

FAMILY WEALTH REPORT

2025

WEALTH

Magazín



*Přístup ke vzdělávání budoucích generací
(NextGen) a trendy ve vzdělávacích strategiích
vícegeneračních rodin*

www.wmag.cz

PŘEDSTAVUJEME FAMILY WEALTH REPORT 2025

Partner



Odborný garant



**MULTI FAMILY
OFFICE**

Záštita



Představujeme vám Family Wealth Report 2025, zprávu o přístupu českých vícegeneračních rodin ke vzdělávání a rozvoji budoucích generací (NextGen).

Studie vychází z průzkumu, který v roce 2025 zrealizoval Wealth Magazín, multimediální platforma zaměřená na vzdělávání, inspiraci a sdílení know-how mezi českými a slovenskými jednotlivci či rodinami s vysokou hodnotou čistého jmění (HNWI).

Cílem Wealth Magazínu je zpřístupnit know-how, odborné informace i nové trendy všem, kdo tyto dlouhodobé výzvy řeší, a podpořit tak vícegenerační rodiny při zachování a rozvoji rodinného majetku, hodnot i odpovědnosti napříč generacemi.

Wealth Magazín stojí za projekty, které systematicky rozvíjejí komunitu českých a slovenských HNWI: online magazín (wmag.cz), tištěný časopis Wealth Magazín – Premium a odborné eventy Wealth Forum – konference, Workshop & Networking.

Průzkum vznikl ve spolupráci se společností Multi Family Office, která zastávala roli odborného garanta, a za podpory partnera – společnosti BDO. Záštitu nad projektem poskytlo Centrum pro rodinné firmy (CRF) při Vysoké škole ekonomické v Praze.

OBSAH

ÚVOD

Úvodní slovo	4
Slovo partnerů	5
Klíčové výsledky	6
Teoretická východiska	7

PODROBNÉ VÝSLEDKY PRŮZKUMU

Typy rodinných organizací a forma vlastnictví	9
Intergenerační spolupráce	10
Formální (akademické) vzdělávací strategie	11
Neformální (rodinné) vzdělávací strategie	14
Priority ve vzdělávání a výchově	18

ZÁVĚR

Shrnutí	20
O průzkumu	22
Kontakt	24

26 %

rodin pravidelně
sleduje dopad
neformálního
(rodinného) vzdělávání

ÚVODNÍ SLOVO

Přemýšleli jste někdy o tom, jak se vlastně dědí odpovědnost? Ne majetek, investice ani podnik, ale schopnost přemýšlet v dlouhodobém horizontu, chápat souvislosti, spolupracovat a tvořit. Právě z této otázky vznikl letošní Family Wealth Report.

České vícegenerační rodiny dnes stále častěji hledají cesty, jak připravit své potomky nejen na převzetí firem, ale i na odpovědnost spojenou s vlastnictvím, hodnotami, rodinným odkazem a společenským dopadem. Ukazuje se, že rodinná kontinuita se nerodí z finančních ukazatelů, ale z hodnot, dovedností a postojů, které se v rodině předávají mezi generacemi.

V uplynulém roce jsme se v redakci Wealth Magazínu setkávali s rodinami, které své vzdělávání pojímaly jako součást strategie, nikoli jako jednorázovou aktivitu. Zjistili jsme, že nejde jen o výběr škol nebo kurzů, ale především o to, jak rodiny učí samy sebe – jak rodiče a prarodiče předávají zkušenosti, jak se děti učí rozhodovat a jak se v rodině rozvíjejí hodnoty, které zachovávají její kontinuitu.

Chtěli jsme proto zjistit, jak české vícegenerační rodiny vnímají vzdělávání v době, kdy se tradiční modely mění, globalizace přináší nové trendy a výzvy a správa majetku vyžaduje stále širší kompetence. Oslovili jsme desítky rodin, které se podělily o svůj pohled, zkušenosti i přístupy k přípravě budoucích generací.

Průzkum, který Wealth Magazín uskutečnil v roce 2025, ukázal, že vzdělávání NextGen se stává nedílnou součástí rodinné strategie. Rodiny, které myslí v dlouhém horizontu, stále častěji propojují akademické vzdělávání s neformálním učením v rámci rodiny. Právě v mezigeneračním dialogu pak vzniká jádro strategie správy rodinného bohatství.

Průzkum vyplnili zástupci 70 rodinných firem a organizací. Z výsledků vyplývá, že téměř dvě třetiny rodin považují formální a neformální vzdělávání za stejně důležité, přičemž stále více z nich přistupuje ke vzdělávání strategicky a dlouhodobě – více než 40 % plánuje rodinné vzdělávací aktivity s horizontem delším než pět let.

Zároveň roste význam neformálních forem učení, jako je mentoring, rodinné projekty nebo účast na firemním řízení. A přestože většina rodin již aktivně zapojuje druhou nebo třetí generaci do rozhodování, jen menší část má formálně definovaný vzdělávací plán.

V této zprávě – Family Wealth Report 2025 – naleznete výsledky i srovnání se zahraniční praxí. Zjištěné skutečnosti vybízejí k zamyšlení, jak ve vaší rodině proces vzdělávání skutečně probíhá – a zda to, co učíte své děti, odpovídá tomu, co si přejete, aby jednou chránily.

Věřím, že bude inspirací nejen pro rodiny, které své vzdělávací strategie teprve formují, ale i pro ty, které již mají ukotvený dlouhodobý strategický proces.

S úctou a vděčností všem rodinám, které se s námi o své zkušenosti podělily,



Eva Ulrichová

Eva Ulrichová - šéfredaktorka
Wealth Magazín s.r.o.

SLOVO PARTNERŮ



Michala Modrá
Partner, Head of Tax M&A
BDO



Pavel Kolář
Řídící partner
Multi Family Office

Vzdělání budoucích generací je základ pro úspěšné nástupnictví. Předání firmy není jednorázový skok, ale proces, který vyžaduje čas, plán a zapojení celé rodiny. Proto jsme podpořili průzkum Family Wealth Report 2025, který ukazuje, jak vícegenerační rodiny přistupují k rozvoji NextGen a jak vzdělávání ovlivňuje dlouhodobou strategii.

Denně vidíme, že ideální nástupce se nerodí – vychovává se. Rodiny hledají rovnováhu mezi tradicí a inovací, mezi strukturou majetku a přípravou mladší generace na odpovědnost. Podpora tohoto projektu je pro nás přirozená. Věříme, že sdílení zkušeností pomůže rodinám lépe plánovat přechod, který zajistí kontinuitu i stabilitu nejen pro firmu, ale i pro širší společnost.

Rozhodli jsme se podpořit tento průzkum, protože považujeme vzdělávání - a s tím spojený rozvoj kompetencí a postojů členů rodiny - za jeden z klíčových pilířů dlouhodobé stability rodinného bohatství. V praxi vidíme, že právě absence systematického vzdělávání často vede k oslabení odpovědnosti, ztrátě hodnot a nedostatečné připravenosti na převzetí majetku. Vzdělávání členů rodiny ve správě bohatství proto nevnímám jako jednorázovou aktivitu, ale jako dlouhodobý proces, který propojuje formální i neformální učení, generační dialog i praktické zkušenosti.

Správa rodinného majetku je především o lidech – o schopnosti porozumět hodnotám, vztahům a zodpovědnosti. Cíleně vytvořená vzdělávací strategie, která rozvíjí členy rodiny od dětství až po dospělost ve všech dimenzích rodinného kapitálu – finanční, intelektuální, sociální i lidské – je podle mého názoru jedním z nejúčinnějších nástrojů, jak zachovat kontinuitu a prosperitu rodinného systému.

Family Wealth Report 2025 – Zpráva o vzdělávání budoucích generací

Top 5 zjištění z průzkumu

01. Formální a neformální vzdělání má stejnou váhu

65 % rodin považuje formální a neformální vzdělávání za stejně důležité. Zatímco akademické vzdělání poskytuje teoretické základy a otevírá mezinárodní perspektivu, rodinné prostředí zůstává místem, kde se upevňují hodnoty, postoje a kompetence pro správu majetku.

02. Vzdělávací strategie má dlouhodobý charakter

Více než 40 % respondentů plánuje rozvojové aktivity na období delší než pět let. Rodiny přemýšlejí o vzdělávání jako o součásti family governance. Propojují akademické studium se zapojením do rozhodnutí a postupně předávají zodpovědnost mladší generaci.

03. Hlavní výzvou je motivace mladší generace

Celkem 61 % rodin označilo motivaci mladších členů za největší problém příštích let. V praxi se ukazuje, že pouhé „zajištění vzdělání“ nestačí. Mladí lidé potřebují vidět smysl, být součástí rozhodování a vnímat, že jejich přínos má pro rodinu skutečnou hodnotu.

04. Technologie a digitální trendy mění způsob výuky

Rodiny stále více reflektují dopad technologií na vzdělávání. 56 % respondentů plně nebo pilotně do vzdělávání zapojuje AI-tutoring / adaptivní učení. Další třetina zvažuje zapojení VR/AR simulace rozhodování a čtvrtina zapojuje gamifikaci financí.

