

ADAM - zahradnická slaví 20 let

ADAM – ZAHRADNICKÁ, A. S. VSTOUPILA NA ČESKÝ TRH S OKRASNÝM ROSTLINNÝM MATERIÁLEM A TRAVNÍMI OSIV V ROCE 1998 JAKO NÁSTUPCE FIREM EDEN, S.R.O. A STROMY PRO SRDCE EVROPY, S.R.O. DNES, PO DVACETI LETECH PROFESIONÁLNÍ, SYSTEMATICKÉ A TRPĚLIVÉ PRÁCE, PATŘÍ K NEJVÝZNAMNĚJŠÍM DODAVATELŮM NEJENOM ROSTLIN, ALE I TRAVNÍCH OSIV A HNOJIV V ČESKU I V ZAHRANIČÍ. DVACET LET JE PODSTATNÁ ČÁST ŽIVOTA I PRÁCE, A PROTO JSME SE TUTO PŘÍLEŽITOST ROZHODLI K ROZHOVORU S JEJÍM PRODUKTOVÝM MANAŽEREM A ČLENEM PŘEDSTAVENSTVA ZDEŇKEM KADRNOŽKOU.

Uplynulo dvacet let od vašeho vstupu na trh. Co se během nich událo? Co vás překvapilo? Na co nejvíc vzpomínáte? Začínali jste od nuly?

Jak už bylo naznačeno v úvodu, společnost Adam-zahradnická a.s. vznikla v roce 1998 spojením obchodních aktivit firem brněnské zahradnické Eden s.r.o. a pražské Stromy pro srdce Evropy, s.r.o. Obě tyto firmy byly založené v roce 1992. Stromy pro srdce Evropy s.r.o. se věnovaly obchodu s rostlinným materiálem, Eden s.r.o. měl podstatně širší záběr, jeho činnost zahrnovala zahradní a sadovnické realizace, arboristiku, krajinu a obchod s rostlinným materiálem. Devadesátá léta byla pro rozjezd podnikání složitá především pro absenci kvalitní legislativy.

Adam-zahradnická a.s. vznikl „na zelené louce“ z čistě privátních, tuzemských zdrojů, žádné divoké manažerské privatizace nebo zahraniční kapitál. Výhodou byl prázdný trh, který hledal nové produkty a zahraniční technologie.

Já osobně jsem přišel v roce 1995 na pozici produktového manažera pro prodej travních osiv Barenbrug. S trochou nadsázky se dá říci, že jsem se stal součástí revolučního rozvoje trávníkářského oboru. V začátcích mi hodně pomohly intenzivní kontakty s kolegy z firmy Barenbrug, kam jsem jezdil na pravidelné stáže, především pan Lex van den Weerd (produktový manažer) se stal mým mentorem. Dalším člověkem, který ovlivnil můj profesní život, byl pan profesor Bureš. Absolvoval jsem

jeho semestrální kurzy na Mendelově univerzitě. Všichni jsme se v té době snažili nasát co nejvíce informací o okrasných a sportovních travních. Proto bylo nutné kombinovat teorii v podobě studia s cestami do zahraničí, kde bylo možné vše sledovat v praxi. Dnes je to jiné, jak v možnostech práce, tak i studiu se specializací na trávníkářství.

Jaké největší výzvy jste museli na své cestě překonat?

Nikdy není jednoduché začít od nuly. Když jsme začínali s travními osivy Barenbrug, znalo tuto firmu jen několik šlechtitelů a odborníků. Dnes po více jak dvaceti letech je tato značka etablovaná na trhu. Zná ji většina lidí, kteří pracují

Travními osivy Barenbrug bylo založeno například berounské 18jamkové privátní hřiště s nádhernými výhledy.



v oboru. Samozřejmě za tím stojí obrovské úsilí, propagace a zkoušení. Stejně je to i s ostatními produkty. Pokud jsou kvalitní a přinášejí klientovi, to co očekává, pak s Vámi zůstane. To je důvod, proč je výběr dodavatelů (partnerů) klíčový. I my jsme se několikrát v této oblasti spálili. Na počátku bylo nutné překonat nedůvěru klientů k novým produktům. Naší snahou bylo a stále je ukázat, že za kvalitu je třeba si připlatit. Krédem hned od počátku bylo, prodávat kvalitu, která s sebou ale přinášela i vyšší cenu, proto bylo nutné klienty přesvědčit, aby naše produkty vyzkoušeli. S čistým svědomím mohu říci, že většina z nich s námi zůstala dodnes.

