



**Sborník z Konference Asociace hudebních festivalů ČR
na téma uměleckých i ekonomických přínosů
festivalů klasické hudby v ČR**



**Sborník z Konference Asociace hudebních festivalů ČR
na téma uměleckých i ekonomických přínosů
festivalů klasické hudby v ČR**



POSLANECKÁ
SNĚMOVNA
PARLAMENTU
ČESKÉ REPUBLIKY

Konference Asociace hudebních festivalů ČR na téma uměleckých i ekonomických přínosů festivalů klasické hudby v ČR

Datum: 1. 10. 2015

Místo konání: Rytířský sál Valdštejnského paláce – Sídlo Senátu PČR

Konference se konala pod záštitou:

Milana Štěcha, předsedy Senátu Parlamentu ČR

Jana Hamáčka, předsedy Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR

Mgr. Daniela Hermana, ministra kultury ČR

Ing. Romana Procházky, předsedy Podvýboru pro kulturu PS PČR

Bc. Františka Adámka, člena Podvýboru pro kulturu PS PČR

„K hudebním festivalům pořádaným na našem území nemám zdaleka jen formální vztah, některé z nich ostatně pravidelně navštěvuji už několik let jako „řadový“ divák a posluchač. Když jsem byl tedy požádán Asociací hudebních festivalů ČR o udělení záštity nad odbornou konferencí na toto téma, rád jsem vyhověl. Nejen proto, že česká klasická hudba je žádaný vývozní artikl a také atraktivní lákadlo pro zahraniční turisty, ale především proto, že hudební festivaly jsou významné z hlediska bohatšího života pořadatelských měst. Těší mě, že konference AHF, která se uskutečnila v Senátu Parlamentu ČR, přinesla v tomto směru řadu podnětných námětů. Zájemci z řad široké i odborné veřejnosti se o tom mohou přesvědčit na následujících stránkách.“

Milan Štěch

Předseda Senátu Parlamentu ČR



Milí přátelé,

rád jsem nad touto konferencí věnovanou uměleckým i ekonomickým přínosům festivalů klasické hudby převzal záštitu. Pořádám za důležité ukázat, že kultura není jen jakási černá díra, v níž mizí veřejné prostředky, ale že kromě právem očekávaného uspokojení uměleckých potřeb svých konzumentů přináší také nezanedbatelné ekonomické efekty; stejně jako ty, které naši zemi zapojují do struktur mezinárodní kulturní spolupráce. Vítám tuto konferenci jako reprezentativní prostor pro odbornou diskusi, která tyto skutečnosti nepředpojatě reflektuje a zasazuje je do kontextu domácích i zahraničních zkušeností.

Daniel Herman
Ministr kultury ČR



Vážení přátelé,

hudební festivaly klasické hudby dlouhodobě přinášejí nezapomenutelné kulturní zážitky a přispívají ke kultivaci prostředí, rozvoji místa, kde se konají a k propagaci České republiky jako turistické destinace. Konference, která se uskutečnila 1. října v Rytířském sále Senátu Parlamentu ČR, potvrdila nejen význam festivalů z kulturně sociálního hlediska, ale i jako významný zdroj příjmů pro veřejné rozpočty a zaměstnanost.

Dovolte, abych poděkoval všem, kteří přijali nad konferencí záštitu, přednášejícím a účastníkům. Zvláště chci poděkovat panu předsedovi Senátu Milanu Štěchovi a všem pracovníkům Senátu a Poslanecké sněmovny, kteří se podíleli společně s námi na přípravě a realizaci konference. Věřím, že i tento sborník přispěje ke zvýšení zájmu o festivaly klasické hudby a i k potvrzení jejich ekonomického významu.

Jaromír Boháč
Prezident Asociace hudebních festivalů ČR



Na úvod konference oslovili přítomné Ing. Jaroslava Jermanová, místopředsedkyně PS PČR a Ing. Roman Procházka, předseda Podvýboru pro kulturu PS PČR:

Vážený pane předsedo, vážené paní senátorky, vážení páni senátoři, milí hosté,

děkuji Vám za možnost vystoupit a pozdravit Vás jménem Poslanecké sněmovny. Já Vám nechci kázat na smetanovské téma „v hudbě je život Čechů“ - chci se s Vámi podělit o svůj pohled na klasickou hudbu a její financování z pohledu zástupce parlamentní komory, která schvaluje rozpočet.

Z poslaneckých i zastupitelských lavic jsem při schvalování rozpočtu poznala, jak hluboce je v podvědomí lidí zakořeněné rozdělení peněz na investice a provozní prostředky. Z hodin ekonomie si pamatuji, že investice je to, co je vloženo do kapitálu a že investice slouží budoucímu užítku. Pro mě jako pro političku je nejcennějším kapitálem člověk. Mám tak pokaždé při schvalování rozpočtu velký problém: zatímco pro většinu kolegů jsou investicemi dálnice, tunely či železnice, pro mě jsou investicemi i peníze vložené do sportu nebo do kultury.

I tady jde o investici do naší budoucnosti. Dovolte mi malý přírůstek: Je prokázáno, že jedna koruna vydaná na sport ze státního rozpočtu generuje včetně multiplikací až 3,55 Kč příjmu státního rozpočtu. Nepochybuji o tom, že v hudbě - i v té klasické - je to podobné. Ale stejně jako u sportu není v mých očích důležitý samotný a bezprostřední efekt, měřitelný excelovskými tabulkami. Za daleko důležitější pokládám dlouhodobé přínosy, které vyčíslit někdy jdou a někdy nejdou. U sportu jsou to vedle přímých a okamžitých ekonomických efektů i zhodnocení další: zdraví, pracovní výkonnost, sociální soudržnost, pozitivní emoce a spousta dalších zisků. Za důležitější, než je koruna, která se přikutává do státního rozpočtu, považuji také onen nepopsatelný pocit, který prožívají lidé při poslechu klasické hudby. Pocit sounáležitosti, vnímání harmonie tohoto světa. Klasická hudba nám dává alespoň na chvíli znát, že nejsme jen rozhádaná kolečka jedinců ve stroji, kterému nerozumíme. A to je přínos klasické hudby, který nelze zaplatit žádnými penězi. Klasická hudba je v mých očích také tím pravým druhem investic do člověka. Pomíjím přitom přímý multiplikační zisk hudebních festivalů. Větším ziskem je pro mě kultivace člověka, jeho táhnutí k harmonii, jeho úcta k profesionálnímu dokonalému dílu a k mistrovskému provedení práce, úcta k tradici a odkaz předků i rozmýšlivé zvažování kladných hodnot, prohlubování smyslu pro estetično a slušné chování.



Ing. Jaroslava Jermanová
místopředsedkyně PS PČR

Dobrý den, dámy a pánové,

jsem velice rád, že se Asociaci hudebních festivalů ČR podařilo tuto konferenci zorganizovat a že jsem její konání mohl jako předseda Podvýboru pro kulturu Poslanecké sněmovny ČR podpořit svou záštitou. Kultura jako taková je v České republice dlouhodobě podfinancována a v posledních letech byla většinou na okraji zájmu parlamentních politických stran. Živé umění, zahrnující i hudební festivaly, pak patří mezi nejvíce podfinancované složky umění. Velká část politické reprezentace, ale i většinová veřejnost, si mnohdy neuvědomují, jakou skutečnou uměleckou hodnotu a ekonomické přínosy tyto festivaly mají pro Českou republiku a český národ. Podvýbor pro kulturu PS ČR se od začátku tohoto volebního období zajímá o problematiku velkých hudebních festivalů. Protože si uvědomujeme nesporný přínos těchto festivalů, bylo na dané téma svoláno již několik schůzí podvýboru. Přínos festivalů nespočívá jen v kulturním zážitku, za kterým jezdí i mnoho zahraničních návštěvníků, protože - jak známo - hudba nezná jazykovou bariéru, ale festivaly mají také nezanedbatelný ekonomický přínos pro státní rozpočet. Návštěvníci se musí na festival dopravit, často i ubytovat, stravovat, prostě využívat služby v místě konání, festivaly mají zaměstnance, a to vše jsou činnosti generující přínos v podobě daní, které plní státní rozpočet. Dá se proto říci, že podpora státu se stává spíše investicí v ekonomickém smyslu, a to investicí s velmi rychlou návratností. Velké české hudební festivaly, jako jsou například MHF Pražské jaro či MHF Český Krumlov, MHF Janáčkův máj, České doteky hudby, Smetanova Litomyšl a další, svým ekonomickým, uměleckým, celostátním nebo dokonce i mezinárodním významem přesahují jiné hudební festivaly. Současný systém financování způsobuje zejména programovou, ale i celkovou nestabilitu a nejistotu pro pořadatele festivalu. S ohledem na ekonomické a umělecké přínosy festivalu se takový systém financování jeví jako nedůstojný. Uspořádat takový festival není možné za pár měsíců - nutné je dlouhodobé plánování a přípravy. Myslím, že by se měl vytvořit takový systém financování, který důstojným a předvídatelným způsobem poskytne určitou finanční stabilitu pro pořadatele těchto festivalů. Společně s ministerstvem kultury na takovém programu pracujeme. Proto jsem rád, že dnes mohu být na konferenci, jejímž cílem je otevřít diskusi nad přínosy velkých hudebních festivalů, aby se jejich význam dostal do povědomí jak politické reprezentace, tak i široké veřejnosti, a aby se podařilo sjednotit veřejné mínění v oblasti systému financování velkých hudebních festivalů.



Ing. Roman Procházka

předseda Podvýboru pro kulturu PS PČR

ZÁZNAMY VYSTOUPENÍ UVÁDÍME V POŘADÍ DLE PROGRAMU KONFERENCE:

- **Poslání Asociace hudebních festivalů a definice tématu konference**
Ing. Roman Bělor, ředitel MHF Pražské jaro, viceprezident AHF ČR
 - **Přínos festivalu pro ekonomiku regionu i země**
Dkfm. Bernd Gaubinger, jednatel Salzburškého velikonočního festivalu
 - **Financování živého umění MK**
Mgr. Daniel Herman, ministr kultury ČR
 - **Interakce festivalů klasické hudby s turistickým ruchem v ČR**
Ing. Jitka Mattyašovská, ředitelka odboru cestovního ruchu MMR ČR
 - **Význam podpory financování hudebních festivalů pro české profesionální soubory**
Bc. Roman Dietz, ředitel Severočeské filharmonie Teplice, předseda Asociace symfonických orchestrů a pěveckých sborů ČR, člen Rady AHF ČR, člen prezidia České hudební rady
 - **„Mozartův efekt“ festivalových podií aneb Co víme o vlivu klasických koncertů na posluchače**
PhDr. Marie Marečková, Ph.D., členka Ústavu společenských a humanitních věd Fakulty zdravotnických věd Univerzity Palackého Olomouc
 - **Význam ekonomického vzdělávání pro oblast kultury – příklad oboru Arts management na VŠE**
prof. Ing. Hana Machková, CSc., rektorka Vysoké školy ekonomické
 - **Festivally jako subjekty generující pracovní příležitosti**
Jiří Dokoupil, prezident Unie orchestrálních hudebníků
 - **Analýza festivalů klasické hudby v ČR a vyhodnocení jejich přínosů**
doc. Ing. Zdeněk Tůma, CSc., partner ve spol. KPMG
 - **„New public management na příkladu Niederösterreichische Kulturwirtschaft GmbH, Krédo: Kultura potřebuje podnikatelské myšlení - podnikatelské myšlení potřebuje kulturu“**
DI Paul A. Gessl, jednatel Dolnorakouské holdingové struktury kulturních institucí
Niederösterreichische Kulturwirtschaft GmbH, jednatel Festivalu Grafenegg
-

Poslání Asociace hudebních festivalů a definice tématu konference

Ing. Roman Bělor

ředitel MHF Pražské jaro, viceprezident AHF ČR



Dovolte mi prosím pár obecných slov k poslání Asociace hudebních festivalů České republiky a tématu dnešního setkání.

Naše Asociace vznikla v roce 1996 a postupným rozšiřováním členské základny se stala dominantním představitelem festivalů klasické hudby v naší republice. Důležité je také zmínit kolektivní členství Asociace v Evropské festivalové asociaci, která je jednou z nejstarších evropských kulturních sítí zastřešující aktivity festivalů hudebních, tanečních, divadelních a interdisciplinárních ze čtyřiceti zemí. Naše asociace zastupuje co do počtu subjektů zhruba třetinu hudebních festivalů u nás, co do produkční velikosti to ovšem představuje 75 % hudebního festivalového života v České republice. Naše festivaly jsou tedy jeho hybnou silou a tvoří nezastupitelný článek kulturní nabídky a příležitostí uplatnění se převážně českých umělců.

Mnoho let převládala v činnosti naší Asociace vzájemná výměna informací z oblasti koncertního života, diskutovali jsme o hudbě jako takové, o bohatosti české hudební tradice, programech, vystupujících umělcích, interpretaci hudebních děl, komunikaci s divákem, mezinárodních vztazích, a ano – často také o honorářích, subvencích či dotacích, financování z veřejného sektoru i sponzorství privátním či korporátním, o cenách vstupenek, o otázce rozličné právní podstaty různých festivalů a o daních.

Záměrně uvádím naše zájmy v daném pořadí – tedy hudba jako součást českého i světového kulturního dědictví, její interpretace a popularizace jako „A“ a ekonomická stránka věci jako „B“. Naše profesní sdružení tak bylo bezmála 15 let mnohem více zájmovým sdružením ve smyslu našeho zájmu o hudbu jako takovou, než zájmovým sdružením prosazujícím naše zájmy ekonomické, společenské a ve smyslu kulturní politiky státu i politické. To se během let ukázalo jako idealismus v prostředí, které si ideálů začne vážit až tehdy, kdy se ideály stanou reálnou kolektivní silou schopnou doložit i svůj význam politický v rovině ekonomiky, daní, zaměstnanosti, rozvoje turistického ruchu, životního stylu, mezinárodního renomé, marketingu, reklamy, regionálního rozvoje, přeshraniční spolupráce a všeho toho, co tvoří onu tzv. „základnu“, bez níž nemohou reálné ideály existovat a bez jejíhož zmapování a analytického dokladování nemohou ani hudební festivaly prosazovat své oprávněné zájmy.

Proto jsme se před nedávnem – podle vzoru zástupců mnoha jiných oborů lidské činnosti a zájmových sdružení v našem státě – vrhli do světa ekonomických analýz, zkoumání efektů primárních i sekundárních atd. Prostě jsme se začali důsledně zabývat onou „základnou“. Naším cílem je dokázat, že jsme jednou z neopomenutelných součástí infrastruktury kreativního průmyslu a plnohodnotnou součástí národního hospodářství. Činíme tak proto, že chceme veřejnému sektoru sebevědomě říci, že žádáme přiměřenou systematickou podporu naší existence s tím, že jsme schopni jasně a stručně doložit efekty, které za to vrátíme včetně bonusů. A to hovoříme o bonusech z oblasti základny, ne o nevyčíslitelných bonusech z „nadstavby“, kterou je kultivování a vzdělávání, národní sebeúcta a identita země i národa v globálním tavicím kotli.

V tématu dnešního setkání zcela dominují věci racionální a ekonomické. Věřím, že je nám jasné, proč. Je tomu tak proto, že naší prioritou a smyslem naší činnosti je hudba a kultura.

Britský miliardář Richard Branson, který začal podnikat vydáním malé desky s hudbou jistého Mika Oldfielda, kdesi řekl: „Idealismus není naivní filosofie.“ A právě proto jsme, dámy a pánové, zde.

Přínos festivalu pro ekonomiku regionu i země

Dkfm. Bernd Gaubinger

jednatel Salcburského velikonočního festivalu



Ekonomický význam Salcburského festivalu

Dámy a pánové, rád bych zde promluvil o ekonomickém významu „Salzburger Festspiele“. Studie, o níž budu hovořit, byla vypracována už před čtyřmi roky.

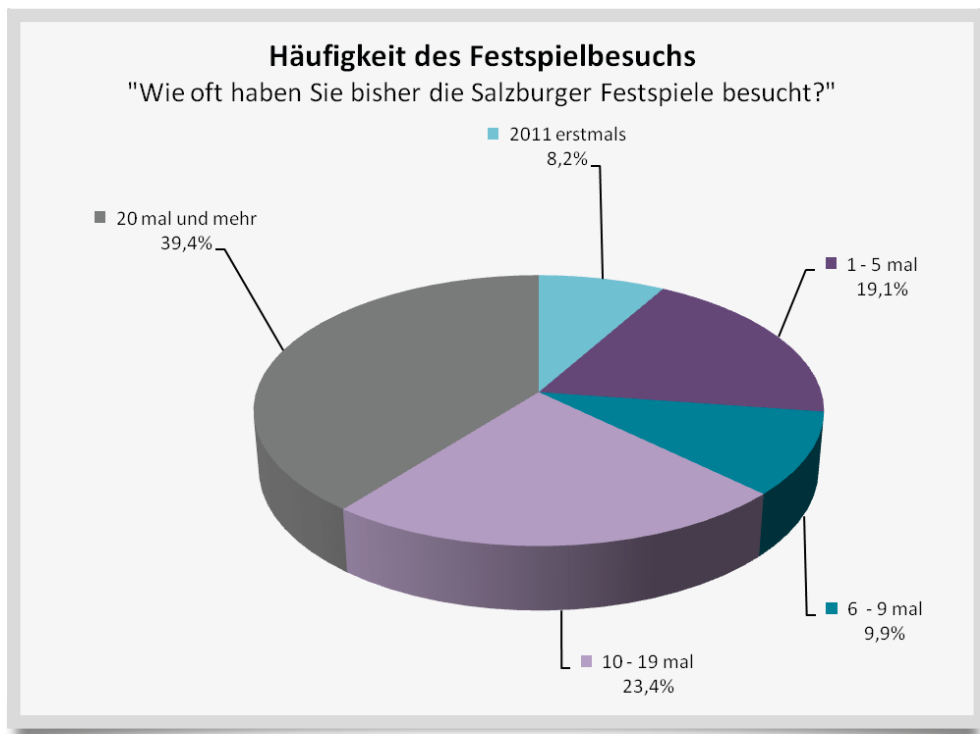
Výchozím bodem studie je anketa provedená začátkem roku 2011 u návštěvníků festivalu, výsledky její analýzy tvoří nepostradatelný základ pro kvantifikaci hospodářských efektů Salcburského festivalu. Návratnost dotazníků prokazuje potěšitelně vysokou účast 3.500 vyhodnotitelných zpráv, což dokumentuje také velký zájem návštěvníků o Salcburský festival. Dotazník zahrnuje otázky o tom, odkud návštěvníci jsou, jak často festival navštěvují, jaký je jejich hlavní motiv pro návštěvu festivalu, kde během festivalu bydlí, jaký druh ubytování využívají, o době pobytu, dopravním prostředku, který pro cestu sem využili, počtu osob, které je doprovází, počtu navštívených představení a výdajích za návštěvu festivalu. Ve srovnání s předchozí studií (2006) výsledky ukazují, že Salcburský festival má u svého mezinárodního publika i nadále vynikající postavení.

