku

Společnost umožnila uskutečnění výstavy Být sám v historickém centru Prahy. „Bez finanční podpory Colognie bych se těžko obešla. Peníze jsem použila hlavně na výrobu 22 fotografií,“ řekla autorka snímků Kristýna Erbenová. Kvalitní a reprezentativní tisky o velikosti 100 krát 70 centimetrů využije i při svých dalších prezentacích.



„O zařazení výstavy do programu jsme rozhodli bez váhání. Oslovil nás především zásadní rys fotografií, jímž je spojení jistého klidu a napětí. Fotografie

nutí k přemýšlení o zachycených situacích a zároveň k hlubokému vcítění do pocitů osob, které je prožívaly,“ uvedl Ondřej Přibyl z galerie a kavárny Krásný ztráty. Tam si během dvou měsíců snímky pětadvacetileté absolventky fotografie na univerzitě v Opavě, která však pochází z Kolína, prohlédlo okolo 5 tisíc lidí.

Chytrou zábavu pro děti

Už od roku 2004 pomáhá společnost akci Oregon dětem, aneb budeme si hrát. Letos poskytla

samolepky pro označení soutěžících i pořadatelů.

„Už si nedovedu představit, že bychom třeba pořadová čísla pro děti psali ručně fixou jako v prvních ročnících,“ poděkoval jeden z organizátorů akce Jan Bašista. Spolu s dalšími nejen z řad Tábornického klubu Oregon udělal 5. května radost devíti stovkám dětí.

Vzdělávání

Dvacet tisíc darovala Colognia press Gymnázium Kolín. Multivan, který pro školu pořídila před dvěma lety, totiž potřeboval zimní obutí. Díky tiskárně vozí nově auto studentům obědy bezpečněji.

Zvelebování Česka

I drobnosti jsou důležité. V Ježově na Vysočině dlouho vybírali na renovaci varhan v kostele svaté Lucie. Vysvětit je přijel kardinál Dominik Duka. Přesto stále chybělo dvacet tisíc, aby se opět po šestnácti letech nástroj rozezvučel. Právě tolik korun přispěla Colognia.





V Cognii myslí na tradice

Víc než patnáct kop vajec si před Velikonocemi rozebrali zaměstnanci tiskárny.

Vedení společnosti se na začátku letošního dubna rozhodlo obdarovat každého z pracovníků tuctem vajec. Firma tímto krokem podpořila nejen české zvyky, ale ohlédla se také ke svým vlastním kořenům.

„Dárek navazuje na dobu našich začátků, kdy jsme se i přes každodenní stres snažili v práci najít zábavu, uspokojení a dávali jsme svým chováním na vědomí, že naše práce je naším životem, do kterého patří nejen kvalita a odpovědnost vůči okolí, ale také veselí nebo nadsázka,“ vysvětlil jeden z majitelů tiskárny Pavel Kubáč.

Upozornil také, že se s proměnou Cognie ve velkou prosperující firmu často vytratily úzké vazby mezi lidmi. Což ještě zhoršila ekonomická krize.

„Možná proto byla nezřídka pracovní atmosféra napjatá, neosobní a nezúčastněná. Jako první signál, že nám na vztazích v Cognii opravdu záleží, jsme se rozhodli všem zaměstnancům věnovat malý dárek v podobě tuctu vajec. Jak jistě víte, v dnešní době jde o dar nad zlato,“ odpověděl Kubáč humorem na medii hýčkanou „vajíčkovou krizí“ v Česku. Ta začala v lednu a před Velikonocemi kulminovala.

Díky Cognii se však navzdory předraženým vejcům žádná domácnost se zaměstnancem z tiskárny nemusela bát, že od nich koledníci odejdou s prázdnou. Dvanáct kousků navíc každý z nich ke svátečnímu stolu přinesl ve speciálně polepené krabičce (na snímku).



Za dobrou práci dobrý kofein



Jako malou odměnu za březnový rekord v tržbách dostali zaměstnanci výroby kávovar.

