





☞ Hodně našich zákazníků jsou lidé, kteří mají vaření rádi, pro které je to vášeň a radost. Chtějí si vařit zdravě a chutně, ☞ říká Miloš Staněk, spolumajitel obchodů s prémiovým nádobím Potten & Pannen – Staněk.

LIDÉ BUDOU VAŘIT BEZ OHLEDU NA KRIZE

Když MILOŠ STANĚK (50) začínal v 90. letech prodávat prémiové nádobí, hodně lidí se jeho podnikatelskému záměru smálo.

☞ V té době jste mohli koupit naběračku za třicet korun, my ji prodávali za šest set, ☞ vzpomíná pro Esprit LN na divoké začátky s prodejem hrnců a pánví spoluvlastník firmy Potten & Pannen – Staněk.

Ta má dnes po osmadvaceti letech na trhu dvanáct prodejen a zastupuje ty nejznámější tradiční výrobce nádobí na světě.

Text: Karolína Minaříková Krupková

Foto: David Turecký



Miloš Staněk je nejen spoluzakladatelem obchodu Potten & Pannen s luxusním vybavením do kuchyně, ale i spolumatitelem thajské restaurace Noi v Praze na Malé Straně či obchodu s psími potřebami Hunter. V Hradíšťku u Žeretic ovšem úspěšnému podnikateli neřeknou místní jinak než Školník. Před pár lety tu totiž koupil starou školu a pro sebe, svou ženu a dvanáctiletou dceru ji zrekonstruoval jako příjemnou rodinnou chalupu.

I když v obývacím pokoji lze narazit na bustu Komenského a na chodbě je možné obdivovat starou dřevěnou školní lavici, z původního vybavení tu nezbylo vůbec nic. Školáky tu kdysi dávno vystřídal gestapo a později pekárny. Retro školní lavici si tak Miloš Staněk přivezl z výletu po Thajsku.

Po rekonstrukci více než 120 let staré budovy přirostl podnikateli místní kraj k srdci natolik, že ke škole přikoupil i blízkou faru a nízký domek, z něž si prý chce vytvořit vlastní zašívárnu. V Hradíšťku je také dobrovolným hasičem, a když to bylo možné, pořádal tu veřejné akce – koncerty a posezení u piva.

Na rozhovor, kvůli němuž nás pozval na svou chalupu, přivezl Miloš Staněk i zářivě červenou formu na chleba, keramickou novinku od firmy Emile Henry. Tato značka prý patří k jeho nejoblíbenějším. „Představit prémiové nádoby Čechům a Slovákům nebylo po revoluci jednoduché,“ už se může smát v rozhovoru podnikatel Miloš Stanek.

Ve vedení Potten & Pannen jste dva Staňkové...

Tak! Já a Pavel Staněk, který tu teď s námi nemůže být, protože je obchodně v Americe, kde se věnuje naší další značce Hunter – specializuje se na produkty pro domácí mazlíčky.

Jak se vám spolu pracuje, když vy jste tady, a váš kolega v Americe?

Je to někdy trochu složitější, ale jsme za ta léta sehraní, navíc máme nový tým profesionálů. Pomáhají nám realizovat projekty související s novou stra-

tegií naší společnosti. Chceme se více soustředit na online prodej a plánujeme různé projekty zaměřené na mladší zákazníky, na takzvané mileniály. Jde o to, že naše klientela stárne spolu s námi, znají naše produkty, což je úžasné, stále se k nám rádi vrací a nakupují. Ale naším cílem také je, aby i mladší generace věděla, kdo je Potten & Pannen – Staněk, a aby se naše značky staly součástí také jejich domácností.

Hodně lidí si myslí, že jste bratři, ale s Pavlem Staňkem jste jen kamarádi se shodou jmen.

Jak jste se seznámili?

Někdo mi nedávno řekl, že verzí o našem seznámení je více, ale já vždy říkám jen tuto jedinou a pravdivou. Jsem původem z Brna, ale už někdy od čtrnácti let jsem si říkal, že tam nezůstanu. Když jsem dělal akrobatické lyžování, měl jsem možnost podívat se do Rakouska. Bylo mi sedmnáct a přemýšlel jsem, že tam zůstanu. Ani moji rodiče to nevěděli. Bylo dramatické srovnat si v sobě, jestli emigrace jo, nebo ne. Kvůli dívčici jsem se ale vrátil. Uplynula chvilka, já za ní odešel do Prahy, kde jsme si s kamarádem otevřeli restauraci. Tam jsem se také seznámil s Pavlem, který k nám přišel na jídlo. Chvilí jsme se spolu bavili. Ptal se, co bych mu nabídl k jídlu, co máme dobrého. Já mu tenkrát doporučil, tuším, hradčanský špíz. On byl spokojený a dal mi na sebe vizitku, kde bylo napsáno Pavel Staněk. „To si ze mě děláš srandu,“ řekl jsem mu. „Já jsem také Staněk!“ A tím to celé začalo.

Kdo přišel s nápadem prodávat luxusní nádoby?