Vedle početně dominující skupiny festivalových návštěvníků, kteří v Salcburku a okolí nežijí, to znamená festivalových návštěvníků z jiných regionů, byli poprvé do průzkumu zahrnuti také návštěvníci regionální, to znamená ze spolkové země Salcbursko a přilehlých regionů sousedních spolkových zemí a Bavorska.

VÝSLEDKY NÁVŠTĚVNICKÉ ANALÝZY

Vysoký podíl stálých hostů

Podíl stálých hostů na celkovém počtu návštěvníků 72,5 % zůstal vysoký jako v minulých letech (2006: 71 %); téměř tři čtvrtiny návštěvníků z jiných regionů lze tedy označit za stálé hosty (od 6 návštěv), přičemž podíl 62,8 % (39,4+23,4) těch stálých hostů, kteří dosud navštívili festival již 10x a vícekrát, je výrazně vyšší než v roce 2006 (60,3 %). Skutečnost, že v roce 2011 přibylo 8,2 % nových návštěvníků festivalu, lze hodnotit také jako výsledek zvláště širokého a atraktivního programového spektra v roce 2011. Ve statistickém celkovém průměru navštívil návštěvník z jiného regionu Salcburský festival dosud 18krát.



Nadprůměrná doba pobytu festivalových hostů

Pro regionální cestovní ruch je vedle včasných rezervací, důležitých pro hotelnictví, z hlediska strukturální politiky významná průměrná doba pobytu festivalových hostů 7,2 dnů.

Tato hodnota výrazně přesahuje celkový průměr pro salcburský cestovní ruch (4,2 dne) a především městský cestovní ruch (1,8 dne). Zatímco více než čtvrtina festivalových návštěvníků (27,3 %) se zdrží v Salcburku jeden až tři dny a 42,6 % mezi čtyřmi a sedmi dny, téměř třetina návštěvníků (30,1 %) stráví v Salcburku festivalovou dovolenou dlouhou osm a více dní.

Festivals jako exkluzivní motiv dovolené

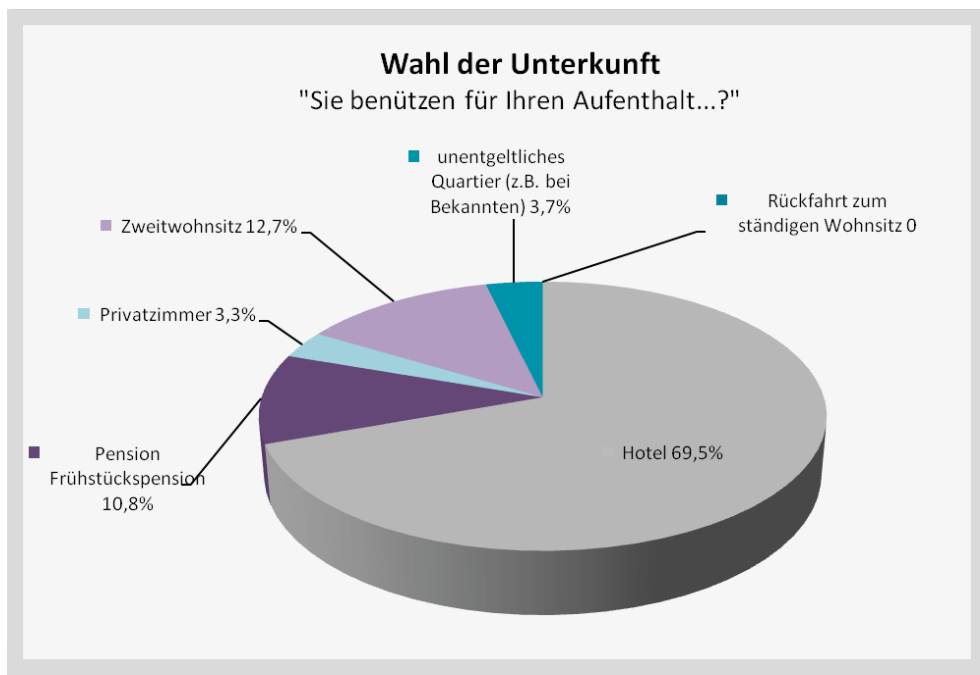
Na otázku týkající se důvodů návštěvy Salcburského festivalu 71 % návštěvníků uvedlo, že Salcburk navštěvuje jen, případně hlavně kvůli festivalu – rozhodující argument pro to, že výdaje festivalových hostů představují skutečně obrat navíc a přinášejí tím také aditivní hospodářské efekty, kterých by bez festivalu nebylo dosaženo (efekt Bilbao nebo Bayreuth). U 29 % respondentů hrály pro návštěvu festivalu roli doplňkově k zájmu o festival také jiné motivy (např. dovolená na zotavenou, lázně nebo pracovní důvody).

Dominuje ubytování v hotelích vyšší kategorie

U otázky na místo, kde v době festivalu bydlí, uvedlo 59,6 % festivalových hostů město Salcburk, to znamená výrazně více než v roce 2006 (55,3 %), 20,7 % festivalových hostů bydlí v okolí Salcburku, většina z toho připadá na příměstské obce. Zatímco každý desátý návštěvník (12,7 %) využívá přechodné bydliště, 5,4 % návštěvníků přicestuje ze svého trvalého bydliště (mimo jiné Bavorsko, Horní Rakousko).

Asi 80 % návštěvníků bydlí během svého pobytu na festivalu v hotelu, respektive penzionu, přičemž podíl 69,5 % hotelů (2006: 68,3 %) znovu stoupl.

Většina noclehů „indukovaných festivalem“ přirozeně připadá na vyšší kategorie ubytovacích podniků. Jen 3,3 % využívá pokoje v soukromí, zatímco 16,4 % (12,7 + 3,7) návštěvníků má k dispozici neplacené ubytování, respektive přechodné bydliště.



Výběr dopravního prostředku

Pokud jde o volbu hlavního dopravního prostředku použitého pro cestu do Salcburku, vedle stále vysokého podílu osobních automobilů (68,2 %) zaznamenává markantní nárůst cesta vlakem s podílem cca 18,4 % (2006: 13,4 %). Letadlem přicestuje cca 12,4 % návštěvníků (2006 téměř 17,6 %).

Největší část festivalových hostů (54,2 %) stráví pobyt na festivalu ve dvou, 15,9 % dotázaných doprovází dvě osoby, 11,7 % návštěvníků přijede do Salcburku samo.

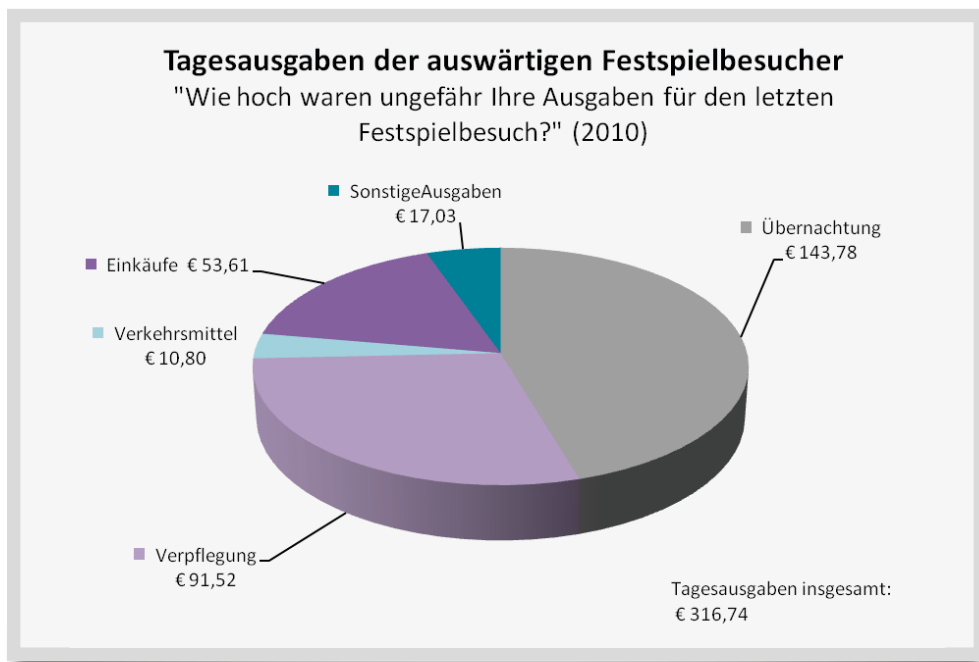
Četnost návštěv představení

39,6 % respondentů navštíví jen jedno nebo dvě představení, dalších 29,7 % tři až čtyři představení a 25,0 % mezi pěti a devíti představeními. V celkovém průměru připadá statisticky na každého festivalového návštěvníka z jiného regionu 4,2 představení.

Vysoká úroveň výdajů

Hospodářský význam festivalu dokumentuje především vysoká úroveň výdajů festivalových návštěvníků. Shrňeme-li vynaložené výdaje návštěvníků z jiných regionů, respektive zahraničních návštěvníků za ubytování, stravování, dopravu, nákupy, služby a ostatní výdaje, dostaneme vysoce nadprůměrnou vydanou částku kolem 317 € na návštěvníka z jiného regionu a den. Přibližně tři čtvrtiny (235 €) z toho připadá na nocleh (45,4 %) a stravování (28,9 %), za nákupy se vydá 16,9 %, zbytek připadá na výdaje za dopravu a ostatní výdaje (3,4 %, respektive 5,4 %). K tomu ještě koupě vstupenek na festival v průměrné výši 550 € na návštěvníka.

V roce 2006 činily průměrné denní výdaje návštěvníka festivalu z jiného regionu 283 €.



Také výdaje regionálních návštěvníků ze Salcburku a sousedních regionů jsou srovnatelně vysoké a činí asi 127 €. Největší podíl z toho připadá na stravování (36,1 %), zvláštní důležitost mají také kategorie výdajů za nákupy 28,9 % a ostatní výdaje 20,5 %.

Vysoká účast na jiných festivalech

Odpovědi na otázku týkající se návštěv ostatních festivalů dokládají, že existuje nemalý potenciál „festivalových turistů“ se zájmem o více festivalů, kteří tvoří významný segment v rámci kulturního turistického ruchu, jež sám představuje rostoucí potenciál v průmyslu cestovního ruchu. 70 % všech dotázaných uvedlo jedno nebo několik míst konání festivalů.

Nejčastěji byl uváděn Bayreuth, který navštěvuje téměř třetina (31,2 %) návštěvníků Salcburského festivalu. Následuje Mnichov (22,6 %), Bregenz (18,6 %) a vídeňský festival Wiener Festwochen (12,5 %). Častěji návštěvníci uváděli ještě Glyndebourne (5,5 %), Luzern (8,6 %), Reichenau (8,2 %), Veronu (7,9 %) a Baden-Baden se 7 %.

Charakteristika festivalového návštěvníka

Celkově lze návštěvníka Salcburského festivalu charakterizovat takto:

Průměrný festivalový návštěvník z jiného regionu během svého týdenního pobytu navštíví přibližně 4 představení, využívá převážně hotel vyšší kategorie ve městě Salcburk a během celé doby pobytu na festivalu vydá za ubytování, stravování, nákupy a ostatní výdaje asi 2.220.- € a za vstupenky na festival asi 550.- €. Vystoupení na Salcburském festivalu navštěvuje ve dvou, do Salcburku na festivalový pobyt ale převážně přijíždí ve třech. Na festivalovém pobytu byl dosud 18x, proto jej můžeme označit za dlouholetého stálého hosta.

CELOHOSPODÁŘSKÉ EFEKTY SALCBURSKÉHO FESTIVALU

Přímé a nepřímé dopady

Při sledování celohospodářských efektů vyplývajících ze Salcburského festivalu včetně takzvané nepřímé ziskovosti jako hlavního cíle studie, musíme nejdříve rozlišovat mezi přímými a nepřímými dopady. Stanovení přímých dopadů, primárních efektů Salcburského festivalu zahrnuje jednak výdaje festivalových návštěvníků během jejich pobytu za ubytování, stravování, nákupy, dopravu atd., na straně druhé výdaje festivalu („festivalového fondu“) samotného, to znamená za nakoupené zboží, služby a personální náklady. Výdaje festivalových návštěvníků z jiných regionů tak generují obraty v celkovém objemu asi 102,5 milionu eur v podnicích z oblasti cestovního ruchu, obchodu, dopravy atd., z toho jen na sektor cestovního ruchu v hotelnictví a pohostinství připadá asi 73,6 milionu eur, to jsou téměř tři čtvrtiny celkových výdajů návštěvníků z jiných regionů. Po vypočtení daně z přidané hodnoty z toho pro všechny oblasti vyplývá **přímý dopad zvýšené poptávky na celkový obrát přibližně 91,2 milionu eur, z toho jen pro hotelnictví a pohostinství obrát 66,4 milionu eur.**

Za povšimnutí stojí v této souvislosti příjmy z daně z přidané hodnoty do státní pokladny ve výši asi 11,3 milionu eur.

Z provozu festivalu samotného (fondu Salcburského festivalu) vyplývají další přímé efekty ze zvýšené poptávky v celkové výši cca 34,4 milionu eur.

Přímé dopady Salcburského festivalu v celkové výši 136,9 milionů eur, které se skládají z výdajů festivalového provozu samotného vyplývajících ze zvýšené poptávky a výdajů návštěvníků festivalu, vedou ve smyslu „nepřímé ziskovosti“ (multiplikačního efektu) k dalším, nepřímým dopadům ve výši cca 138,6 milionu eur, které jsou inicializovány v mnoha „předsunutých“ odvětvích služeb a výrobního sektoru regionálního, respektive rakouského hospodářství.

Souhrnné efekty na výrobu, respektive obrat celého hospodářství v letech 2010/11 činily zhruba 275,6 milionu eur; největší část těchto dopadů, asi čtyři pětiny (cca 220 milionů eur), plynou do hospodářství země Salcbursko.

Důležité impulzy pro zaměstnanost z hlediska regionální politiky

Také z odhadu dopadu festivalu na zaměstnanost z jeho efektů v oblasti výroby a obratu vyplývá významný výsledek pro regionální ekonomiku. Jen z přímých dopadů objemu obratu iniciovaného festivalovými návštěvníky z jiných regionů se dá pro Salcburk vypočítat efekt na zaměstnanost v rozsahu 1.800 pracovních míst především v odvětvích turistického ruchu a obchodu. Se zahrnutím nepřímých dopadů má Salcburský festival celkový efekt na zaměstnanost v celém Rakousku asi 3.100 až 3.300 celoročních pracovních míst, z nichž zhruba 2.700 až 2.900 připadá na hospodářství Salcburska. Faktem je, že mnohé podniky v odvětví cestovního ruchu a obchodu ve městě Salcburk by stávající celoroční pracovní místa neudržely, nebýt takzvaných „festivalových obrátů“.

Vysoké daňové efekty

Snažili jsme se také odhadnout, jaké má festival daňové efekty. Daňové dopady vyplývající z hodnot vytvořených v souvislosti s festivalem (efekty návratnosti) lze odhadovat na cca 36 milionů eur, které do regionu plynou jako dodatečné příjmy, především ve formě daně z přidané hodnoty, daně ze mzdy, respektive daně z příjmu. V tom jsou zahrnuty odvody placené samotným Salcburským festivalem, které činí cca 12,8 milionu eur. Naproti tomu veřejné dotace jsou jen 13,6 milionu eur (včetně Fondu pro podporu cestovního ruchu).

Předložená studie znovu dokládá, že Salcburský festival je kulturní podnik celosvětového významu maximálně rezistentní vůči krizím. Významné efekty pro tvorbu hodnot, pracovní místa a fiskální efekty jasně ukazují, že festival má pro hospodářské centrum Salcburk rozhodující funkci při vytváření růstově orientované hospodářské struktury s vysokým podílem služeb.

Financování živého umění MK

Mgr. Daniel Herman
ministr kultury ČR



Dovolte mi informovat Vás o aktuální činnosti a realizaci strategických rozhodnutí mnou vedeného ministerstva v oblasti živé kultury. Živá kultura je vžité označení pro velmi široké spektrum oborů a aktivit, v jejichž financování hraje stát velmi významnou roli. Živá kultura podporovaná ministerstvem kultury zajišťuje nabídku dostupných kulturních služeb v oblasti hudby, tance, divadla, výtvarného umění i dalších oborů. Bez státní podpory, která umožňuje udržet širokou a pestrou nabídku kulturních akcí, by byla ochuzena nejen česká kulturní veřejnost, ale také česká ekonomika.

Ekonomický přínos kultury a její podpory pro celé národní hospodářství lze v mnoha ukazatelích přesně kvantifikovat, v jiných alespoň odhadnout. Ministerstvo kultury v letošním roce provedlo analýzu multiplikačních efektů jednotlivých odvětví kultury na tvorbu HDP. Cílem bylo posoudit dopady dotační podpory různých projektů na tvorbu HDP. Podle výsledků provedené analýzy je nejvyšší multiplikační efekt dosahován podporou výtvarného umění, následně literatury, hudby, filmu, divadla a tance. Ekonomické multiplikátory obecně indikují, o kolik korun se zvýší hrubý domácí produkt České republiky za každou korunu výdajů vynaložených ministerstvem na podporu některého z oborů živé kultury. Přestože jsou výsledky analýzy jednoznačně pozitivní, nemohou ekonomické efekty představovat jediné kritérium pro hodnocení přínosů a podporu živé kultury. Hodnotu kreativně a kulturně smýšlejícího člověka, který je důsledkem působení živé kultury na společnost, nelze totiž jednoduše vyčíslit a přepočítat pouze na peníze.