05. Dovednosti, které určují výběr vzdělání

Při rozhodování o vzdělávání české rodiny nejčastěji zdůrazňovaly propojení praktických a hodnotových kompetencí. Největší důraz kladou na finanční gramotnost (85 %), kritické myšlení (78 %) a odborné znalosti (72 %). Z výsledků také vyplývá, že stále častěji se rodiny snaží o rovnováhu mezi dovednostmi a kompetencemi.



TEORETICKÁ VYCHODISKA



**„Nejodolnější rodiny jsou ty,
které se učí společně
a neustále se vzdělávají.“**

- Family Office Exchange

Vzdělávání členů vícegeneračních rodin a rodinných firem patří v posledních letech mezi nejvíce diskutovaná témata. Výzkumy potvrzují, že schopnost rodiny „učit se spolu“ je jedním ze spolehlivých indikátorů její dlouhodobé stability. V tomto kontextu se rozvíjí koncept family learning, tzn. rodinné vzdělávání, které propojuje akademické, praktické i hodnotové aspekty rozvoje rodiny a majetku.

Podle Family Office Exchange (FOX) představuje „family learning“ neboli rodinné vzdělávání klíčový prvek mezigenerační kontinuity. Jedná se o dlouhodobý proces, který zahrnuje všechny členy rodiny. Cílem je rozvíjet finanční gramotnost a znalosti pro správu majetku a budovat rodinnou kulturu, důvěru a připravit NextGen na odpovědnost. FOX navíc zdůrazňuje, že úspěšné rodiny chápou vzdělávání jako způsob, jak se adaptovat na měnící se svět a zároveň si uchovat vlastní hodnoty.

Rodinné vzdělávání se opírá o tři pilíře:

- vědomé rodičovství (parenting)
- společné zkušenosti (shared experiences)
- strukturované vzdělávací programy (structured learning)

Podle H. Monk (2010: 4) k nejdůležitějšímu přenosu znalostí a hodnot dochází v běžných situacích každodenního života. Pomocí konceptů we-ness a between-ness vysvětluje, jak sdílená identita a vzájemné vztahy mezi generacemi vytvářejí prostor pro rozvoj zralosti, spolupráce a porozumění. Vzdělávání je tak vnímáno jako společná zkušenost, kdy se rodina stává primárním prostorem pro vzdělávání dětí i rodičů, kteří získávají nové perspektivy a schopnost reagovat na měnící se svět. Experti z Family Office Exchange (FOX) doplňují, že do procesu učení by však měla přispívat každá generace. Zakladatelé sdílí své zkušenosti, mladší generace přináší nový pohled, otázky i inovace.

Rámec pro formální, neformální a informální učení

Rodinné vzdělávání se v odborné literatuře dělí na tři navzájem provázané formy. Formální vzdělávání zahrnuje instituce, např. školy, univerzity a kurzy s jasně stanoveným obsahem a hodnocením. Neformální vzdělávání probíhá mimo školní prostředí skrze mentoring, stáže, projekty nebo programy v rodině či rodinné firmě. A informální učení se odehrává zcela spontánně – při práci, rozhovorech, cestování či každodenních rituálech.

V praxi se tyto tři roviny prolínají a vytvářejí přirozený ekosystém, v němž rodina rozvíjí nejen dovednosti, ale i vzájemné vztahy, důvěru a hodnoty. Movité rodiny a rodinné firmy jsou proto někdy označovány jako *učící se pracoviště* (Kamanová L., Pevná K., Rabušicová M. 2016: 46-47).

Proč „rodinné učení“ patří do jádra mezigenerační kontinuity

Vzdělávání a komunikace tvoří jeden z pěti pilířů zodpovědného vlastnictví spolu se sdílenou vizí, kompetentním řízením, aktivním zapojením NextGen a důvěryhodnou strukturou správy. Tanan et al. (2023: 2) zmiňuje, že rodiny, které chtějí překonat „syndrom třetí generace“, by měly do rodičovských a rodinných praktik cíleně vkládat vzdělávání v podnikatelských dovednostech a rozvoj kompetencí v neformálním (rodinném) prostředí. Zároveň připomíná známou statistiku:

„Přibližně 70 % firem skončí už před nástupem druhé generace, 13 % přechází do třetí a pouhá 3 % se dožívají čtvrté generace.“

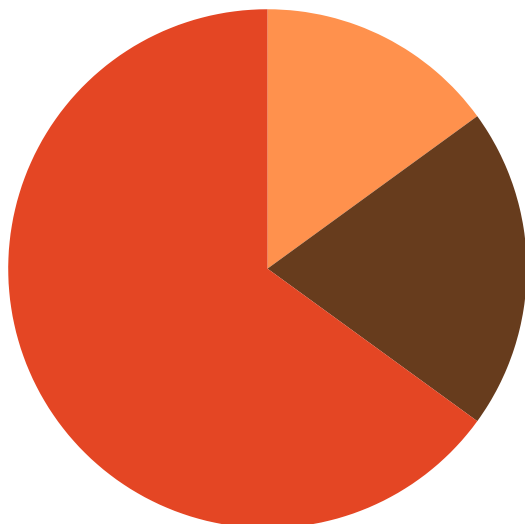
Astrachan et. al (2020:3) ve výzkumu Family Firm Institutu tvrdí, že rodiny, které se učí a otevřeně komunikují, mají vyšší odolnost, schopnost spolupráce a schopnost udržet kontinuitu přes generace. K tomu je však nutná profesionalizace rodiny, tedy zavedení jasných rolí, rozhodovacích struktur a závazku k neustálému vzdělávání členů rodiny.

Rodičovství jako strategie vzdělávání budoucích generací

Zahraniční studie se v zásadě shodují v tom, že rodina je nejdůležitější vzdělávací prostředí a že nejvyšší efektivitu dosahuje tehdy, když propojí formální akademické vzdělávání s vlastním systémem rodinného učení. Kombinace zkušeností, hodnot a vztahů se ukazuje jako nejúčinnější způsob, jak vychovat z NextGen nejen vzdělané profesionály, ale také odpovědné správce rodinného odkazu.

Právě důležitost propojení formálního a rodinného vzdělávání potvrdili i respondenti tohoto průzkumu. Téměř 65 % respondentů uvedlo, že obě formy vzdělávání považuje za stejně důležité.

- Především formální akademické vzdělání
- Především neformální rodinné vzdělání
- Oba přístupy jsou stejně důležité



Pouze tři z deseti rodin se dostanou do 4. generace

PHC model – Parenting, Harmonizing, Collaborating

Zajímavou teorii přinesli Tanan et al. (2023). Tento přístup staví na modelu PHC – Parenting, Harmonizing, Collaborating, který popisuje, jak zakladatelé rodinných firem přenášejí své podnikání a vedení na druhou a třetí generaci.

Parenting (rodičovství) představuje cílenou výchovu a mentoring, při nichž rodiče učí své děti leadershipu, charakteru a hodnotám. Zakladatelé často berou děti na firemní akce, jednání s partnery či obchodní cesty, aby se přirozeně učily prostřednictvím pozorování a zkušenosti.

Harmonizing (sladění) znamená rozvíjení spolupráce a porozumění mezi členy rodiny, což posiluje soudržnost a kontinuitu rodinného vedení.

Collaborating (spolupráce) zahrnuje vzdělávání v otázce, jak efektivně spolupracovat s externími odborníky a nerodinnými manažery.

Společné účasti dětí na poradách, jednáních či cestách a kontakt s externími partnery jsou podle autorů nejčastějšími a nejúspěšnějšími nástroji, které v potomcích rozvíjejí přirozený zájem o podnikání a schopnost převzít vedení.

Dozvíte se také

Na dalších stranách Family Wealth Reportu naleznete podrobné výsledky. Report je rozdělen do čtyř částí:

- Typy rodinných organizací a formy vlastnictví
- Formální (akademické) vzdělávání
- Neformální (rodinné) vzdělávání
- Priority ve vzdělávání a výchově NextGen

Dozvíte se například, jak české vícegenerační rodiny přistupují k formálnímu i rodinnému učení, jaké trendy v současnosti dominují ve vzdělávání NextGen, nebo co rodiny motivuje investovat do vzdělání.