S vybavením do kuchyně chtěl začít obchodovat Pavel. Ukázal mi, co by chtěl dělat. Z Nizozemska už znal firmu Potten & Pannen. „Mně se strašně líbí, jak jsou ty věci kvalitní,“ říkal. Prodávali tehdy jen ty nejznámější a nejkvalitnější značky, co na trhu byly. „Pojd' to také prodávat!“ řekl – a mně to přišlo jako dobrý nápad. V roce 1991 jsme už byli na výstavě v Brně a rok 1992 se datuje jako založení firmy, protože tehdy jsme otevřeli prodejnu ve Vodičkově ulici v Praze. Soustředili jsme se na velkoobchod, jenomže jsme zjistili, že velkoobchodní zákazníci vůbec neakceptují naše ceny,

kteří byly několikanásobně vyšší, než tady bylo běžné. Museli jsme se tedy více soustředit na retail.

Co na takové ceny tehdy říkali zákazníci?

Že zkrachujeme. (směje se) Když jsme jim řekli, že naše rychlovarná konvice stojí čtyři a půl tisíce, mysleli si, že si děláme legraci. Ale přežili jsme to. Přemýšleli jsme i nad výrobky o něco cenově přijatelnějšími, ale do toho se nám moc nechtělo. Říkali jsme si: Ne, budeme mít jen top zboží.

Když jste v 90. letech chtěli získat nové značky, jak se na vás, dva kluky z východní Evropy, obchodníci tvářili?

To byla sranda. Poprvé jsme jeli na veletrh do Frankfurtu. Pavel už nějaké ty zkušenosti měl, některé značky znal, já jsem je teprve poznával. Oba jsme ale věděli, že chceme prodávat kvalitu, super design a dávat zákazníkům skvělý servis. S tím jsme do toho šli. Tehdy jsme získali firmu Rösle – to je top německá kvalita kuchyňského náčiní. V té době jste mohli koupit naběračku za třicet korun, my ji prodávali za šest set. Ovšem celonerezovou, bez nýtů, žádné hliníkové díly. Otevřeli jsme obchod a lidi z Rösle se k nám přijeli podívat. V té době navíc tato společnost dělala v Německu distribuci pro keramické nádoby Emile Henry, v takových koncept shopch. Tak nám dali kontakt na Emile Henry a další firmy. Věděli jsme přesně, které značky znamenají Rolls-Royce v kuchyni a že je chceme. To byly například nože Zwilling nebo nádoby Mauviel. Rodinné firmy, manufaktury i velké fabriky, které už něco znamenaly v Německu, Anglii, ve Francii, ve Spojených státech. Tak jsme začali chodit s vizitkami, kam jsme si dávali i loga našich značek. Když pak viděli, koho zastupujeme, bylo to snadnější. Teď jsme ale už několik let ve fázi, kdy zastoupení musíme odmítat. Aktuálně máme přes třicet sedm značek, což je tak akorát, abychom se jim zvládli věnovat tak, jak potřebujeme.

Kdy jste si řekli, že prodej luxusních hrnců a pánví byl dobrý tah?

Trvalo to dlouho. V roce 2000 jsme otevřeli obchod na Václavském náměstí

☞ Když jsem dělal akrobatické lyžování, měl jsem možnost podívat se do Rakouska. Bylo mi sedmnáct a přemýšlel jsem, že tam zůstanu. ☛



s první tržbou osm tisíc a nájem jsme měli půl milionu korun měsíčně. To byl mazec. Těsně potom vznikla dvacetiprocentní dovozní přírážka na ochranu exportu. Import převažoval nad exportem – a to byl problém. Když jste přivezli zboží, dvacet procent z jeho hodnoty jste museli prakticky hned zaplatit na clo. Říkali jsme si, že to nemůžeme utáhnout. Ale taky jsme to dali. (směje se) Z Václaváku jsme pak odešli na Malou Stranu, a když v roce 2008 přišla ekonomická krize, začali jsme otevírat i další obchody. V Praze, Bratislavě, Brně, Liberci.

Během krize jste otevírali nové prodejny?

Nechci říct, že nám celosvětová finanční krize nahrála do karet, také jsme měli propad, ale v té době nám stavění obchodů skutečně pomohlo. Spousta lidí totiž přestala chodit do drahých restaurací, začali si kupovat naše věci a dělat si to doma hezký, zvát hosty k sobě domů. Když se později finanční krize ještě někoho držela, my už jsme rostli. Roky 2010 až 2013 pro nás byly opravdu úspěšné. Myslím si, že bez ohledu na ekonomické krize budou lidé vařit stále.

Pomohla Potten & Pannen také éra takzvaných foodies?

Foodbloggerů a focení jídla na sociální sítě?

To ano. Naše značky jsou mnohdy hodně fotogenické, ale náš hlavní byznys stále tvoří zákazníci, kteří rádi vaří a mají vaření jako hobby. Vaří jak o víkend, tak ve všední den. Není to ale jen o vaření, protože my prodáváme i věci na stolování. V portfoliu máme dvě nejvýznamnější evropské, možná i světové porcelánky – Rosenthal a Villeroy & Boch. Až zase přijдете do naší prodejny na Újezdě, najdete tam prostřený stůl. Některé nádobí na vaření je určené i pro samotné stolování. Třeba litinové hrnce Staub nebo měděné nádobí Mauviel, ale i keramické zapékací nádobí od Emile Henry. Chceme tak zákazníky naučit nejen kulturu vaření, ale i stolování – a to se nám těch téměř třicet let myslím daří.