Dovolím si uvést několik zjištění z analýzy vnitřního a vnějšího prostředí ekonomiky živé kultury, realizované ministerstvem kultury, která doloží, že nejde o pouhé laciné rétorické cvičení. Ve srovnání s podporou průmyslu a zemědělství stojí kultura na periferii zájmu hospodářské politiky. Neznamená to ovšem, že by o problematiku živé kultury nejvíce zájem ministerstvo financí. Právě proto je důležité využívat pro přerozdělování zdrojů a k optimalizaci pozitivních dopadů státní podpory relevantní instrumenty. Mezi hlavní nástroje ministerstva patří grantová a dotační řízení v jednotlivých oborech živé kultury.

V roce 2014 bylo na podporu živé kultury ministerstvem vyčleněno ve čtyřech dotačních programech celkem 348 milionů korun. Prostředky rozdělily grantové komise mezi 1751 projektů. Největší část připadla na program kulturních aktivit s částkou 233 milionů korun a počtem 1608 projektů. Menší zastoupení v obou ukazatelích měly: program státní podpory profesionálních divadel, profesionálních symfonických orchestrů a pěveckých sborů, program podpory kulturních aktivit národnostních menšin a v neposlední řadě program podpory projektů integrace příslušníků romské komunity. Za rok 2015 nebyla k dnešnímu datu všechna dotační řízení ukončena, a projekty tudíž nejsou kompletně vyúčtovány. Mohu proto uvést pouze celkovou částku, která bude na tyto projekty vynaložena. Na podporu živé kultury letos směřují státní výdaje přesahující 588 milionů korun. Mezi roky 2014 a 2015 díky navýšení rozpočtu kapitoly došlo i k nárůstu výdajů na živou kulturu o 17,8 procenta. Pro rok 2016 je v souladu s programovým prohlášením vlády a s cílem zajistit jednocentní podíl výdajů na kulturu z celkového státního rozpočtu navržena podpora ve výši 721 milionů korun, která zajistí další nárůst o 22,6 procent.

Uvedená čísla mimo jiné demonstrují tři fáze nedávného vývoje české kultury, respektive její podpory ze strany ministerstva, které od roku 2014 řídím. V první jsme se zaměřili na stabilizaci situace a na uspokojení elementárních potřeb všech aktérů resortu. Navazující druhá etapa přinesla prorůstová opatření zejména v oblasti investic. Ve třetí, aktuální fázi se zaměřujeme na rozvoj klíčových oblastí, k nimž mimo jiné patří i v tomto plénu projednávaná živá kultura. Prvotní návrh výdajových rámců kapitoly 334 ministerstva kultury, předložený ministerstvem financí v červnu letošního roku, nenabízel možnost optimálního přerozdělení zdrojů a zachování účelově vyrovnané finanční podpory pro jednotlivé oblasti kultury. K základnímu výdajovému rámci ve výši 10,485 miliardy korun se posléze podařilo po komplikovaném, složitém vyjednávání s ministerstvem financí zajistit navýšení o 777 milionů korun. V dalším vyjednávání na úrovni vlády se podařilo dosáhnout nárůstu o dodatečných 445 milionů korun a posunout výdajové rámce o celkových 11,7 procent na konečnou hodnotu výdajů kapitoly ve výši 11,707 miliardy korun. Výdaje na živou kulturu pro rok 2016 jsou navrženy ve výši 721 milionů korun. Od roku 2013 se tudíž podařilo zajistit pro oblast živé kultury soustavný růst podpory a průběžně zvyšovat podíl na celkových výdajích kapitoly ministerstva.

Rostoucí výdaje kapitoly přinášejí také větší nároky na jejich transparentní a optimální využití. Ministerstvo kultury proto chystá pro příští rok zavedení jednotného evidenčního dotačního systému, který by měl být hlavním nástrojem evaluace dotačního systému a grantových řízení. Takový nástroj doposud ministerstvu chyběl. Předpokládáme, že se systém stane také podpůrným nástrojem pro rozhodování grantových komisí, kterým nabídne přehled o účinku poskytnutých dotací a účinku státní podpory na realizaci významných kulturních akcí. V případě zavedení jednotného grantového systému bude možné posuzovat přínosy projektů napříč jednotlivými odbory a komisemi. Při rozdělování prostředků bude možné zohlednit absorpční kapacitu projektů v jednotlivých oblastech kultury. Integrovaný evaluační nástroj zajistí prioritní podporu oblastí s kvalitnějšími kulturními projekty.

Z výsledků analýzy, realizované ministerstvem v oblasti podpory živého umění, vyplynulo několik doporučení pro zlepšení systému dotační podpory. Jako stěžejní se ukázal návrh na celkovou

redefinici grantového systému. Analýza doporučuje výběr členů grantové komise podle nově navrženého klíče a úpravu podmínek pro poskytování státní podpory projektům. Jeden z výstupů také nastínil možnost oddělení finanční podpory velkých festivalů od všech ostatních akcí. Pro tento účel studie nabízí dvě varianty řešení. První má podobu vytvoření samostatné dotační výzvy pro velké festivaly v rámci programu kulturních aktivit. Druhou variantou řešení je návrh samostatného programu státní podpory kulturních a kreativních odvětví se zaměřením na festivaly profesionálního umění. Cílem obou variant je zajištění vyšší úrovně transparentnosti výdajů v oblasti živé kultury a ve stanovení úžeji profilovaných podmínek a kritérií pro přiznání státní podpory významným kulturním projektům, a zejména festivalům. Ve výsledku by změna zajistila přiměřenou jistotu dlouhodobého financování víceletých a každoročně se opakujících kulturních akcí. Navrhované řešení zabrání segregaci doposud podceňovaných, a tudíž i nepodporovaných projektů.

Naplnění výše uvedených vizí pokládám za významný krok v dalším rozvoji české kultury a v upevnění jejího dobrého jména na mezinárodní scéně. V rámci svých možností se v rámci tématu živé kultury a její podpory pokusím nastolit soulad mezi očekáváními, která vyplývají z mnou zastávaných funkcí. Jako člen vlády se zodpovídám Poslanecké sněmovně, což znamená, že je mou povinností naplňovat usnesení Výboru pro vědu, vzdělání, kulturu, mládež a tělovýchovu. Jako ministr musím prosazovat Programové prohlášení vlády ČR. A jako poslanec a ministr jsem povinen dbát na transparentní nakládání s veřejnými prostředky a zajišťovat rovné podmínky mezi uchazeči o státní podporu.

Interakce festivalů klasické hudby s turistickým ruchem v ČR

Ing. Jitka Mattyašovská

ředitelka odboru cestovního ruchu MMR ČR



Dobrý den, vážené dámy, vážení pánové, dovoluji mi, abych omluvila na začátek paní náměstkyni Dostálovou, která se nemohla z důvodu nemoci a křížícími se pracovními povinnostmi dostavit. Doufám, že budu její dobrou náhradou. Ráda bych vám v krátkosti přiblížila pohled ministerstva pro místní rozvoj na kulturu a hlavně na její dopady na cestovní ruch, který potom má další dopady jak do municipálních, tak do státního rozpočtu.

Cestovní ruch a kultura

Interakce mezi ČR a kulturními fenomény je veskrze pozitivní, jmenujme ty základní:

- Památkově významná sídla s historickými památkami UNESCO a všemi dalšími objekty, včetně přírodně a krajinářsky cenných území (Praha, Český Krumlov, Kroměříž, Olomouc, Třebíč, Mikulov, Třeboň, Lednice a celá řada dalších obcí a měst v ČR)
- Muzea a galerie, výstavnictví
- Živé umění – hudba, divadlo, karneval, nový cirkus, street art...
- Kulturní tradice, skanzeny (Vlčnov, Strážnice, Rožnov pod Radhoštěm...)

Kulturní fenomény přitahují návštěvnost, přinášejí společenský a ekonomický profit

Synergické efekty ve vztahu kultura-ČR jsou zcela zřejmé

- Historická a přírodně a krajinářsky hodnotná místa a kulturně-společenské akce přitahují zájem návštěvníků a turistů z domova i z ciziny a jsou často jedním ze základních motivů pro výběr místa návštěvy nebo dovolené
- Zvýšená návštěvnost generuje nejen příjmy určité kulturní instituce nebo konkrétní akce, ale také dalších subjektů z oblasti ubytování a stravování – restaurace, bary, kavárny, cukrárny, penziony, hotely, ale také pro obchodní síť, sportovní a wellness zařízení, a další služby v daném místě či území
- Vedle klasické rekreační, relaxační a poznávací turistiky nabývá na významu zážitková turistika a zde má kulturní nabídka daného místa nebo regionu zásadní a rostoucí význam
- Významné kulturní akce s tradicí přitahují stálý okruh návštěvníků, přispívají k mimořádnosti a věhlasu daného místa, mohou prodloužit turistickou sezonu, jsou impulzem pro opakovanou návštěvu místa nebo regionu
- Atraktivní a kvalitní kulturní akce může být pro účastníka motivem pro návštěvu daného místa i mimo dobu jejího konání, když prostředí daného místa a poskytované služby dosahují požadované úrovně

Hudba a cestovní ruch

- Hudba vyvolává mnoho pozitivních emocí a prožitků a patří k nejprogresivnějším kulturním zážitkům
- Hudba je výraznou součástí zážitkové turistiky prakticky ve všech svých formách, zejména pak ve formě festivalů, jako vícedenních kulturních akcí, např.
 - festivaly klasické/vážné hudby
 - jazzové dny
 - rockové festivaly
 - folk a country festivaly
 - festivaly dechové hudby
 - multižánrové festivaly, apod.
- Hudební festivaly přitahují velké množství návštěvníků různých věkových skupin, např.
 - Mezinárodní hudební festival Pražské jaro, r. 2015 – **34 780**
 - Mezinárodní hudební festival Český Krumlov, r. 2015 – **8 500**
 - Colours of Ostrava, r. 2015 – **44 000**
 - Trutnoff Open Air festival, r. 2015 – **cca 15 000**
 - Rock for People, r. 2015 – **cca 27 000**

Klasická hudba a cestovní ruch

- Klasická hudba disponuje mezi ostatními hudebními žánry přidanou hodnotou záruky kvalitního kulturního zážitku daného tradicí, časem ověřenou kvalitou a věhlasem autorů a děl
- Klasická hudba poskytuje kulturní zážitek s puncem výjimečnosti, exkluzivity

- Lidé si vybírají svého autora/autory, hudební těleso, prostředí koncertů, většinou vědí, na co si koupili lístek, co je čeká
- Klasická hudba je často spojena s mimořádným a atraktivním prostředím historických památek – hradů, zámků, kostelů, koncertních sání, parků, zahrad, apod., které umocňují kulturní zážitek
- Klasická hudba má řadu popularizátorů, interpretačních osobností, které přivádějí do hledišť nejen konzervativní publikum, ale také mladou generaci
- Klasická hudba má v ČR velkou tradici, řadu špičkových autorů a interpretů a má také výrazný mezinárodní vřhlas
- Festivity klasické hudby každoročně vykazují vysokou návřtěvnost a oblibu

Klasická hudba obohacuje cestovní ruch v oblasti zážitkové turistiky i z hlediska lokální návřtěvnosti a je výjimečným kulturním produktem s celospolečenským pozitivním dopadem a s mezinárodním přesahem.

Příklad propojení klasické hudby a cestovního ruchu

Místem, kde se synergie klasické hudby a cestovního ruchu v ČR propojuje velmi intenzivně jsou naše lázně

- Potkávají se tu dvě mimořádné veličiny – krásná hudba a výjimečné prostředí lázeňských míst se svou specifickou atmosférou a jejich vzájemné působení umocňuje kulturní prožitek
- Klasická hudba se tu uplatňuje v různých formách od promenádních koncertů až po hudební festivity
- Lidé mají v lázních čas a prostor pro návřtřvu hudebních produkcí, které zvyšují atraktivitu daného místa a pobytu v něm a přilákají nejen lázeňské hosty, ale také další návřtřvníky z blízkého i vzdáleného okolí a ze zahraničí

Uvedme si několik příkladů:

- Hudební festival Třeboňská nokturna
- Chopinův festival v Mariánských Lázních
- Hudební festival klasické hudby v Lázních Karlova Studánka
- Beethovenovy dny v Karlových Varech
- Koncerty na lázeňské kolonádě v Lázních Poděbrady, atp.

PODPORA KLASICKÉ HUDBY ZE STRANY MMR

MMR podporuje klasickou hudbu prostřednictvím své příspěvkové organizace agentury CzechTourism (CzT).

CzT působí jako partner festivalů klasické hudby s finančním příspěvkem

- V letošním roce byly podpořeny tyto festivaly
- Mezinárodní hudební festival Český Krumlov (242 000 Kč)
- Mezinárodní hudební festival Pražské Jaro (242 000 Kč)
- Mezinárodní hudební festival Janáčkův máj (45 000 Kč)
- Mezinárodní hudební festival 13 měst Concentus Moraviae (242 000 Kč)
- Třeboňská nocturna (242 000 Kč)

CzT podporuje festivaly klasické hudby také prostřednictvím svých zahraničních zastoupení v rámci marketingových aktivit

- V letošním roce byly takto propagovány např. Mezinárodní hudební festival Pražské jaro, či Mezinárodní hudební festival v Českém Krumlově
- V roce 2016 se zatím do podporovaných eventů řadí Smetanova Litomyšl, Bohemia Carnevalle, Olomoucký varhanní festival, Třeboňská nocturna či Concentus Moraviae
- Pravidelně a průběžně informuje o konání festivalů vážné hudby také portál CzT „Kudy z nudy“
- PR propagace se uskutečňuje prostřednictvím komunikačních kanálů – sociální sítě, newsletter
- CzT také organizuje návštěvy festivalů zástupci médií a touroperátorů v rámci press a fam tripů, což vede k tvorbě cestovních luxusních balíčků s tématem hudby a hudebních festivalů, velký zájem o tyto služby má např. Korejská republika nebo Japonsko

Celkově má CzT zkušenost, že zájem o festivaly klasické hudby roste i v rámci blízkých trhů.

Děkuji za pozornost.

Význam podpory financování hudebních festivalů pro české profesionální soubory

Bc. Roman Dietz

ředitel Severočeské filharmonie Teplice, předseda Asociace symfonických orchestrů a pěveckých sborů ČR, člen Rady AHF ČR, člen prezidia České hudební rady



Prozatím zde zazněla témata, jak je třeba festivaly podporovat, jaký mají význam pro zkvalitnění kulturnosti naší země, jak je pro stát finančně výhodné festivaly dotovat, neboť každá koruna dotace vygeneruje 2, 3 nebo dokonce 4 koruny do státní pokladny ve formě daní a podobně.

Je však třeba si uvědomit ještě jeden aspekt významu podpory festivalů. Můžeme si položit otázku, kam vlastně získané finanční prostředky od festivalů plynou dále. Část plyne na propagaci, technické zabezpečení, platy zaměstnanců, výkony spojů, vedení kanceláře, ale podstatná část, a troufám si tvrdit, že většina všech nákladů, plyne na honoráře umělců, a to nejen sólistů, ale z největší části uměleckým souborům. Málokdo si uvědomuje, že konání festivalů dává práci profesionálním orchestrům, sborům i divadlům, které zřizuje ministerstvo kultury, potažmo stát či kraj nebo město. Málokdo si také uvědomuje, že festivaly pořádají své produkce na hradech, zámcích nebo ve významných sálech, jejichž vlastníky je opět ministerstvo kultury, potažmo stát, nebo opět město či kraj. Můžeme tak tvrdit, že festivaly nejen že požadují finance, které se do státního rozpočtu následně vrací ve formě daní, ale hlavně dávají našim kulturním institucím práci, ze které plyne následný příjem a též využití koncertních sálů, oživení hradů a zámků, a tím zvýšení návštěvnosti našich památek.

Pro orchestry i divadla je pozvání na festivalový koncert či představení nejen oceněním za jejich dosavadní kvalitní uměleckou práci a zvýšením jejich prestiže, ale též zajímavým finančním příjmem, který umožňuje zvyšovat jejich soběstačnost. Udělal jsem si pro představu malou statistiku letošních ročníků některých našich největších festivalů. Z ní mi vyplynula řada zajímavých čísel a poznatků.

Například Janáčkův máj Ostrava pozval letos 6 profesionálních souborů, které jsou financovány z veřejných zdrojů. Kromě 4 symfonických orchestrů, které financují jiná města, je zde zastoupena i Česká filharmonie a Pražský filharmonický sbor, což jsou příspěvkové organizace ministerstva kultury. Honoráře jen těchto dvou těles budou řádově statisícové a jen tuto částku již ministerstvo kultury ušetřilo, neboť o tuto částku jsou obě tělesa soběstačnější. Pokud bychom nahlédli do dramaturgie dalších velkých festivalů, dozvíme se, že například Pražské jaro kromě České filharmonie a Pražského filharmonického sboru pozvalo i Národní divadlo, opět další příspěvkovou organizaci ministerstva kultury. Smetanova Litomyšl měla ve své dramaturgii koncert Pražského filharmonického sboru, Českou filharmonii dokonce 2x, soubor Národního divadla, soubor Státní opery Praha, všechny uvedené jsou příspěvkové organizace ministerstva kultury, ale i dalších 12 koncertů profesionálních orchestrů, sborů a divadel financovaných z veřejných zdrojů měst či krajů. Já vím, statistika je občas poněkud nudná věda, ale na příkladech těchto tří festivalů mohu dle znalostí honorářové politiky profesionálních souborů tvrdit, že jen v případě organizací zřizovaných ministerstvem kultury se jednalo o částky přesahující jistě hranici 4, ne-li 5 milionů, a to pouze u těchto tří festivalů a v tomto roce.

