



REALITNÍ FLASH

srpen 2026



AI Act: Kdy musíte přiznat, že obsah tvořila umělá inteligence

Umělá inteligence se během posledních let stala běžnou součástí realitní práce. Makléři ji používají při přípravě textů, úpravách fotografií, tvorbě vizualizací, videí nebo při komunikaci s klienty.

Od **2. srpna 2026** se začala uplatňovat další významná část evropského nařízení o umělé inteligenci - **AI Actu**, konkrétně pravidla transparentnosti podle článku 50. Jejich základní princip je jednoduchý: **člověk by měl v určitých situacích poznat, že komunikuje s umělou inteligencí nebo že obsah, který sleduje, byl vytvořen či významně upraven pomocí AI.**

Na první pohled by se mohlo zdát, že od této chvíle musí být každý text napsaný pomocí ChatGPT nebo každý obrázek upravený pomocí AI označen jako „AI generated“. Tak to ale není.

Ne každý AI obsah musí být označen

Například i Česká asociace umělé inteligence upozorňuje, že tvrzení „veškerý AI generovaný obsah se musí označovat“ je nesprávné. Z pohledu uživatele AI se povinnost viditelného označení týká především **deepfakeů a některých textů týkajících se záležitostí veřejného zájmu.**

Pro makléře je důležité především to, že běžný realitní inzerát, marketingový text nebo stylisticky upravený e-mail **není jen kvůli použití AI automaticky obsahem, který musí být označen.** Rozhodující je spíše otázka, zda může výsledný obsah u člověka vyvolat mylný dojem, že sleduje skutečnost.

Co je deepfake

Deepfake není pouze falešné video známého politika nebo celebrity. Podle AI Actu může jít o obrazový, zvukový nebo video obsah vytvořený či upravený pomocí AI, který se podobá existující osobě, objektu, místu nebo události a **mohl by člověku nepravdivě připadat jako autentický nebo pravdivý.**

A právě tady se AI Act velmi konkrétně dotýká realit.

Pokud například AI vytvoří realistickou fotografii domu po rekonstrukci, přidá nábytek do prázdného bytu, změní výhled z okna nebo vytvoří video prostoru, který ve skutečnosti takto nevypadá, může být nutné klienta jasně informovat, že sleduje AI vytvořený či upravený obsah.

Nejde tedy primárně o to, zda byla použita AI. Jde o to, zda by její výstup mohl být zaměněn za skutečnost.



Jak má být AI obsah označen

Pokud už obsah pod povinnost označení spadá, informace nemá být schovaná někde v obchodních podmínkách nebo metadatech. **Označení má být jasné, rozlišitelné a viditelné při prvním kontaktu s obsahem.** V praxi lze použít například označení typu „AI generated“, „AI modified“ nebo srozumitelnou českou formulaci typu „**Vizualizace vytvořená pomocí AI**“.

A co ChatGPT a běžné texty?

Také zde platí, že AI Act nezavádí obecnou povinnost označovat každý text, při jehož přípravě byla využita umělá inteligence. Pokud makléř nechá AI opravit gramatiku, stylistiku nebo mu pomůže připravit popis nemovitosti, **nemusí jen z tohoto důvodu klientovi oznamovat, že text vznikl s pomocí AI.** To ovšem neznamená, že se může na AI slepě spolehnout. **Za správnost výsledného obsahu odpovídá člověk.** Pokud AI do inzerátu doplní chybnou informaci a makléř ji bez kontroly zveřejní, odpovědnosti jej použití AI nezbavuje.

Chatbot musí říct, že je chatbot

Další oblastí je přímá komunikace člověka s AI. Pokud realitní kancelář používá chatbot nebo virtuálního asistenta, klient musí vědět, že komunikuje s umělou inteligencí, pokud to není z okolností zřejmé. **Klient nemá být ponechán v domněnání, že si píše se skutečným makléřem, pokud ve skutečnosti komunikuje s AI.**

Nejde o zákaz AI. Jde o transparentnost

Smyslem nových pravidel není používání umělé inteligence omezit nebo zakázat. Jde především o to, aby lidé nebyli klamáni a aby poznali, kdy sledují syntetický nebo výrazně upravený obsah.

Pro realitní praxi je to mimořádně důležité. Klient se při rozhodování spoléhá na fotografie, videa, texty a další informace, které mu makléř poskytuje. **Umělá inteligence může být skvělým pracovním nástrojem. Neměla by se ale stát nástrojem, který klientovi vytváří jiný obraz reality, než jaká skutečně je.**

V následujícím článku si proto ukážeme na konkrétních příkladech z realitní praxe, kdy je použití AI běžnou součástí práce makléře a kdy už musí být klient výslovně upozorněn, že sleduje AI vytvořený nebo upravený obsah.

AI Act? Nejde jen o fotografie, AI zasahuje téměř do celé práce makléře

Když se mezi realitními makléři začne mluvit o AI Actu a povinnosti označovat obsah vytvořený umělou inteligencí, většině lidí pravděpodobně jako první naskočí fotografie. Virtuální staging, odstranění nábytku, vizualizace rekonstrukce, změna zahrady nebo obrázek domu, který na prázdném pozemku ve skutečnosti vůbec nestojí. Je to



pochopitelné. Právě u fotografií je totiž rozdíl mezi realitou a výstupem umělé inteligence nejlépe vidět.

Jenže AI už dávno není pouze nástrojem na vytváření obrázků. Makléř ji může používat při psaní inzerátu, přípravě odpovědi klientovi, hledání informací, analýze podkladů, tvorbě prezentace, popisu lokality, přípravě příspěvku na sociální sítě, úpravě fotografií, tvorbě videa, virtuálním stagingu nebo třeba jako chatbota na webových stránkách realitní kanceláře. Může mu opravit gramatiku, přeformulovat nepovedenou větu, navrhnout strukturu e-mailu nebo pomoci připravit seznam otázek pro schůzku s klientem.

AI Act proto není jen o obrázcích. Týká se způsobu, jakým umělou inteligenci používáme a jak její výstupy předkládáme ostatním.

Současně ale není důvod propadat představě, že od 2. srpna 2026 musí makléř ke každému druhému e-mailu připojovat upozornění „Pozor, při psaní tohoto textu byla použita umělá inteligence“. Pravidla transparentnosti podle článku 50 AI Actu se soustředí především na situace, kdy člověk komunikuje přímo s AI nebo kdy by AI vytvořený či upravený obsah mohl být zaměněn za autentickou realitu. Evropská komise výslovně uvádí, že smyslem pravidel je omezit klamání a manipulaci a posílit důvěru v používání AI.

A právě toto je nejlepší způsob, jak nová pravidla pochopit.

Nejde o boj proti AI. Jde především o transparentnost, odpovědnost a důvěru.

AI jako další pracovní nástroj makléře

Když makléř potřebuje zjistit určitou informaci, také klientovi nevysvětluje, jestli ji našel v odborné knize, v komentáři k zákonu, na internetu nebo ve svých poznámkách ze školení. Klienta zajímá především to, zda informace, kterou od svého makléře dostane, je správná.

S umělou inteligencí je to v mnoha běžných situacích podobné.

Představme si, že makléř napíše:

„Prodám byt 3+1 v centru Prahy v Dušní ulici. Je to pěkná lokalita, všude je to blízko. Byt je před rekonstrukcí, takže si to uděláte podle sebe.“

Pak text vloží do AI a požádá ji, aby jej stylisticky a gramaticky upravila, lépe strukturovala a pomohla mu vysvětlit výhody lokality. Výsledkem může být podstatně profesionálnější nabídka.

Musí pod ní makléř napsat: „Tento inzerát mi pomohl napsat ChatGPT“?

Ne. Samotné použití AI při přípravě běžného marketingového textu nezakládá obecnou povinnost takovou skutečnost klientovi oznamovat. Praktický průvodce České asociace umělé inteligence uvádí mezi texty, které se z tohoto důvodu viditelně neoznačují, například reklamní slogan nebo AI vytvořený popis produktu. Specifický režim AI textů se týká zejména publikací určených k informování veřejnosti o záležitostech veřejného zájmu; i zde navíc hraje významnou roli lidská kontrola a odpovědnost.