Vedení firmy se koupí stroje na nejoblíbenější energetický nápoj rozhodlo poděkovat všem, kteří se snaží pro firmu udělat něco navíc. Každý se od dubna může ve svém úsilí povzbudit dávkou kofeinu.

„Používám ho mnohokrát denně.“ reagoval skladník Petr Sotona. Zdaleka však není jediným, kdo si ke stroji chodí s hrnkem. Potkat tam lze i některé pracovníky z kanceláří.

Majitelé nákupem symbolicky navázali na dárek, který dostali všichni zaměstnanci před rokem u příležitosti patnácti let existence tiskárny. Do tmavomodrých hrnků s vypiskovaným logem Cognia press jim nyní i něco dobrého nateče.

„Ale jestli bude výkon v dalších měsících špatný, zase kávovar seberu,“ varoval s nadsázkou spolumajitel tiskárny Pavel Kubáč.

Kdo je věrný?

- Václav Zedník
- Jitka Moravcová
- Zdeněk Trnka

... oslavili v první polovině roku 2012 deset let ve firmě.

Kdo je ještě věrnější?

- Petra Poláková
- Milan Vácha

... užili si nového benefitu 15 za 15.

Kdo měl kulatiny?

- Robert Saulich
- Karel Bohaboj
- Miroslav Irecký
- Ladislav Pešta
- Josef Charvát
- Milan Uher

... měli v první polovině roku 2012 na dortu tolik svíček, že byl jejich počet dělitelný pěti.