Tedy to možná vyznívá, že se orientují jen na příspěvkové organizace ministerstva kultury, ale týká se to samozřejmě daleko většího počtu zřizovatelů v celé České republice. Festivaly prostě dávají nejen příležitost orchestrům, sborům a divadlům prezentovat svou uměleckou úroveň místním posluchačům, nejen že se mohou zviditelňovat v médiích, nejen že mohou díky festivalům spolupracovat se světově uznávanými umělci, ale hlavně mohou podstatnou měrou zvyšovat své finanční příjmy, které následně investují do platů svých zaměstnanců, nebo na zkvalitnění vybavení hudebními nástroji. Není žádným tajemstvím, že řada orchestrů nebo divadel pořádá své vlastní hudební festivaly, ať už je to Hradec Králové, Pardubice, Plzeň, Teplice, Praha, Karlovy Vary, Olomouc, Zlín nebo Brno. Zde prakticky veškeré příjmy z festivalové činnosti přecházejí zpět do uměleckých institucí, které jimi posilují svůj beztak už skromný rozpočet. U obcí či krajů není žádná jistota, že daný orchestr získá pro daný rok takovou výši finančních prostředků, kterou potřebuje na platy zaměstnanců. Jedná se totiž o finanční prostředky uvolňované z obecních či krajských rozpočtů. Každým rokem se tak opakuje nekonečné jednání o přidělení dotací od zřizovatelů.

Dovolu, abych nyní trochu odbočil od tématu. Získávat umělecké zaměstnance orchestrů i divadel je čím dál složitější. Není žádným tajemstvím, že v českých orchestrech se průměrný měsíční plat hudebníků, členů orchestru, pohybuje hluboko pod celostátním průměrem mezi 19 a 22 000 Kč v závislosti na typu orchestru, jeho velikosti a sídle. Nejhorší situace je v nástupních platech uměleckých zaměstnanců. Pokud nastoupí začínající absolvent bez praxe do orchestru či divadla, můžeme mu nabídnout dle platných tabulek plat kolem 14 000 Kč hrubého. Pokud stejný absolvent se stejným vzděláním nastoupí do ZUŠ, má jistý první příjem přesahující 20 000 Kč. V rozdílu nástupních platů, který činí okolo 6 000 Kč, vidíme největší problém, proč se řada vysokoškolsky vzdělaných mladých lidí nehrne do profesionálních orchestrů, ale dávají spíše přednost pedagogické práci v ZUŠ nebo na konzervatořích, práci manažerské nebo se většinou vydávají na sólistickou dráhu, popřípadě jako členové komorních souborů jako osoby samostatně výdělečně činné. Účinkování na prestižních festivalech a pódii s vynikajícími sólisty a dirigenty je tedy jednou z mála motivací, proč umělci dávají přednost dráze aktivního hudebníka před dráhou pedagogickou. Podpora festivalů tak úzce souvisí s personální politikou každého orchestru či divadla, neboť se jedná nejen o významný příjem finančních zdrojů do profesionálních souborů, který může pomoci i v oblasti platů a získávání vynikajících umělců, kteří jsou na jedné straně demotivováni svým finančním ohodnocením, ale na druhou stranu mohou být též motivováni vysokou uměleckou úrovní například při festivalových koncertech ve formě spolupráce s vynikajícími osobnostmi světové kultury, nebo interpretací zajímavých děl světových autorů v rámci festivalů.

Kromě finančního hlediska je třeba ovšem též zmínit i problematiku dostupnosti kultury v menších městech. Profesionální orchestry působí většinou v krajských městech a svým územním pokrytím kopírují počet krajů, s výjimkou Libereckého kraje a kraje Vysočina, kde žádný profesionální orchestr nepůsobí. V současné době, kdy po dlouhá léta již postupně utlumují svou činnost, nebo již i končí Kruhy přátel hudby, kdy menší města nemají dostatek financí, aby zvala velké symfonické orchestry nebo velká divadla k účinkování do svých sálů, kdy regionální umělecké agentury zvou pouze malá komorní sdružení nebo divadlo o třech hercích, je konání festivalů stěžejním počinem, který zpřístupňuje posluchačům návštěvu koncertu symfonického orchestru nebo operního divadla. I toto je velmi významným faktorem, který je třeba zohlednit při posuzování potřebnosti financování festivalů. Existuje řada míst, kde se díky konání festivalu uskuteční koncertní produkce například symfonického orchestru jen jednou během celého roku. Festivaly tedy alespoň částečně nahrazují činnost Kruhů přátel hudby v malých městech a pomáhají tak uspokojit poptávku po kultuře v těchto místech.

A je třeba se vrátit na začátek mého příspěvku. Festivaly nejen že pořádají koncertní či divadelní produkce a zajišťují kulturu na různých místech, ale dávají orchestrům, sborům a divadlům také práci, které je třeba si vážit. Kolega Jiří Dokoupil se bude touto problematikou zabývat ve svém příspěvku zřejmě podrobněji. Všimněte si, že říkám „kolega“. Přestože je prezidentem Unie orchestrálních hudebníků, tedy odborové organizace, je to vlastně můj kolega, ne protistrana. Vždy jsem tvrdil, že jsme, tedy zaměstnavatelé i zaměstnanci, na jedné lodi, která je na rozbouřeném moři finančního nedostatku často kousek od jejího potopení. Někdy je těžké ji kormidlovat a udržet nad vodou a každé zaváhání posádky i kapitána může potopit loď na dno. A právě festivaly se tak stávají pomyslným ostrovem, kde můžeme nabrat čerstvé zásoby a síly na další plavbu.

Možná končím až příliš poeticky, ale je třeba si opravdu uvědomit, že finanční podpora českým festivalům nekončí někde na dně oceánů, ale naopak významnou měrou pomáhá k rozvoji a nebojím se říci i samotné existenci profesionálních orchestrů, divadel a sborů, které tak i díky festivalům mohou i nadále působit na svých domovských pódiiích a scénách pro své vlastní posluchače.

Závěrem snad jen mé přání všem festivalům. Zaměstnanci i zaměstnavatelé orchestrů a divadel už dávno pochopili, že vzájemná rivalita, nevraživost a rádoby konkurence v kultuře nikam nevede. Naopak štěpí síly, které je třeba použít úplně někde jinde. Chtěl bych tedy popřát festivalům, aby k tomuto poznání došly co nejdříve, spojily své úsilí a tím tak pomohly nejen orchestrům a divadlům, ale české kultuře všeobecně.

Děkuji za pozornost.

„Mozartův efekt“ festivalových pódíí aneb Co víme o vlivu klasických koncertů na posluchače

PhDr. Marie Marečková, Ph.D.

členka Ústavu společenských a humanitních věd Fakulty zdravotnických věd Univerzity Palackého Olomouc



Příjemné odpoledne, vážení hudbymilovní,

jmenuji se Marie Marečková a coby zástupkyně specialistů na lidskou psychiku bych Vás – s Vaším laskavým svolením – ráda provedla krátkým exkurzem po stávajícím aktuálním stavu věděni v oboru vlivu hudby na lidskou psychiku.

„Mozartův efekt“, to je sousloví, které je nejčastěji skloňováno právě v kontextu vlivu hudby na lidskou psychiku. Toto sousloví vzniklo v roce 1995 na půdě Kalifornské univerzity v rukou odborníků vedenných Frances Raucherovou, a to sice poté, co podrobila 36 studentů testu inteligence v návaznosti na poslech sonáty pro dva klavíry Wolfganga Amadea Mozarta. Výsledkem bylo na tu dobu průlomové zjištění, že studenti po dobu patnácti až třiceti minut po skončení tohoto poslechu vykazovali vyšší skóre, co se týče prostorově orientační inteligence: A to o celých 9 bodů, což byl poměrně významný výsledek. Tento výsledek byl průlomový nejenom pro badatele, ale také pro byznysmeny, kteří se chopili samozřejmě ihned tohoto tématu a jali se rozšiřovat „Mozartův efekt“ také do svých sfér.

Když si budeme jmenovat některé další badatele, kteří se zaobírali „Mozartovým efektem“, tak byli zkoumání podrobeni nejenom studenti, ale kupříkladu byly na pořadu dne například mlékodárné krávy. Ve Španělsku v roce 2007 se mihlo novinami sdělení o tom, že místní fríské kravky dojí signifikantně sladší mléko, a dokonce v denním objemu o 2 až 7 litrů vyšší množství. Když se odborníci pídili po tom, jak se toho dosáhlo, bylo opět zjištěno, že důvodem je montáž reprodukčních soustav a pouštění výběru z díla W. A. Mozarta, konkrétně Koncertu pro flétu a harfu D dur.

Dalším, kdo byl takto podroben výzkumu, byly nedonošené děti. V roce 2010, tentokrát na území Státu Izrael, vykonávala pod místní univerzitou skupina badatelů podobný pokus: Půl hodiny vystavovala místní maminky a jejich děti poslechu Mozartovy hudby se zjištěním, že po dvacetiminutovém poslechu se snížil výdej energie a v dlouhodobějším horizontu se dramaticky zvýšil jejich přírůstek na váze.

„Mozartův efekt“ není dokladován pouze u lidí, ale dokonce např. u mikrobů, které se živí biomasou. To se zjistilo v berlínské čističce odpadu, kde byla v plánu realizace experimentu po dobu jednoho roku. V průběhu tří měsíců se žádného významného efektu nedosáhlo, takže se už uvažovalo o demontáži reprosoustavy, nakonec ale vedení zařízení vytrvalo po dobu jednoho roku s překvapujícím zjištěním, že namísto běžných sedmi tisíc metrů krychlových kalů v tomto roce sklídili pouze šest tisíc, což způsobilo výslednou úsporu v řádu deset tisíc euro – a tedy se montáž reprosoustavy vyplatila.

Uvedu ještě jednu z demonstrací „Mozartova efektu“ – v případě růstu rostlin. Ten zkoumala Dorothy Retallacková už v roce 1973, načež její následovnice se pokusily ověřit signifikantní výsledky, kterých ona dosahovala, i na různých jiných druzích hudby, než jen na klasické. Pokoušely se používat jak rock-popovou hudbu, tak např. hudbu Dálného Východu, pomalý jazz a další žánry – a zjistily, že ten výrazný vliv na zdravý růst rostlin, které rychleji rostly a dokonce přikláněly listy k reprosoustavě, byl zdokumentován pouze u klasické hudby. Rostliny měly nejraději varhanní hudbu Johanna Sebastiana Bacha, vzápětí následovanou sitár hudbou z Indie a naopak hudbu Led Zeppelin či Jimiho Hendrixe bohužel často ani v horizontu dvou týdnů nepřežily.

Mohli bychom mluvit i o efektu na víno, kdy se v italském Toskánsku místní majitel na své čtyřiaadvaceti akrové vinici pokoušel využít „Mozartův efekt“ proti škůdcům – avšak – jak se ukázalo – Mozart „nevraždí“. Florentinská univerzita, která se tohoto pokusu ujala, však zdokumentovala rychlejší zrání, bohatší růst a hustější listoví na těchto rostlinách.

A ještě poslední příklad na pokusných krysách, které nám dávají naději do budoucna, zejména co se týče uzdravování lidského mozku a vůbec celkově centrální nervové soustavy: Frances Raucherová, kterou jsem zmínila hned na začátku, pokračuje samozřejmě neustále ve svém výzkumu. Jelikož její původní výzkum z roku 1995 byl poměrně často bombardován kritikou, pokouší se získat ještě další informace ohledně získaných výsledků. Toho času se již od roku 1998 soustředí na dokumentaci vlivu hudby na prenatální vývoj. Používá skupinku krys, které jsou březí. Malé krysy nechala poslouchat ještě v prenatálním období a pak 60 dní po narození taktéž hudbu W. A. Mozarta a pro srovnání též Philipa Glasse. Zjistila, že i po třech dnech po poslechu hudby a i v následujícím týdnu krysy opět vykazovaly lepší orientaci v bludišti. Tedy opět dokumentuje efekt na prostorově temporální učení.

Pokud se dovtipujeme po tom, odkud vůbec plyne tento efekt, odborníci se často pídí po Fibonacciho posloupnosti, tedy matematickém vzorci v přírodě, který je uvažován, že jeho frekvence vlastně ovlivňuje veškeré živé organizmy. Na druhou stranu, pokud byste Vy chtěli vyzkoušet tento efekt, tak není třeba sahat do speciálních mozartovských nahrávek pro psy, děti, kočky, není třeba si kupovat víno fermentované za zvuků příslušné mozartovské symfonie, dokonce ani nepotřebujete Mozartovy banány, i když je pravda, že v Japonsku narazíte na ledacos. Zřejmě opravdu stačí průběžný pravidelný poslech...

Řekli o hudbě...

- **Pýthagorás:**
“Hudba velmi prospívá zdraví, když ji náležitě užíváme.”
- **Martin Luther:**
“Hudbou se srdce upokojí, občerství a osvěží.”
- **Josef Jungmann:**
“Mocí hudby, zpěvu kouzlem krotnou i sápadí lvové.”
- **Victor Hugo:**
“Jak ubozí jsou ti, kteří nikdy nezpívají, a zemřou se vši svou hudbou v sobě.”
- **Lev Nikolajevič Tolstoj:**
“Hudba je těsnopis emocí.”
- **Friedrich Nietzsche:**
“Hudba uvolňuje ducha a okřídluje myšlenky.”
- **Jiří Pilka:**
“Hudba je způsob překonání samoty člověka, silou, která mu pomůže nalézt přátelství v sobě samém. Možná otevře místa k pochopení druhých, možná ke společnosti nebo lidstvu, někdy i dále k přírodě. Hudba utěšuje všude tam, kde slova svou hranatostí jsou bezmocná.”

Zde jsem pro dokreslení vybrala některé významné světové osobnosti, které efekt hudby zmiňují – všichni v oboru neurověd laikové – avšak zaznamenávali nějaký efekt, který nám hudba přináší.

Pojďme se teď zamyslet nad tím, jakým způsobem Mozartův efekt vůbec v lidské mysli vzniká.

Cesta hudby k člověku



Vrstvy díla

- Hmotná (Tóny: Rytmus, melodie, harmonie)
- Obsahová
- Významová



Komunikační
proces
+
prostředí



Složky osobnosti

Fyzická
Psychická
Sociální

Abychom si mohli být jistí a nespoleháli se pouze na naše dojmy a pocity, potřebujeme ještě něco víc než dojmy a pocity, potřebujeme důkazy. Tady jsem se pokusila naznačit cestu hudby k člověku – na levé straně vidíte vrstvy díla (hmotnou, obsahovou, významovou) a úplně vpravo potom složky osobnosti (fyzickou, psychickou a sociální). Právě tyto vrstvy působí po stejné cestě na člověka.

Zvuk je způsoben vibrací těles o určitém kmitočtu, intenzitě, tón má potom pravidelný kmitočet a například lidské hlasivky i ostatní hudební nástroje se vyznačují tím, že mají nejenom tu základní frekvenci, ale k ní se přidávají i alikvotní tóny. Právě o nich se uvažuje, že způsobují bohatost zvuku a zároveň ten bohatý efekt, který hudba má na člověka. Je zdokumentován dramaticky rozdílný efekt nahrávek hudby a živé hudby a signifikantní rozdíl mezi hudbou syntetickou a zvuky přirozeného nástroje nebo lidských hlasivek.

V současnosti se pohled odborníků velmi intenzivně věnuje zejména akustickému smogu, tedy nejenom pozitivnímu vlivu hudby, ale naopak i tomu, kde nám může škodit. A zde jsem vybrala dva nejznámější představitele – Muray Schafer, americký vědecký pracovník, opět využil svých studentů, které uvedl do relaxovaného stavu a pak se jich ptal na to, jestli by mohli zazpívat svůj vnitřní tón, ten, který je vyjadřuje. Zjistil, že zatímco na půdě americké se studenti v naprosté většině shodli na tónu „h“, tak v Německu při opakování tohoto pokusu byla významná shoda na tónu „gis“. Jeho hypotéza je, že tato shoda souvisí s rozdílem ve frekvenci střídavého proudu, který je v USA a v Německu využíván. Americký střídavý proud má frekvenci 60 Hz, což odpovídá právě tónu „h“ a v Německu tónu „gis“ – frekvence 50 Hz.


Z českých badatelů pak můžeme uvést například docenta Lejsku, neurologa na neurologické klinice v Brně, který v roce 1995 zkoumal efekt hlučnosti na pracovní výkon. Zjistil, že s navýšením hlučnosti o 10 % se snižuje efektivita, pracovní výkon o 10 %. Na druhou stranu při snížení hladiny hluku o 14,5 % se snižuje chybovost psaní na počítači o 52 % a fluktuace o 47 %. Pokouším se domýšlet, co by se stalo, kdybychom zajistili podmínky dokonalého ticha. Že bychom trávili v práci 100 % svého času při této konstelaci?

Ještě se podívejme mezi ty, z mého pohledu, zajímavé důkazy o dramatickém působení hudby na člověka: Každý organismus je nejenom soustava biochemická, mechanická, ale také elektromagnetická, vibrační. Každý člověk je vlastně svého druhu oscilátor. Každý má svou vlastní frekvenci a tím pádem také základní tón. Zájemcům mohu doporučit film „Incredible machine“, ve kterém můžete sledovat přímo záběr na vypreparované buňky ze srdečního svalu, které s postupným vzájemným přibližováním se postupně vyladují frekvenci svého tlukotu. Až při styku, při bezprostředním dotyku, mají stejnou tepovou frekvenci. Tento efekt zkoumal už Christiaan Huygens před 350 lety, kdy zpozoroval, že pendlovky zavěšené na zedi, které se původně komíhají každé jiným rytmem, se postupem času vyladí na stejnou frekvenci. Zmnožil tak experimentálně počet zavěšených hodin na několik desítek a zjistil, že opravdu po 14 dnech se tok tikotu vyladí na jeden společný rytmus.