Stejnou logiku můžeme použít například u nástroje pro tvorbu popisu lokality. Makléř zadá adresu nemovitosti do AI nástroje *Popis lokality* www.gaudens.cz/popis-lokality, získá podklady pro profesionální prezentaci okolí nemovitosti, výsledek zkontroluje, údaje ověří a teprve potom je použije v nabídce.

Jak je klient poškozen tím, že makléři při přípravě kvalitnějšího textu pomohla umělá inteligence? Nijak. Rozhodující je, zda informace odpovídají skutečnosti a zda za ně makléř převezme odpovědnost.

AI tedy může připravovat. Může navrhopvat. Může hledat souvislosti. Může formulovat. Může opravovat. Ale poslední slovo musí mít člověk.

1. Prázdný pokoj – virtuální staging

PŘED (skutečný stav)



PO (AI úprava)



AI doplnila nábytek a dekorace. Jde o realistickou vizualizaci, která neukazuje skutečný stav nemovitosti. Tento obsah je nutné jasně označit.

Prázdný pokoj se během několika sekund promění v krásný obývací

Virtuální staging je fantastický nástroj. Klient si díky němu dokáže představit, jak by mohl prázdný prostor jednou vypadat. Právě tady ale začíná být důležitá transparentnost.

Pokud zájemce vidí realistickou fotografii krásně zařízeného obývacího pokoje, **má mít možnost poznat, že nábytek ve skutečnosti v místnosti není a že sleduje vizualizaci.**

Ještě výraznější je to při vizualizaci rekonstrukce. Starou kuchyň může AI během několika sekund proměnit v moderní interiér. To je pro marketing nemovitosti skvělé. Zájemce si najednou dokáže představit potenciál prostoru, který by ze současné fotografie možná vůbec neviděl.

Ale potenciál není skutečnost.



Čím realističtější AI vizualizace je, tím důležitější je říci klientovi, co skutečně existuje a co je pouze vytvořená představa budoucího stavu.

Definice deepfaku podle AI Actu se totiž neomezuje pouze na falešná videa známých osobností. Může jít o AI vytvořený nebo upravený obrazový, zvukový či video obsah připomínající existující osoby, ale také **objekty, místa, subjekty nebo události**, pokud by mohl člověku nepravdivě připadat jako autentický nebo pravdivý.

A nemovitost je objekt. Byt je místo. Dům je objekt. Pro realitní praxi je to podstatná informace.

2. Úprava světla a expozice – stejné, jen přirozenější

PŘED (skutečný stav)



PO (AI úprava)



AI pouze upravila světlo a expozici. Obsah místnosti ani její dispozice se nezměnily. Taková úprava není deepfakem, označení obvykle není povinné.

PŘED a PO: někdy je rozdíl pouze v kvalitě

Dobře je to vidět na jednoduchém příkladu úpravy fotografie. Máme tmavou fotografii pokoje a pomocí AI upravíme expozici, vyvážení světla nebo technickou kvalitu snímku. Pokoj zůstane stejný. Okno zůstane stejné. Radiátor zůstane stejný. Výhled zůstane stejný.

AI pouze pomohla fotografii zpracovat lépe.

Průvodce vytvořený Asociací AI uvádí obdobný příklad u zvukového obsahu: pokud AI pouze upraví technické parametry, jako jsou hlasitost, šum nebo komprese, aniž by změnila samotný obsah, typicky nejde o deepfake. Také Evropská komise rozlišuje mezi syntetickým obsahem a asistivními standardními úpravami, které podstatně nemění vstup ani jeho význam.

Úplně jiná situace nastane, když AI do prázdného pokoje přidá nábytek a výsledný snímek začne vypadat jako fotografie skutečně zařízeného bytu.



3. Rekonstrukce – vizualizace budoucí podoby

PŘED (skutečný stav)



PO (AI úprava – vizualizace)



AI vytvořila vizualizaci budoucí rekonstrukce. Jde o možnou podobu interiéru, která ještě neexistuje. Takový obsah je nutné jasně označit jako vizualizaci vytvořenou AI.

4. Změna reality – výhled a okna

PŘED (skutečný stav)



PO (AI úprava)



AI změnila samotnou nemovitost – velikost okna a výhled.
To už není pouhá úprava fotografie, ale změna reality, která může zásadně ovlivnit rozhodování klienta.
Takový obsah musí být jasně označen.



Když AI nevylepšuje fotografii, ale mění nemovitost

Ještě zřetelnější hranici ukazuje další příklad. Na skutečné fotografii má pokoj obyčejné okno a výhled na protější dům. AI vytvoří velkou prosklenou stěnu a za ní krásnou zelenou krajinu.

Tady už není příliš o čem diskutovat. AI nevylepšila fotografii. **AI změnila realitu.**

A právě takový zásah může mít přímý vliv na rozhodování zájemce. Výhled z okna může být jedním z důvodů, proč se do nemovitosti zamiluje. Velikost oken může ovlivňovat jeho představu o světelnosti místnosti. Terasa, která neexistuje, může ovlivnit jeho představu o hodnotě domu.

Tady už transparentnost není jen právní povinností. Je elementární profesní etikou.

Průvodce Asociace AI používá podobnou logiku u produktové fotografie: pokud AI vytvoří pouze nové prostředí a samotný produkt odpovídá realitě, typicky o deepfake nejde. Pokud ale změní vlastnosti samotného výrobku tak, že vypadá lépe než ve skutečnosti, situace může být jiná. A bez ohledu na AI stále platí obecná pravidla ochrany spotřebitele - prezentace nesmí vytvářet nesprávnou představu o tom, co člověk kupuje.

U nemovitostí bychom měli přemýšlet úplně stejně.

5. Exteriér domu a zahrada – před a po rekonstrukci

PŘED (skutečný stav)



PO (AI úprava – vizualizace)



AI vytvořila vizualizaci domu po rekonstrukci a současně zásadně změnila podobu zahrady. Výsledný obrázek nezobrazuje současný stav nemovitosti, ale její možnou budoucí podobu. **Takový obsah je nutné jasně označit jako vizualizaci vytvořenou nebo upravenou pomocí AI.**



Vizualizace nesmí vytvářet dojem, že zobrazené stavební úpravy lze skutečně provést, pokud to makléř nemá ověřeno.



6. Pozemek – před a po (vizualizace možného využití)

PŘED (skutečný stav)



PO (AI úprava – vizualizace)



AI vytvořila na skutečném pozemku dům a upravenou zahradu, které ve skutečnosti neexistují. Jde o realistickou vizualizaci možného budoucího využití pozemku, kterou by zájemce mohl považovat za skutečný stav nebo reálně připravený projekt.
Takový obsah je nutné jasně označit jako vizualizaci vytvořenou pomocí AI.



Vizualizace navíc nesmí vytvářet dojem, že zobrazený dům lze na pozemku skutečně postavit, pokud to makléř nemá ověřeno.

Dům po rekonstrukci, který ještě neexistuje

Podobně můžeme pomocí AI vzít fotografii staršího rodinného domu a během několika sekund vytvořit jeho nádhernou podobu po rekonstrukci. Nová fasáda, okna, vstup, osvětlení, dokonale střížený trávník, hortenzie kolem domu.

Najednou vypadá dům tak dobře, že by ho možná chtěl koupit i současný majitel. A to je v pořádku. **Vizualizace potenciálu nemovitosti může být velmi dobrým marketingovým nástrojem.** Musí ale být jasné, že klient sleduje vizualizaci.

Navíc je zde ještě jeden problém, který už není pouze otázkou AI Actu. Pokud AI například změní velikost oken, přistaví část domu, vytvoří terasu nebo zásadně změní stavební řešení, nesmí makléř automaticky vytvářet dojem, že takovou rekonstrukci lze skutečně provést.

Stejný problém vzniká u stavebního pozemku.

Na jedné fotografii vidíme zarostlou parcelu. Na druhé nádherný rodinný dům, příjezdovou cestu, terasu a upravenou zahradu. AI během několika sekund prodala sen.

Jenže lze právě takový dům na pozemku opravdu postavit?



To už není otázka pro generátor obrázků.

Makléř musí znát nebo ověřit územně plánovací podmínky, charakter pozemku, jeho limity a další relevantní skutečnosti.