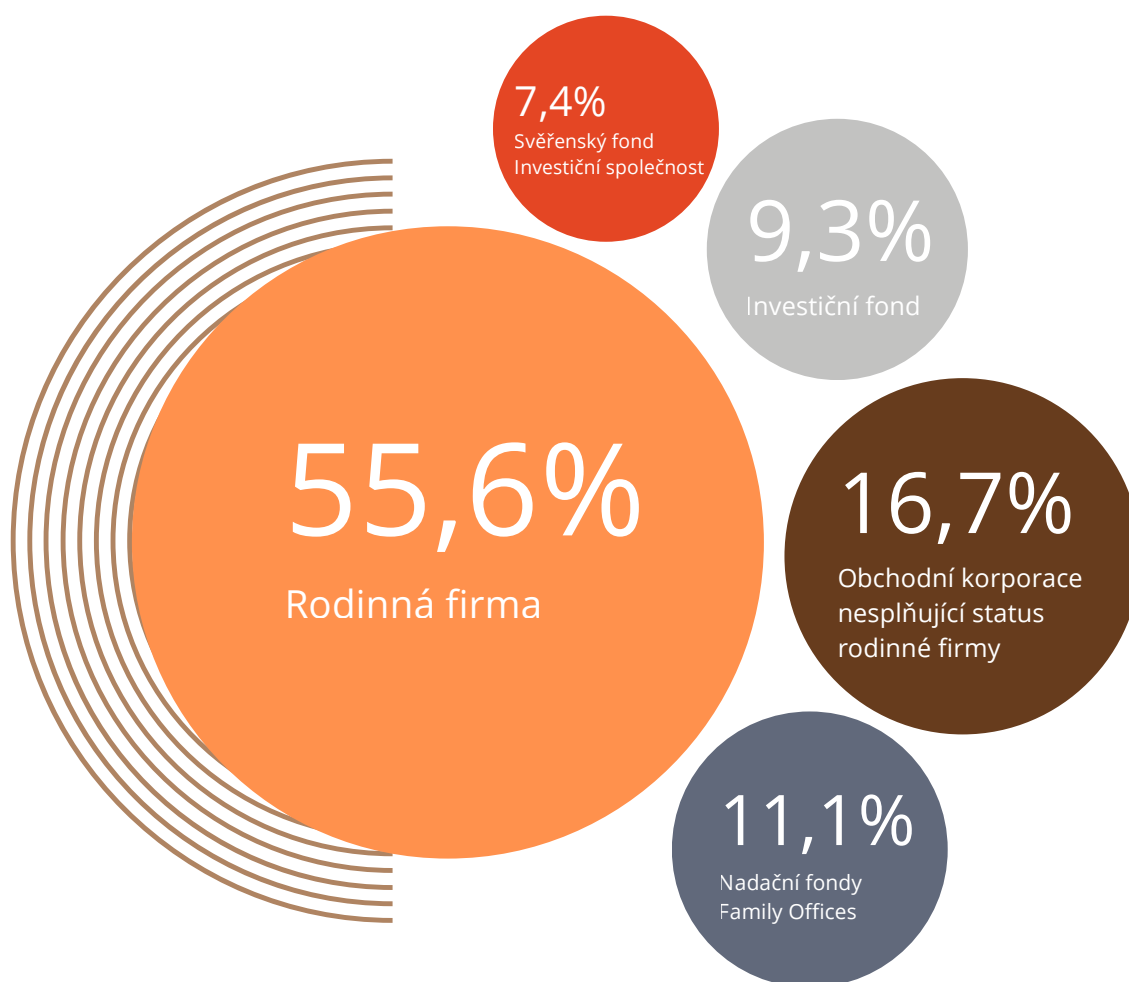
Typy rodinných organizací a formy vlastnictví nebo kontroly

Průzkum Family Wealth Report 2025 vychází ze zkušeností sedmdesáti českých vícegeneračních rodin. Největší podíl mezi nimi tvoří zástupci rodinných firem. Menší, ale rostoucí skupinu tvoří nadační fondy, investiční fondy a family offices.

Tři čtvrtiny respondentů uvedly, že jejich organizace je zcela nebo majoritně vlastněná rodinou. To potvrzuje, že i v otázce vzdělávání zůstává rozhodovací pravomoc uvnitř rodiny – často v rukou zakladatelů, případně sdílená mezi více generacemi.

Za jaké organizace zástupci rodin vyplnili dotazník?

- 55,6 % rodinných firem
- 16,7 % obchodních korporací nesplňujících status rodinná firma
- 11,1 % nadačních fondů
- 11,1 % family offices
- 9,3 % investičních fondů
- 7,4 % svěřenských fondů
- 7,4 % investičních společností
- 1,9 % obecně prospěšných společností a univerzit



Intergenerační spolupráce: Rozhdují zakladatelé, ale hlas NextGen sílí

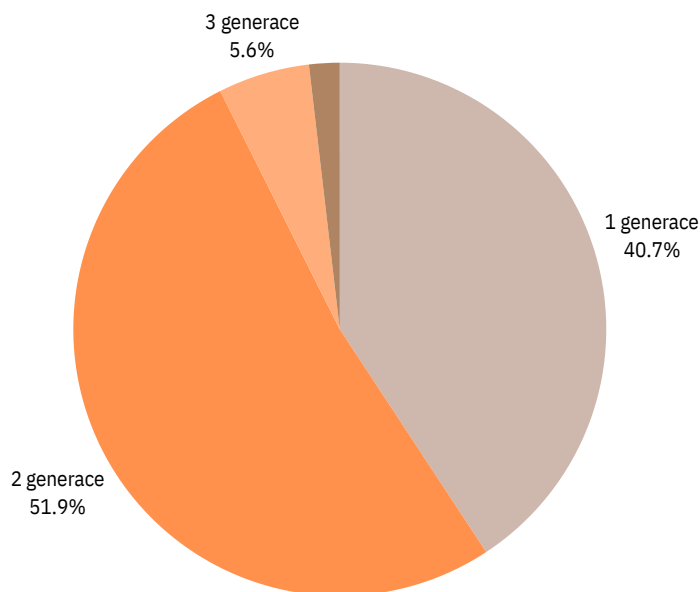
Téměř 60 % rodin aktivně zapojuje do správy majetku či řízení podniku i nástupnické generace. Nejčastěji (51,9 %) se na budoucnosti rodinného majetku podílí dvě generace. Primárním rozhodovatelem sice u většiny organizací zůstává zakladatel, ale téměř ve třetině rodin už mají rozhodování v rukou zástupci druhé nebo třetí generace. Tento výsledek odráží trend postupného přechodu moci a odpovědnosti, který probíhá přirozenou evolucí, nikoli skokově.

Generační rozložení má přímý dopad i na přístup ke vzdělávání

Z výsledků průzkumu vyplývá, že rodiny, v nichž se aktivně podílí druhá či třetí generace, častěji deklarují potřebu systematického vzdělávacího programu a plánování v horizontu několika let. Naopak u rodin, kde vzdělávání stále koordinuje zakladatel, bývá přístup více intuitivní a méně formalizovaný. V tomto případě jde však pouze o vypořádanou souvislost, nikoliv prokázanou kauzalitu.



Kolik generací je aktivně zapojeno do správy majetku?



Více než 70 % respondentů uvedlo, že rozhodnutí o vzdělávání zůstává v rukou rodiny

Koordinaci vzdělávacích aktiv má nejčastěji v kompetenci stanovený člen rodiny (31,5 %) nebo rodinná rada (25,9 %). Naopak u téměř 15 % rodin koordinace chybí.

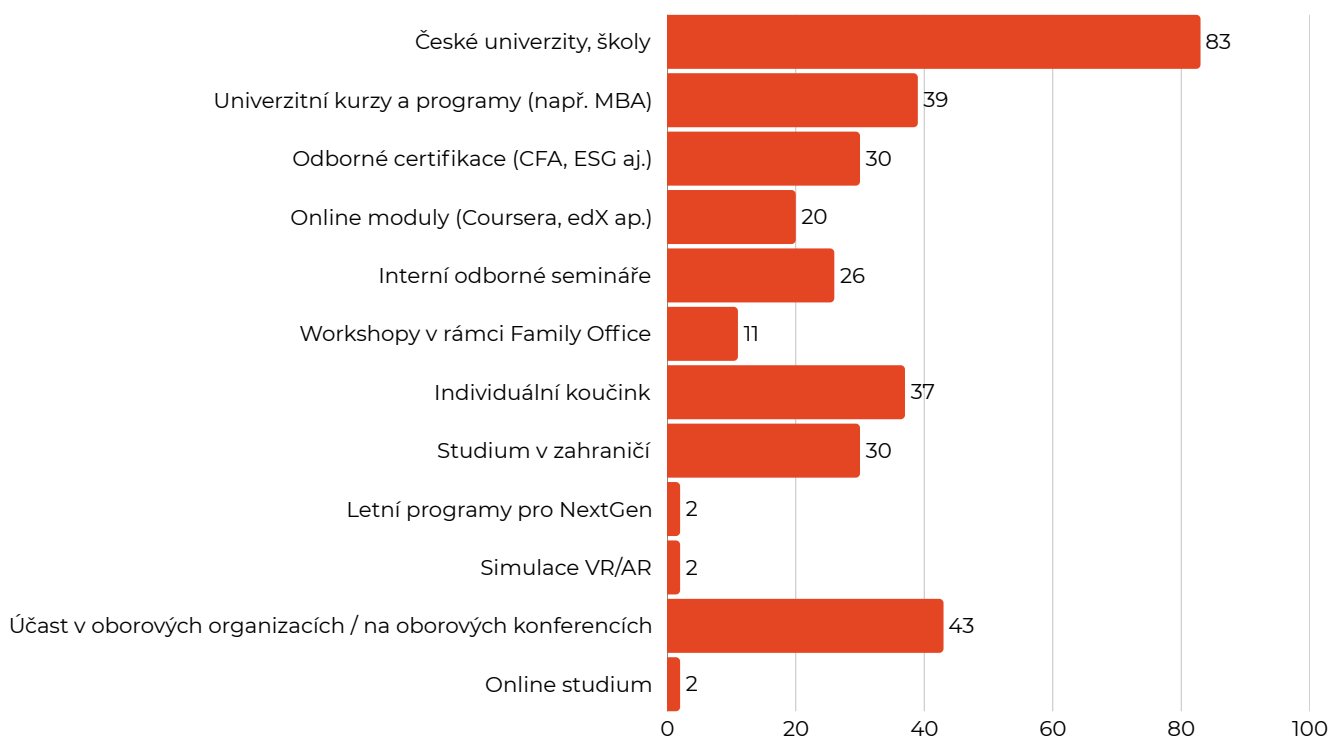
Tento model odpovídá vývoji českých rodinných firem, kde dochází k přechodu od zakladatelského rozhodování k tvorbě rodinné strategie. Lze očekávat, že s rostoucí profesionalizací family governance a zakládáním family office poroste také potřeba definovat vzdělávání NextGen jako součást rodinné ústavy nebo strategie rozvoje lidského kapitálu.