Anebo ještě jeden ze zajímavých důkazů, které jsou až hmatatelné: V 18. století Ernst Chladni hrál pokusně na housle písku rozprostřenému na ocelové desky – a fascinovaně popisoval, jaké ornamenty a struktury písek vytvoří. Steven Halpern, držitel Grammy za nejlepší new-age album, se ve svém zamyšlení vyslovil tak, a to cituji, že: „Snad i sněhové vločky a květiny dostávají svůj tvar na základě rezonance na jisté tóny v přírodě. Snad jsou tedy i krystaly, rostliny a dokonce i člověk v jistém smyslu hudbou.“ Tato zjištění se mohou zdát být odtažitě praxi, tomu, co zažíváme v každodenní realitě, avšak když si povšimneme přesahu do běžného života, dostáváme se k teorii muzikoterapeutické.


Například pomocí biotransferu, který vzniká právě v důsledku vyladování se frekvencí různých živých bytostí mezi sebou, může fyzioterapeut ovlivňovat svého pacienta. Díky tomu, že cvičí a pracuje paralelně s ním, mu pomáhá, aby terapeutické kroky byly ještě účinnější. Na druhou stranu je zdokumentované, že pro nás tento efekt může být i ohrožující – např. takový zpěvák, který nepoužívá optimálním způsobem své hlasivky, ale nekvalitně, nám vlastně může, co se týká našeho mentálního, ale potažmo i somatického zdravotního stavu, ublížit. Z tohoto důvodu je důležité opravdu dbát na kvalitu kulturních zážitků, které přijímáme, protože mohou být potenciálně ohrožující.

Zde uvádím souhrn zásadních výzkumů v klinické sféře, které dokumentují využití hudby v terapii. Rozdělii jsem terapeutické využití hudby v současnosti na somatickou medicínu a psychoterapii, tedy ovlivňování psychických funkcí. Samozřejmě, mohli bychom vést diskuzi o tom, jestli toto rozdělení není zjednodušující z pohledu psychosomatiky, ale učinila jsem tak spíš z důvodů zpřehlednění pro naše účely.



Léčebné využití hudby v současnosti - somatická medicína

- Regenerace nervstva – narušení řeči, pohyblivosti, pozornosti: po cévní mozkové příhodě (např. Tsai et al. 2013), po poranění mozku apod. (např. Gerlichová, 2011) atd.
- Bolest (např. Siedlecki, 2006)
- Průběh a efektivita chirurgických zákroků (např. Liu et al., 2007)
- Srdeční tep (např. Bradt&Dileo, 2009)
- Krevní tlak (např. Teng et al., 2007)
- Srdeční arytmie (Escher a Evéquo, 1999)
- Předoperační a pooperační péče o kardiaky (Trappe, 2010).



Léčebné využití hudby v současnosti - somatická medicína

- Imunitní funkce při infekčních onemocněních (Le Roux et al., 2006)
- Gastrointestinální obtíže (např. Lin et al., 2007)
- Roztroušená skleróza (např. Thaut et. Al., 2005)
- Demence (např. Brotons&Koger, 2000)
- Epilepsie (např. Silwa, 2015)
- Alzheimerova choroba (např. Vink et al., 2013)
- Těhotenství, porod (např. Campbell, 2008)
- Péče o nedonošené děti (např. Vianna et al., 2011)
- Somatické projevy úzkosti a stresu (např. Goertz et al., 2011)
- Kompliance, kvalita života nemocných (např. Chlan, 2000).



Léčebné využití hudby v současnosti - psychoterapie a regulace psychických funkcí

- Agrese a další projevy poruch chování (McFerran, 2015)
- Nálada (např. Kawakami, 2013)
- Deprese (např. Palmer, 2013, Erkkila et al., 2011)
- Úzkost (např. Bradt&Dileo, 2009, Rudin, 2007, Yang et al., 2011)
- Schopnost koncentrace (např. Tsai et al. 2013)
- Abreakce negativních emocí (např. Nusbaum&Silvia, 2010)
- Well-being (např. Eerola, 2013)
- Vnímání reality a kontakt s ní (např. Logeswaran, 2009).



Léčebné využití hudby v současnosti - psychoterapie a regulace psychických funkcí

- Výchovné obtíže u problémových dětí (Rickson&Watkins, 2003)
- Kórtavost, zájkavost, dyslektické čtení a dysgrafické psaní (např. Overy, 2014)
- Stres (Labbé et al., 2007)
- Relaxace (Robb, 2000)
- Emoční otevřenost (Jensen, 2001)
- Sebevědomí (např. Haines, 1989)
- Schopnost socializace (např. Eerola, 2013)
- Spontánnost, kreativita, vztah k self (Zentner&Eerola, 2010).



Léčebné využití hudby v současnosti - psychoterapie a regulace psychických funkcí

- Schizofrenie (Ulrich et al., 2007, Morgan et al., 2011)
- Autismus (např. Gold et al., 2006, Kim et al., 2009)
- Vývojové opožďení a mentální retardace (např. Gold, 2009)
- Downův syndrom (např. Lišková, 2011)
- Parkinsonova choroba (např. Pacchetti, 2000)
- Kvalita života somaticky nemocných (Hilliard, 2011)
- Poruchy spánku (např. Harmat, 2008, Chang, 2012)
- Látkové závislosti (Cavasco, 2005, Abdollahnejad, 2006)
- Poruchy příjmu potravy (např. Hilliard, 2001).

Pokud bychom se zajímali o srovnání efektu jednotlivých hudebních žánrů, tak bychom v první řadě vyřadili využití tzv. neartifciální hudby, specificky syntetizátory a hudbu, která využívá takzvaného rytmu přerušovaného anapaestu. To je kombinace krátké doby-dlouhé doby, která podle dosavadního zjištění způsobuje disharmonii co se týče stavu našich orgánových soustav. Taková hudba nebyla prokázána jako potenciálně muzikoterapeutická, spíše naopak. Stejně tak rock a pop nezáskaly příliš mnoho pozitivních dokladů, co se týče dosavadních výzkumů. Z oblasti jazzové hudby se využívaly spíše pomalejší a méně náročné skladby, u kterých spíše stoupá melodie a celkově vyznívají pozitivně. Jako nejjistější zdroj mezi hudebními žánry pro potenciální muzikoterapeutický efekt tak vládne zejména klasická hudba a hudba tradičních národů, popřípadě ta, která využívá pro muzikoterapeutické účinky právě těchto zdrojů. Tedy tyto dva žánry jsou doporučitelné široce pro užití mezi různými věkovými skupinami a i mezi různými diagnózami.

Závěrem: Co tedy koncerty klasické hudby přinášejí posluchačům? Jelikož nejsem sociolog, tak jsem si dovolila využít zdroje OECD – vidíme zde jedince, u nichž můžeme sledovat působení na fyzické tělo, ovlivnění psychiky posluchače, přesah do sociálního života subjektu – ale také spirituální rozměr zážitku je velmi zásadní. Opět z výsledků výzkumů vyplývá, že čím hlubší zážitek, a samozřejmě pokud možno pozitivní, tím dlouhodobější efekt dané muzikoterapeutické ovlivnění má.

Co tedy koncerty klasické hudby přinášejí posluchačům?



Zdroj: OECD, 2009

Na druhé straně je zde velmi nízké riziko nežádoucích vedlejších účinků ve srovnání s jiným způsobem trávení volného času.

S tímto bych se s Vámi ráda rozloučila.

Význam ekonomického vzdělávání pro oblast kultury – příklad oboru Arts management na VŠE

prof. Ing. Hana Machková, CSc.
rektorka Vysoké školy ekonomické



Své vystoupení, jak se od rektorky Vysoké školy ekonomické očekává, začnu některými dobrými ekonomickými zprávami. Chtěla bych vás informovat o tom, že včera jsme měli na VŠE velkou mezinárodní konferenci, kde byly zveřejněny výsledky konkurenceschopnosti zemí – Česká republika si v mezinárodním srovnání polepšila o šest míst a je na 31. místě na světě z hlediska své konkurenceschopnosti. Druhá dobrá zpráva je, že HDP České republiky v současné době roste, jde dokonce o druhý nejrychlejší růst v Evropě – je to 4,2 procenta – což by mělo dodávat optimismus nám všem, protože bychom možná mohli získat více peněz, pokud se tedy bude naší ekonomice i nadále dařit.

Špatných zpráv je samozřejmě také hodně, například jsem se dnes ráno v novinách dočetla, že na ministerstvu kultury pracují nejhůře oceňovaní úředníci a že předposlední je ministerstvo školství. My všichni se tady určitě shodneme na tom, že kultura a školství jsou v České republice prioritami, že jsou to dvě odvětví, která tvoří nejvyšší přidanou hodnotu, dobré jméno země atd., ale mám obavu, že politická realita bude trochu jiná. Ale to nevadí, můžeme pořád doufat, že když budeme organizovat obdobné semináře a diskusní fóra, třeba dosáhneme nějakých lepších výsledků.

Země jako značka:

Zajímavé téma je země jako značka. Já jsem profesorem marketingu a v našem oboru velice často pracujeme se značkami.

Overall ranking

Overall Ranking		Overall Ranking		Overall Ranking		Overall Ranking	
1	Japan	16	Netherlands	31	Russia	46	Lebanon
2	Switzerland	17	France	32	Bahrain	47	Romania
3	Germany	18	Italy	33	Puerto Rico	48	Colombia
4	Sweden	19	United Arab Emirates	34	Oman	49	Vietnam
5	Canada	20	South Korea	35	Malta	50	Kenya
6	Norway	21	Ireland	36	Taiwan	51	Indonesia
7	United States	22	Belgium	37	Costa Rica	52	Bulgaria
8	Australia	23	Spain	38	Thailand	53	Cambodia
9	Denmark	24	Qatar	39	Saudi Arabia	54	Zimbabwe
10	Austria	25	Fiji	40	South Africa	55	Ghana
11	New Zealand	26	Israel	41	Panama	56	Iran
12	United Kingdom	27	Portugal	42	Argentina	57	Morocco
13	Finland	28	China	43	Brazil	58	Jordan
14	Singapore	29	Czech Republic	44	Croatia	59	Slovakia
15	Iceland	30	Greece	45	Poland	60	Sri Lanka
							Nigeria
							Bangladesh
							Pakistan
							Ukraine
							Hungary
							Mexico
							Egypt
							Turkey
							Uruguay
							Jamaica
							India
							Peru
							Malaysia
							Estonia
							Chile

Víte, že hodnota některých značek je podstatně větší než třeba hodnota hmotných aktiv, které mají firmy, a takové měření je také možné dělat pro země. Česká republika si stojí velice dobře, z hlediska značek jsme 29. zemí na světě. Je to tedy velice dobrá značka. Když se porovnáme s dalšími zeměmi, které jsou před námi, jsou to vesměs země vyspělé. Toto hodnocení je děláno na základě různých výzkumů. Stejně jako kolegyně přede mnou, jsem rovněž z akademické sféry, takže také pracuji s výzkumy. V nich se hodnotí takové faktory jako kvalita výrobků, vnímání kvalitních výrobků nebo třeba infrastruktura dané země či touha danou zemi navštívit. Je tedy vidět, že Česká republika je zajímavou destinací a má svůj potenciál. Další faktor, který v současné době hraje v náš prospěch pro rozvoj cestovního ruchu nebo pro lákání například zahraničních studentů do České republiky, je bezpečnost.

Každá země má své symboly

Vnímání zemí je vyjadřováno symboly. Půjčím si výsledky studie francouzské společnosti Havas Worldwide, to je velká reklamní agentura, která sídlí v Expo 58, v Bruselském pavilonu. Tato společnost udělala srovnání, jak Češi vnímají Francii. Když se řekne Francie, Češi klasicky vidí Eiffelovku, víno, sýry, Tour de France a parfémy.

France first perceptions



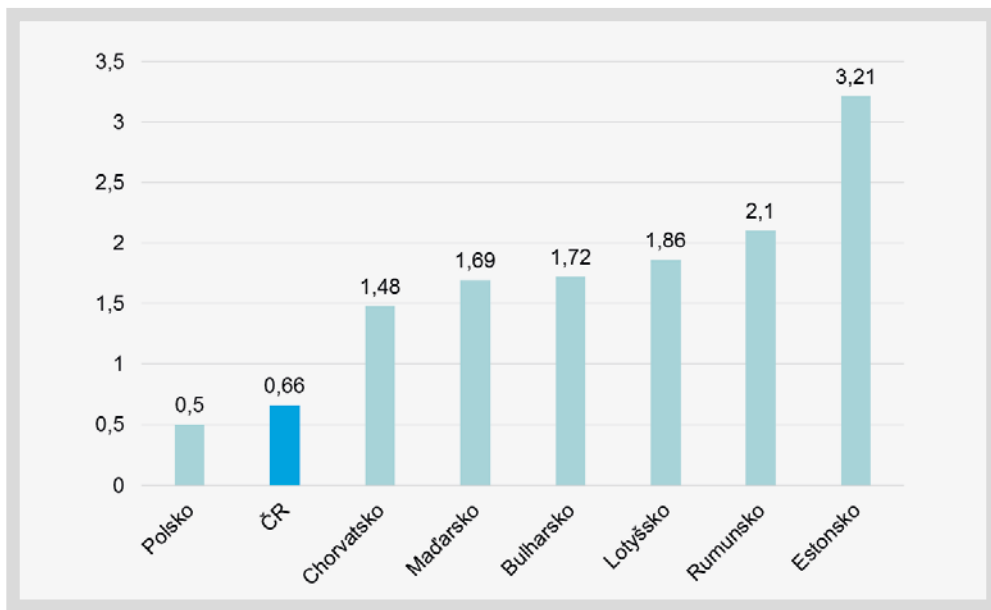
A teď opačně, jak vidí Francouzi nás. To určitě potěší ředitele Pražského jara Romana Bělora. Na prvním místě je „pražský“, pak je pivo a pak hned vážná hudba, takže můžeme říci, že Pražské jaro by se v hodnocení určitě objevilo. Pak máme hokej a naše krásné modelky. Je velmi důležité vědět, co každá země může prodávat v zahraničí. A my vidíme, že vážná hudba je skutečně tím, co nás odlišuje od ostatních zemí.

Czech Republic first perceptions

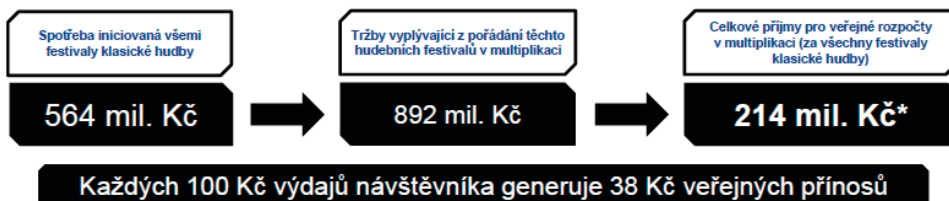


Poměr výdajů na kulturu ze státního rozpočtu ve vybraných zemích v roce 2012 (%)

Když se podíváme na poměr výdajů na kulturu ze státního rozpočtu, je samozřejmě smutné, že jsme druzí nejhorší (vybrala jsem si jen země střední a východní Evropy). A pokud pan ministr říkal, že v příštím roce to bude jedno procento ze státního rozpočtu, tak stále ještě budeme daleko například za Rumunskem, které na kulturu vynakládá více.



Nebudu brát obsah vystoupení panu docentu Tůmovi z KPMG, a už jsme to tu mnohokrát zmiňovali, že jak sport, tak kultura mají multiplikační efekty a přinášejí ekonomické efekty.



* Součástí festivalů klasické hudby bývají i doplňkové akce jako např. konference a galavečery, které by bez festivalů neproběhly. Tyto akce generují další pozitivní ekonomický dopad, který nebyl předmětem této analýzy. Lze tedy předpokládat, že konečný dopad je vyšší o několik jednotek procent.

Zdroj: Analýza KPMG a Economic Impact

Každá 1 Kč vložená do podpory hudebních festivalů vygeneruje pro veřejné rozpočty 1,98 Kč prostřednictvím daňových příjmů.

(KPMG, 2015)

Investice do festivalů vážné hudby

V oblasti řízení často pracujeme se silnými a slabými stránkami. Kdybych to aplikovala na festivaly vážné hudby, tak jsem opravdu přesvědčena o tom, že silná stránka České republiky je vážná hudba. Když se řekne Dvořák či Smetana, každý ve světě ví, kdo to je. Pak jsou slabé stránky, tam jsem se neodvážila něco aplikovat, aby se nikdo neurazil, ale řekněme, že by to mohlo být třeba reggae v České republice. A je opravdu prokázáno, že pokud se zaměříme na zlepšování našich silných stránek, můžeme se dostat na světovou úroveň. To znamená, že pokud budeme investovat do festivalů vážné hudby, tak se můžeme dostat, třeba lepším zázemím nebo různými aktivitami, které jsou s festivaly spojeny, na světovou úroveň. A určitě již v mnoha případech na světové úrovni jsme. Pokud však budeme investovat například do mých hypotetických festivalů reggae, tak můžeme být maximálně průměrní.



Jednoznačně vítám to, co říkal pan ministr kultury o tom, že by festivaly vážné hudby měly být samostatným dotačním titulem, měly by mít samostatně vyčleněnou kapitolu tak, aby nebyly v konkurenci s jinými 1751 projekty. Samozřejmě že pokud na těchto 1751 projektů bylo rozděleno 588 milionů korun, každý projekt by v průměru dostal 335 tisíc korun, což pro Pražské jaro je směšná částka, i když pro nějaký malý divadelní soubor by to byla zajímavá dotace. Problém je ale v tom, že nemůžeme podporovat úplně všechno. V případě, že máme málo peněz, musíme si vybrat to, co má význam pro tuto zemi a co ji posunuje dál. I když je samozřejmě smutné, že není možné podporovat všechno.

Studijní obor Arts management

Nyní se zaměřím na to, jak přispívá VŠE ke zlepšení ekonomického vzdělání a ekonomického povědomí v oblasti kultury. Od roku 2007 máme na škole obor, který se jmenuje Arts management. Musím říci, že má krásný marketingový název, takže zájem už jen kvůli té dobře zvolené značce, ale samozřejmě doufám, že i kvůli obsahu, je veliký. Jde o spojení ekonomiky a umění. Vlastně to nenapadlo nás, že bychom měli akreditovat takový obor, byla to zakázka ministerstva kultury a ministerstva pro místní rozvoj, které si v roce 2006/2007 uvědomily, že tady nejsou odborníci, kteří by byli schopni dělat rozpočty a finanční analýzy a správně psát projekty pro možnost využívání a čerpání ze strukturálních fondů. Samozřejmě obsahově si umělci umí představit krásné projekty, ale potom přichází každodenní práce. Víte, že jsou velice přísná pravidla v účetnictví atd., všechno musí sedět, každá koruna dotace je velice přísně sledovaná, a je tedy potřeba mít ekonomicky vzdělané odborníky.

