

Po reklamních kampaních na pivo se mi nestýská. Chci být u změn ve školství

-TEXT- MARTA PLECITÁ -FOTO- LUKÁŠ VANDLIS

Zdobře nastartované kariéry reklamního kreativce přehodil Lukáš Rejchrt výhybku. Vydal se na klikatější cestu s touhou podpořit modernizaci českého školství. „Určitě bych se dokázal živit jednodušeji, ale když vidím, podle jakých materiálů a metod se české děti v roce 2020 učí, nedá mi to. Zažil jsem několikrát na vlastní kůži, jaké to je, když se děti s nadšením ponoří do učení a baví je i zdánlivě nezábavné téma. Byl to skvělý pocit,“ vysvětluje své rozhodnutí spoluzaložit vzdělávací platformu Edhance a živit se vývojem on-line výukových materiálů. Nechybí mu nápady ani ambice.

Ústecký start-up Edhance patří k těm, jejichž rozvoj koronavirová krize uspíšila. Jeho kreativní ředitel a spolumajitel Lukáš Rejchrt vidí v současné situaci největší příležitost pro urychlení změny v českém vzdělávání za poslední desetiletí. A pro sebe výzvu, jak uplatnit zkušenosti z marketingových kampaní pro Jagermeister nebo Staropramen v segmentu, kde platí trochu jiná pravidla. „Negeruji už zisky jako dřív, víc mě začalo bavit svými zkušenostmi podporovat hodnoty, kterým věřím,“ popisuje Rejchrt důvody, proč vystoupil z komfortní zóny reklamního byznysu a založil firmu, která vyvíjí a prodává do škol digitální učebnice určené pro výuku matematiky, fyziky, chemie a informatiky.

Zapnout počítač nestačí

„Před lety mě zaujala myšlenka, že bychom mohli začít pedagogům nabízet způsob, jak učit děti zábavněji a efektivněji. Opustit rozjetý agenturní vlak pak pro mě nakonec nebylo vůbec těžké,“ vzpomíná Rejchrt. Nápad mu dával smysl a pojal ho pro sebe jako manažerskou výzvu. Zajímalo ho, jak ob stojí v segmentu na hranici mezi komerčním a neziskovým světem. „Že české školství zoufale nepřipravuje žáky na budoucnost, víme všichni už dlouho. Ale systematický nástroj, jak to v každodenní výuce změnit, zatím většina pedagogů postrádá,“ líčí Rejchrt.

Jeden z těch, kteří program Edhance využívají, je Vlastimil Klobása, který učí na Základní škole s rozšířeným vyučováním informatiky a výpočetní techniky v Teplicích:



„Jsem člověk byznysu. Než čekat na centrální změnu bylo mi bližší vytvořit konkrétní řešení a přesvědčit o něm zákazníky. V tomto případě ředitele škol,“ vysvětluje **Lukáš Rejchrt**, který opustil cestu reklamního kreativce a věnuje se on-line vzdělávání.

„Líbí se mi celkově nápad a důraz na pochopení souvislostí. Pedagog má možnost selektovat obsah výuky, využít metodickou podporu nebo nástroje pro zadávání a vyhodnocování testů. Velkým bonusem je pak veselá grafika a přizpůsobení řeči dětí,“ hodnotí Rejchrtovy studijní materiály učitel informatiky.

„Jsem člověk byznysu. Než čekat na centrální změnu bylo mi bližší vytvořit konkrétní řešení a přesvědčit zákazníky, aby se pro něj rozhodli. V tomto případě ředitele škol,“ vysvětluje Rejchrt.

České školy přitom podle Rejchrtů až na výjimky nejsou na případnou podzimní on-line výuku o nic připravenější,

než byly v březnu. „Kantor sedící u počítače ještě neznamená revoluci,“ říká a upřesňuje: „Podstatná je forma a na té se v podstatě nic nezměnilo.“ Přenést frontální výuku od tabule na obrazovku podle něj nic neřeší a problém trvá dál v bledě modrém.

V Edhance se Lukáš Rejchrt stal kreativním ředitelem a své znalosti z marketingové komunikace začal využívat k vytváření a šíření digitálních výukových programů, které dětem nabízejí učivo atraktivní a interaktivní formou. Od svého založení navštívil jeho tým více než tisíc českých škol a zorganizoval přes šest tisíc ukázkových hodin. Jejich licence zatím od září poběží v hodinách matematiky, chemie, fyziky nebo informatiky na několika desítkách škol.