Formální (akademické) vzdělávací strategie rodiny

Formální (akademická) rodinná vzdělávací strategie je plán vzdělávání, které rodiny financují a koordinují s cílem rozvíjet intelektuální kapitál svých členů. Využívají hlavně externí akreditované platformy, školy a univerzity. V průzkumu jsme zjišťovali nejen to, jaké formální vzdělávací platformy české vícegenerační rodiny preferují, ale také to, v jaké fázi je aktuálně jejich vzdělávací program včetně investovaného kapitálu.

Z výsledků průzkumu pak vyplývá, že rodiny často formy vzdělávání kombinují. Nejčastěji však preferují české univerzity (83,3 % rodin) a účast v oborových organizacích či na oborových konferencích (42,6 %). V mnoha případech také volí další univerzitní kurzy a programy (38,9 %), jako je např. MBA, nebo odborné certifikace (29,6 %).

Které způsoby formálního vzdělávání rodiny využívají?



Formální vzdělávání jako základní rámec rozvoje NextGen

Z výsledků průzkumu vyplývá, že většina zástupců českých vícegeneračních rodin považuje formální vzdělávání – školy, univerzity a profesní certifikace – za přirozený základ rozvoje budoucí generace. Analýza také odhalila, že rodiny dnes již nevnímají akademické vzdělání jako jediné kritérium připravenosti. Zajímá je, zda vzdělávání odpovídá talentu, hodnotám a budoucí roli jejich dětí v rodinné firmě nebo správě majetku.



V rámci formálního vzdělávacího programu převládá počáteční a rozvíjející se fáze

Z analýzy dat vyplynulo, že většina českých vícegeneračních rodin se nachází v rané nebo rozvíjející se fázi tvorby vlastního formálního vzdělávacího programu. Rodiny sice již definovaly základní principy a oblasti, na které se chtějí zaměřit, avšak ukotvený formalizovaný systém pravidel, cílů a měření výsledků uvedlo pouze 11 % respondentů. To ukazuje, že formální vzdělávání se sice stává součástí rodinné strategie, ale nachází se stále spíše ve fázi vývoje než zralosti.

V JAKÉ FÁZI JE VÁŠ FORMÁLNÍ RODINNÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM?

- 64,8 % - Pouze ojedinělé kurzy a studium bez pevného plánu
- 18,5 % - Stanovený roční plán a rozpočet, procesy se doladují
- 3,7 % - Písemně ukotvený formální vzdělávací program s jasnými rolemi a pravidelným vyhodnocováním
- 7,4 % - Víceletá strategie provázaná s rodinným řízením a měřením dopadů



RODIN MÁ USTANOVENÝ FORMÁLNÍ RODINNÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM

Časový horizont formální vzdělávací strategie je střednědobý až dlouhodobý

Rodiny vnímají vzdělávání jako proces, který se má rozvíjet v horizontu několika let, nikoli jednorázový projekt. Přebírají odpovědi odpovídající střednědobému plánování do 5 let, zatímco ani dlouhodobé strategie s horizontem delším než 5 let nejsou výjimkou.

Jaký časový horizont má současná akademická vzdělávací strategie českých rodin?

- 16,7 % rodin má strategii vzdělávání naplánovanou na méně než 1 rok
- 27,8 % respondentů uvedlo, že jejich vzdělávací strategie počítá s délkou 1 – 3 roky
- 16,7 % odpovědí zmínilo strategii vzdělávání v horizontu 4 – 5 let
- Většina (38,9 %) rodin má stanovenou strategii vzdělávání na více než 5 let

Více než polovina rozpočtu na vzdělávání míří do externích institucí

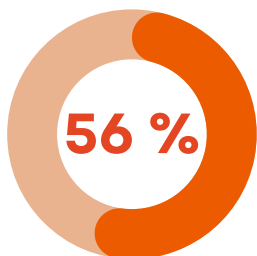
Téměř třetina rodin směřuje více než polovinu svého rozpočtu alokovaného na vzdělávání do externích institucí, jako jsou školy, univerzity a profesní certifikační programy. To odráží důvěru v akademickou kvalitu a mezinárodní standardy vzdělávacích institucí.

Současně ale řada respondentů deklaruje snahu vyvážit tyto výdaje investicemi do interních rodinných aktivit, které rozvíjejí měkké kompetence, hodnoty a připravenost na převzetí odpovědnosti. Do interních formálních vzdělávacích aktivit však rodiny nejčastěji vkládají maximálně 25 % z rozpočtu stanoveného na vzdělávání.

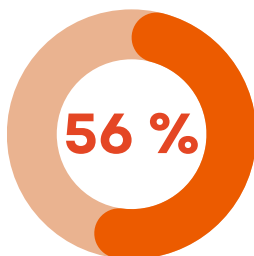
Technologie a digitální trendy mění způsob výuky

Významným zjištěním je rostoucí využití digitálních trendů ve vzdělávání NextGen. Většina respondentů uvedla, že v rámci formálních vzdělávacích aktivit již využívají AI-tutoring, gamifikaci financí či ESG projekty. Téměř polovina rodin experimentuje s virtuálními simulacemi (VR/AR), které napomáhají mladším členům pochopit principy řízení rizik, investic či týmové spolupráce.

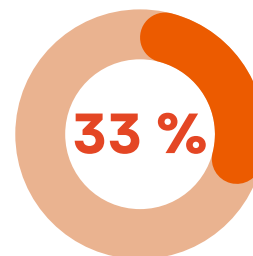
Tento trend ukazuje, že vícegenerační rodiny se soustředí na zapojení inovací do tradiční správy majetku. Nové digitální technologie tak v moderní době propojují svět byznysu, investic i společenské odpovědnosti.



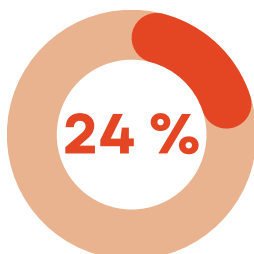
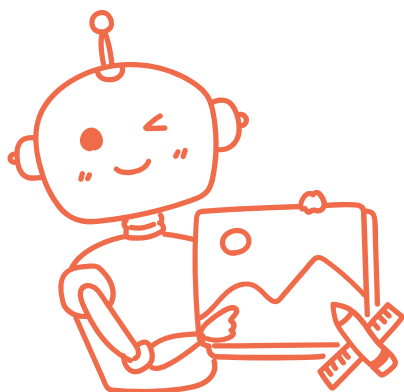
**PLNĚ NEBO PILOTNĚ
ZAPOJUJE AI-TUTORING /
ADAPTIVNÍ UČENÍ**



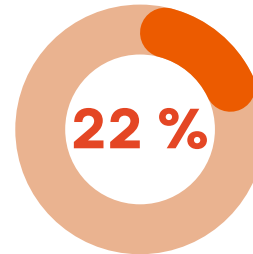
**PLNĚ NEBO PILOTNĚ
ZAPOJUJE PROGRAMY
MENTÁLNÍ ODOLNOSTI**



**ZVAŽUJE ZAPOJENÍ VR/AR
SIMULACE ROZHODOVÁNÍ**



**PLNĚ NEBO PILOTNĚ
ZAPOJUJE GAMIFIKACI
FINANCÍ**



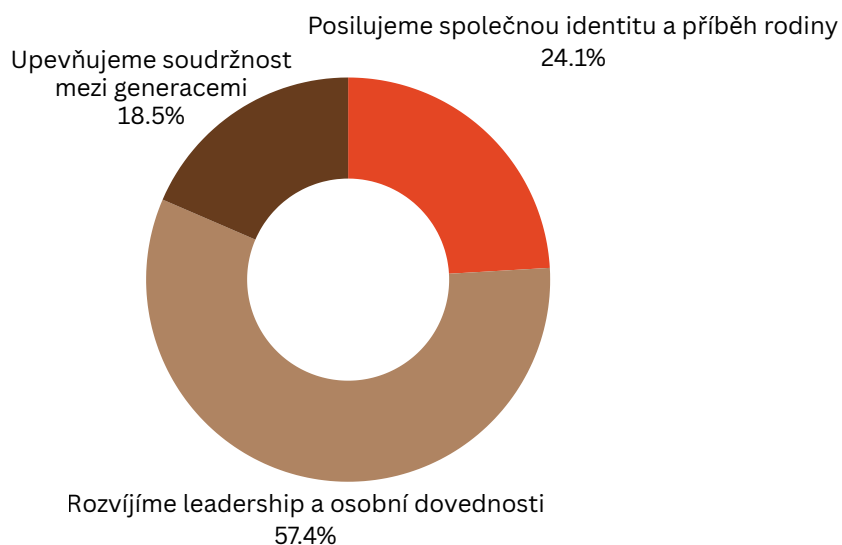
**PLNĚ NEBO PILOTNĚ
ZAPOJUJE ESG & IMPACT
PROJEKTY**

Neformální (rodinné) vzdělávání a hodnotová výchova

Neformální rodinné vzdělávání je plán, jak si v rodině předávat zkušenosti a hodnoty mimo školní lavice, univerzity a formální programy. Probíhá na společných rodinných akcích, v rodinné firmě nebo při filantropii. Staví na společných zážitcích, otevřeném rozhovoru a učení mezi generacemi.