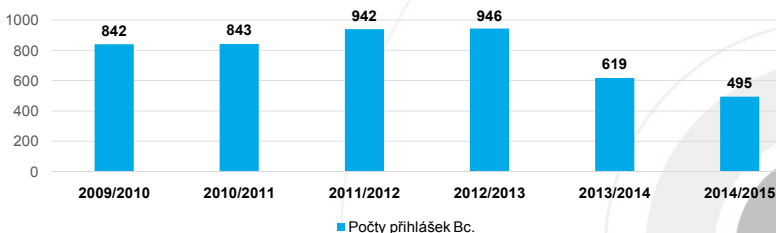
Profil oboru Arts management

Akreditovali jsme proto na naší Podnikohospodářské fakultě obor Arts management. Je to obor, který je skutečně výběrový. Od počátku jsme se rozhodli, že tam budeme brát málo studentů, naše směrné číslo je 80. Pro srovnání, další obor této fakulty má směrné číslo 400 studentů ročně. Můžete se podívat, jak velký zájem je o obor Arts management, a to i přes silný demografický pokles. V této zemi máme zhruba 90 tisíc maturantů každý rok a 120 tisíc míst pro ně na vysokých školách, taková je realita.

www.vse.cz

Profil oboru Arts management

- Spojení ekonomiky a umění.
- Akreditaci oboru iniciovalo MK ČR a MMR ČR – prioritní zájem o posílení počtu odborníků pro přípravu projektů ze SF EU.
- Akreditace na Fakultě podnikohospodářské reagovala na společenskou objednávku zajistit vysokoškolskou kvalifikaci odborníků v oblasti managementu kultury v zájmu zapojení kulturních statků do ekonomického procesu a jejich využití pro akceleraci hospodářského rozvoje i zachování národního kulturního dědictví.
- Výběrový obor, směrné číslo pro rok 2014/2015 bylo 80 studentů.



Vidíte tedy, že výběr je přísný, na obor Arts management se dostává zhruba každý pátý šestý zájemce. Máme klasickou strukturu – bakalářské studium, navazující magisterské studium a doktorské studium. Většina studentů pokračuje v navazujícím studiu, aby mohli být inženýry, ale někteří končí i bakalářským studiem, a to by mělo být zhruba na úrovni středního managementu.

Bakalářské studium

Pro umělce jsme museli upravit podmínky přijímacího řízení, klasicky děláme přijímací řízení z matematiky a cizích jazyků. U oboru Arts management jsme museli zaměnit matematiku za test ze základů logického myšlení. V prvním ročníku pak mají naši umělci speciální matematiku, kde dohánějí některé resty například z konzervatoří nebo obdobných středních škol. Ale to nevádí, tyto studenti mají samozřejmě zase jiné kvality. Testujeme je také ze znalostí z oblasti kultury a opět jsme výběroví – 100 procent je maximum pro přijetí a uchazeči nesmí jít pod hranici 50, jinak bychom je nepřijali. Víte, že na některých školách se dnes bere bez přijímacích zkoušek, takže to určitě není případ oboru Arts management.

www.vse.cz

Bakalářské studium

- Absolvent získává kvalifikaci v oblasti řízení jednotlivých sektorů kreativní kultury, využití kulturního dědictví a mezinárodní kulturní spolupráce.
- Podmínky přijímacího řízení:
 - test z anglického jazyka,
 - test ze základů logického myšlení,
 - test ze znalostí z oblasti kultury.
 - přijat může být pouze ten uchazeč, který z každého z testů dosáhne min. 50% bodů.

Struktura profilujících předmětů

Studenti mají předměty jako statistika, informatika, ekonomie, angličtina. Pak mají manažerské předměty – marketing, marketing umění, účetnictví, základy podnikání, daně. A mají také specifické předměty jako kulturní kapitál, kulturní turismus či kulturní dědictví.

www.VSE.CZ

Struktura profilujících předmětů

1. Všeobecné předměty: ekonomie, statistika, informatika, filosofie, anglický jazyk;
2. Předměty oborového základu: ekonomika a finance organizací, management, základy marketingu a marketing umění, právo, základy podnikání, účetnictví, daňový systém, projektový management, personalistika, mezinárodní management atd.;
3. Doprofilující odborné předměty: kulturní turismus a kulturní dědictví, veřejná správa, kulturní kapitál v socioekonomickém rozvoji, územní plánování a urbanismus, veřejné finance apod.

Navazující magisterské studium

Co se týče navazujícího magisterského studia, tam je cílem vychovávat opravdu špičkové manažery, kteří by mohli řídit například muzea, hudební festivaly nebo třeba hrady. Tento navazující magisterský obor je určen především těm, kteří již mají nějakou praktickou zkušenost, jsou třeba i z jiných vysokých škol a chtějí si doplnit ještě ekonomické vzdělání. I tady jsme přísní a máme každý rok pouze 80 míst.

www.VSE.CZ

Navazující magisterské studium

- Cílem navazujícího magisterského studia oboru *Arts management* je příprava absolventů pro úspěšné působení ve vedoucích pozicích ve sféře ekonomiky a podnikání v kultuře.
- Absolventi najdou uplatnění v řídicích manažerských postech ve veřejné správě, v neziskovém sektoru i v mezinárodních organizacích v sektoru kultury.
- Magisterský obor je určen rovněž pro absolventy vysokoškolských uměleckých oborů, kteří získávají kvalifikaci pro management kulturních organizací i vlastních uměleckých podniků.
- Směrné číslo: 80.

Obsah studia

Na dalším snímku se můžete podívat na obsahovou strukturu, je to již opravdu hodně specifické, třeba Arts logistic, Marketing kultury, Trh umění, Management muzeí a galerií a další speciální předměty. Navíc si studenti mohou zvolit vedlejší specializaci a doprofilovat se, například personální management, finanční management, podle toho, která oblast managementu by je zajímala nejvíce.

www.vse.cz
Obsah studia
Mikroekonomie, Makroekonomie
Strategie, Management 2, Metody personální práce, Odborný předmět v cizím jazyce
Arts Logistics
Marketing kultury
Multikulturní Evropa, kulturní diplomacie
Trh umění, ekonomika a management muzeí a galerií
Mediální komunikace: metody a strategie
Management a financování živé kultury
Management, financování a správa památkových objektů
Oceňování kulturních statků
Kulturní aspekty urbanismu a krajinyotvorby
Management hudby a hudebních těles
Management divadla a tance
Management produkce ve filmu, televizi, rozhlasu a nakladatelství
Manažerská hra
VEDLEJŠÍ SPECIALIZACE

Specifika oboru Arts management

Obor Arts management je opravdu zvláštní, jsme obří škola, máme 18 tisíc studentů, ale „arts manažeři“ vynikají tím, že se druží víc než ostatní studenti, mají týmového ducha a nejsou takoví individualisté jako studenti jiných oborů. Organizují nejrůznější akce a založili si i spolek studentů.

Specifika oboru Arts management

- Významnou součástí studijního života tvoří praktické exkurze (památkové objekty, muzea, galerie, kulturní akce, skanzeny, tiskové konference, historické zahrady, parky, hudební i divadelní festivaly).
- Doposud studenti v doprovodu pedagogů navštívili více než 80 regionálních kulturních pracovišť a institucí.
- Spolek studentů Arts managementu.



Garanti oboru: doc. Patočka a prof. Riedelbauch

Na svých webových stránkách mají dva učitele, myslím si, že alespoň jednoho z nich znáte, je to pan profesor Riedelbauch, který je garantem oboru, a pak pan docent Patočka. Je tam tedy i symbióza studentů s učiteli, která u ostatních, podnikatelsky zaměřených oborů nebývá na VŠE zvykem.



Já pevně věřím tomu, že kultura, kulturní zařízení, kulturní produkce mají zapotřebí ekonomicky vzdělaných manažerů, protože jinak než přes peníze kultura asi dělat nejde. Doufám tedy, že díky tomu se vám podaří být ještě více konkurenceschopnými na mezinárodním trhu, protože festivaly vážné hudby jsou jeden z nejlepších artiklů, které máme a které mohou přilákat nejen zahraniční turisty, ale také mohou podpořit domácí turistický ruch.

Své vystoupení zakončím zase příkladem z Francie. Víte, že Francouzi jezdí málo na dovolenou do zahraničí. Ale není to tím, že by byli líní nebo že by všichni chtěli jezdit jen na Azurové pobřeží. Je to tím, že Francie je natolik kulturní země, že v každé malé vesnici, všude, kde je nějaká památka, se něco děje, organizují se nejrůznější kulturní akce a tato země pořád žije ze své kulturní tradice. My tu kulturní tradici máme také obrovskou a myslím si, že je škoda, abychom ji nerozvívjeli i nadále.

Festivaly jako subjekty generující pracovní příležitosti

Jiří Dokoupil

prezident Unie orchestrálních hudebníků



Vážený hosté,

jmenuji se Jiří Dokoupil a jsem statutárním zástupcem Unie orchestrálních hudebníků ČR, která sdružuje více než 1100 aktivních členů 25 profesionálních orchestrů a divadel.

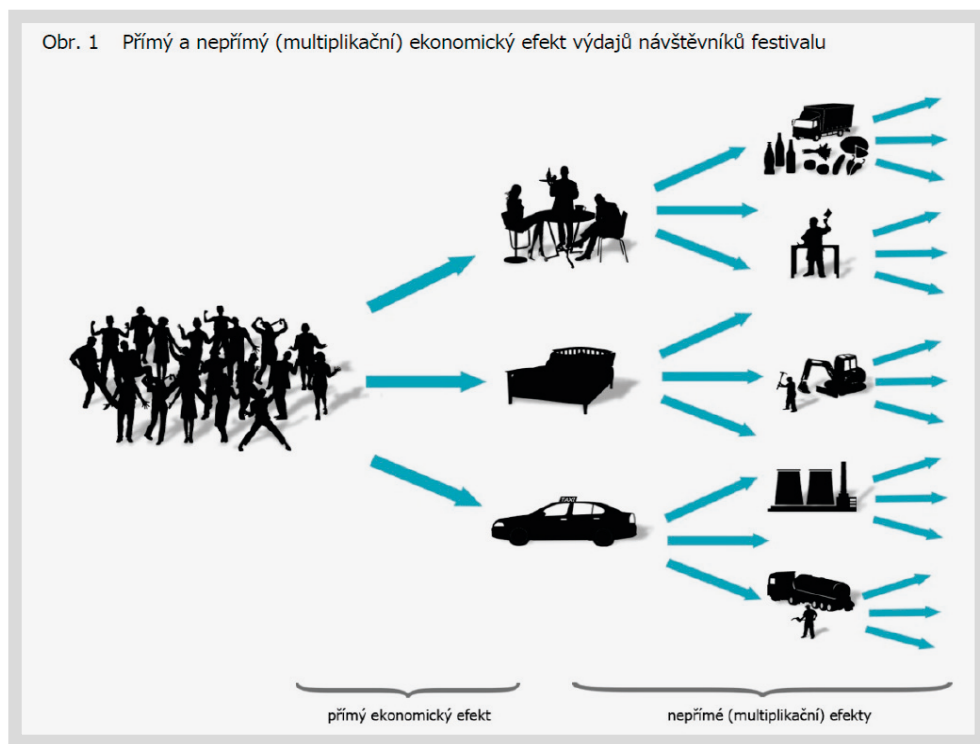
Dnes mám možnost Vás oslovit z tohoto místa na základě pozvání Asociace hudebních festivalů, abych pohovořil o tématu „Festivaly jako subjekty generující pracovní příležitosti“.

I přesto, že festivalová činnost není oborem, který by stabilně a rovnoměrně přispíval celoročně k vysoké přímé zaměstnanosti, jde přesně o oblast, která v rámci nepřímého ekonomického efektu je ideálním příkladem multiplikační teorie s širokým záběrem nejen v rámci počtu lidí, zaměstnanců, ale také portfoliem oborů z festivalové činnosti profitujícím.

V oblasti statistických dat je již dlouhodobě využívána práce Ing. Terezy Raabové, která spolu se svým kolektivem vydala u společnosti Economic impact v roce 2012 Analýzu ekonomického dopadu Asociace hudebních festivalů České republiky za rok 2011. Do dnešního dne šlo o zřejmě nejsolidnější dokument prokazující v číslech ekonomický přínos činnosti hudebních festivalů klasické hudby, a proto dovoluji, abych z něj dnes čerpal jistě zajímavé informace. Ale proto, že jsem také členem symfonického orchestru, dovoluji si mou dnešní prezentaci rozdělit do dvou rovin. Roviny již zmíněné a do roviny z pohledu aktivního hudebníka, výkonného umělce a zaměstnance.

Na úvod, snad jen pro připomenutí, si ukažme rozdělení ekonomických dopadů. Již na tomto popisu je zřejmé dělení přímých a nepřímých, multiplikačních dopadů i s vysvětlením rozsahu jejich působení.

K tomuto přiložím i znázornění tohoto efektu v grafickém zpracování:



K tomu abychom dokázali ocenit význam ekonomických dopadů činnosti festivalů, je třeba si také říci, kde se v rámci všeoborového zaměření nachází oblast kultury v rámci multiplikátorů produkce. Tento pojem popisuje vztah poptávky daného oboru a vytvořených produktů a služeb nutných pro uspokojení takovéto poptávky. Pokud budeme přistupovat k hodnocení multiplikačního dopadu v oblasti Umělecké a zábavní služby, musíme konstatovat, že při průměrné hodnotě multiplikátoru produkce českých odvětví ve výši 1,92 se můžeme symbolicky poplácat po rameni za velice hezké 61. místo s hodnotou 1,88. I pro mě osobně bylo velkým překvapením zjištění, jaká míra multiplikace je naším oborem vytvořená, a které obory v tomto smyslu umělecká služba poráží. Mimochodem, pokud se podíváme pozorně, pohybují se umělecké služby přibližně uprostřed v rámci všech kategorií. A přesně toto je argumentem a hlavním důkazem pro nutnost zvýšení podpory financování nejen hudebních festivalů, ale také celého oboru profesionálního hudebního a uměleckého oboru.

Tab. 4 Srovnání kulturních oblastí a produktů s nejvyššími a nejnižšími multiplikátory produkce

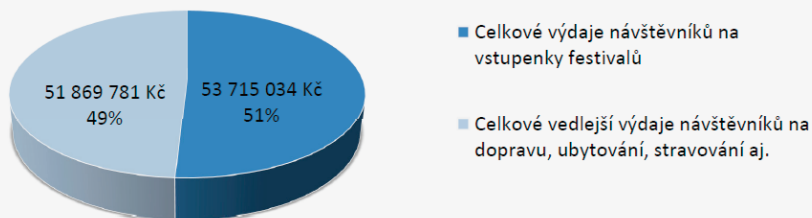
Pořadí	Produkty SKP (SIOT)		Multiplikátor produkce
1	120	Uran	3,70829899
2	701	Služby v obl. nemovitostí s vlastním maj.	3,23276713
3	370	Druhotné suroviny	3,07077793
4	652	Ost. služby finančního zprostředkování	2,86170517
5	452	Konstrukce a práce hrubé stavby	2,75664231
6	744	Reklamní služby	2,75488938
13	742	Architektonické a inženýr porad.	2,39622044
26	221	Vydavatelské činnosti	2,17104269
38	222	Práce výr.pov.v polygr.prům.	2,03736401
41	921	Výroba, půjčov. filmů a videozáz. n.	2,01346482
61	923	Umělecké a zábavní služby (divadlo, hudba...)	1,87522405
75	925	Čin.knihov.,arch.,muzeí aj.kult.zař.	1,80654264
78	922	Provoz rozhlasu a televize	1,79310800
:	:	:	:
122	730	Výzkum a vývoj	1,33737947
123	331	Zdr.,chirurg.přís.,inst.,opr.,údrž.	1,33566539
124	130	Rudy	1,02068444
125	110	Ropa, plyn	1,01547869
126	950	Služby domácího personálu	1,00000000

A jak k tomuto výsledku konkrétně hudební festivaly přispívají? Pojdme se podívat.

A paradoxně nezačneme samotnými festivaly, ale tím, co je pro tyto festivaly nejdůležitější. **NÁVŠTĚVNÍCI!** A už zde je možné sledovat význam pořádání festivalů na aktivitu ekonomiky. Konkrétně na poměr návštěvníkem vynaložených prostředků na pouhou účast a návštěvníkem vynaložených

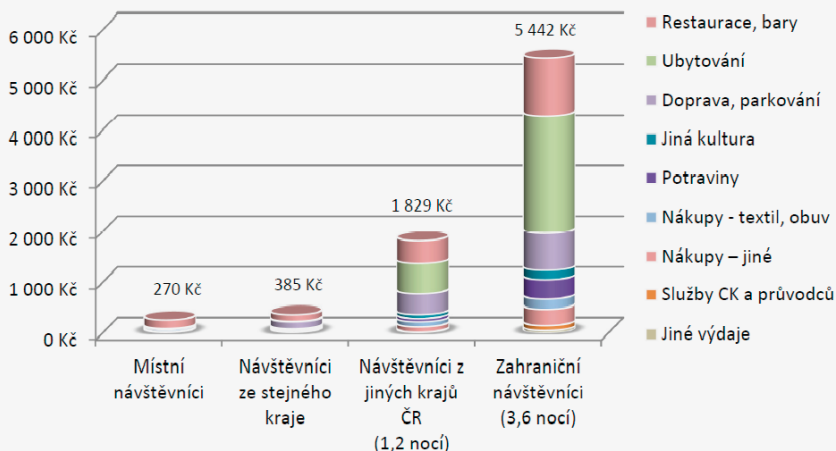
prostředků na vedlejší produkty a služby spojené s návštěvou koncertu či představení. Chci jen upozornit, že v prezentaci jsou započítána data v rámci sledovaných deseti hudebních festivalů celé České republiky, které v daném období roku 2011 byly členy Asociace hudebních festivalů.

