

Ve dnech 19. až 23. října proběhl Evropský týden bezpečnosti a ochrany zdraví. Celoevropský průzkum na stejnojmenné téma přinesl varující fakt: většina úrazů v práci je zaviněna nejen nepozorností zaměstnanců, ale především nevhodnými či nekvalitními pracovními a ochrannými pomůckami. Již téměř dvě desítky let patří mezi přední hráče na českém trhu pracovních oděvů a ochranných pomůcek ryze česká firma BRUDRA.



# JE TO PRAVDA ODVĚKÁ, ŽE ŠATY DĚLAJÍ ČLOVĚKA

Podle průzkumu se také Evropané obávají, že hospodářská krize negativně ohrozí podmínky pracovního prostředí, které se za posledních pět let zlepšily. Jinými slovy, zaměstnanci mají strach, že zaměstnavatelé budou šetřit za každou cenu, tedy i na vybavení vhodným pracovním oblečením, rukavicemi, přilbami a dalšími ochrannými pomůckami.

„To je zaručená cesta k úrazům a neschopenkám, ke snižování produktivity práce. Obecně platí, že čím zdravější pracoviště, tím také produktivnější. Zvláště riziková odvětví jsou stavebnictví a doprava. Kdo si troufne pustit na stavbu dělníka v mizerných botách, špatných rukavicích a třeba i bez helmy, je hazardér. Nehledě na to, že se vystavuje možným postihům,“ říká JUDr. Pavel Foubík ze společnosti Brudra.

## Osmnáct úspěšných let

V současné době slaví Brudra osmnáct let své činnosti. Společnost začínala na zele-

né louce s desetitisícovým obratem - v prvním roce. Dnes roční obrat činí téměř 150 milionů korun. Půl stovky kmenových zaměstnanců se ztotožnilo s podnikatelskou snahou vytvořit konkurenceschopnou společnost, se kterou jen tak něco neotřese, což se potvrdilo třeba během povodní v srpnu 2002 při zatopení radotínského areálu do výše čtyř metrů. Za vše hovoří fakt, že dodávky zákazníkům byly obnoveny již týden po události. Firma je vybudována na bázi rodinného podniku, kde si všichni uvědomují, že společný úspěch záleží na každém jednotlivci a jeho poctivém přístupu k práci.

## Oblékáme od skladníka po ředitele

To není jen reklamní slogan, ale skutečnost. Brudra standardně nabízí individuální přístup a profesionální servis založený na dlouholetých zkušenostech v oboru.

Z vlastních dílen dodává vysoce kvalitní a praktické výrobky. Zpracováním i materiálem splňují nároky nejenom na bezpečnost práce, ale sledují i slušivost a módní trendy, které se nevyhýbají ani tomuto odvětví oděvního průmyslu. K dispozici je široký sortiment, slůvko „nemáme“ zde neexistuje. Není problém zboží kamkoli dopravit firemními automobily. Brudra vychází svým zákazníkům vstříc i šitím na zakázku v krátkých dodacích lhůtách a výrobou výšivek a potisků podle požadavků zákazníka.

Firma disponuje špičkovými japonskými stroji. „Pracujeme s dokonalým vyšivacím programem a můžeme vyšívat na námi vyráběné či hotové výrobky až v patnácti barvách najednou,“ říká Foubík. „Umíme vytvořit pro podniky, společnosti, kluby, oddíly a nejrůznější spolky i ty nejnáročnější výšivky. Mít montérky, manažerské sako či sportovní bundu opatřenou logem svého zaměstnavatele či klubu je nejenom

znak příslušnosti, ale určitým způsobem známkou hrdosti,“ dodává.

## Návrat ke stavovské cti

„Často diskutujeme s odboráři o jejich potřebách, o kvalitě dodávaných pracovních oděvů, komfortu nošení, slušivosti. Diskutujeme také se zadavateli a objednateli o cenách, možnostech úspor. Ale téměř s nikým nediskutujeme o tom, co mají oblek či uniforma vzbuzovat v tom, kdo je nosí, a o tom, jak má uniforma působit navenek. Kdysi výpravčí či pošták byli hrdí na svou uniformu, policejní a vojenská uniforma vzbuzovala respekt. Dnes nám chybí hrdost na příslušnost ke svému stavu, k uniformě. Chybí respekt, který by oblek a uniforma měly vzbuzovat. Je to škoda,“ zamýšlí se Pavel Foubík. Příslušnost ke stavu, podniku či cechu má hlubší význam. Dělník by se neměl za svou firmu stydět a mělo by být i v jeho zájmu, aby dobře vypadal, aby měl v práci na sobě kvalitní firemní oblečení. Nutnost posilovat stavovskou čest reprezentativním oblečením však musí pochopit především zaměstnavatelé. Neměli by šetřit za každou cenu. V nadsázce lze říci, že policista



ve službě by neměl mít vytahaný svetr připomínající mikinu s výložkami jenom proto, že je dvakrát levnější než sako, ze kterého jde respekt.