AI může pomoci klientovi představit si budoucnost. **Nesmí mu ale vytvořit budoucnost, kterou právní nebo faktický stav nemovitosti vůbec neumožňuje.**

7. Makléř ve videu – skutečný člověk, nebo AI avatar?

PŘED (skutečné video)



PO (AI avatar)



AI může vytvořit realistické video makléře, aniž by makléř před kamerou skutečně stál.

AI vygeneruje jeho obraz, pohyb rtů i hlas.

Divák může takový obsah považovat za autentický záznam. Proto musí být zřetelně informován, že sleduje obsah vytvořený nebo upravený pomocí AI.

Video posouvá problém ještě dál

U videa může být rozdíl ještě méně rozeznatelný.

Makléř už dnes nemusí stát před kamerou pokaždé, když chce natočit nové video. AI může vytvořit jeho avatara, napodobit jeho hlas, synchronizovat pohyb rtů a nechat jej přednášet text, který člověk nikdy před kamerou neřekl.

Technologicky fascinující.

Právně a eticky už podstatně zajímavější.

Pokud klient sleduje realistické video konkrétního makléře a oprávněně se domnívá, že sleduje skutečný záznam tohoto člověka, přestože jde o synteticky vytvořené video, **právě na takovou situaci pravidla pro deepfaky míří velmi přímo.** Asociace AI uvádí jako typický deepfake video připomínající existující osobu, které může působit jako skutečný televizní záznam.



8. Videoprohlídka – skutečná vs. AI vytvořená

PŘED (skutečná videoprohlídka)



PO (AI vytvořená videoprohlídka)



AI dokáže vytvořit videoprohlídku, která působí jako autentický záznam.

Ve skutečnosti ale může jít o prostor, který byl kompletně upraven, zrekonstruován nebo i nově vytvořen.

Divák má vždy vědět, zda sleduje reálný záznam, nebo obsah vytvořený pomocí AI.

Stejnou pozornost si zaslouží AI vytvořená videoprohlídka nemovitosti. Pokud divák virtuálně prochází bytem, který vypadá jako hotový, vybavený a zrekonstruovaný prostor, přestože ve skutečnosti takto nevypadá, musí mít možnost pochopit, co sleduje.

Čím dokonalejší AI bude, tím méně budeme moci spoléhat na to, že „to přece každý pozná“.

A teď přichází na scénu makléř

AI samozřejmě nemusí upravovat pouze nemovitosti. Může upravit i samotného makléře.

Máme fotografii makléřky pořízenou v pondělí ráno mobilem u bílé zdi. Výraz říká přibližně: „Prosím, dnes na mě nemluvte.“ AI upraví světlo, vlasy, pleť, oblečení, pozadí a možná i úsměv. Za chvíli před námi stojí profesionální obchodnice, která vypadá, že právě prodala penthouse za sedmdesát milionů a ještě stihla oběd. :-)

I tady bychom měli přemýšlet o hranici.

Běžná retuš fotografie existovala dávno před generativní AI. Fotografové upravují světlo, kontrast, pleť nebo pozadí desítky let. AI Act nemá ambice zakázat lidem vypadat na profesní fotografii lépe než v pondělí v 7:15 ráno.

Jestliže ale vytvoříme **realistickou podobu konkrétního člověka, která už významně neodpovídá skutečnosti a může být považována za autentickou fotografii**, dostáváme se do úplně jiné situace. Kritéria deepfaku se posuzují společně a rozhodující je také kontext, v němž je obsah publikován.

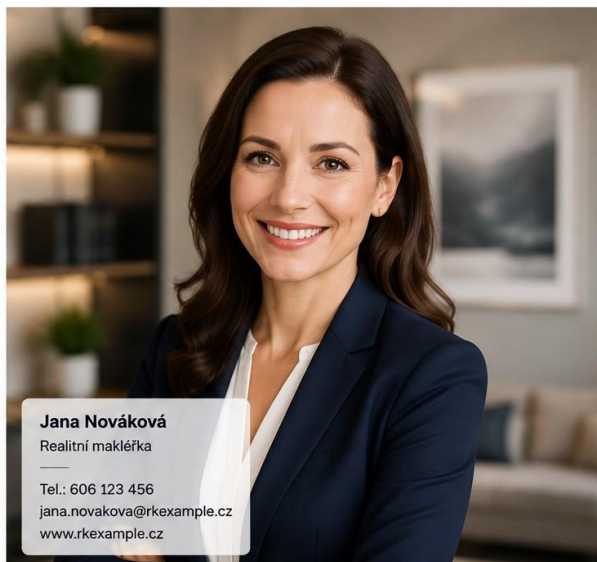


9. Medailonek makléře na webu RK – realita vs. AI úprava

PŘED (skutečná fotografie)



PO (AI úprava)



AI dokáže výrazně vylepšit fotografie makléře – úsměv, pleť, účes, obličej i prostředí.

Výsledná fotografie může působit profesionálně a důvěryhodně.

Klient má mít možnost vědět, zda fotografie odpovídá realitě, nebo byla vytvořena či upravena pomocí AI.

Znovu tedy nejde o otázku: „Použila se AI?“

Lepší otázka zní:

„Může klient získat mylnou představu o realitě?“

Poznámka redakce: Unavená makléřka na snímku vlevo byla vytvořena pomocí AI. Žádná skutečná makléřka tedy nebyla kvůli tomuto článku nucena přijít v pondělí v 7:15 do kanceláře neupravená a bez kávy. :-)

AI může napsat inzerát. A nemusíme z toho dělat právní drama

Vraťme se ale z vizualizací zpátky k úplně obyčejné práci makléře.

AI vám opraví inzerát.

AI vám pomůže připravit popis lokality.

AI opraví stylistiku e-mailu.

AI vám pomůže strukturovat odpověď klientovi.

AI navrhne otázky, které byste měli položit prodávajícímu.

AI pomůže zpracovat podklady.

To všechno samo o sobě neznamena, že musíte klientovi pokaždé hlásit: „Pozor, právě jsem použil umělou inteligenci.“



Evropská pravidla skutečně nejsou postavena na principu, že veškerý obsah, na kterém se nějakým způsobem podílela AI, musí být viditelně označen. Evropská komise mezi povinnostmi uživatelů AI zdůrazňuje zejména deepfaky a určité texty ve veřejném zájmu bez lidské kontroly; Česká asociace umělé inteligence proto označuje tvrzení „veškerý AI generovaný obsah se musí označovat“ za jedno z nejčastějších nedorozumění.

10. Popis nemovitosti – před AI úpravou a po ní

PŘED (lajdácký popis s chybami)

Byt 3+1 Praha 1, Dušní ulice



Prodám byt 3+1 v centru Prahy v Dušní ulici.
Je to pěkná lokalita, všude je to blízko.
Byt je v 3. patře bez výtahu, ale dá se to zvládnout.
Má 3 pokoje a kuchyň, koupelna je s vanou.
Byt je před rekonstrukcí, takže si to uděláte podle sebe.
V okolí je park, obchody, restaurace atd.
Parkování je možné na ulici.
Byt je volný ihned.
RK nevolat!!!!

Cena: 15 900 000,- Kč

- ✗ chybí diakritika
- ✗ krátké věty, málo informací
- ✗ gramatické chyby
- ✗ neprofesionální tón
- ✗ chybí emoce a benefity
- ✗ nevyužití potenciál lokality

PO (AI úprava – profesionální popis)

Byt 3+1, Praha 1 – Dušní ulice



Exkluzivně nabízíme k prodeji světlý byt 3+1 o velikosti 98 m² v samém srdci Prahy 1, v prestižní Dušní ulici.
Byt se nachází ve 3. patře udržovaného historického domu bez výtahu. Dispozičně nabízí prostorný obývací pokoj, dvě ložnice, samostatnou kuchyni, koupelnu s vanou, samostatné WC a praktickou komoru.
Díky vysokým stropům, velkým oknům a orientaci do klidného vnitrobloku působí byt vzdušně a světlě. Je v původním stavu a nabízí tak jedinečnou příležitost vytvořit si domov přesně podle svých představ.
Lokalita Dušní ulice patří k nejvyhledávanějším adresám v Praze – v bezprostřední blízkosti Staroměstské náměstí, Pařížské ulice, náplavka i oblíbené restaurace, kavárny a galerie. Výborná dopravní dostupnost – metro A (Staroměstská) a B (Národní třída) v docházkové vzdálenosti.
Parkování možné v okolních rezidenčních zónách.
Byt je volný ihned.