Graf 4 Výdaje návštěvníků na vstupenky a na vedlejší výdaje spojené s návštěvou festivalů



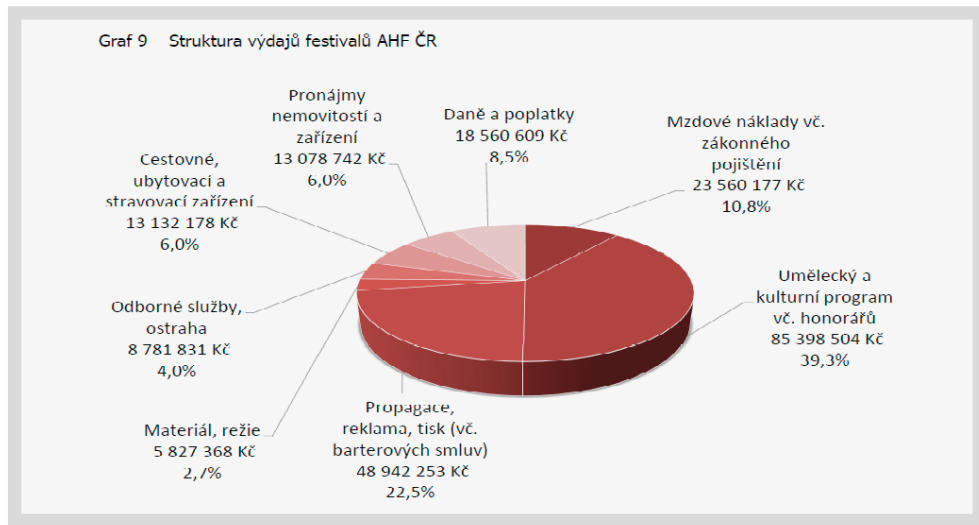
Na dalším znázornění je zajímavé sledovat rozsah průměrných výdajů návštěvníků podle jejich dosahu k danému festivalu. Je zřejmé, že čím vzdálenější návštěvník je, vzrůstají jeho výdaje, a to především v návaznosti na počet dnů strávených v místě konání akce.

Graf 6 Výdaje průměrného návštěvníka, související přímo s návštěvou festivalu



A jak jsou na tom s výdaji samotné festivaly?

Struktura veškerých výdajů festivalů, které DNES mají podle mých informací fungovat s rozpočtem kolem půl miliardy, je následovná. Už z uvedeného koláče vyplývá, a je to i logické, že největší část výdajů pokrývá zajištění uměleckého a kulturního programu včetně honorářů. Tato část se podílí na celkovém poměru výdajů festivalů z 39 %. Významná část nákladů je tvořena také zajištěním propagace, reklamy a tisku, což představuje 22,5 %. Třetí skupinou jsou přímé mzdové náklady včetně zákonného pojištění, které tvoří bezmála 11 % veškerých výdajů.



Proč tu uvádím tato data a věřím, že se v poměrech od roku 2011 výrazně nezměnila? Jsou to právě výdaje festivalů a návštěvníků, které generují pracovní příležitosti a přispívají tím k významnému jak přímému, tak i nepřímému multiplikačnímu ekonomickému efektu.

Velice dobře to můžeme vidět na znázornění tabulky, která popisuje míru dopadu návštěvníků festivalů na zisky firem a podnikatelů. Zisky, které plynuly v roce 2011 z útraty návštěvníků pro firmy a podnikatele se vyšplhaly na hodnotu přesahující 7 milionů korun.

Tab 9 Dopad návštěvníků festivalů na zisky firem a podnikatelů

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zisk firem a podnikatelů	Nepřímý dopad na zisk firem a podnikatelů	Celkový dopad na zisk firem a podnikatelů
Pražské jaro	754 282 Kč	1 038 830 Kč	1 793 112 Kč
Smetanova Litomyšl	332 591 Kč	459 287 Kč	791 878 Kč
MHF Český Krumlov	1 190 100 Kč	1 667 433 Kč	2 857 533 Kč
Janáčkův máj	50 812 Kč	49 524 Kč	100 337 Kč
Concentus Moraviae	87 192 Kč	98 778 Kč	185 970 Kč
České doteky hudby	370 245 Kč	600 776 Kč	971 021 Kč
MHF Brno	96 932 Kč	100 009 Kč	196 941 Kč
HF L. van Beethovena	22 438 Kč	25 419 Kč	47 856 Kč
MF Mahler – Jihlava	13 441 Kč	12 402 Kč	25 843 Kč
Harmonia Moraviae	32 231 Kč	26 464 Kč	58 695 Kč
Celkem za AHF	2 950 264 Kč	4 078 922 Kč	7 029 186 Kč

S tím přímo souvisí dopad návštěvníků na tvorbu stálých pracovních míst, kde celkový dopad byl vypočten na více než 55 stálých, celouvazkových pracovních míst. Upozorňuji, že jde pouze o dopad vedlejších výdajů návštěvníků festivalů.

Tab 10 Dopad návštěvníků festivalů na zaměstnanost (tvorbu pracovních míst) v ČR

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zvýšení zaměstnanosti	Nepřímý dopad na zvýšení zaměstnanosti	Celkový dopad na zvýšení zaměstnanosti
Pražské jaro	8,9	4,6	13,5
Smetanova Litomyšl	4,6	2,1	6,7
MHF Český Krumlov	15,5	7,5	23
Janáčkův máj	0,5	0,2	0,7
Concentus Moraviae	0,9	0,4	1,3
České doteky hudby	4,9	2,7	7,6
MHF Brno	0,9	0,4	1,3
HF L. van Beethovena	0,2	0,1	0,3
MF Mahler – Jihlava	0,1	0,1	0,2
Harmonia Moraviae	0,3	0,1	0,4
Celkem za AHF	36,9	18,3	55,2

Celkový dopad na zvýšení mzdových příjmů v ČR byl vypočten na úroveň 11 738 865 Kč.

Tab 11 Dopad návštěvníků festivalů na náhrady zaměstnancům (mzdy) v ČR

Dopady výdajů návštěvníků festivalu	Přímý dopad na zvýšení mzdových příjmů v ČR	Nepřímý dopad na zvýšení mzdových příjmů v ČR	Celkový dopad na zvýšení mzdových příjmů v ČR
Pražské jaro	1 738 620 Kč	1 185 616 Kč	2 924 236 Kč
Smetanova Litomyšl	899 420 Kč	528 425 Kč	1 427 845 Kč
MHF Český Krumlov	2 950 899 Kč	1 887 361 Kč	4 838 260 Kč
Janáčkův máj	87 663 Kč	56 836 Kč	144 499 Kč
Concentus Moraviae	167 718 Kč	110 339 Kč	278 057 Kč
České doteky hudby	986 491 Kč	687 896 Kč	1 674 387 Kč
MHF Brno	165 478 Kč	110 279 Kč	275 758 Kč
HF L. van Beethovena	43 159 Kč	28 394 Kč	71 553 Kč
MF Mahler – Jihlava	19 959 Kč	13 430 Kč	33 390 Kč
Harmonia Moraviae	42 561 Kč	28 319 Kč	70 880 Kč
Celkem za AHF	7 101 969 Kč	4 636 895 Kč	11 738 865 Kč

A jak se na těchto kategoriích podílely v roce 2011 výdaje samotných festivalů? Dopad výdajů samotných deseti sledovaných festivalů na zisky firem v České republice je vyjádřen částkou 17 730 000 Kč.

Tab 16 Dopad výdajů festivalů na zisky firem a podnikatelů v ČR

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopad přímých dodavatelů festivalů	Dopad nepřímých dodavatelů festivalů	Celkový dopad na zisky firem v ČR
Pražské jaro	1 124 404 Kč	3 441 683 Kč	4 566 087 Kč
Smetanova Litomyšl	687 871 Kč	1 843 101 Kč	2 530 971 Kč
MHF Český Krumlov	1 853 680 Kč	4 687 619 Kč	6 541 299 Kč
Janáčkův máj	369 367 Kč	1 082 456 Kč	1 451 823 Kč
Concentus Moraviae	90 298 Kč	354 828 Kč	445 126 Kč
České doteky hudby	177 417 Kč	490 505 Kč	667 923 Kč
MHF Brno	173 466 Kč	741 841 Kč	915 307 Kč
HF L. van Beethovena	21 759 Kč	169 924 Kč	191 683 Kč
MF Mahler – Jihlava	44 995 Kč	240 086 Kč	285 081 Kč
Harmonia Moraviae	29 964 Kč	104 796 Kč	134 760 Kč
Celkem za AHF	4 573 221 Kč	13 156 840 Kč	17 730 061 Kč

Tomu odpovídá i samostatné vyjádření o tvorbě pracovních míst, kde v rámci celé České republiky bylo vytvořeno přibližně 135 pracovních míst na celý úvazek.

Tab 17 Dopad výdajů festivalů na zaměstnanost (tvorbu pracovních míst) v ČR

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopady pořadatelů festivalů	Dopad přímých dodavatelů festivalů	Dopad nepřímých dodavatelů festivalů	Celkový dopad na zaměstnanost v ČR
Pražské jaro	16,5	10,1	12,4	39
Smetanova Litomyšl	11,0	4,9	6,2	22,1
MHF Český Krumlov	18,5	10,2	12,8	41,5
Janáčkův máj	4,7	2,5	3,9	11,1
Concentus Moraviae	5,0	0,7	1,1	6,8
České doteky hudby	1,0	1,0	1,5	3,5
MHF Brno	1,0	2,9	3,2	7,1
HF L. van Beethovena	0	0,3	0,7	1,0
MF Mahler – Jihlava	0	0,5	0,8	1,3
Harmonia Moraviae	1,0	0,2	0,3	1,6
Celkem za AHF	58,7	33,3	42,9	134,9

A jsme u mezd. Výše uvedená čísla se promítají samozřejmě i na celkový dopad na náhrady zaměstnancům v celkové výši přes 51 milionů korun.

Tab 18 Dopad výdajů festivalů na náhrady zaměstnancům (mzdy) v ČR

Dopady výdajů festivalů AHF ČR	Dopady pořadatelů festivalů	Dopad přímých dodavatelů festivalů	Dopad nepřímých dodavatelů festivalů	Celkový dopad na mzdy v ČR
Pražské jaro	10 338 000 Kč	2 884 445 Kč	5 095 222 Kč	18 317 667 Kč
Smetanova Litomyšl	3 800 642 Kč	1 479 964 Kč	2 495 066 Kč	7 775 672 Kč
MHF Český Krumlov	5 083 931 Kč	3 704 475 Kč	6 263 442 Kč	15 051 848 Kč
Janáčkův máj	2 501 417 Kč	801 000 Kč	1 311 451 Kč	4 613 868 Kč
Concentus Moraviae	1 445 406 Kč	225 321 Kč	451 462 Kč	2 122 188 Kč
České doteky hudby	0 Kč	360 486 Kč	725 983 Kč	1 086 469 Kč
MHF Brno	173 531 Kč	451 350 Kč	1 005 144 Kč	1 630 025 Kč
HF L. van Beethovena	0 Kč	86 611 Kč	224 916 Kč	311 527 Kč
MF Mahler – Jihlava	0 Kč	129 774 Kč	302 280 Kč	432 054 Kč
Harmonia Moraviae	217 250 Kč	77 727 Kč	151 343 Kč	446 319 Kč
Celkem za AHF	23 560 177 Kč	10 201 153 Kč	18 026 307 Kč	51 787 637 Kč

A právě tady bych se zastavil. Musíme si uvědomit, že uvedená čísla představují další ekonomický efekt, který roztáčí další multiplikaci. Lidé přímo i nepřímo profitující z výdajů festivalů a jejich návštěvníků těmito prostředky dále disponují a vracejí takto vynaložené prostředky dále do oběhu. V tomto smyslu jde o důležitý systém, který je podstatou zdravého fungování nejen ekonomiky jako takové, ale také celé společnosti. V tomto by měl být zájem tyto aktivity podporovat, nebát se do nich investovat. Jak jsme si řekli na začátku, schopnosti multiplikace v oboru umění je poměrně vysoká a jakýkoliv negativní zásah do financování má dalekosáhlé důsledky. Naopak. Tyto skutečnosti by měly být jasnou motivací do oblasti kultury a umění, v tomto případě do podpory hudebních festivalů, investovat stále a v podstatně vyšší míře.

Nechci, aby se má prezentace nesla pouze v duchu čísel. A tak si dovoluji již jen zkratkovitě vás seznámit s některými dalšími statistikami, které se týkají krajů a měst.

Tab 24 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na tvorbu pracovních míst v krajích

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku krajů	Kraj	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na zaměstnanost v krajích
Pražské jaro	Hl. m. Praha	8,5	24,5	33
Smetanova Litomyšl	Pardubický	3,8	12,7	16,5
MHF Český Krumlov	Jihočeský	13,1	13,1	26,2
Janáčkův máj	Moravskoslezský	0,4	7,0	7,4
Centocust Moraviae	Jihomoravský, Vysočina	0,8	5,3	6,1
České doteky hudby	Hl. m. Praha	4,8	1,0	5,8
MHF Brno	Jihomoravský	0,9	3,9	4,8
HF L. van Beethovena	Ústecký	0,2	0,3	0,5
MF Mahler – Jihlava	Vysočina	0,1	0,2	0,3
Harmonia Moraviae	Zlínský	0,3	1,1	1,4
Celkem za AHF		32,9	69,2	102,1

Tab 25 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na mzdové příjmy zaměstnanců v krajích

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku krajů	Kraj	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na mzdy v krajích
Pražské jaro	Hl. m. Praha	1 586 767 Kč	12 645 556 Kč	14 232 323 Kč
Smetanova Litomyšl	Pardubický	708 611 Kč	4 291 141 Kč	4 999 752 Kč
MHF Český Krumlov	Jihočeský	2 418 106 Kč	3 790 048 Kč	6 208 154 Kč
Janáčkův máj	Moravskoslezský	76 269 Kč	3 222 317 Kč	3 298 586 Kč
Centocust Moraviae	Jihomoravský, Vysočina	134 921 Kč	1 576 646 Kč	1 711 567 Kč
České doteky hudby	Hl. m. Praha	933 175 Kč	X	933 175 Kč
MHF Brno	Jihomoravský	143 605 Kč	606 967 Kč	750 572 Kč
HF L. van Beethovena	Ústecký	34 720 Kč	86 611 Kč	121 331 Kč
MF Mahler – Jihlava	Vysočina	17 400 Kč	56 039 Kč	73 439 Kč
Harmonia Moraviae	Zlínský	39 853 Kč	274 112 Kč	313 965 Kč
Celkem za AHF		6 093 426 Kč	26 549 437 Kč	32 642 864 Kč

Tab 30 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na tvorbu pracovních míst ve městech

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku měst	Město	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na zaměstnanost ve městech
Pražské jaro	Hl. m. Praha	8,5	24,5	33
Smetanova Litomyšl	Litomyšl	3,7	12	15,7
MHF Č. Krumlov	Č. Krumlov	13,1	12,5	25,6
Janáčkův máj	Ostrava	0,4	6,7	7,1
Concentus Moraviae	13 měst ČR	0,8	5,0	5,8
České doteky hudby	Hl. m. Praha	4,8	1,0	5,8
MHF Brno	Brno	0,8	4,0	4,8
HF L. van Beethovena	Teplice	0,2	0,2	0,4
MF Mahler –Jihlava	Jihlava	0,1	0,2	0,3
Harmonia Moraviae	Zlín	0,2	1,0	1,2
Celkem za AHF		32,7	67,1	99,8

Tab 31 Odhad přímých dopadů festivalů a jejich návštěvníků na mzdové příjmy zaměstnanců ve městě

Odhad přímých dopadů festivalů na ekonomiku měst	Město	Dopad výdajů návštěvníků	Dopad výdajů festivalů a jejich místních dodavatelů	Celkový dopad na mzdy ve městech
Pražské jaro	Hl. m. Praha	1 586 767 Kč	12 645 556 Kč	14 232 323 Kč
Smetanova Litomyšl	Litomyšl	676 558 Kč	4 088 355 Kč	4 764 913 Kč
MHF Č. Krumlov	Č. Krumlov	2 396 940 Kč	3 492 076 Kč	5 889 016 Kč
Janáčkův máj	Ostrava	70 048 Kč	3 142 217 Kč	3 212 265 Kč
Concentus Moraviae	13 měst ČR	128 667 Kč	1 445 406 Kč	1 574 073 Kč
České doteky hudby	Hl. m. Praha	933 175 Kč	X	933 175 Kč
MHF Brno	Brno	137 698 Kč	836 079 Kč	973 777 Kč
HF L. van Beethovena	Teplice	33 110 Kč	66 215 Kč	99 326 Kč
MF Mahler –Jihlava	Jihlava	17 028 Kč	56 039 Kč	73 067 Kč
Harmonia Moraviae	Zlín	38 878 Kč	227 395 Kč	266 273 Kč
Celkem za AHF		6 018 868 Kč	25 999 338 Kč	32 018 206 Kč

Tab 32 Odhad přímých dopadů festivalů, jejich místních dodavatelů a návštěvníků na ekonomiku měst

	Odhad dopadu na produkci ve městech	Odhad dopadu na HPH měst	Odhad dopadu na zaměstnanost ve městech	Odhad dopadu na mzdové příjmy ve městech
Dopady všech návštěvníků	34 342 227 Kč	10 646 424 Kč	32,7	6 018 868 Kč
Dopady rozpočtů festivalů	189 474 127 Kč	36 137 174 Kč	51,7	21 636 527 Kč
Dopady místních dodavatelů festivalů	59 678 998 Kč	14 087 783 Kč	15,5	4 362 810 Kč
Celkem	283 495 352 Kč	60 871 381 Kč	99,8	32 018 206 Kč

A protože nejsem ekonom, mimochodem matematiku jsem hrdě ukončil v 8. třídě základní školy, dovoluji mi ještě onu mnou avizovanou druhou rovinu pohledu na danou oblast. Pohledu na činnost, dopady a význam pořádání festivalů klasické hudby očima hudebníka, člena symfonického orchestru a zároveň zaměstnance.

