

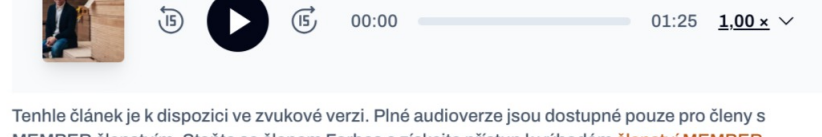
— BrandVoice

## Kvůli mafii kdysi přišli o byznys, dnes u Brna vyrábějí podlahy i miliardářům

24. 3. 2026 9 min

Sdílet
 Uložit

**Pokus o rozjezd výroby parket na Ukrajině skončil pro moravskou rodinnou firmu Karla Hrdličky bankrotem. Nový byznys v Česku tak nerozjždějí z nuly, ale z minusu. Po dvou dekádách má Princ Parket tržby přes 130 milionů korun a s brandem Oakcent dodává dřevěné podlahy mimo jiné do nejluxusnějších rezidencí. „Koncept značky chceme vyvážet i do zahraničí,“ říká majitel firmy z Telnice u Brna.**



Tenhle článek je k dispozici ve zvukové verzi. Plné audioverze jsou dostupné pouze pro členy s MEMBER členstvím. Staňte se členem Forbes a získejte přístup k vyhodám [členství MEMBER](#).

V Telnici Princ Parket ročně vyrobí 100 tisíc metrů čtverečních podlah, což by pro představu pokrylo zhruba jedenáct Staroměstských náměstí v Praze. Parkety značky Oakcent pak dotvářejí atmosféru showroomů společnosti Ton, návštěvnického centra pivovaru Bernard, rezidenčního komplexu Bořislavka v Praze, designových penzionů i privátních apartmánů a rezidencí v Česku, na Slovensku, v Polsku nebo třeba na břehu Curyšského jezera ve Švýcarsku.

„Naše podlahy dnes najdete v sídlech některých z nejbohatších podnikatelů v Česku a zahraničí, vrcholových sportovců i veřejně známých osobností,“ říká hrdě Karel Hrdlička, který v byznysu navazuje na vizi svého otce, s nímž sdílí nejen jméno, ale také vytrvalost.

Se stejnou hrdosť pak oba kousek od Telnice spolu s dalšími členy managementu rodinné firmy stojí před unikátní kaplí Panny Marie Bolestné v Nesvačilce od Jana Říčního, jež loni získala Národní cenu za architekturu. Sám Karel Hrdlička starší tu dva roky pomáhal třeba výrobou stovky kusů lamel obklopujících trámy, které tvoří kříž a představují sedm bolestí Panny Marie.

Dřevěná kaple vznikala přes deset let díky darům a podpoře místních a firmě Princ Parket, jíž se daří tak, že mohla stavbu svým úsilím a zpracováním materiálu podpořit.



Vedle luxusní značky Oakcent dodává firma na trh i dostupnější variantu dřevěných podlah pod značkou Planet Parket, čile investuje do digitalizace a automatizace výroby nejen vlastní firmy a vyhlíží expanzi na další evropské trhy.

„Před 20 lety bych si něco takového nedokázal představit. Nebýt otcovy a mojí urputnosti, firma by tu nebyla. Nezačínali jsme od nuly, ale z hlubokého minusu,“ říká Karel Hrdlička.

### Nůž na krku

Otec Karla Hrdličky za minulého režimu pracoval na stavbách a přivydělával si na výjezdech do Itálie za jednou ze svých sester. Podnikat začal po revoluci, kdy nejprve založil cestovní kancelář.

Vydělané peníze pak posloužily na rozjezd distribuce technologií, například prvních CNC strojů u nás, které byly dodávány firmám, jako jsou Hanák Nábytek, Sykora nebo Dřevodílo. S distribucí se ovšem nespokojil a k byznysu chtěl přidat vlastní výrobu parket, jež by byly kvalitnější než tehdy populární „trojlamela“.

„Z možná až přílišného nadšení se rozhodl postavit továrnu na Ukrajině. Tehdy tam ale byla všudypřítomná korupce a silná mafie. Než stihl podnik pořádně rozjet, dostal nůž na krk, a to doslova. Kdyby odtamtud neutekl, tak by ho nejspíš zabili,“ vypráví jeho syn.

K nevydařenému pokusu o rozjezd ukrajinské výroby se navíc přidalo zkolísání trhu na přelomu milénia – i česká větev podnikání se dostala do problémů a nakonec neudržitelných dluhů.

V té době se Karel Hrdlička starší s žádostí o pomoc obrátil na syna Karla, který po studiích IT a návratu z Velké Británie rozjžděl s kamarády e-shopy na distribuci biopotravin a rozvoz salátů po Brně. „Vlastně jsme tehdy o dekádu předběhli Dáme jídlo,“ směje se Hrdlička mladší.

Rodině se rozhodl pomoci a místo nadějně online obchodníka se tak v roce 2003 ve svých 22 letech stal jednatелеm a firmě, potřebovaly krizové řízení. „Podíly v e-shopech jsem přenechal kamarádům, požadovali měli tržby patnáct milionů ročně, což je pro mladé kluky velký úspěch.“

### Vylepšit rodinnou karmu

Rodinnou firmu začal restartovat na základě týdenních rozpočtů, každá koruna se obracela několikrát, v podniku zaměstnaný otec procházel oddlužením.