V této souvislosti je třeba připomenout občasná střety, kdy odboráři tlačí na zaměstnavatele, aby zaměstnance vybavovali kvalitními pracovními oděvy a pomůckami, ti se brání výdajům a mají tendence nakupovat levnější a obvykle méně kvalitnější věci. „Nezbývá mi než připomenout refrén písně Voskovce a Wericha, který se mimochodem stane nosnou konstrukcí nového reklamního klipu společnosti Brudra a kterou nazpívá známý herec a zpěvák Jiří Macháček,“ usmívá se Foubík a cituje: „Je to pravda odvěká, šaty dělají člověka, kdo je nemá, ať od lidí pranic nečeká...“

## Školní uniformy

Posledním hitem jsou školní uniformy. První a unikátní projekt v tomto oboru realizovala Brudra před dvěma lety na jedné renomované pražské škole. „Vycházeli jsme ze zadání, že žáci by měli školní uniformu nosit rádi a dobrovolně,“ objasňuje obchodní ředitel společnosti Brudra Aleš Hendlinger. Módní návrháři spolupracující s firmou Brudra respektovali požadavek, že uniforma má být tak módní a pěkná, aby si ji děti samy přály a chtěly ji nosit, protože jim ji vrstevníci závidí. Za tímto účelem oslovili několik rozdílných věkových skupin designérů z různých módních proudů teenagerů. „Naším cílem bylo vytvořit model, který by vycházel z přirozeného módního prostředí, kde se děti pohybují,“ vysvětluje Foubík.

Vybrané návrhy vyšly z prostředí „skejtáků“, sprejerů, punkerů, „depešáků“ či tenisových a golfových mazánků. Překvapivě vznikla jedinečná, slušivá a praktická kolekce triček, mikin a sportovních bund, které jsou „in“ a dětmi i rodiči velmi žádané. „První den dostaly děti ve škole sady oblečení s doporučením, že nosit je není povinné. Nazítří přišlo do školy více než 50 % žáků v našich výrobcích. Ve firmě jsme mohli otevřít šampaňské,“ komentuje výsledek Foubík.

## Recept na úspěch

Společnost Brudra cítila silný konkurenční tlak již delší dobu ještě před příchodem hospodářské krize. Stalo se tak zejména masivním přílivem asijského zboží, v důsledku čehož zkrachovala většina českých textilk. Brudra reagovala na situaci garantovanou kvalitní výrobou, specializovanými malými kolekcemi, individuálním servisem pro zákazníky a pružností dodá-



vek, masivními investicemi do skladových zásob klienta či vlastním návrhářským studiem. Zákazník tak může přijít s pouhou představou a zanedlouho si může odnést žádané množství. Zákazníkům je k dispozici výtvarník - designer. Brudra čelí krizi dlouhodobou strategií, která spočívá v rozložení aktivit, kdy se její jednotlivá střediska podle potřeby podporují a podnikatelská rizika jsou tak rozprostřena. Společnost Brudra kromě divize pracovních oděvů provozuje víceúčelový skladový areál v Praze 5 - Radotíně, kde mimo vlastní výrobu a sklady pronajímá zájemcům další prostory pro skladování či provozování firmy. Mezi nájemce patří například renomovaní prodejci lodí či policie městské části Radotín. Součástí areálu je teplárna, z níž Brudra dodává teplo nájemcům i firmám v okolí, a Kart-Centrum, v němž se, ukrytá pod pláštěm bývalého skleníku, skrývá nejdelší motokárová trať ve střední Evropě. O víkendů si sem chodí zařadit rodiny s dětmi a zájem o firemní párty až pro 300 osob v tomto unikátním prostoru neutuchá ani po deseti letech provozu. Dráha je k dispozici 365 dní v roce!

Ivan ČERNÝ  
Foto: archiv