- 📍 Dušní ulice Praha 1
- 🏠 3+1 98 m²
- 🏢 3. patro bez výtahu
- 📅 Původní stav před rekonstrukcí
- 🅑 P Parkování v okolních zónách

Cena: 15 900 000 Kč

AI pomohla původní text přepracovat do profesionální podoby, ale výsledný popis před zveřejněním zkontroloval makléř a odpovídá za jeho obsah. Běžný popis nemovitosti vytvořený nebo upravený pomocí AI proto **není nutné jen z tohoto důvodu označovat jako „AI generated“**.

AI Act nevyžaduje, abyste u každého realitního inzerátu přiznávali, že vám s jeho textem pomohla umělá inteligence.

U textů navíc krásně vidíme význam lidského dohledu. U AI textu ve veřejném zájmu průvodce Asociace AI výslovně uvádí, že pokud jej před zveřejněním věcně zkontroluje člověk, který tématu rozumí a nese za něj odpovědnost, informační povinnost se neuplatní.

Lidská kontrola tedy není formalita. Je jedním ze základních principů odpovědného používání AI.

AI vám může pomoci odpovědět klientovi. Odpověď je ale pořád vaše

Představme si praktickou situaci.

Klient napíše makléři, že u rodinného domu stojí garáž, která není řádně povolena, a ptá se, zda to při prodeji bude problém.

Makléř může odpovědět:

„To je jedno, třeba si toho kupující nevšimne.“

To je sice odpověď stoprocentně vytvořená člověkem, ale profesně je katastrofální.



Druhý makléř využije AI. Nechá si pomoci se strukturou problému, připraví si právní a obchodní otázky, ověří si relevantní informace, výsledek zkontroluje, případně konzultuje stavebního specialistu a klientovi vysvětlí právní stav, možná rizika, dopad na kupujícího, financování i možné řešení.

Která odpověď je pro klienta lepší?

Kvalita odborné služby se neposuzuje podle toho, zda makléř při práci otevřel knihu, internetový vyhledávač nebo AI. Posuzuje se podle toho, zda klient dostal správnou, úplnou a srozumitelnou informaci a zda za ni makléř převzal odpovědnost.

11. E-mail od klienta – odpověď makléře: rozdíl je v kvalitě

E-MAIL OD KLIENTA	ODPOVĚĎ MAKLEŘE – LAJDÁCKY A RISKANTNĚ	ODPOVĚĎ MAKLEŘE – KVALITNÍ, ODBORNÁ A BEZPEČNÁ
Předmět: Dotaz k prodeji nemovitosti Od: jan.novak@email.cz Komu: makler@rkexample.cz Datum: 26. 6. 2025 14:32 Dobrý den, mám dotaz ohledně prodeje našeho domu na adrese Dušní 12, Praha 1. Na pozemku je i garáž, ale nemá zkolaudovanou stavbu. Bude to při prodeji moc vadit? Může to být problém pro kupujícího? Děkuji za upřímnou odpověď. S pozdravem Jan Novák	Předmět: Re: Dotaz k prodeji nemovitosti Dobrý den, to není žádný problém. Většina lidí to neřeší a kupující si toho stejně nemusí všimnout. Při prodeji to vadit nebude. Kdybyste měl další dotazy, dejte vědět. S pozdravem Váš makléř RIZIKA TAKOVÉ ODPOVĚDI: • Může být v rozporu se zákonem • Kupující může později uplatnit práva z vadného plnění • Makléř i prodávající mohou nést odpovědnost • Ztráta důvěry a reputační riziko	Předmět: Re: Dotaz k prodeji nemovitosti Dobrý den, pane Nováku, děkuji za váš dotaz. K nezkolaudované garáži je důležité přistupovat obezřetně, protože to může mít vliv na průběh i bezpečnost prodeje. PRÁVNÍ POHLED Stavba, která není zkolaudována, je z pohledu stavebního zákona stavbou neoprávněnou. Kupující s ní přebírá i související rizika (např. možnost dodatečného povolení, pokuta nebo nařízení odstranění). POHLED KUPUJÍCÍHO Někteří kupující to akceptují, jiní to mohou vnímat jako významnou vadu a požadovat slevu z ceny nebo garance. Banka může mít také problém s financováním, pokud by garáž byla zahrnuta do zástavy. OBCHODNÍ DOPORUČENÍ Doporučuji připravit pro kupujícího otevřenou informaci o stavu garáže a nabídnout řešení – např. doložení možnosti dodatečné legalizace, nebo adekvátní úpravu ceny. Transparentní přístup posiluje důvěru a snižuje riziko komplikací po prodeji. NAVRHOVANÝ POSTUP Rádi pro vás zajistíme konzultaci se stavebním specialistou, který posoudí možnosti dodatečné legalizace a orientační náklady. Na základě toho nastavíme optimální strategii prodeje. V případě dalších dotazů jsem vám k dispozici. S pozdravem Váš makléř



Makléř může při přípravě odpovědi využít pomoc AI (např. pro rešerši, strukturu textu nebo návrh postupu), ale odpověď vždy kontroluje, upraví podle konkrétní situace a nese za ni plnou odpovědnost.

AI Act nevyžaduje, abyste klienta informovali o tom, že vám s odpovědí pomohla umělá inteligence.

Klient má dostat správnou, úplnou a srozumitelnou informaci – bez ohledu na to, jakou cestou k ní makléř dospěl.

A právě zde leží jedna z nejdůležitějších hranic používání AI.

Umělá inteligence může být pomocníkem. Nemůže být výmluvou.

„To napsal ChatGPT“ nebude dobrá obhajoba ve chvíli, kdy klient dostal chybnou informaci.

Jednoduché pravidlo: mohl by být klient uveden v omyl?

Kdybychom měli všechna pravidla zjednodušit pro každodenní realitní praxi do jedné úvahy, byla by asi tato:

Položte si otázku, zda použití AI může způsobit, že klient bude považovat za skutečnost něco, co skutečností není.

Asociace AI doporučuje u deepfaků prakticky obdobný tříkrokový test: vznikl obsah nebo byl upraven pomocí AI? Podobá se existující osobě, objektu, místu, subjektu nebo



události? A mohl by někomu připadat jako autentický záznam reality? Pokud jsou všechny odpovědi ano a jde o profesní použití, nastupuje povinnost označení.

- ✓ AI vám opravila čárky v inzerátu? Klient tím klamán není.
- ✓ AI vám pomohla stylisticky přepsat nabídku? Klient tím klamán není.
- ✓ AI připravila popis lokality, který jste následně zkontrolovali a fakticky ověřili? Klient tím klamán není.
- ✓ AI vám pomohla sestavit odbornější odpověď na e-mail, kterou jste ověřili a odeslali vlastním jménem? Klient tím klamán není.
- ✓ AI z prázdného pokoje vytvořila realisticky zařízený interiér? **Klient musí vědět, že jde o vizualizaci.**
- ✓ AI z domu před rekonstrukcí vytvořila fotografii domu po rekonstrukci? **Klient musí vědět, že tento stav neexistuje.**
- ✓ AI postavila na prázdném pozemku vilu? **Klient musí vědět, že dům na pozemku nestojí - a nesmí získat dojem, že jej tam lze skutečně postavit, pokud to není ověřeno.**
- ✓ AI vytvořila realistické video vašeho avatara? **Divák musí poznat, že nesleduje autentický záznam.**

To není žádná nesrozumitelná technologická věda. **Je to staré pravidlo realitní profese aplikované na novou technologii: klienta neklameme.**

Transparentnost neznamená, že musíme popisovat každý krok své práce

Bylo by absurdní, kdyby makléř na konec každého e-mailu psal:

„Právní informaci jsem hledal na internetu, stylistiku mi opravil Word, jednu větu jsem konzultoval s kolegou, adresu jsem ověřil v mapě a tři odstavce mi pomohla přeformulovat umělá inteligence.“

Takto transparentnost nefunguje. Transparentnost znamená, že **klient ví o použití AI tam, kde je tato informace důležitá pro správné pochopení toho, co vidí, slyší nebo s čím komunikuje.**

Pokud tedy realitní kancelář nasadí na web AI chatbota a klient by mohl mít za to, že komunikuje se skutečným člověkem, má být informován, že komunikuje s AI. Evropská komise tuto povinnost řadí mezi základní případy transparentnosti podle článku 50.