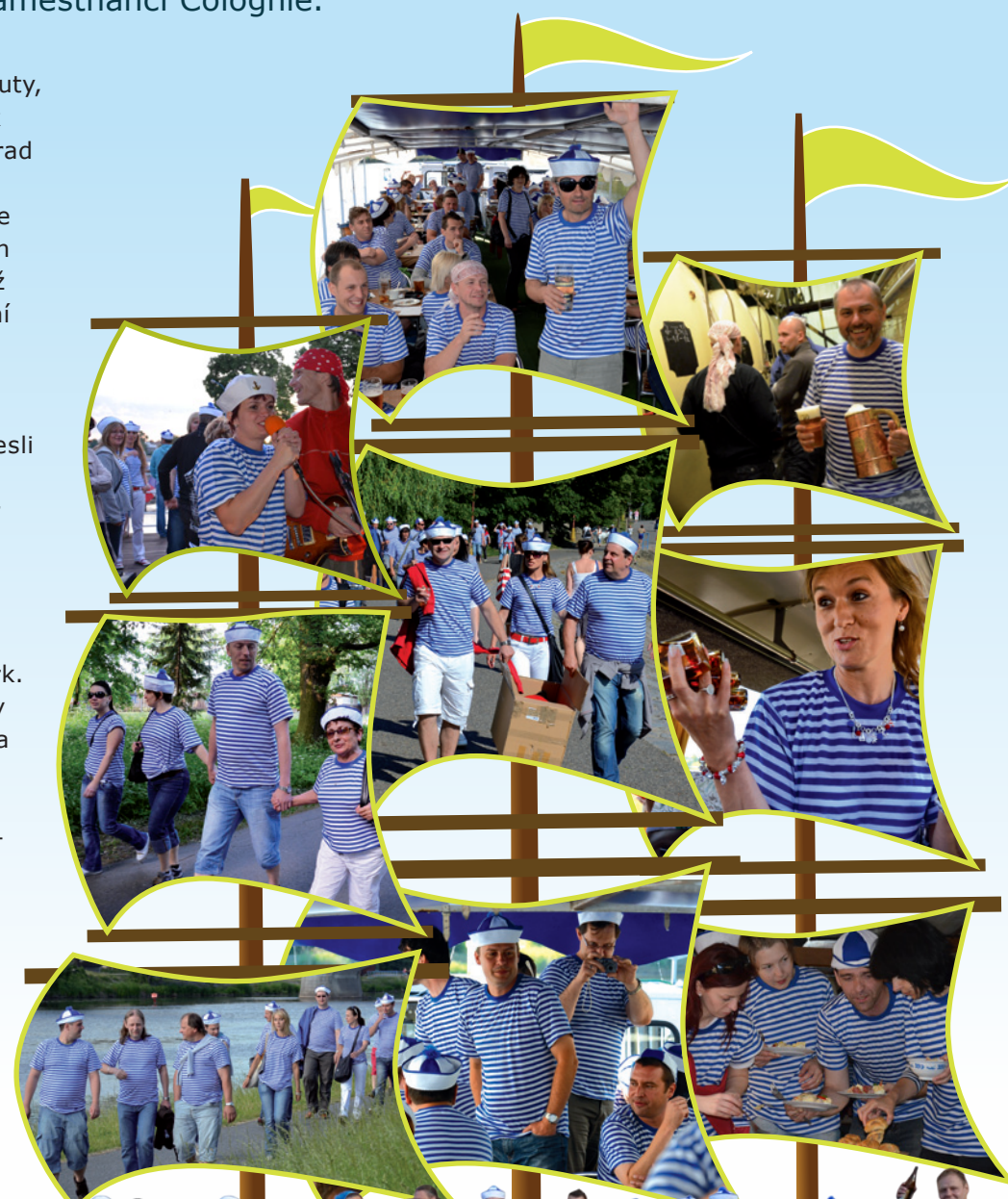
Jsme na jedné lodi

Jaké to je, nejen obrazně, ale i ve skutečnosti, si vyzkoušeli takřka všichni zaměstnanci Cognie.

Dvěma autobusy, několika auty, ale i vlakem přijeli v pátek 25. května z Kolína do Poděbrad pasažéři výletní lodě Král Jiří. Při plavbě, která začala krátce po čtvrté hodině, si užili nejen výhledu na oba břehy Labe až po Lysou, ale také občerstvení a dvou znalostních soutěží, z nichž si nakonec první ceny v podobě volných vstupenek do akvaparku Vodní svět odnesli operátor výsekových strojů Zdeněk Turner a programátor Martin Kouřa.

Po půl šesté loď zakotvila a celá posádka vyrazila pěšky na prohlídku Pivovaru Nymburk. Překvapení včetně ochutnávky postřižinského moku domluvila nákupčí Jana Hanková.

Po návratu bujaré veselí cologniálních námořníků, kterým k tanci přímo na palubě hrála kapela Veget, pokračovalo až do půl jedné v noci. Tehdy většina autobusem odjela zpět do Kolína, kde se někteří již jako suchozemci v putykách bavili až do svítání.



„V paneláku jsem byl jako lev v kleci“

Libor Wendl klame tělem. Při rozhovoru mhouří oči, jako by usínal. Jenže on se jen soustředí na správnou formulaci. Doma prý nevydrží chvíli sedět. Ostatně ani jeho život nezačal příliš poklidně.

Nový vedoucí obchodu ve společnosti Cognia press se narodil v Kolíně v nadějných šedesátých letech. Sice s malým škraloupem, protože jeden jeho dědeček vlastnil lom na zálabském Háníně a druhý pocházel ze starého německého rodu, takže ho za druhé světové války povolali do wehrmachtu. Děda utekl, nechtěl bojovat, jenže cestou zpátky do Česka zemřel na zápal plic. Právě po něm malý Libor zdědil německé příjmení.

To by komunistům až tak nevadilo, jenže už v jeho dvou letech se mu rozvedli rodiče a tatínek v osmašedesátém z dovolené v Jugoslávii emigroval do Kanady. „Viděl jsem ho až v roce 1985,“ vzpomíná Wendl. Později se už potkávali častěji, protože otec jako ve světě uznávaný odborník na stavby jaderných elektráren pracoval v devadesátých letech v jižní Evropě.

Maminka se zatím znovu provdala, jejím vyvoleným se ovšem stal lesník, který v padesátých letech v jižních Čechách pomáhal lidem utíkat přes hranice, takže jej se štěstím komunisté propustili po dlouhých patnácti letech.

„Nebyla to pro nás jednoduchá situace, ale zvládli jsme to,“ říká dnes Wendl.