V této části průzkumu jsme se zaměřili na to, jak české vícegenerační rodiny přistupují k neformálnímu vzdělávání svých členů. Zjišťovali jsme, kdo má v rodině vzdělávání na starosti, v jakém věku se do něj zapojují potomci a jaké typy aktivit považují rodiny za nejpřínosnější. Cílem bylo pochopit, jakou roli hraje neformální vzdělávání v každodenním životě vícegeneračních rodin a do jaké míry je vnímáno jako vědomá součást mezigenerační strategie.

Hlavní vize rodinného neformálního vzdělávání



Z průzkumu vyplývá, že více než dvě třetiny rodin již využívají alespoň částečně strukturovaný systém neformálního vzdělávání, nejčastěji středně strukturovaný. Rodiny mají jasné cíle a formy aktivit, ale jen málokdy pracují s dlouhodobým harmonogramem nebo formálním systémem vyhodnocování. To ukazuje, že většina českých rodin se nachází v přechodové fázi mezi spontánním a řízeným přístupem. Mají zavedené aktivity a určité tradice, ale jejich rozvoj a návaznost zatím nebývají pevně ukotvené ve strategii.

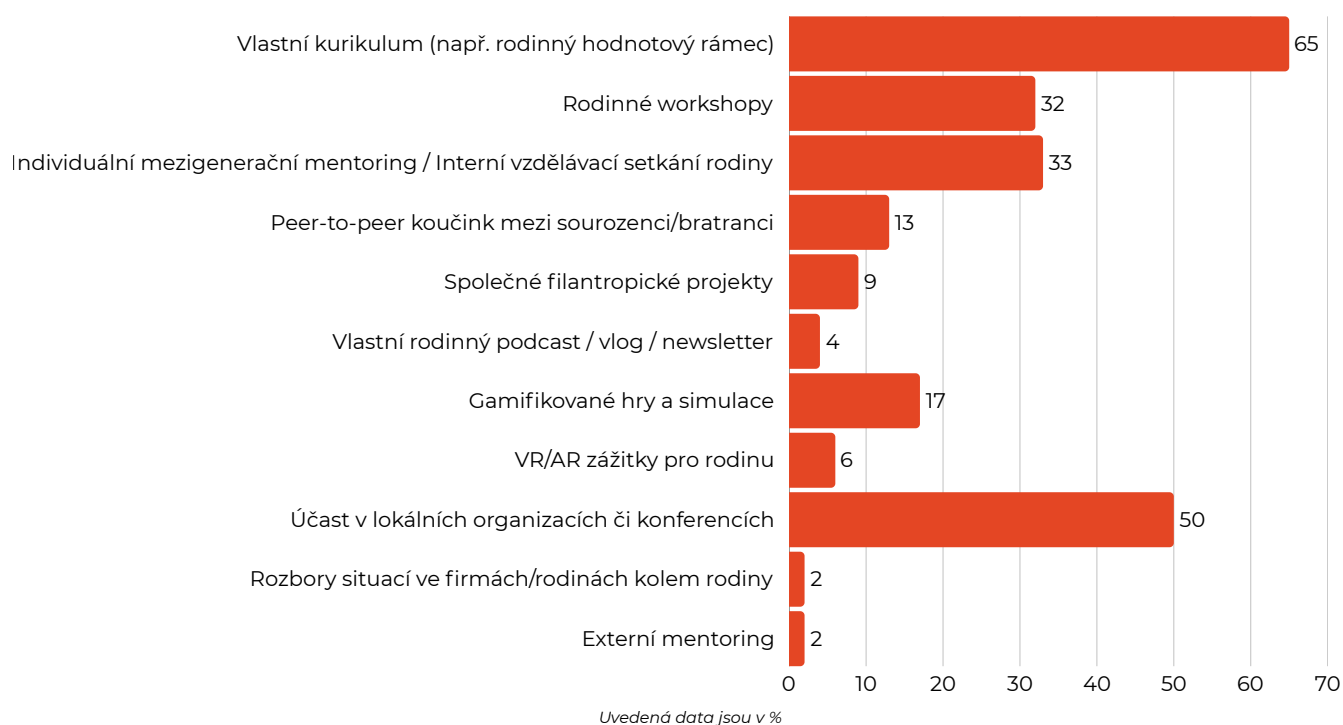
Rodiny staví na vlastních hodnotách a osobním příkladu

Neformální vzdělávání se stává klíčovým nástrojem pro předávání hodnot mezi generacemi a přípravu potomků na odpovědnost za správu majetku. České vícegenerační rodiny k němu přistupují velmi osobitě. Ze získaných dat můžeme vyčíst, že kombinují vlastní hodnotový rámec s praktickými aktivitami, které mají posílit spolupráci, odpovědnost a vztah k rodinnému majetku.

Koordinace vzdělávání se nejčastěji odehrává uvnitř rodiny

Neformální vzdělávací aktivity v téměř třetině případů koordinuje a plánuje konkrétní člen rodiny, u čtvrtiny rodin je to v kompetenci rodinné rady. Jen malé množství rodin svěřuje organizaci family office nebo externím partnerům, což potvrzuje, že vzdělávání v této oblasti zůstává především rodinnou záležitostí. 15 % respondentů uvedlo, že v jejich rodině koordinace neformálního vzdělávání zatím chybí.

Které typy neformálního rodinného vzdělávání jsou nejvíce využívány?



Z uvedených dat vyplývá, že nejčastěji – a to v 65 % případů – rodiny využívají vlastní kurikulum, jako je například rodinný hodnotový rámec. Následuje účast v lokálních organizacích (50 %) či individuální mezigenerační mentoring (33 %). Méně časté jsou interaktivní formy, jako gamifikované hry či rodinné mediální projekty (např. podcast, blog). Z grafu však lze usoudit, že neformální vzdělávání se stává přirozenou součástí života rodiny.

Zapojení potomků do neformálního vzdělávání začíná brzy, vliv má ale i zralost

Většina rodin (57,4 %) zapojuje další generaci do neformálního vzdělávání nejpozději do 17 let věku. Zhruba čtvrtina začíná s přípravou již do 10 let, další čtvrtina mezi 14 a 17 lety. Jen v málo případech rodiny odkládají zapojení až na dospělost. Na druhou stranu 37 % respondentů označilo, že potomky do neformálního vzdělávání zapojují individuálně dle zralosti. Nelze tak přesně určit, v jakém věku jsou nejčastěji děti součástí rodinného vzdělávání. Můžeme však usoudit, že rodiny tento proces vnímají jako dlouhodobý, který se vyvíjí spolu s dítětem a přirozeně navazuje na jeho osobní vývoj a zájmy.

Důraz na zachování hodnot i rozvoj osobních kompetencí

Na otázku, proč rodiny investují do neformálního vzdělávání, byly nejčastějšími odpověďmi příprava NextGen na odpovědnost (63 %), předávání hodnot (61 %) a rozvoj osobních kompetencí (72 %). Třetina rodin se pak soustředí na udržitelnost rodinného podniku či majetku. Nízkou motivací pro rodiny představuje v otázce vzdělávání filantropický nebo společenský dopad (9 %). Vzdělávání se tak stává nejen investicí do schopností potomků, ale také do vztahů mezi generacemi.

4 nejčastější motivace, proč rodiny investují do neformálního vzdělávání



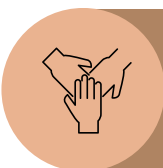
Rozvoj osobních kompetencí



Příprava NextGen na odpovědnost



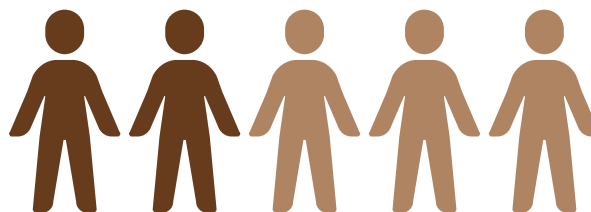
Zachování rodinných hodnot a tradic



Zlepšení rodinné komunikace a soudržnost

Strategie má převážně dlouhodobý horizont

Neformální vzdělávání je vnímáno jako dlouhodobý závazek. Téměř dvě pětiny rodin plánují své vzdělávací aktivity v horizontu delším než pět let. Necelých 17 % rodin uvažuje ve střednědobém horizontu tří až pěti let, dalších 22 % v krátkodobém horizontu do jednoho roku. Tento rozptyl potvrzuje, že rodiny se snaží o kontinuitu, i když úroveň formalizace plánů je různá.