Které vaše akce považujete za stěžejní?

Zásadní pro vývoj firmy byl golfový boom konce 90. let a začátku tisíciletí. V tomto období byly založeny travními osivy Barenbrug golfová hřiště jako například Slavkov u Brna, Mnich, Sokolov, Český Krumlov, Kořenec, Beřovice, Beroun, Skalica, Harrachov a další. Většina z těchto hřišť jsou našimi partnery dodnes. V posledních letech je pro nás důležitá i spolupráce s rezorty Ypsilonka a Černý most, kde se nám podařilo v součinnosti s místním managementem dostat tyto hřiště na velmi dobrou úroveň, což se odráží i v jejich hodnocení a návštěvnosti. Díky zmíněné spolupráci, zde také máme prostor zkoušet nové produkty.

Mimo prostředí golfu je také velmi důležitá spolupráce s fotbalovými kluby 1. ligy z Olomouce, Jihlavy, Brna, Plzně, Ostravy a dalšími. A samozřejmě i v oblasti veřejné zeleně jsme měli v průběhu let tu možnost účasti na několika prestiž-

ních akcích, jako byli regenerace travnatých ploch v zahradách Pražského hradu, rekonstrukce travnatých ploch Památníku obětí fašismu v Terezíně nebo založení travnatých ploch střešních zahrad Galerie Harfa v Praze. Velmi nás také těší, že i stromy a keře dodané naší firmou rostou na mnoha místech naší republiky.

Co vidíte jako hlavní důvod, že si vás vaši zákazníci a klienti – zahradnické firmy, projektanti a správci veřejné i soukromé zeleně, sportovní kluby, města, obce a další profesionálové, kteří mají se zelení a trávnickářstvím cokoli společného - tolik oblíbili?

Jak jsem již zmínil výše, prioritou, se kterou jsme na trh vstupovali, byla kvalita produktů, i když bohužel na úkor vyšší ceny. Když klient naše produkty vyzkoušel a zjistil, že nejde jen o reklamu a že cena skutečně odpovídá deklarované kvalitě, vrátil se. Druhým důvodem byla od počátku snaha přidat k obchodu i sofistikované poradenství. Nejdříve byla tato snaha podpořena návštěvami odborníků z partnerských firem a nabídkou firmy Barenbrug každoročně vzít skupinu klientů do Holandska na krátkou stáž. Posléze jsme byli schopni toto poradenství dělat sami. Dnes po dvaceti letech mohu říci, že máme co předat dál. A pokud daný problém přesahuje naše možnosti, máme na koho se obrátit v zahraničí s prosbou o radu nebo pomoc.

Jste k dispozici ve dvou střediscích – pro Moravu a Slovensko v Lelekovicích u Brna a pro Čechy v Bříství u Prahy...

Od počátku bylo cílem vybudovat střediska ve dvou největších městech. Středisko



Zdeněk Kadrnožka, produktový manager a člen představenstva ADAM - zahradnická, a.s., která spolupracuje se stovkami firem s aktivitami v zahradnictví, sadovnictví, stavebnictví a realizace travnatých sportovišť: "Životní výhrou je, když vás práce baví a naplňuje."

v Lelekovicích u Brna je jakousi centrálou pro prodej produktu Adam-Trávníky a zároveň logistickým centrem pro velkoobchod s rostlinami. Vybudování střediska v Bříství s cash & carry s rostlinným materiálem na 2 ha, zázemím pro velkoobchod s rostlinami a sklady pro produkt Adam-Trávníky posunulo naše možnosti o výrazný krok dopředu. Tento krok také umožňuje další rozvoj celé firmy. Poloha těchto dvou středisek dělá naše produkty pro klienty dosažitelnějšími.