Sen o studiu archeologie se ovšem rozplynul ještě dřív, než mohl získat jasnější kontury, a patnáctiletý Libor nastoupil na internát Střední zemědělské technické školy v Čáslavi. Když pak chtěl navázat studiem na vysoké škole, nevlastní táta kvůli protirežimním řečem skončil v kriminále podruhé.

„Takže jsem místo archeologie začal pracovat v zemědělství. Vydržel jsem tam téměř deset let a nelituji toho, byla to obrovská životní zkušenost,“ vypráví Wendl.

Nejprve vedl středisko v Sázavě. Měl pod sebou čtyřicet zaměstnanců, které se snažil motivovat

k práci v časech, kdy to nebylo zrovna jednoduché. Tehdy se naučil jednat s lidmi, z čehož těží doposud.

Kvůli dětem se pak s první manželkou odstěhovali ze samoty v Ledečku do Vidic u Kutné Hory, takže začal pracovat jako mechanizátor v Uhlířských Janovicích. Když se po revoluci statek rozpadl, vrhl se na obchod, kterému je věrný dodnes. Nejprve na živnostenský list, potom jako ředitel prodeje pro východní část Česka v importérské firmě Trikamo Brands. Později jako vedoucí obchodu Mrazíren Dašice, kde se však posléze rozhodli věnovat pouze výrobě



a logistice, takže celé obchodní oddělení zrušili. V roce 2005 tedy nastoupil v Praze do úvěrové společnosti Credium jako supervizor. Řídil aktivity pobočkové sítě, měl na starosti také koučování a trénink obchodních manažerů, tedy jejich všestranný rozvoj od správného uzavírání smluv až po firemní etiketu.

Jenže pak mu vážně onemocněla maminka, proto se s druhou manželkou přestěhoval za ní do Polabí, aby se o ni postaral.

„Vrátil jsem se do Kolína po dvatřiceti letech,“ vzpomíná Wendl. Stále ovšem dojížděl do práce do Prahy. Takže když pak dostal nabídku zanalyzovat obchodní procesy ve společnosti Cognia press, domluvil se s jejím vedením poměrně rychle, vzájemné namlouvání trvalo jen dva měsíce.

1. února 2012 Libor Wendl nastoupil do Cognie, nejprve jako koordinátor obchodu. Po odchodu Jana Herbeho se stal obchodním ředitelem.

„Překvapily, ale hlavně potěšily mě velmi dobré vztahy ve společnosti. Lidé se snaží táhnout za jeden provaz,“ všíká si Wendl. Rád by k tomu pochopitelně přispěl. Jeho hlavním cílem,

s nímž do firmy přišel, však je dosáhnout kvalitní celorepublikové distribuce. Proto chce nejpozději na přelomu roku získat obchodního manažera přímo v západních Čechách a dalšího na Moravě.

Odpadnou tím náročné vzdálenosti, které musí překonávat obchodníci z Kolína. „Zároveň zaměstnanec přímo z regionu zná místní mentalitu a jazyk, se zákazníkem se může bavit o věcech, které je oba pálí. S člověkem z Kolína to bude při schůzce fungovat po obchodní stránce, ale jinak i po sebelepší přípravě bude vždy ten od Prahy,“ vysvětluje Wendl, čím chce dosáhnout, aby neklesal počet zákazníků Cognie se vzdáleností od Kolína.

V práci nyní tráví hodně času. Pokud ale může, ujíždí na Hradecko do původně rekreačního domku, který už ovšem přebudoval na skvěle vybavenou chatu.

„Jsem typ, který musí pořád něco dělat. Aktivitu mám v sobě, ačkoliv na to asi nevypadám. Když jsem se po jedenadvaceti letech přestěhoval z vesnice do paneláku, byl jsem tam jako lev v kleci,“ vzpomíná Wendl. Na chatě má dílnu, kde rád pracuje se dřevem a nejen s ním.