2 z 5 rodin

plánují neformální (rodinné) vzdělávací aktivity v horizontu delším než 5 let

Podíl v rozpočtu zůstává spíše symbolický

Na neformální vzdělávání směřuje obvykle malá část celkového rozpočtu na vzdělávání. Přibližně třetina rodin tyto náklady vůbec nesleduje, což naznačuje, že pro mnohé jde spíše o přirozené součásti rodinného života než o formálně řízený rozpočet. Nejčastěji je pak do neformálního vzdělávání alokováno mezi 1 a 5 % ročních výdajů nebo 3–5 % rozpočtu. Jen malý podíl (7,4 %) rodin investuje do této oblasti více než 10 % prostředků určených na vzdělávání.

Hlavní výzvou je motivace mladší generace

Za největší výzvu 61,1 % českých vícegeneračních rodin označuje udržení motivace mladších členů. Respondenti dále uvedli, že za výzvu považují také časové vytížení nebo příliš rychlé technologické změny, které ovlivňují pozornost a způsob učení.

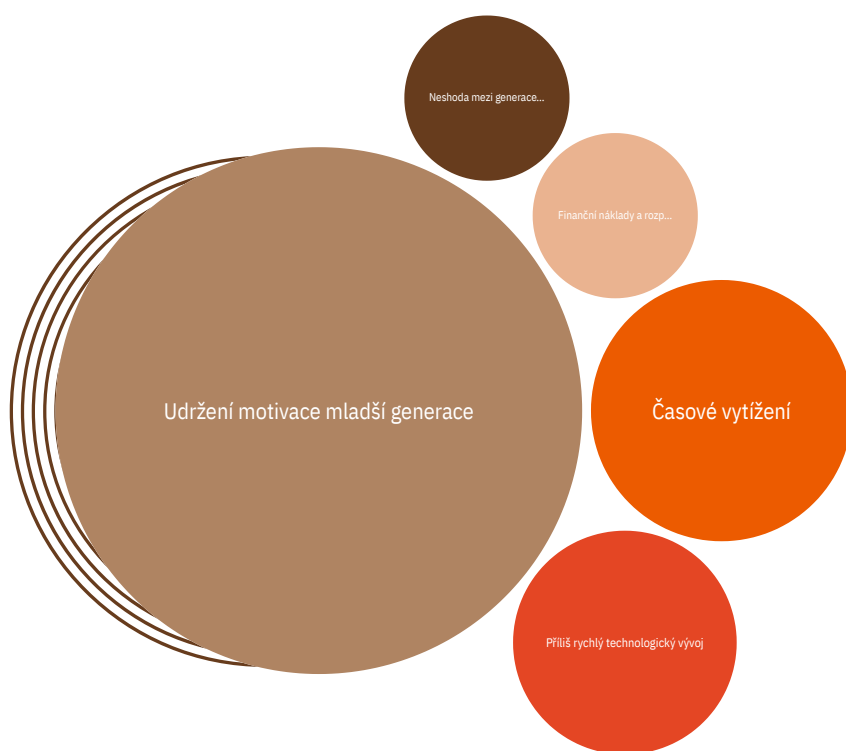
74 %

nesleduje pravidelně dopad rodinného vzdělávání

Zatímco formální vzdělávání lze poměrně snadno hodnotit podle známek nebo dosažených titulů, u neformálního vzdělávání chybí srovnatelná měřítko. Většina rodin (44 %) nemá stanovené vzdělávací milníky pro děti, teenagery či dospělé. 74 % rodin pak nepořádá žádné pravidelné měření úspěšnosti vzdělávací strategie.

Využívané přístupy k měření dopadu pak jsou:

1. Analýza výsledků správy majetku / řízení podniku (16,7 %)
2. Krátké dotazníky (9,3 %)
3. Každoroční rodinné ankety (3,7 %)
4. Pozorování externím facilitátorem (3,7 %)



Hlavní výzvy neformálního rodinného vzdělávání v příštích pěti letech

- Udržení motivace mladší generace (61,1 %)
- Časové vytížení (14,8 %)
- Neshody mezi generacemi (5,6 %)
- Finanční náklady a rozpočet (5,6 %)
- Příliš rychlý technologický vývoj (11,1 %)

Priority ve vzdělávání a výchově NextGen

Z odpovědí respondentů vyplývá, že české vícegenerační rodiny začínají s cílenou přípravou nástupnické generace již ve věku do 10 let, jak potvrdila čtvrtina respondentů. Další čtvrtina k tomu přistupuje ve věku 14–17 let. Tento trend ukazuje na posun od modelu „zapojíme je, až budou dospělí“ ke strategii „učíme je, aby se mohli zapojit“. Rodiny tak reagují na rychlejší proměnu podnikatelského a investičního prostředí a snaží se připravit NextGen na situaci, kdy bude třeba převzít odpovědnost za majetek i rozhodování.

Rodiny hledají rovnováhu mezi formálním a neformálním učením

Většina českých vícegeneračních rodin považuje za důležitou kombinaci formálního a neformálního vzdělávání. Formální vzdělávání přináší znalosti a odborné dovednosti, zatímco neformální rozvíjí hodnoty, vztahy a schopnost spolupracovat mezi generacemi.

Téměř dvě třetiny respondentů uvedly, že oba přístupy jsou pro budoucnost rodiny a jejího majetku stejně důležité. Pro pětinu rodin je pak důležitější neformální (rodinné) vzdělávání. Na formální (akademické) vzdělání kladě větší důraz pouze 15 % respondentů. Z toho můžeme usoudit, že rodiny vzdělávání nevnímají jen jako školní proces, ale jako dlouhodobý rozvojový rámec, který propojuje vzdělání, praxi a osobní růst.

Z výsledků průzkumu vyplývá, že v samotné výchově kladou rodiny největší důraz na finanční gramotnost a kritické myšlení. Obě oblasti dosahují nejvyššího hodnocení, a to jak z hlediska průměrného skóre, tak podílu rodin, které jim přisuzují vysokou důležitost.

Silnou pozici si drží také rodinné hodnoty, historie a správa majetku, které rodiny propojují s každodenní výchovou a rozhodováním. Leadership, podnikatelské dovednosti a technologie zauímají střední pozici – jsou důležité, ale méně univerzální než finanční základy a schopnost samostatného úsudku. Empatie a filantropie zůstávají nejméně akcentovanou oblastí, i když přibližně polovina rodin jim přikládá nadprůměrnou váhu.



Kritické myšlení



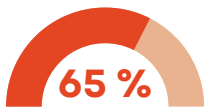
Správa majetku



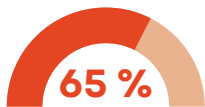
Rodinné hodnoty a historie



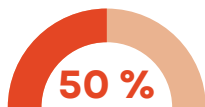
Technologie a inovace



Podnikatelské dovednosti



Leadership



Empatie a filantropie

Finanční gramotnost a kritické myšlení jako hlavní pilíře výchovy



Finanční gramotnost

Při výběru vzdělávání rozhodují kompetence pro praxi

Když rodiny volí vzdělávací programy pro své děti, zaměřují se především na oblasti, které mají přímý dopad na praktické uplatnění.

Nejdůležitějšími kritérii jsou znovu finanční gramotnost a kritické myšlení, následované technologiemi, inovacemi a znalostmi v oboru. O něco nižší, ale stále silný význam mají správa majetku nebo podnikatelské dovednosti.

Tyto volby ukazují, že rodiče usilují o to, aby vzdělávání dětí bylo zároveň praktické, aktuální a přizpůsobené měnícímu se trhu. Zajímavé je, že rodinné hodnoty a historie si drží srovnatelnou úroveň důležitosti jako podnikatelské schopnosti, což indikuje snahu propojit výkon s rodinnou identitou.

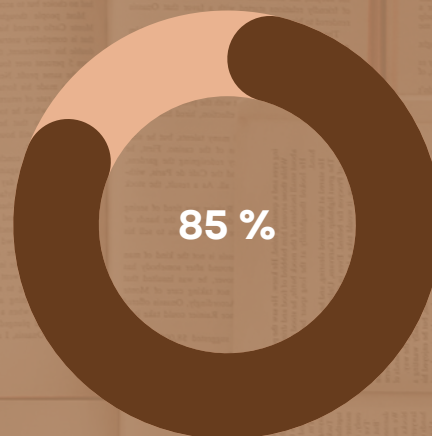
Empatie a filantropie jsou opět nejméně zastoupené. To naznačuje, že české rodiny zatím přistupují k hodnotovému vzdělávání spíše intuitivně než systematicky.

Posun od znalostí ke kompetencím

Celkově se ukazuje, že vzdělávací priority českých vícegeneračních rodin se posouvají od přenosu znalostí k rozvoji komplexních kompetencí. Rodiny chtějí vychovávat potomky, kteří budou nejen vzdělaní v oboru, ale také schopní samostatně uvažovat, rozhodovat a vést.