Pokud sleduje realistický deepfake, má vědět, že jde o AI.

Pokud ale makléř použije AI jako **interní pracovní nástroj** a výslednou práci sám zkontroluje, ověří a převezme za ni odpovědnost, není smyslem AI Actu nutit jej ke zveřejňování kompletního technologického rodokmenu každé věty.



Nejlepší pravidlo pro makléře? AI ano. Odpovědnost vždy člověk.

Umělá inteligence bude v realitách stále běžnější. A je velmi pravděpodobné, že za několik let už ani nebudeme přesně rozlišovat, které funkce běžného softwaru „jsou AI“ a které nikoliv. AI bude součástí fotoeditorů, CRM systémů, kancelářského softwaru, vyhledávačů, marketingových nástrojů i komunikačních platforem.

Proto není dlouhodobým řešením AI se bát.

Řešením je nastavit si pravidla.

AI může pomáhat, ale člověk kontroluje. AI může navrhopvat, ale člověk rozhoduje. AI může vytvářet, ale člověk odpovídá. A tam, kde by její výstup mohl klienta zmást, musí být její použití transparentní.

To je podstata odpovědného využívání AI v realitní praxi.

A právě proto dává smysl mít vlastní **AI Policy**.

AI Policy: klient by měl vědět, jak s AI pracujete

Realitní kanceláře už dnes mají na svých webových stránkách dokumenty, které klientům vysvětlují určité principy jejich fungování. Najdeme zde zásady ochrany osobních údajů podle GDPR neboli Privacy Policy, informace pro spotřebitele, pravidla reklamačního procesu nebo například informace o vnitřním oznamovacím systému.

Podobnou roli v oblasti umělé inteligence plní AI Policy.

Nemusíte proto pod každý e-mail nebo realitní inzerát psát dlouhé vysvětlení, jakým způsobem ve své kanceláři používáte AI. Na webu můžete mít jeden srozumitelný dokument, který klientovi transparentně vysvětlí, že AI využíváte, při jakých činnostech vám může pomáhat, kde jsou její hranice, jak kontrolujete její výstupy, kdy AI obsah označujete a především kdo za výslednou službu odpovídá.

AI Policy není zákaz používání AI. Právě naopak. Je to způsob, jak klientovi říct: moderní technologie používáme, ale používáme je odpovědně.

A možná je to nakonec nejlepší zpráva z celého AI Actu.

Realitní kancelář nemusí před umělou inteligencí utíkat. Makléř nemusí mít strach, že dostane pokutu proto, že mu AI opravila gramatiku v inzerátu. Nemusí se stydět za to, že mu pomohla připravit lepší odpověď klientovi.

Musí ale vědět, kdy AI pouze pomáhá jeho práci a kdy už vytváří realitu, která ve skutečnosti neexistuje.

A klient musí vědět totéž.



ZÁSADY VYUŽÍVÁNÍ UMĚLÉ INTELIGENCE

AI Policy

**Standard transparentního, bezpečného a odpovědného
využívání umělé inteligence při výkonu realitního zprostředkování.**

Vydané realitním zprostředkovatelem:

....
IČO: ...,
se sídlem: ...,
tel.: ..., e-mail: ..., ID datové schránky: ...
(dále jen jako Realitní zprostředkovatel)

Tento dokument stanoví zásady, podle kterých realitní zprostředkovatel využívá nástroje umělé inteligence při poskytování realitních služeb. Jeho cílem je podpořit transparentnost, důvěryhodnost, ochranu klientů a odpovědné využívání moderních technologií. Umělou inteligenci považujeme za užitečný pracovní nástroj, který napomáhá zkvalitňování poskytovaných služeb, nikoliv za náhradu odbornosti, zkušeností a osobní odpovědnosti realitního zprostředkovatele.

Tento dokument upravuje zejména:

- I. Úvod** - účel a význam AI Policy
- II. Princip lidské odpovědnosti** - odpovědnost za využívání umělé inteligence
- III. Rozsah využití AI** - při jakých činnostech může být AI využívána
- IV. Co AI nikdy nedělá** - hranice využití umělé inteligence
- V. Naše závazky vůči klientům** - zásady transparentního a odpovědného přístupu
- VI. Bezpečnost komunikace** - ochrana před zneužitím AI a podvodnými praktikami
- VII. Označování AI obsahu** - pravidla označování obsahu vytvořeného nebo upraveného AI
- VIII. Práva klienta** - informace a práva klientů ve vztahu k využívání AI
- IX. Závěrečná ustanovení** - aktualizace AI Policy a závazek transparentního využívání AI

I. Úvod

1.1 Umělá inteligence představuje významný technologický nástroj, který nachází stále širší uplatnění také v oblasti realitních služeb. Umožňuje zefektivnit některé pracovní postupy, zlepšit komunikaci s klienty, zkvalitnit prezentaci nabízených nemovitostí i zvýšit celkovou úroveň poskytovaných služeb.

....

....

Zdroj: AI Policy, © Gaudens s.r.o.



AI Policy patří na web realitní kanceláře nebo samostatného makléře podobně jako Privacy Policy (GDPR), poučení spotřebitele nebo další dokumenty, kterými klientům vysvětlujete pravidla své práce. Transparentně říká, že AI využíváte, při jakých činnostech vám může pomáhat, kde jsou její hranice, kdo odpovídá za výstupy a kdy AI obsah označujete.

Pokud vlastní AI Policy ještě nemáte, připravili jsme pro realitní kanceláře a makléře hotový vzor v editovatelném formátu MS Word, který si doplníte o své údaje a můžete jej zveřejnit na svém webu.

Vzor AI Policy získáte na: www.gaudens.cz/ai-policy

AI používat můžete.

Důležité je ale umět klientům srozumitelně ukázat, že ji používáte odpovědně.

Může prodávající zakázat kupujícímu, aby byt dál prodal?

„Byt vám prodám, ale chci mít ve smlouvě, že ho dalších deset let nesmíte prodát.“

S podobným požadavkem se může setkat i realitní makléř. Může jít o převod mezi příbuznými, zvýhodněný prodej nebo jednoduše o situaci, kdy prodávající nechce, aby kupující nemovitost vzápětí přeprodal se ziskem. Na první pohled se nabízí jednoduché řešení:

Zákaz napíšeme do kupní smlouvy a máme vyřešeno.

Jenže nemáme. Samotná věta v kupní smlouvě ještě nemusí znamenat, že kupujícímu skutečně zabráníme nemovitost prodát.

Co říká občanský zákoník?

Zákaz zcizení nebo zatížení upravuje **§ 1761 zák.č. 89/2012 Sb.**, občanského zákoníku. Podle něj zákaz působí pouze mezi stranami, pokud nebyl zřízen jako věcné právo. Zákon současně stanoví, že takový zákaz je platný pouze tehdy, pokud byl zřízen na **určitou a přiměřenou dobu a v zájmu strany, který je hodný právní ochrany.**

Nestačí tedy například napsat, že „kupující nesmí nemovitost nikdy prodát“. Omezení vlastnického práva nemůže být bezbřehé. Musí existovat důvod hodný právní ochrany a přiměřená doba, po kterou má omezení trvat.

Jedna věta ve smlouvě nemusí stačit

Představme si, že kupní smlouva obsahuje ustanovení:

„Kupující se zavazuje, že po dobu deseti let ode dne nabytí vlastnického práva nemovitost nezcizí.“



Pokud je zákaz sjednán pouze jako závazek mezi prodávajícím a kupujícím, **působí zásadně pouze mezi nimi**. Prodávající si může své postavení posílit například sjednáním smluvní pokuty pro případ porušení této povinnosti. Samotný smluvní zákaz ale není totéž jako věcné právo zapsané v katastru nemovitostí.