V současnosti nabízíte dvě ucelené produktové řady - Obchod s rostlinným materiálem, tj. např. stromy, keře, tvarované dřeviny, solitéry, dřeviny a doprovodný výsadbový materiál, a samostatnou produktovou řadu Trávníky...

To, že firma nabízí dva produkty, je dle mého soudu velkou výhodou. Je to jako stát na dvou nohách. Respektive dnes na třech, protože prodej rostlin z cash & carry je brán jako samostatný produkt se svými specifiky. To přináší firmě mnoho výhod, potažmo, když je mezi těmito produkty výrazná synergie. Pomáhá to jak v oblasti obchodu, tak i v oblasti financí. Výsledkem je větší ekonomická stabilita



Travní osivo Barenbrug je používáno i na 18jamkovém hřišti ve vinohradnické části svobodného královského města Skalica k naprosté spokojenosti.

firmy. Tato synergie pomáhá dostat se i na ty části trhu, kde by to daný prodejce neměl tak jednoduché. Příkladem může být to, proč stromy a keře dodané naší firmou zdobí golfové hřiště po celé republice (Slavkov u Brna, Kravaře, Hostivař, Slapy, Beřovice, Svratka, Černý most, Český Krumlov a další).

Je nutné dodat, že naším cílem není prodávat vše, co se na trhu namane. Proto pečlivě vybíráme produkty, které do našich produktových řad zařadíme. Musí splňovat výše zmíněné kvalitativní požadavky a zároveň musí být synergické s těmi stávajícími. Dalším kritériem pro zařazení daného produktu do naší nabídky je naše schopnost (kapacita) dělat tomuto produktu odborné poradenství.

Co dále stojí za vaším úspěchem? Museli jste řešit i problémy, které vás vyloženě zaskočily? Co byste udělal jinak, jak to vidíte teď, po dvaceti letech?

Úspěch v jakékoliv činnosti nebo oboru tvoří lidé. Můžete mít skvělý nápad nebo produkt, ale až konkrétní lidé je mohou přivést k úspěchu. Toto chápal náš nejúspěšnější podnikatel Tomáš Baťa. Ve chvíli, kdy lidé mají prostor se realizovat a jsou za to řádně odměněni, pak se může dostavit úspěch. V dnešní době, kdy se moc nenosí gentlemanství a loajalita, kdy jsou v mediích skloňovány pojmy jako dravost, korupce, bezostyšnost, kdy účel světlí prostředky, jsou pojmy jako gentlemanství, kolegiálnost a loajalita základem úspěchu naší firmy.

Nevím, jestli bychom něco dělali jinak, spíše mě mrzí, že jsme vstupovali do oblasti podnikání s minimální znalostí toho, co nás čeká. Dnes je to pro mladou generaci jednodušší. Můj syn například studoval sportovní management na univerzitě v anglickém Birminghamu. A to, co my jsme se v této oblasti pracně vzdělávali, mnohdy cestou pokus omyl, on bere jako samozřejmost. Toto je z mého pohledu největší hendikep podnikatelské sféry v naší zemi, která podniká od devadesátých let. Skutečný kapitalismus (míněno podnikání) přijde asi až s další generací.

Vyzdvihl byste někoho z týmu? Kdo jsou ony neodmyslitelné tváře?