Nakonec se mu podařilo zachránit zastavené rodinné domy i byznys, firmě však trvalo deset let, než se dostala na nulu. „Znovu jsme se mohli nadechnout, až když jsme dostali první komerční úvěr. To bylo potvrzení, že jsme z krize konečně venku,“ vzpomíná šéf firmy, do níž se postupně přidali i jeho dva mladší bratři – Jakub znovu rozjel distribuci strojů a Jan je produktovým manažerem.

První krizová dekáda naučila rodinný podnik fungovat efektivně i udržitelně, postupně se z toho stala mantra managementu. A stejně dnes firma přistupuje také k dodavatelům kvalitního dubového dřeva, na němž produkce Princ Parket stojí.



„Obnova dubů po vytěžení trvá 60 až 100 let. Nechceme dopadnout jako největší obchodníci se dřevem v Holandsku, kde prakticky nemají lesy. Nebudeme plundrovat východní Evropu jako jiné velkovýrobci. Fungujeme na principu fair trade – dřevo nakupujeme z českých a slovenských lesů a dbáme na jejich obnovitelnost,“ vysvětluje Hrdlička.

### Udržitelný luxus

Udržitelnost, tvrdá práce a respekt z někdejšího kolapsu stojí za dnešním úspěchem. Princ Parket sází na moderní výrobu s vlastním know-how, dřevo na parkety zpracovává co neefektivněji a s důrazem na přírodu – využívá přírodní lepidla, barvy a oleje bez laků dusících materiál. „Výsledkem je produkt, který dodává domovu nejen přírodní atmosféru, je to v podstatě součást well-beingu,“ poznamenává Hrdlička.

Při správné instalaci a péči vydrží takové podlahy po generace. A právě potřeba navázaných špičkových služeb od pokládky po dlouholetý servis dovedla podnik až k vytvoření prémiové značky Oakcent, která se nyní na tržbách společnosti Princ Parket podílí zhruba 50 procenty.

Primárními trhy jsou Česko a Polsko, nicméně po prémiových podlahách z Telnice se chodí třeba i ve Švýcarsku. „Švýcaři mají pověst, že by si nechali pro peníze vrtat koleno, ale zároveň si hodně cení kvality, přístupů firmy i jejího příběhu. To bereme jako velké uznání,“ váží si Hrdličkovi úspěchu v zemi helvétského kříže.

Zároveň už plánují další posílení doma i za hranicemi. Už teď Princ Parket přidává k podlahám i výrobu schodů a dalších interiérových dřevěných prvků.

„Do pěti let bychom chtěli ztrojnásobit kapacitu parketárny, která zatím běží na jednu směnu. Zároveň bychom chtěli do zahraničí vyvážet celý koncept značky Oakcent,“ nastiňuje Hrdlička. „Rozhlížíme se po partnerech, jimž bychom mohli Oakcent dodat v podstatě ve stylu franšízy. Dováželi bychom jim parkety, oni by se starali o brand na daném trhu s naším know-how v technologiích, servisu, marketingu i podnikovém systému.“

### Od divočiny k automatizaci

Právě na současný podnikový systém je Karel Hrdlička jako vystudovaný ajťák patřičně pyšný, také digitalizaci vybudoval od nuly. Začalo to během dovolené, kdy se u iPadu rozčilil, že se přes tehdejší software nemohl dostat k firemním datům.

„Vyhodil jsem systém ‚z okna‘ a hledání nového mě přivedlo k ERP softwaru Odoo, který mi vyhovoval ve všem,“ říká s dovětkem, že digitálně transformovat dlouhodobě zavedenou firmu byla „velká divočina“.

S kamarádem Erikem Zitterbartem nakonec postavil celé IT oddělení, podařilo se digitálně propojit přijímání zakázek, výrobu, zákaznický servis s helpdeskem i logistiku a instalaci zakázek. Na to postupně navazuje automatizace a robotizace.

„Z IT oddělení, které se rozrostlo na 28 lidí, jsme udělali samostatnou firmu Origamis. Ta teď na základě našich zkušeností pomáhá dalším firmám k modernímu udržitelnému růstu s pomocí technologií,“ přibližuje Hrdlička další rozvíjející se odnož rodinného byznysu, mezi jejichž 60 klientů se počítá například brand prémiových potravin, sportovní výživy a doplňků stravy Vilgain.

Princ Parket pak rovněž nově podporuje rozvoj mladé generace designérů a architektů. Například v partnerství s Vysokou školou uměleckoprávní v Praze chce rozvíjet nové produktové koncepty i netradiční způsoby využití dřeva v interiéru.

„Naši dlouhodobou ambicí je nejen inovovat tradiční řemeslo, ale také pomáhat prosazovat český design a kvalitní práci se dřevem na mezinárodní scéně,“ uzavírá Karel Hrdlička.

BrandVoice ve spolupráci se společností [Princ Parket](#)  
Co je BrandVoice?

24. 3. 2026 9 min

Sdílet
 Uložit