Libor Wendl

- narodil se 19. dubna 1963 v Kolíně
- za socialismu nemohl studovat, absolvoval Střední zemědělskou technickou školu v Čáslavi
- baví ho šachy či práce na chalupě a v dílně
- v roce 2010 se podruhé oženil
- z prvního manželství má syna a dceru, dohromady s druhou ženou je trojnásobným dědečkem

„Co můžu, udělám si sám. Kdybych měl čas, není pro mě problém si od základů postavit dům. Snad jen u topení bych přizval odborníky,“ říká Wendl, který má momentálně jediný velký životní sen, totiž aby byli lidé okolo něj šťastní.



Za pochvalu Podivína

Tajenka minulé křížovky?

Colognia press je jako Kvitová na samolepicím kurtu.

Jediné bezchybné řešení tentokrát zaslala asistentka obchodu Kristýna Horáčková (na snímku). Sama říká, že luští ráda, správná tajenka od ní ostatně dorazila už podruhé za sebou. Přesto prý s křížovkou chvíli zápolila. „Párkrát jsme s kolegyní Zlatkou zaváhaly,”

vzpomněla Kristýna. Kromě sladkých drobností převzala jako odměnu knihu Podivín s podtitulem Nejneobvyklejší pracoviště světa.


Ricardo Semler, který patří podle různých žebříčků mezi nejvlivnější osobnosti planety, v ní

popisuje,
jak
přetvořil
společnost Semco. Brazílskou
firmu na výrobu lodních pump
převzal od otce a postupně z ní
udělal symbol svobody v práci.
Z jeho zkušeností se inspiruje
i vedení Cologne.



Křížovka

Řešení zasílejte do konce listopadu na e-mail colognoviny@etiketa.cz.
V tajence naleznete dokončení vzkazu od spolumajitele Pavla Kubáče:
„Jestliže na konci roku bude naše výroba fungovat podle návrhů Rodgera
z Gallusu, vylosuji ze správných luštitelů tři, kteří kromě případného
třináctého platu pro všechny zaměstnance dostanou ještě...”

	ZNAČKA HLINÍKU	CHYTITI	SKVOST	ANEBO (ZAST.)	??? ARIANA	SÍDLO V OKRESE ROKYČANY	YDAVATEL	ZAKVÍČENÍ VEPŘE	SPLYNUTÍ TOKU	??? ONZA	Z TOHO DŮVODU	POPĚVEK	??? HILBERT	ANGL. NARAŽKA	DUCHOVENSTVO
FRANCOVKA					NEJVYŠŠÍ REČKY BŮH					KÓD POLSKA			SPZ HRADCE KRÁLOVÉ TAJENKA 2		
BARMSKÁ DELKOVÁ JEDNOTKA					NESPAT LEPTON					KIBIC ZNAČKA DOUTNIKU					
??? MEZON	TAJENKA 1 DÁNSKÉ SÍDLO							ZBAVENÉ VOUSŮ							
NĚMECKÝ MATEMATIK								ROZLOHA POZEMKŮ							
ZNAČKA VYSAVAČŮ				ZOOLGICKÁ ZAHRADA ANGLICKÝ TÁHNOUT				DISTANCE	ČÁST JICNŮ PTÁKŮ ČÁSTI OBLEČENÍ					KVIČENÍ	CIZÍ ŽENSKÉ JMÉNO
SOLMI- ZAČNÍ SLABIKA			ZKÁZA ZVUK PŘI KYCHNUTÍ								RUSKÉ SÍDLO				
??? LAEN	AMERICKÁ ŠELMA	MONGOLSKÝ KOČOVNÍK MADRIDSKÝ KLUB				OKRUH (BÁSN)	STUPEŇ CITLIVOSTI FILMU JMÉNO ROLINISOVÉ				CITO- SLOVCE KLAPOTU	ZNAČKA ANGLICKÉHO AUTA			
DRAVÝ PTÁK					ODSKOČENÍ NAHÝ LIDSKÝ MODEL							ŘÍMSKÝ 3 SLOVENSKÝ SOUHLAS			
NELKATI										VELKÝ CIT					
ZA CO				TAJENKA 3						ZÁPORNÝ ION					
ARAB. MUŽSKÉ JMÉNO				PRACKY						UZNÁNÍ					