Vy sám jste kuchař.

S čím nejraději vaříte?

Já miluji keramiku Emile Henry. A pak samozřejmě používám, mám ho i tady

na chalupě, francouzské měděné nádobí Mauviel. A pokud jde o nože, už jako kuchař jsem vzhlížel k firmě Zwilling. Vznikla roku 1731 a byla první registrovanou obchodní značkou v Evropě. Asi před deseti lety začala skupovat po Evropě další značky, aby nebyla závislá jen na výrobě nožů, nůžek a manikúr. Tak koupila třeba belgické nádobí Demeyere, jedno z nejlepších nerezových nádobí pro profíky a domácnosti. Pak koupili francouzské litinové nádobí Staub. To mám také hodně rád, když potřebuji něco dlouho vařit. No a pak třeba japonské nože Miyabi pro opravdové fajnšmekry. Jsou dělané pomalu jako samurajský meč.

Zastupujete i některé značky z Česka?

Ano a byl to tak trochu můj nápad, propagovat malé české výrobce a podpořit je v našich prodejnách. Pan Duspiwa z Vysočiny pro nás dělá kuchyňská prkénka. A protože jsme jako Češi vždy vynikali v textilích, prodáváme utěrky z Prostějova.

Znáte se s majiteli značek osobně?

Bývají stále vlastněny rodinami zakladatelů?

Z 90 procent se známe se všemi. S Emile Henry jsme kamarádi. Spolu s Mauviel patří k rodinným firmám, které se ještě neprodaly žádné korporaci.

Který produkt je v Potten & Pannen nejprodávanější?

Máme jednu takovou masovku, značku Brita, která vyrábí konvice s filtry až na 150 litrů kohoutkové vody. Redukují obsah vodního kamene, těžkých kovů, chloru a pesticidů. Voda má pak lepší chuť, umožňuje plné rozvinutí chutí a vůní kávy nebo čaje a hlavně chrání spotřebiče před usazováním vodního kamene, čímž prodlužuje jejich životnost. Když vaříte v konvici, můžete být v klidu, protože se vám nezanášejí spirály. Velmi dobře se nám také prodává americká značka KitchenAid, nože Zwilling a od loňského roku máme firmu Smeg. S ní jsme to tedy rozjeli tak, že se hned dostala, neříkám do top pětky, ale do top desítky určitě. Barevné retro roboty, toustovače, kávovary a odšťavňovače. To všechno vystřelilo jako raketa.

Značka Smeg vyrábí ve spolupráci s módní značkou Dolce & Gabbana opravdu extravagantní spotřebiče. S malovanými citrony, pestrobarevnými květinami, ptáky a kaktusy. Jak se vám tato kolekce nazvanou Sicily Is My Love (v překladu Sicílie je má láska) daří prodávat?

Máme i jejich „zlatou“ lednici z limitované série sta kusů. Jde o ručně malované lednice, každá stojí jeden milion sto patnáct tisíc korun. Teď jsme jednu převezli do Bratislavy, kde je kolekce Dolce & Gabbana nejprodávanější. Celá tato řada je nádherná a hodně žádaná. Slováci jsou úžasní, oni to milují. Ostatně i bratislavská prodejna je, pokud jde o obrat, jedna z nejlepších. Myslím si, že tato spolupráce se Smeg hodně povedla. Vyvolává to úsměv. A spousta lidí se tomu sice zasměje, ale pak si to klidně koupí. Je to opravdový solitér na kuchyňské lince. I jedna taková rychlovarná konvice může mít v kuchyni, kam opravdu sedí, své místo. Nechcete ji schovávat.

Vedle dvanácti obchodů provozuje Potten & Pannen i outlet v pražských Čestlicích. Nekazí vám taková prodejna s levnějším nádobím image?

Nemyslím si. Nejedná se o klasický outlet, naleznete v něm i běžný sortiment z naší aktuální nabídky. Tuto pobočku proto hodně využívají lidé z blízkého okolí, jimž se nechce za nákupem do centra.

Kdo je váš nejčastější zákazník?

Profesionál, nebo domácí kuchař, kterého baví vařit?

Řeknu vám to takhle – hodně našich zákazníků jsou lidé, kteří mají vaření rádi, pro které je to vášeň a radost. Chtějí si vařit zdravě a chutně. Také to bývají zákazníci, pro něž je vaření spíše povinnost než vášeň, ale zkusí si koupit alespoň jeden kvalitní produkt. Pak pochopí, že kupovat si každé dva roky novou pánev, protože se různě deformuje, není dobré, a začnou se poohlížet po kvalitní výbavě. Je to jako s oblečením. Kupují si ho raději méně, ale kvalitní. Další početnou skupinou jsou samozřejmě profesionální kuchaři, kteří si u nás vybavují své provozovny i domácnosti. ●