Můžeme tak konstatovat, že vzdělávání se mění z prostředku dosažení kariérního úspěchu na strategický nástroj rodinné kontinuity. Cílem je připravit budoucí generaci nejen na výkon, ale i na odpovědnost, spolupráci a strategické uvažování.

Jaké dovednosti ovlivňují výběr vzdělání?



- 85 % rodin se zaměřuje na finanční gramotnost
- 78 % klade důraz na kritické myšlení
- Pro 72 % jsou zásadní znalosti v oboru
- Stejný podíl rodin považuje za významné hledisko orientovat se v technologiích a inovacích
- 70 % se při výběru vzdělání zaměřuje na znalosti a dovednosti související se správou majetku
- 67 % rodin klade při výběru vzdělání důraz na rodinné hodnoty a historii
- Důležitým faktorem je pro 64 % získání podnikatelských dovedností
- 61 % rodin považuje za důležité být dobrý v leadershipu
- Pouze 40 % zohledňuje faktor filantropie a empatie



SHRNUTÍ NA ZÁVĚR

Cílem letošního průzkumu bylo pomoci českým vícegeneračním rodinám a rodinným firmám najít vlastní přístup ke vzdělávání a přípravě budoucích generací (NextGen), přičemž univerzální model neexistuje.

Analýza výsledků však ukázala, že vzdělávání je pro české vícegenerační rodiny stále důležitější součástí strategie správy rodinného majetku. Rodiny přemýšlejí o vzdělávání dlouhodobě, častěji propojují formální a neformální přístupy a rozšiřují chápání vzdělávání nad rámec školních institucí - na širší rodinný ekosystém.

Podle zahraničních studií (Monk, 2010; Tanan et al., 2023; FFI, 2020; Sequoia Financial Group, 2024) je vzdělávání v rodinách, které dokázaly úspěšně zvládnout generační přechod, systematicky řízené, víceúrovňové a hodnotově ukotvené. Rodina, která vzdělávání vnímá jako dlouhodobou strategii - ne jako sérii školních rozhodnutí - dokáže lépe chránit nejen svůj majetek, ale i soudržnost a odkaz.

V tomto duchu se nese i letošní výzkum, který mapoval, jak české rodiny plánují vzdělávání, jak kombinují formální a neformální formu, identifikoval hlavní trendy a zjistil jaké dovednosti rodiny považují za klíčové pro rozvoj NextGen.

Dotazník k průzkumu dokončili zástupci 70 rodinou vlastněných či kontrolovaných organizací. Zejména se pak jednalo o zástupce obchodních korporací (72,3 %), z nichž 77 % tvořily rodinné firmy. Tři čtvrtiny organizací (74,1 %) jsou majoritně vlastněné či kontrolované rodinou.

Formální a neformální vzdělávání jsou rovnocenné

Zahraniční zdroje (Sequoia Financial Group, 2024; FFI, 2020) zdůrazňují propojení formálního a neformálního vzdělávání. Zatímco formální učení přináší znalosti a dovednosti, neformální zajišťuje přenos hodnot, zkušeností a odpovědnosti. To potvrzují i data z průzkumu, která ukazují, že rodiny tuto rovnováhu vnímají. 65 % považuje oba přístupy za stejně důležité. Na rozdíl od

západních zemí však české rodiny tyto roviny spíše nepropojují formálně. Analýza dat ukázala, že často chybí ucelený plán pro plánování neformální edukace. Z průzkumu AMSP z roku 2022 však vyplynulo, že většina rodinných firem kombinuje interní školení se spoluprací s univerzitami a externími odborníky.



Všechny oslovené rodinné podniky spolupracují s nějakou vzdělávací institucí. Pět z nich s vysokými školami, tři se střední školou, přičemž fyzická osoba s učilištěm.

- (Rydvalová et al., 2022: 30)

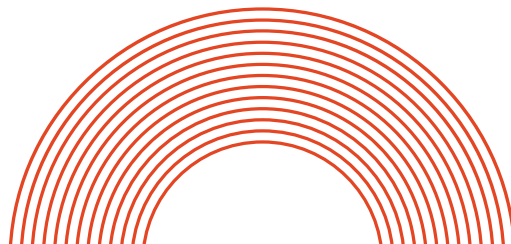
Rodiny přistupují ke vzdělávání dlouhodobě

Podle Family Office Exchange (FOX) představuje rodinné vzdělávání dlouhodobý proces, který zahrnuje všechny členy rodiny i různé generace. To si uvědomuje i více než 40 % respondentů, kteří plánují vzdělávací aktivity v horizontu delším než pět let. To dokazuje, že rodiny nevnímají vzdělávání jako izolovanou aktivitu, ale jako součást strategie pro správu a plánování rodinného bohatství.

Technologie mění způsob učení

Zapojení inovací do rodinného podniku či správy rodinného majetku je důležité zejména v kontextu nástupnictví. Příprava na moderní trendy zvyšuje pravděpodobnost zachování podniku po generaci. Proto by měly být schopné reagovat na měnící se obchodní i rodinné požadavky a tím zajistit kontinuitu svého fungování (Cherdchai, 2020: 46).

Výsledky průzkumu ukázaly, že si tuto nutnost české vícegenerační rodiny uvědomují. 56 % respondentů uvedlo, že plně nebo pilotně do vzdělávání zapojuje AI-tutoring / adaptivní učení. Stejný podíl se soustředí na programy mentální odolnosti a čtvrtina na gamifikaci financí.



Finanční gramotnost a kritické myšlení ovlivňuje výběr vzdělání

Rodiny se při výběru vzdělávání zaměřují na kombinaci praktických a hodnotových dovedností. Pro 85 % respondentů je důležitá orientace na finanční gramotnost, 78 % kladě důraz na kritické myšlení, 72 % na odborné znalosti, 70 % na správu majetku a 67 % na rodinné hodnoty. Důraz na podnikatelské dovednosti (64 %), leadership (61 %) a empatii s filantropií (40 %) ukazuje, že vedle výkonu nabývá význam i charakter a osobnostní růst.

Tento trend potvrzuje také průzkum AMSP (Rydvalová et. al, 2022: 31), jehož respondenti – kromě jednoho – uvedli výběr školy jako významný faktor pro budoucnost rodinného podniku. Respondenti zastupující současnou generaci vnímají jako nutnost pro úspěšné manažerské nástupnictví ekonomické vzdělání.

Závěrečné shrnutí

Z letošního průzkumu i z mezinárodních studií vyplývá, že rodiny, které se společně učí a rozvíjejí, mají větší šanci udržet nejen svůj majetek, ale i vzájemnou důvěru a soudržnost. České vícegenerační rodiny chápou vzdělávání jako dlouhodobý proces, který pomáhá rozvíjet schopnosti, charakter i vztahy mezi generacemi. Výzvou do dalších let bude tuto přirozenou snahu uchopit systematicky a přetavit ji do jasného rámce, který propojí vzdělávání s rodinnou strategií a způsobem správy majetku. Největší výzvou do budoucna však bude motivace mladší generace.

„Většina rodinných podniků přistoupila k určitým motivačním nástrojům, které mají budoucí generaci nasměrovat tím správným směrem.“

- (Rydvalová et al., 2022: 30)

Doporučení pro praxi



Propojte formální a rodinné vzdělávání

Akademické studium doplňujte rodinnými projekty, mentoringem a zapojením do rozhodování. Propojením teorie a praxe vzniká porozumění.



Začněte s přípravou včas

Podle zahraniční praxe i zkušeností zapojených rodin je ideální zapojit děti do vzdělávání o financích a hodnotách už od dětství a postupně jim předávat odpovědnost.



Vytvořte strukturovaný vzdělávací plán rodiny

Definujte jasný rámec vzdělávání podle věku, rolí a kompetencí. Doplněte jej o milníky pro děti, teenagery i dospělé. Pomůže vám to udržet kontinuitu a vyhodnocovat pokrok.



Posilujte motivaci NextGen

Angažovanost se nerodí z instrukcí, ale ze spoluúčasti. Zapojte mladší generace do rozhodování, umožněte jim realizovat projekty a převzít odpovědnost.



Budujte kulturu učící se rodiny

Investujte do společných aktivit, rodinných fór, vzdělávacích setkání i otevřené komunikace. Rodina, která se učí společně, si udržuje důvěru i soudržnost.

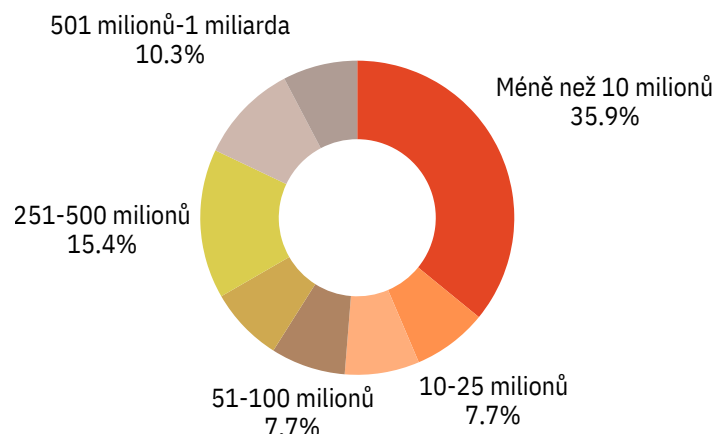


Zapojte do vzdělávání trendy a inovace

Rodiny by měly být schopné reagovat na měnící se obchodní i rodinné prostředí, a tím zajistit kontinuitu svého fungování po generace.