Náš tým zaměstnanců není nijak veliký – 18 zaměstnanců na obou střediscích. A většina z nich pracuje pro firmu řadu let. To svědčí o jejich spokojenosti. Když jste spokojení, nemáte důvod měnit. Neodmyslitelnými tvářemi jsou především kolegové z představenstva Ing. Martin Hádek a Ing. Lukáš Mráz, dále pak účetní Jana Obzinová, kteří jsou ve firmě od jejího založení. Oporami jsou i prodejci Tomáš Obzina (prodej rostlinného materiálu Lelekovice) a Richard Dudek (prodej rostlinného materiálu Bříství), kteří u nás pracují více jak deset let. Ovšem je třeba dodat, že obchodní firma se neobejde bez lidí, kteří nejsou tak vidět (skladníci, obchodní asistentky a další), bez kterých by ale nebylo možné fungovat. I jim patří dík, za to, že je Adam-zahradnická a.s. 20 let úspěšnou firmou.

Znáte každodenní problémy českých a slovenských greenkeeperů... Co je trendem současného greenkeepingu? Před rokem, v jarním vydání Greenu 1/2017, jste prezentovali Jílek vytrvalý RPR, a také přípravky Melgreen Liquid i některé směsné výluhy a nové pomocné rostlinné přípravky. Přinesli jste nezávislé hodnocení hnojiv (Mivena)...

Obecným problémem současného golfu v našich zemích je nízký počet hráčů. Ve srovnatelně velkých zemích (rozloha a počet obyvatel) jako jsou Rakousko, Holandsko, Belgie je počet aktivních golfistů o řád výše. To umožňuje klubům generovat takové peníze, aby zabezpečily provoz hřiště na solidní úrovni a současně rozvíjely svoje aktivity. Bohužel v našich zemích je golfistů výrazně méně, což se odráží i do oblasti greenkeepingu. Možnost slušně zaplatit management údržby hřišť a podporovat jejich odbornost má jen menšina hřišť. Dalším problémem je, že ani majitelé a investoři nemají při výstavbě představu, jaké hřiště chtějí a co je bude stát provoz jejich hřiště. Navštívil jsem hřiště v řadě zemí a byl jsem překvapen, když na jednom z nich před léty v Holandsku mi majitel hrdě řekl, že po-

stavil public hřiště, blízké přírodě, které provozuje jako low-cost s minimálními prostředky a má 1000 členů. U nás je public pomalu vulgární slovo. Proto přes všechnu snahu ČSG a dalších subjektů dát greenkeeperům kvalitní vzdělání a informace je pro mnoho majitelů hřišť greenkeeper jen lepší dělník.

To jsou ale obecné problémy golfu, které může greenkeeper ovlivnit jen stěží. Co však ovlivnit může, je prodat svoji odbornost a promítnout ji do stavu svého hřiště. Zachytit současné trendy, jako jsou produkty na biologické bázi, snižující stres a zvyšující odolnost vůči chorobám. To je důvod, proč naše firma přišla s nabídkou produktů řady Melgreen. Stejně tak je snahou pěstitelských firem nabídnout výkonnější odrůdy a směsi trav, které lépe odolávají stresům a zároveň mají menší nároky na živiny a vodu, proto RPR.

Jak vidíte vývoj firmy směrem do dalších let?

Důležité bude zúročit nabitě zkušenosti. Jelikož většina manažerů firmy překročila padesátku nebo se k ní mílovými kroky blíží, je toto nasnadě. Sám za sebe uvažuji v horizontu deset let, kdy cca dosáhnou důchodového věku. Je důležité říci, že firma stojí na pevných základech, je ukotvená na trhu, management má dostatek zkušeností, odbornost a tvoří sehraný tým, produkty jsou kvalitní a dostatečně prezentované, proto vidím příštích deset let optimisticky. Důležité je také ve správný okamžik přivést další generaci manažerů, kteří nám neumožní zkolabovat. A s klidem mohu říci, že i to se postupně děje. «

Redakce časopisu Green přeje firmě ADAM – zahradnická mnoho úspěchů do dalších dvaceti let.

ADAM
ZAHRADNICKÁ A.S.

FK Dukla Praha



Fotbalový stadion v německém Gelsenkirchenu