Učitelé místo klientů

„Dřív jsem dostával odměnu za dobře odvedenou kampaň a zvýšené prodeje piva nebo jiného spotřebního zboží. Teď svoji motivaci spatřuji jinde. Mým úspěchem je, když vidím, že učení s naším softwarem baví třídní premianty stejně jako ‚ztracené případy‘,“ vysvětluje Rejchrt profesní změnu, kterou prošel. „Využívám, co jsem se v marketingu naučil o psychologii. Stejnými principy a procesy mohu teď zaujmout děti pro poznávání světa za okny třídy. Když vidím jejich nadšení, okamžitou změnu k lepšímu jen díky změně metodiky, je to pro mě mnohem cennější zpětná vazba než odměny za efektivní kampaň,“ dodává.

S Rejchrtovou novou profesí přišlo i seznámení se stovkami učitelů. „Místo s marketingovými řediteli jsem se začal denně potkávat s českými kantory. Viděl jsem najednou obrovské množství schopných a nadšených lidí, kteří – pokud mají po ruce funkční nástroj – dokážou do svých tříd přinášet rychlé změny k lepšímu,“ popisuje své zkušenosti z ukázkových hodin a dodává: „Zároveň je pro mě už od prvních březnových dnů strávených v karanténě jasné, že dobrý učitel nerovná se autor dobrých učebních pomůcek.“

Podle Rejchrtů nemůže společnost po učitelích chtít, aby sami ze dne na den vytvářeli kvalitní učební materiály pro on-line fungování svých tříd. „Opakovaně jsme si ověřili, že vytvořit kvalitní učební materiál pro on-line výuku je několikaměsíční práce pro zkušené odborníky. Z učitelů nemohou být v případě další karantény zároveň kreativci, metodici či copywriteři,“ vysvětluje svůj názor, proč by stát měl investovat do kvalitních on-line učebních materiálů a nenechávat řešení na samotných učitelích.

„Nejhůř jsem na jaře snášel představu, že v jednu chvíli se na tu stejnou vyučovací hodinu v noci o samotě chystají

stovky učitelů. Každý sám za sebe vytváří stejnou lekci v PowerPointu, místo aby ji měl po ruce už hotovou,“ přibližuje Rejchrt svou motivaci hledat intenzivně cestu, jak kvalitní on-line výukové materiály dostat do co největšího počtu škol.

„Naše učebnice se vlastně těm klasickým papírovým podobají jen vzdáleně,“ vysvětluje Rejchrt. „Jsou to spíš vizuální průvodci učivem spojující animaci, multimédia nebo moderní storytelling. Obsahují detailní metodické pokyny pro kantory, jak v on-line prostředí s dětmi pracovat. Chceme, aby naši lekci matematiky byl schopen kvalitně odučit i suplující dějepisář. V realu se to skutečně daří a to je pro mě osobně mnohonásobně větší odměna než úspěšné zvýšení ročního obrátu agenturního klienta, které jsem byl dříve zvyklý s velkým zaujetím sledovat,“ uzavírá.

Jsem optimista. Věřím, že změna školství k lepšímu může přijít odspoda. Nemusí to ani dlouho trvat.

Sever žije!

Rejchrt svůj start-up spoluřídí z coworkingového centra v Ústí nad Labem. I to tvoří součást jeho profesní proměny – ač by Praha byla jako sídlo Edhance o mnoho praktičtější, rozhodl se zůstat v Ústí a přispět tak k rozproudění podnikatelského života ve městě. „Baví mě propojovat startupové prostředí, komunitní fungování a podporu menších měst,“ vysvětluje důvod, proč odolal lákadlu zřídit si sídlo v hlavním městě.

O 20 kilometrů dál, v Teplicích, kde žije, navíc před nedávnem otevřel kavárnu Schönau s cílem vytvořit inspirativní místo pro setkávání lidí a také naučit místní pít dobrou kávu. Na otázku, zda se dá uživit prosazováním inovací do českých škol a provozem kavárny, Lukáš Rejchrt odpovídá: „Jsem optimista. Věřím, že změna školství k lepšímu může přijít odspoda a nemusí to ani dlouho trvat. U toho chci být. S Edhance máme velké plány i pro zahraniční trhy, a navíc vidím obrovský potenciál v lidech, kteří firmu tvoří. Pokud jde o budoucnost špičkové kávy v Teplicích, dávám tomu ještě čas,“ uzavírá.