Jestliže má zákaz působit jako věcné právo, musí být jako takový sjednán. U nemovitosti se potom zapisuje **vkladem do katastru nemovitostí**. ČÚZK zákaz zcizení nebo zatížení výslovně řadí mezi práva zapisovaná vkladem.

A to už má pro možnost dalšího nakládání s nemovitostí podstatně větší význam.

Zákaz zcizení v katastru není jen poznámka

Je-li zákaz zcizení zřízen jako věcné právo a zapsán v katastru, vlastník je ve sjednaném rozsahu omezen v možnosti převést nemovitost na jiného. I zde však musí být splněny podmínky § 1761 ObčZ - určitá a přiměřená doba a zájem hodný právní ochrany.

Pro makléře je proto zápis zákazu zcizení nebo zatížení na listu vlastnictví důležitým varovným signálem. Nejde o bezvýznamnou poznámku, kterou lze při přípravě prodeje přehlédnout. Může představovat zásadní překážku zamýšlené dispozice s nemovitostí.

Co když vlastník zákaz přesto poruší?

Tady je situace právně zajímavější, než by se mohlo zdát.

Nejvyšší soud se v rozsudku sp. zn. 21 Cdo 1813/2021 ze dne 26. října 2022, publikovaném také ve Sbírce soudních rozhodnutí a stanovisek pod č. 68/2023, zabýval zákazem zatížení nemovitosti zřízeným jako věcné právo. **Nešlo tedy přímo o prodej nemovitosti v rozporu se zákazem zcizení, ale o případ, kdy vlastník navzdory existujícímu zákazu zatížení uzavřel další zástavní smlouvu.**

Nejvyšší soud dospěl k důležitému závěru: **samotné porušení zákazu zatížení zřízeného jako věcné právo nezpůsobilo automaticky neplatnost následně uzavřené zástavní smlouvy.** Existující zákaz byl ale překážkou pro povolení vkladu dalšího zástavního práva do katastru nemovitostí.

Právě tady je potřeba být přesný. Z tohoto rozhodnutí nelze jednoduše udělat závěr, že „kupní smlouva uzavřená v rozporu se zákazem zcizení je vždy platná“. **Takovou situaci Nejvyšší soud v tomto konkrétním případě neřešil.** Rozhodnutí ale dobře ukazuje, že následky porušení zákazu zcizení či zatížení nelze zjednodušit na automatickou neplatnost právního jednání.

Pro makléře z toho plyne především praktická poučka: **je-li na listu vlastnictví zapsán zákaz zcizení nebo zatížení, musí se jeho konkrétní obsah a dopad vyřešit dříve, než se začne připravovat převod nebo jiné nakládání s nemovitostí.**

Co by měl udělat makléř?

Pokud prodávající řekne: „Chci, aby kupující dalších deset let nemohl být prodán,“ makléř by neměl jednoduše přidat jednu větu do vzoru kupní smlouvy.



Nejdříve je potřeba zjistit, **čeho chce klient skutečně dosáhnout a proč**. Má jít pouze o smluvní závazek kupujícího? Má být jeho porušení spojeno se smluvní pokutou? Nebo má vzniknout věcné právo zapisované do katastru? Jak dlouho má zákaz trvat a existuje pro něj zájem hodný právní ochrany?

To už jsou otázky, které patří právníkovi připravujícímu konkrétní smluvní dokumentaci.

Stejně důležitá je opačná situace. **Pokud makléř nabírá nemovitost, u níž už je zákaz zcizení nebo zatížení na listu vlastnictví zapsán, měl by jej řešit ještě před podpisem rezervační nebo kupní dokumentace.** Může být například potřeba souhlas osoby, v jejíž prospěch byl zákaz zřízen, případně jeho výmaz či jiné právní řešení podle konkrétního obsahu zápisu.

Jedna věta může znamenat velmi rozdílné věci

Zákaz zcizení je hezkým příkladem toho, proč by makléř neměl právní ustanovení posuzovat pouze podle toho, jak jednoduše zní.

„Kupující nesmí deset let byt prodat“ je jedna věta. Právně se ale musíme ptát, **zda jde pouze o smluvní závazek, nebo o věcné právo, zda je zákaz sjednán na určitou a přiměřenou dobu, jaký zájem hodný právní ochrany sleduje, zda je zapsán v katastru a jaké následky mají nastat při jeho porušení.**

Makléř přitom nemusí sám vymýšlet právní konstrukci. **Jeho úkolem je poznat, že zdánlivě jednoduchý požadavek klienta může mít zásadní právní důsledky, a včas předat jeho řešení právníkovi.**

Jedna jediná věta v kupní smlouvě totiž může rozhodovat o tom, zda klient získá skutečnou právní ochranu, nebo pouze falešný pocit jistoty.

Katastr pod větší kontrolou. Co se má od roku 2027 změnit?

Nahlížení do katastru nemovitostí patří k základním pracovním nástrojům realitního makléře. Ověření vlastníka, kontrola listu vlastnictví, zástavních práv, věcných břemen nebo souvisejících parcel je při náboru a přípravě zakázky samozřejmostí. Katastr ale makléři využívají také při vyhledávání potenciálních zakázek a vlastníků nemovitostí.

V současnosti se pro makléře nic zásadního nemění. Připravuje se však novela katastrálního zákona, která má od 1. července 2027 zpřísnit pravidla pro poskytování a využívání některých údajů z katastru. Větší důraz má být kladen na to, kdo podrobnější údaje získává, v jakém rozsahu a k jakému účelu je používá. Návrh přitom ještě prochází legislativním procesem, takže jeho konečná podoba se může změnit.

Úvodem je také dobré vyvrátit jednu možnou obavu: **nejde o konec veřejného katastru.** Běžné nahlížení do základních údajů o konkrétní nemovitosti nemá zmizet. Připravované změny směřují především proti anonymnímu a hromadnému získávání osobních údajů a jejich dalšímu nekontrolovanému využívání.



Proč chce stát přístup více kontrolovat?

Moderní software dokáže během krátké doby získat obrovské množství informací o nemovitostech a jejich vlastnících a následně je spojovat, analyzovat nebo komerčně využívat. Nejde přitom pouze o teoretický problém. ČÚZK už na konci roku 2025 kvůli extrémnímu nárůstu automatizovaných přístupů dočasně omezil zobrazování údajů o vlastnících pouze na přihlášené uživatele.

Je totiž rozdíl mezi makléřem, který potřebuje zkontrolovat konkrétní list vlastnictví, a robotem, který se snaží systematicky stahovat tisíce údajů o vlastnících nemovitostí. A právě proti druhému způsobu používání mají nová pravidla směřovat především.

Pro běžnou práci makléře proto není důvod k obavám. Pokud nabíráte rodinný dům a v katastru ověřujete vlastníka, zástavní práva, věcná břemena a další skutečnosti potřebné pro zakázku, jde o standardní profesionální práci.

Jiná situace může nastat, pokud realitní kancelář nebo specializovaný software systematicky vyhledává stovky či tisíce vlastníků, údaje ukládá, propojuje s dalšími informacemi a vytváří z nich obchodní databázi potenciálních klientů.

Veřejný údaj neznamená údaj pro jakékoliv použití

Právě pro realitní nábor je důležitá ještě jedna věc. Snadno může vzniknout úvaha: když je údaj o vlastníku veřejně dostupný, můžeme jej také libovolně ukládat a obchodně využívat.

Veřejně dostupný osobní údaj ale automaticky neznamená osobní údaj, se kterým můžeme dělat cokoli. Do hry vstupují pravidla ochrany osobních údajů a podle způsobu dalšího využití také další právní předpisy. ČÚZK už dnes upozorňuje, že odpovědnost za zákonnost a přiměřenost dalšího zpracování získaných osobních údajů nese jejich uživatel.