O respondentech a organizacích

Výše obrátu obchodní korporace za minulý fiskální rok



Průzkumu se účastnili zástupci 39 obchodních korporací s rozdílnou výší obrátu. Třetina z nich v minulém fiskálním roce zaznamenala obrat nižší než 10 milionů. Pětina pak uvedla obrat mezi 20–100 miliony. Obrat nad 500 mil. přiznalo 15,5 % zástupců daných společností. Výsledky jsou v CZK nebo jejím ekvivalentu.



Výše majetku pod správou autonomních organizací podle posledního daňového přiznání

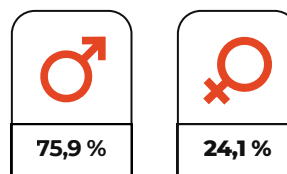
- 24 % - 101–250 milionů
- 17,6 % - více než 1 miliarda
- 17,6 % - méně než 10 milionů
- 17,6 % - 51–1500 milionů
- 11,8 % - 10–25 milionů
- 5,9 % - 251–500 milionů

Kdo dotazník vyplnil?

- 68,6 % majitelů, zakladatelů, akcionářů nebo společníků
- 7,4 % zástupců family office
- 5,6 % jednatelů nebo generálních ředitelů
- 5,6 % předsedů či členů formálních a neformálních správních orgánů
- 3,7 % vlastnických a/nebo manažerských nástupců
- zbylých 9 % tvořili správci svěřenského nebo nadačního fondu, investoři a mentoři rodiny

Demografické údaje

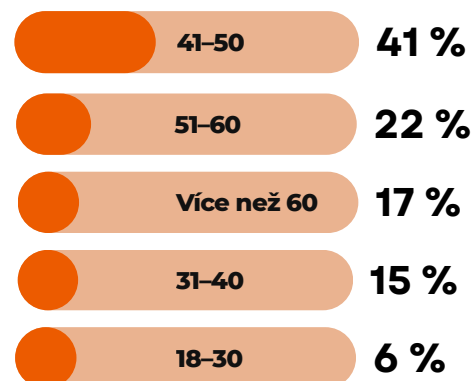
Pohlaví



Bydliště

Účastníci průzkumu pocházeli z celé České republiky. Největší podíl dotázaných byl z Prahy (35,2 %), Jihomoravského kraje (11,1 %) a Jihočeského kraje (11,1 %).

Věk



O průzkumu

Sběr dat k průzkumu o přístupu vícegeneračních rodin v ČR ke vzdělávání budoucích generací probíhal v době od 11. 8. do 12. 10. 2025 v rámci komunity Wealth Magazínu, mezi aliančními partnery, účastníky eventů Wealth Forum a rozšířen byl metodou snowball přes sociální sítě (LinkedIn, Instagram, newslettery). Získané odpovědi pocházejí od 54 zástupců českých vícegeneračních rodin a rodinných firem. Původním záměrem bylo získání respondentů a dat prostřednictvím sociálních sítí, oborových médií a komunit, kde byl průzkum publikován. S ohledem na specifickou cílovou skupinu však nejúspěšnější metodou byla zmíněná metoda snowball. Díky doporučení jednotlivých respondentů získal průzkum pro další dotázané důvěryhodnost v otázce, proč se jím zabývat.

Metodika zpracování dat

Data byla analyzována kombinací statistického vyhodnocení odpovědí v prostředí Google Formulářů a kvalitativní interpretace, kterou zajistila Mgr. Eva Ulrichová, socioložka. Analýza zahrnovala kategorizaci odpovědí, identifikaci klíčových vzorců a následné srovnání s teoretickými modely z oblasti family learning a family governance. Všechny závěry byly redakčně ověřeny a interpretovány v souladu s redakční metodikou Wealth Magazínu.

Pořadatel průzkumu

Pořadatelem průzkumu je společnost Wealth Magazín s.r.o. (IČ 17096871) se sídlem Jindřišská 901/5, Praha 1.

Na tvorbě průzkumu a této zprávy se podíleli:

- Analýza a šéfredaktorka: Eva Ulrichová
- Korektura: Dana Halušková
- Za odborného garanta: Pavel Kolář

Použité zdroje

Astrachan, C. B.; Waldkirch, M.; Michiels, A.; Pieper, T. M.; Bernhard, F. Professionalizing the Business Family: The Five Pillars of Competent, Committed and Sustainable Ownership [online]. Boston: Family Firm Institute & 2086 Society, 2020. Dostupné z: digital.ffi.org/pdf/wednesday-dition/2020/january-08/ffi_professionalizing_the_business_family_v2.pdf

Cherdchai, A. Entrepreneurial Learning in Multigenerational Family Business Succession [online]. London: University of Westminster, 2020. DOI: 10.34737/v25x8. Dostupné z: www.westminsterresearch.westminster.ac.uk/item/v25x8/entrepreneurial-learning-in-multigenerational-family-business-succession

Family Office Exchange. Family Learning [online]. 2021 [cit. 2025-10-31]. Dostupné z: www.familyoffice.com/thought-leadership/family-learning

Kamanová, L., Pěvná, K., Rabušicová, M. A Family Business as a Space for Intergenerational Learning. Studia paedagogica. 2016, 21(2), 43–66. DOI: 10.5817/SP2016-2-4.

Monk, H. Entrepreneurial Learning in Family Firms. Melbourne: Monash University, 2013.

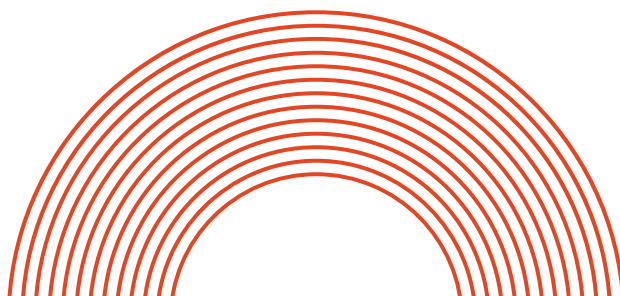
Rydvalová, P.; Petrů, N.; Valentová, E. Vzdělávání v rodinných podnicích: Studie k průzkumu kvality rodinného podnikání. Souhrnná výzkumná zpráva [online]. Liberec: EF TUL, 2022 [cit. 2025-10-31]. Dostupné z: www.amsz.cz/wp-content/uploads/2022/11/STUDIE-mezí-rodinnými-firmami-odeslats-dedikaci.pdf

Sequoia Financial Group. Family Wealth Education: A Guide to Securing Your Family Legacy [online]. Dostupné z: www.sequoia-financial.com/wp-content/uploads/2024/10/Family-Wealth-Education-A-Guide-To-Securing-Your-Family-Legacy.pdf

Tanan, A., Cahyadi, H., Tan, J. D., Yew, L. K. Family-led Learning through Parenting in Family Business. Journal of Innovation and Entrepreneurship. 2023, 12(84). DOI: 10.1186/s13731-023-00352-6

BUĎTE O KROK NAPŘED S WEALTH CLUBEM

Inspirace a novinky z prostředí rodinných firem, NextGen, podnikání nebo investic.



Kontaktujte nás

PROHLÁŠENÍ

Vydavatelem a vlastníkem reportu i autorských práv je společnost Wealth Magazín s.r.o., IČO: 17096871 se sídlem Jindřišská 901/5, Nové Město, 110 00 Praha 1, která je oprávněna v souladu s právními předpisy k šíření. Jakékoliv další šíření obsahu prospektu pro jinou než osobní potřebu, zejména formou kopírování či dalšího zpracování obsahu nebo jeho části bez předchozího písemného souhlasu společnosti, je zakázáno. Poruší-li držitel zprávy tento zákaz a společnost tímto vznikne újma, vzniká straně poškozené nárok na náhradu škody ve smyslu ust. § 2913 zák. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Obsah zprávy má pouze informativní charakter, nepředstavuje nabídku, návrh na uzavření smlouvy ani jakékoli jiné právní jednání směřující k uzavření smlouvy. Ustanovení § 1732 odst. 2 občanského zákoníku se výslovně vylučuje. Společnost neodpovídá za správnost či úplnost obsahu, a z toho vyplývající jakékoliv újmy vzniklé v souvislosti s používáním prospektu. Společnost si vyhrazuje právo kdykoliv, a to i bez předchozího upozornění, měnit, upravit či odstraňovat obsah zprávy.

BUĎTE O KROK NAPŘED S WEALTH CLUBEM

Inspirace a novinky
z prostředí rodinných
firem, NextGen, podnikání
nebo investic.



KONTAKT

Wealth Magazín s.r.o.
Jindřišská 901/5
Praha 1

Telefon:

+420 734 345 490

Web:

www.wmag.cz

Email:

redakce@wmag.cz