S nástupem automatizace a umělé inteligence bude tato otázka ještě významnější. To, co jeden makléř ručně zjišťoval několik týdnů, může automatizovaný systém zvládnout během několika hodin. **Rozsah a systematickosti získávání údajů tak mohou být podstatným rozdílem mezi běžnou prací s katastrem a jeho hromadným vytěžováním.**

Katastru se nebojte. Používejte ho profesionálně

Připravovaná novela podle aktuálních informací počítá s účinností od **1. července 2027**, její konečná podoba se však ještě může během legislativního procesu změnit. Pro makléře proto zatím není důvod měnit běžnou práci. Kontrola katastru zůstává jednou ze základních součástí profesionální realitní služby.

Je ale dobré rozlišovat mezi tím, když **ověřujeme informace potřebné pro konkrétní obchod**, a situací, kdy ve velkém shromažďujeme osobní údaje vlastníků pro další obchodní využití.

Katastr zůstává veřejným rejstříkem. Veřejný ale neznamená anonymně a neomezeně vytěžitelný. A právě tímto směrem se připravovaná právní úprava pro rok 2027 posouvá.



Makléř zastupuje realitní kancelář. Umí své oprávnění prokázat?

V realitní praxi je běžné, že klient jedná s konkrétním makléřem, ale **smluvní stranou zprostředkovatelské nebo rezervační smlouvy není makléř, nýbrž realitní kancelář**. Makléř přitom smlouvu za realitní kancelář také podepisuje.

Vzniká tedy jednoduchá, ale důležitá otázka: **Na základě čeho je makléř oprávněn za realitní kancelář jednat a smlouvu jejím jménem podepsat?**

Paradoxně právě tento poměrně základní dokument v praxi často chybí. Řada realitních kanceláří má se svými makléři podrobně upravené smlouvy o spolupráci (typicky formou Příkazní smlouvy), ale **samostatnou plnou moc, kterou by makléř mohl jednoduše prokázat své oprávnění vůči klientovi, nemá**.

Jednání za společnost a zastoupení nejsou totéž

Pokud za společnost jedná její jednatel způsobem zapsaným v obchodním rejstříku, vyplývá jeho oprávnění z postavení statutárního orgánu. Jiná situace nastává u makléře, který je samostatným podnikatelem a s realitní kanceláří spolupracuje na základě smlouvy. Jestliže má takový makléř **jménem realitní kanceláře uzavírat a podepisovat smlouvy**, musí být k takovému jednání oprávněn.

Občanský zákoník v § 441 stanoví, že ujednají-li si strany zastoupení, uvede zmocnitel v plné moci rozsah zástupčího oprávnění. Plná moc tak umožňuje realitní kanceláři vůči klientovi jasně doložit, **kdo ji smí zastupovat a v jakém rozsahu**.

Interní smlouva s makléřem není dokumentem pro klienta

Makléř má zpravidla s realitní kanceláří uzavřenou příkazní nebo jinou smlouvu o spolupráci, která upravuje jejich vzájemný vztah. Předkládat ji klientovi jako důkaz oprávnění k zastupování však není vhodné.

Taková smlouva může obsahovat řadu interních informací - práva a povinnosti makléře, pravidla spolupráce, sankce, způsob odměňování nebo například **podíl makléře na provizi realitní kanceláře**. Klient tyto informace nepotřebuje znát. Potřebuje odpověď na jedinou otázku: „Je tento makléř oprávněn za realitní kancelář jednat a podepsat jejím jménem smlouvu?“ Právě k tomu slouží samostatná plná moc.

Rozsah plné moci musí být jasný

Plná moc přitom nemusí - a zpravidla by ani neměla - dávat makléři neomezené oprávnění jednat za realitní kancelář. Je vhodné přesně stanovit, k jakým právním jednáním je zmocněn.

V přiloženém vzoru je proto makléř zmocněn zejména k zastupování realitní kanceláře při uzavírání smluv o zprostředkování prodeje, koupě, nájmu nebo dalšího využití nemovitostí a při uzavírání rezervačních smluv. Součástí zmocnění je také oprávnění tyto smlouvy jménem realitní kanceláře podepisovat.



Současně je vhodné stanovit i hranice zmocnění. Makléř například nemusí být oprávněn zavazovat realitní kancelář k peněžitému plnění, přijímat či vyplácet jejím jménem peníze nebo své oprávnění dále přenášet na jinou osobu. **Plná moc tak chrání nejen klienta, ale také samotnou realitní kancelář, protože přesně vymezuje, co její makléř jejím jménem dělat může a co již nikoliv.**

Makléř by měl mít plnou moc k dispozici

Není samozřejmě nutné, aby makléř plnou moc automaticky předkládal každému klientovi při každém jednání. Měla by však být aktuální, odpovídat skutečnému rozsahu jeho oprávnění a makléř by ji měl být schopen kdykoliv předložit.

Klient možná nikdy otázku na oprávnění makléře nepoloží. Pokud se ale zeptá: „Vy nejste jednatelem společnosti. Na základě čeho za ni tuto smlouvu podepisujete?“, měla by existovat jednoduchá odpověď.

„Tady je moje plná moc.“

Ideální je proto mít ji k dispozici jak elektronicky, například v telefonu nebo notebooku, tak případně v tištěné podobě.

PLNÁ MOC

Zmocnitel: obchodní firma: ...,
IČO: ...,
se sídlem: ...,
zastoupena ...
(jako „Realitní zprostředkovatel“)

Zmocněnec: jméno a příjmení: ...,
dat.nar.: ..., IČO: ...,
s místem podnikání: ...,
(jako „Realitní makléř“)

Zmocnitel tímto zmocňuje Zmocněnce, aby Zmocnitele zastupoval při právních jednáních vztahujících se k uzavírání:

- smluv o zprostředkování nákupu, prodeje, nájmu, podnájmu, pachtu nebo jiného využití nemovitých věcí (jakož i akcií, podílů v obchodních korporacích a družstevních podílů, pokud z titulu vlastnictví těchto vyplývá možnost užívat konkrétní nemovitou věc) na území České republiky, přičemž v těchto smlouvách bude Zmocnitel vystupovat jako Realitní zprostředkovatel, a
- rezervačních smluv (dohod o zablokování dalšího zprostředkování) ohledně zprostředkování nákupu, prodeje, nájmu, podnájmu, pachtu nebo jiného využití nemovitých věcí (jakož i akcií, podílů v obchodních korporacích a družstevních podílů, pokud z titulu vlastnictví těchto vyplývá možnost užívat konkrétní nemovitou věc), přičemž v těchto smlouvách bude Zmocnitel vystupovat jako Realitní zprostředkovatel, vedlejší účastník, a/nebo schovatel.



Shora uvedené smlouvy/dohody je Zmocněnec oprávněn v zastoupení Zmocnitele podepsat.

Zmocněnec není oprávněn Zmocnitele zavazovat k jakémukoliv právnímu jednání, které by vedlo k peněžitému plnění, ani za Zmocnitele přebírat jakékoliv peněžité plnění, ani za Zmocnitele vyplácet jakékoliv peněžité plnění.

Tato plná moc je speciální a slouží pouze ke shora uvedenému účelu. Zmocněnec není oprávněn udělovat jakékoli třetí osobě substituční plnou moc.

V ... dne ...

.....
za ...
..., ... (*jméno, funkce*)

Shora uvedenou plnou moc v plném rozsahu přijímám:

V ... dne ...

.....
...

Zdroj: Vzory smluv, © Gaudens s.r.o.

Plná moc by měla patřit k základní dokumentační výbavě každého makléře, který jedná a podepisuje smlouvy jménem své „domovské“ realitní kanceláře. Je to jednoduchý dokument, který klientovi prokazuje oprávnění makléře a současně realitní kanceláři umožňuje přesně vymezit jeho hranice.

Největší konkurent makléře není jiný makléř. Je to klientova nejistota.

Když se v realitách mluví o konkurenci, většina makléřů si představí jiné kanceláře. Kdo má lepší marketing, nižší provizi, profesionálnější prezentaci, známější značku nebo větší databázi klientů. Na náborové jednání pak přicházejí s pocitem, že jejich úkolem je přesvědčit prodávajícího, proč jsou lepší než ostatní.

Jenže skutečný soupeř často nesedí v jiné realitní kanceláři. **Sedí přímo naproti makléři u stolu. A jmenuje se nejistota.**

Jen málokdo prodává nemovitost s naprostým klidem. Prodávajícímu běží hlavou otázky, které možná ani nevysloví:

„Je správný okamžik k prodeji?“

„Není navržená cena příliš nízká?“

„Neměl bych ještě počkat?“



„Co když přijde lepší kupující?“

„Co když po podpisu zjistím, že jsem udělal chybu?“

To nejsou otázky nerozhodného klienta. Jsou přirozenou součástí rozhodnutí, které se týká majetku v hodnotě milionů korun a často také místa spojeného s velkou částí jeho života. Makléř proto nemusí na náborovém jednání porazit především jiného makléře. Musí pomoci klientovi porazit jeho vlastní obavy.

A když si toto uvědomíme, začne náborové jednání vypadat trochu jinak.

Méně o sobě, více o klientovi

Představme si dva makléře, kteří přijdou ke stejnému prodávajícímu.

První začne prezentací své kanceláře. Ukáže na tabletu fotografie, videoprohlídky, sociální sítě, inzertní servery, reference, počet prodaných nemovitostí a vysvětlí, proč je jeho marketing lepší než marketing konkurence.

To všechno může být důležité.

Druhý makléř se ale nejdříve začne ptát.

„Co je pro vás na celém prodeji největší nejistota?“

„Čeho se obáváte, že by se mohlo nepovést?“

„Co byste potřeboval vědět, abyste měl pocit, že děláte správné rozhodnutí?“

„Co je pro vás kromě dosažené ceny opravdu důležité?“

Najednou nevede prezentaci realitní kanceláře. **Začíná rozumět rozhodnutí člověka, který sedí proti němu.**

A právě tady může vzniknout zásadní rozdíl mezi dvěma jinak stejně odbornými makléři.

Klient totiž nepotřebuje být pouze ohromen. Potřebuje rozumět tomu, co se bude dít zítra, za týden i za měsíc. Ani nejdražší dron nebo nejlepší fotografie totiž neodstraní strach z neznámého a žádný marketing nenahradí pocit, že mám vedle sebe člověka, který ví, co dělá.

Více informací ještě neznamena více jistoty

Makléři mají při pochybnostech klienta často přirozenou tendenci přidávat další argumenty. Vysvětlovat, dokazovat, prezentovat čísla a doplňovat informace.

Jenže lidé nepřestanou váhat vždy ve chvíli, kdy dostanou více informací. Často přestanou váhat až ve chvíli, kdy získají pocit, že situaci rozumějí.

A mezi informací a porozuměním je velký rozdíl. Informace mohou člověka dokonce zahltit. Porozumění naopak snižuje nejistotu.



Právě proto je jednou z nejcennějších schopností makléře umět složitou věc vysvětlit jednoduše. Klient nemusí znát všechny paragrafy občanského zákoníku, technické podrobnosti katastrálního řízení nebo kompletní metodiku stanovení nabídkové ceny. Potřebuje ale vědět, co konkrétní situace znamená pro něj, co se bude dít dál a jaká jsou případná rizika.

Každá nejasnost vytváří prostor pro obavu. A pokud obavě nedáme rozumnou odpověď, klient si ji často vytvoří sám - zpravidla horší, než jaká je skutečnost.

To je velmi praktická obchodní myšlenka. Možná totiž klient neodmítá vaši provizi proto, že je vysoká. Možná pouze zatím nepochopil, co za ni dostane. Možná neodmítá vámi doporučenou prodejní cenu proto, že vám nevěří v cenotvorbě. Možná se jen bojí, že prodá příliš levně a bude toho později litovat.

Pokud makléř začne řešit pouze námitku, může minout skutečný problém.

Když přichází problém, netlačte více

Podobně je tomu během samotného obchodu. Jakmile se něco komplikuje, někteří makléři začnou zrychlovat. Více telefonují, více vysvětlují a snaží se klienta co nejrychleji posunout k rozhodnutí.

Jenže člověk v nejistotě často potřebuje přesný opak.

Potřebuje klid. Čas. Srozumitelnou informaci o tom, co se stalo, co to znamená a jaké jsou další možnosti. **Profesionál nepředstírá, že problémy neexistují. Dává klientovi pocit, že existující problémy mají řešení.**

Právě tak se buduje vztah, který později rozhoduje o doporučeních, opakovaných obchodech i pověsti makléře.

Možná právě tady vznikají zakázky

Nejlepší makléř proto nemusí být člověk, který dokáže nejpůsobivěji prodat vlastní služby. **Může jím být ten, kdo nejlépe rozpouští nejistotu klienta.**

Každým dodrženým telefonátem, srozumitelným vysvětlením a splněným slibem klientovi potvrzuje, že situaci má někdo pod kontrolou. Neposouvá jej dopředu tlakem, ale jistotou.

A právě proto se možná o řadě zakázek rozhodne ještě dříve, než klient začne porovnávat nabídky realitních kanceláří. V okamžiku, kdy si při rozhovoru s jedním z makléřů pomyslí:

„S tímto člověkem mám pocit, že to zvládnou.“

Až půjdete na příští náborové jednání, zkuste proto na chvíli zapomenout na konkurenci. Místo otázky „**Jak klienta přesvědčím, aby si vybral mě?**“ si položte jinou:

„S jakou nejistotou tento člověk přichází a co mohu udělat, aby s ní odcházel o něco menší?“

Možná právě tato změna otázky změní i výsledek schůzky.



Článek „Největší konkurent makléře...“ vychází z knihy *V hlavě realitního makléře - Sto zamyšlení o profesi, lidech a rozhodnutích, která nás formují*. Kniha není učebnicí obchodních technik; jejím cílem je inspirovat makléře k tomu, aby se na svoji práci, klienty a vlastní rozhodování dívali trochu jinak.

Tato kniha vyšla v srpnu 2026 jako součást autorské edice Gaudens určené realitním profesionálům. Společně s knihami *Realitní psychologie v praxi* a *50+ prodejních technik v realitní praxi* propojuje tři pohledy na realitní profesi: makléře samotného, klienta a obchod.

Pokud vás tato úvaha zaujala, dalších 99 najdete v knize.

www.gaudens.cz/knihy

Kalendář nejbližších kurzů a seminářů pro realitní praxi

Letní náborová akademie - Praha 26.8., Brno 27.8.

www.gaudens.cz/1240-workshop

Právo a nemovitosti v realitní praxi, nemovitostní paragrafy, realitní procesy, uzavírání smlouvy a realitní judikatura, Brno 28.9., Praha 30.9.

www.gaudens.cz/pravo

Nájem a nájemní vztahy, vše podstatné pro makléře z nájmu a podnájmu pro kvalitní servis klientům, Brno 5.10., Praha 7.10.

www.gaudens.cz/najemni-vztahy

Realitní akademie, třídní kurz - nábor a budování referenčního byznysu, prodej a koncepty prodeje, prodejní techniky, Praha 12-14.10.

www.gaudens.cz/akademie

Umělá inteligence v realitní praxi - možnosti a praktické využití AI v práci makléře a realitní kanceláře, Praha 15.10.

www.gaudens.cz/AI-makler

AML zákon - novinky a procesy, Brno 26.10., Praha 27.10.

www.gaudens.cz/aml-seminar

Realitní akademie, třídní kurz - nábor a budování referenčního byznysu, prodej a koncepty prodeje, prodejní techniky, Brno 3-5.11.

www.gaudens.cz/akademie

Image makléře pod lupou, psychologie barev a řeč těla - ovlivněte okamžiky, zda si klient vybere vás, nebo konkurenci, Brno 30.11., Praha 3.12.

www.gaudens.cz/image

Manažerská akademie - čtyřdenní komplexní program pro majitele realitních kanceláří a manažery realitních týmů, Praha 7-8.4. a 21-22.4.2027

www.gaudens.cz/manazerRK

Potřebujete školení jen pro svůj tým nebo realitní kancelář? Rádi pro vás připravíme individuální kurz, workshop nebo konzultaci na míru. Napište nám na info@gaudens.cz.

Tento REALITNÍ FLASH je zpracován v souladu s právními předpisy, soudními a správními rozhodnutími a veřejně známými názory odborné právní veřejnosti, platnými ke dni uveřejnění daného dílu. Obsah materiálu je odborným právním názorem autorů a jako takový není právně závazný. Všechna práva vyhrazena.