Pokud budu hovořit jako hudebník, mohu potvrdit několik věcí. Hudební festivaly přináší významnou přidanou hodnotu v podobě profesionálně zorganizovaných produkcí velké a pestré skupiny nejruznějších uměleckých uskupení a sólistů. V tomto smyslu je třeba uvést, že samotné orchestry a divadla se dnes potýkají s významným podfinancováním, kde právě činnost hudebních festivalů přispívá k určité stabilizaci uměleckých souborů, které na dané festivaly pravidelně dojíždí. Tím se nepřímo hudební festivaly podílí na financování orchestrů a divadel, pro které tato výjezdová činnost má i prestižní význam. Je zde možné se prezentovat za hranicemi svého města a kraje. Tím vším přispívá účast na těchto festivalech k bližší neurčenému příjmu pro tyto instituce, která zaměstnává nás, hudebníky. Ale nejen je, i v organizacích typu symfonického orchestru nebo divadla je zaměstnána řada dalších profesí. Je nepochybné, že hlavní tíže provozních a mzdových nákladů u uměleckých institucí bude vždy ležet na bedrech zřizovatelů, ale činnost a především dostatečné nastavení financování hudebních festivalů může daleko více přispět k finanční stabilitě uměleckých organizací, kde, a to je alfa a omega našeho snažení, jsou hlavním nákladem platy a mzdy zaměstnanců.

Druhým, pro mě osobně velice zajímavým a důležitým přínosem je skutečnost, že z nějakého důvodu jako hudebník slýchávám větu od lidí v blízkém okolí: „Na koncerty nechodím, ale když je festival, tak to si zajdu!“ Nevím, zda se někdo zabýval významem takové věty, ale skrývá v sobě velký potenciál. Podle všeho řada lidí vnímá časově omezené fungování festivalu jako ideální příležitost vyjít za kulturu, pakliže nemá onen člověk možnosti stálé účasti například na abonentních cyklech některé kulturní instituce. Dále cítím, že jde o spontánní projev, za kterým se skrývá význam řady festivalů jako subjektu tvořícího ducha místa. Tento genius loci bývá právě významným činitelem při výběru výjezdu návštěvníka. My jako hudebníci tento efekt často pocítujeme v podobě spontánního potlesku publika mezi větami cyklické skladby. Osobně tímto znakem nejsem nijak pohoršen, protože je jasné, že lidé této země, ač nepoučení, mají zjevnou a stálou snahu po uměleckém vyžití, na druhé straně jsem za toto velice rád, protože je nepochybné, že právě účast tohoto portfolia návštěvníků přispěje k zájmu lidí o kulturu a umělecké instituce. A tak věřím, že kromě „fajnšmekrů“, kteří berou festivalovou návštěvu jako zpestření celoročního navštěvování abonentních cyklů svého orchestru a divadla, sedí na festivalu velké množství potencionálních, budoucích stálých posluchačů klasické hudby. A otázka je, zda se tento význam hudebních festivalů dá vůbec matematicky vyjádřit.

Na závěr mi dovoluji se vrátit ještě jednou k předchozímu obrázku popisující přímý a nepřímý ekonomický efekt výdajů v rámci hudebních festivalů.

Za všemi těmito čísly, údaji, šipkami a kresbami se nacházejí lidé. Skuteční lidé. Ať jsou to zaměstnanci, zaměstnavatelé, lidé pracující v orchestrech jako hudebníci nebo technický personál, lidé, kteří přímo díky činnosti festivalů mohou žít své rodiny, ať jsou to hostesky, členové zajišťující catering, osvětlovači, zvukaři, překladatelé, asistenti produkce, manažeři, účetní, řidiči, fotografové, technici, ti všichni dávají svou činností další práci lidem v pohostinství, hotelových službách, reklamních a tiskových agenturách, kteří dále generují řadu pracovních míst, potřebných k fungování zdravé ekonomiky našeho státu, naší společnosti.

V tomto smyslu mi nezbývá než poděkovat za činnost Asociace hudebních festivalů, která má na výše uvedené značný vliv a popřát této organizaci další úspěšný rozvoj, festivalům spokojené posluchače, hudebníkům a zaměstnancům co nejlepší podmínky pro práci. V tomto smyslu je to důležité nejen z důvodu odkazu předchozích generací pro přítomnost, ale také pro budoucnost, aby lidé po nás mohli užívat námi tvořené hodnoty s uznáním, že jsme to „dělali“ dobře.

Přeji vám hezký zbytek dne.

**Zdroj grafů použitých v příspěvku: Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph.D. a kolektiv:
Analýza ekonomického dopadu Asociace hudebních festivalů České republiky 2011*

Analýza festivalů klasické hudby v ČR a vyhodnocení jejich přínosů

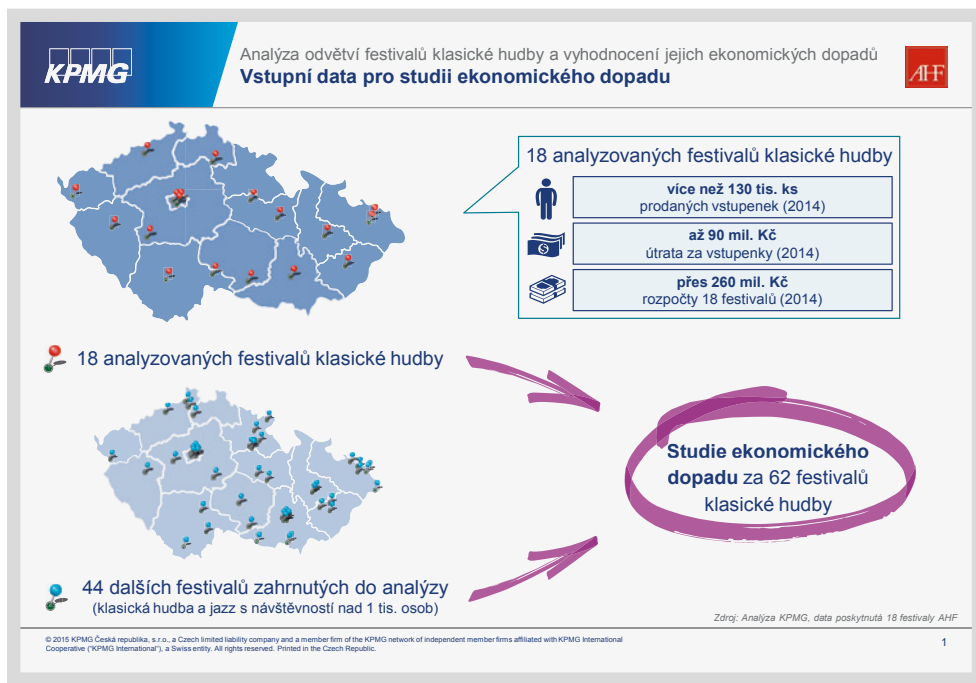
doc. Ing. Zdeněk Tůma, CSc.
partner ve spol. KPMG



Důvodem pro zpracování studie ekonomických dopadů bylo poukázat na ekonomický aspekt kulturních akcí. Samozřejmě, že měření ekonomického dopadu je možné vztáhnout i na jiné události tohoto typu – nejen na festivaly. Festivaly jsou nicméně dobrým ukazatelem, protože mají poměrně dobrý zásah i hodně návštěvníků a čísla lze tedy považovat za relevantní. Zaměřili jsme se na festivaly

převážně klasické hudby, s tím, že jsme analýzu rozdělili na dva segmenty: 18 festivalů z Asociace hudebních festivalů ČR jsme analyzovali detailně a další festivaly rámcově. Celkem bylo festivalů 62 a stanovili jsme si kritérium, že analyzované festivaly by měly mít alespoň tisíc návštěvníků. Těch 18 festivalů je v součtu dominantních, nejen z hlediska počtu návštěvníků, ale pochopitelně i ekonomických efektů.

Díváme-li se tedy na 18 zmíněných festivalů, z nichž některé mají významnou zahraniční účast, je zde významný počet návštěvníků – až 130 tisíc. Na vstupenkách se vybere významná suma – 90 milionů korun. Jestliže se pak díváme na podporu z veřejných prostředků, ať už je to z centrálních zdrojů nebo na úrovni municipalit, krajů, je dobré si uvědomit, že to nejsou jediné zdroje, které do financování festivalů vstupují, ale jde o zhruba třetinu. Další třetina jsou v průměru vlastní prostředky, které se primárně vybírají na vstupném, a další třetinu potom poskytují sponzoři.



Podíváme-li se na strukturu příjmů a přínosů, rozptýl je poměrně velký. Rozdíl mezi průměrem například u rozpočtu je přes 14 milionů korun na akci. Je ale samozřejmě velký rozdíl mezi největší a nejmenší akcí, ta největší je v řádu desítek milionů korun, blíží se 100 milionům Kč. Průměr v tomto směru může být tedy zavádějící, je hodně vychýlen na jednu stranu velkými a na druhou stranu menšími akcemi. Právě proto je medián (střední hodnota) výrazně odlišný od průměru. Záleží tedy na tom, na co se chceme dívat – kdybychom chtěli vidět efekt u větších akcí, měli bychom vzít jenom skupinu velkých akcí, ale pokud chceme vidět střední hodnotu, pak medián bude správné měřítko.

Celkový rozpočet analyzovaných festivalů

Průměr	Medián	Maximum	Minimum
14,6 mil. Kč	5,6 mil. Kč	85,7 mil. Kč	1,2 mil. Kč

Průměrná cena jedné zpoplatněné vstupenky

Průměr	Medián	Maximum	Minimum
408 Kč	218 Kč	1 150 Kč	100 Kč

Zdroje financování festivalů klasické hudby

Na co jsou prostředky vynaloženy?

Průměrná struktura nákladů festivalů

V případě průměrné ceny jedné vstupenky také vidíme velký rozptyl v závislosti na velikosti festivalu a na tom, do jaké míry hraje u festivalu roli například zahraniční účast. Velký rozdíl je mezi průměrnou hodnotou přes 400 Kč a mediánem, který je výrazně nižší vlivem dat za menší festivaly, které jsou ve zkoumaném vzorku přítomné a tuto hodnotu snižují.

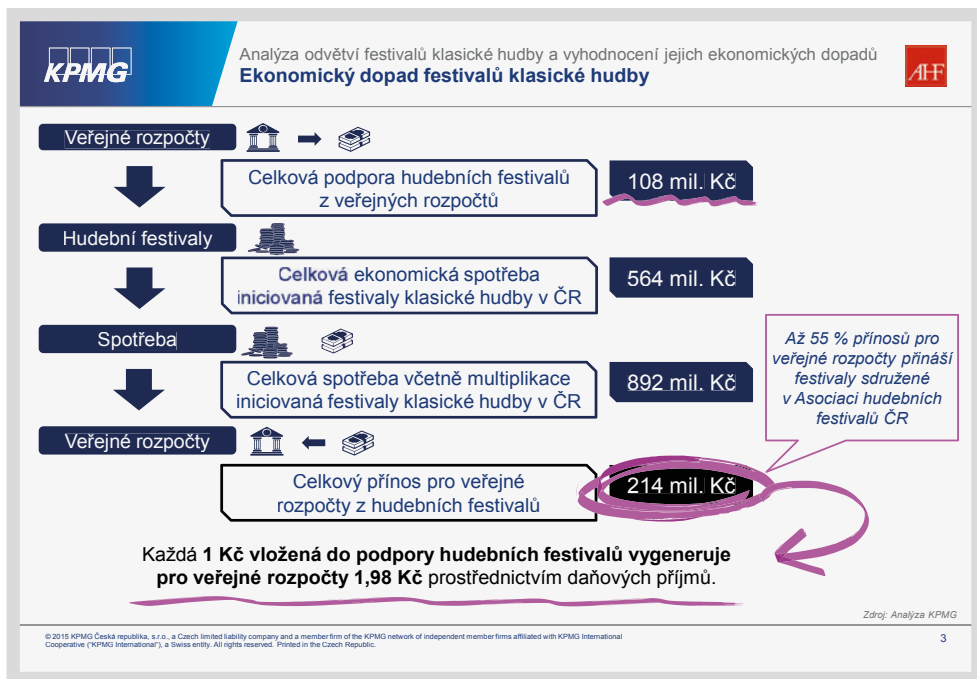
Co považuji za zajímavé, je struktura nákladů a zdrojů financování. Jak už jsem říkal, zdroje z veřejných prostředků tvoří zhruba třetinu rozpočtu. Zaznělo to i v přednášce prezidenta Unie orchestrálních hudebníků pana Dokoupila. My máme trochu jiný vzorek a o něco větší počet festivalů. Pan prezident Dokoupil měl vyšší procento z veřejných zdrojů – z našich dat vychází mírně přes 30 procent. Vlastní zdroje, tedy především vstupenky, tvoří více než jednu třetinu. Vychází to tedy rozdělené zhruba na třetiny. V každém případě jak sponzoři, tak prostředky z veřejných zdrojů umožňují držet cenu vstupenek na reálně přijatelné úrovni.

Není pochyb o tom, že tady bude určitá citlivost na cenu. Můžeme si teoreticky představit situaci, kdy bychom řekli: nebudeme akci podporovat z veřejných zdrojů a můžeme tedy zkusit trochu zvýšit vstupné. Troufám si tvrdit, že citlivost na cenu by byla poměrně významná a poptávka, tedy návštěvnost, by klesala. Někde by se to tedy začalo obracet a výnos by klesal, jak by cena vstupného šla nahoru. Jinými slovy, mám pocit, že vyváženost je celkem slušná a zájem o festivaly o tom svědčí. Jsou to tedy ceny, které jsou návštěvníci ochotni zaplatit.

V předchozí prezentaci byla zmiňována i struktura nákladů. Už tu zaznělo – a já mohu potvrdit, že to platí i na větším vzorku – že největší výlohy jsou za umělce, tedy za obstarání uměleckého

programu a další organizace festivalu. Další náklady, řekněme technického rázu, jako ubytování, zabezpečení apod. jsou už menší, byť nikoli nezanedbatelné. Na tom se určitě nic nezmění, protože bez odpovídající propagace a adekvátní organizace nemá manažer festivalu šanci s jakoukoli akcí, v tomto případě s festivalem, prorazit. Stejně tak nemáme šanci udržet akci na slušné úrovni, pokud nebudeme mít prostředky na to, abychom zaplatili kvalitní obsah (tedy získali kvalitní umělce).

A pak je ještě jedna oblast, kterou ten efekt shrnuje. Když se na ten efekt díváme za ekonomiku jako celek – pořad mám na mysli vzorek 62 festivalů, které jsme analyzovali – je to zhruba 100 milionů Kč, které jdou z veřejných zdrojů. A my dospíváme k závěru, že nakonec efekt pro veřejné rozpočty je poměrně významný. To je mimo jiné dáno tím, že veřejné zdroje nejsou jediné, které festivaly financují – jsou tam ještě stejné poměrové částky z vlastních a sponzorských zdrojů. Vstupují tam tedy další prostředky, generuje to ekonomickou spotřebu a v návaznosti na to multiplikační efekty. Ve finále potom příjem pro veřejné rozpočty prostřednictvím daní, ať už jsou to přímé daně fyzických a právnických osob, DPH, způsobuje poměrně významný efekt. A celkový efekt na veřejné rozpočty je potom přes 200 milionů Kč.



Analýza je celkem osvědčená, nemá smysl, abych chodil do detailů. Přímá spotřeba je jasná, dělá se expertními odhady nebo na základě průzkumu přímo u návštěvníků festivalu, kolik utrácejí a za co utrácejí, a následně existuje celkem dobře popsaná metodika, jak počítat multiplikační efekty, tedy jakou další spotřebu vyvolává tato primární spotřeba návštěvníků festivalu.

Je tu ještě jeden rozdíl, na který bych rád poukázal – účast zahraničních návštěvníků festivalu. Samozřejmě pro ekonomiku jako celek i pro celkový efekt festivalů je vždycky dobře (ale nemůže to platit pro všechny festivaly), jestliže je festival atraktivní i pro zahraniční návštěvníky, protože to přináší zdroje a finance, které by tu jinak nebyly. Tam se tedy dá říci, že efekt je ještě významnější, jestliže se podaří přitáhnout zahraniční klientelu. Ten efekt je větší ze zřejmých důvodů: za prvé jsou to peníze, které by tu jinak nebyly, za druhé zahraniční návštěvník bude mít velmi pravděpodobně vyšší spotřebu, ať už z hlediska ubytování, dopravy či souvisejících služeb. Jde tedy o poměrně významný aspekt.

Abych to uzavřel: hlavní výstup studie, která je samozřejmě rozsáhlejší, než několik slidů a čísel, která jsem tady prezentoval, je skutečně velmi slušná rovnováha mezi jednotlivými zdroji financování, tzn. veřejné prostředky, sponzoři, vlastní prostředky (primárně výnosy ze vstupného). Druhý závěr je ten, že ekonomický efekt je poměrně významný. Člověk se na kulturu většinou dívá spíše jako oblast spotřebovávající ekonomické zdroje, ale je to také nějaká ekonomická činnost, případně zprostředkovaně vyvolává nějaké ekonomické činnosti. A je potřeba si uvědomit, že pokud stát takovéto akce podporuje, tak samozřejmě vedle kulturních aspektů, které by pořád měly být klíčové, je tam i nezanedbatelný ekonomický efekt. Když vydám korunu, není to koruna, která někde nenávratně zmizí, ale stát dostává i něco zpátky. Nejen z hlediska kulturního fenoménu a podpory významné věci, ale i z hlediska ekonomického efektu a veřejných zdrojů.

„New public management na příkladu Niederösterreichische Kulturwirtschaft GmbH, Krédo: Kultura potřebuje podnikatelské myšlení – podnikatelské myšlení potřebuje kulturu“

DI Paul A. Gessl

jednatel Dolnorakouské holdingové struktury kulturních institucí

Niederösterreichische Kulturwirtschaft GmbH, jednatel Festivalu Grafenegg

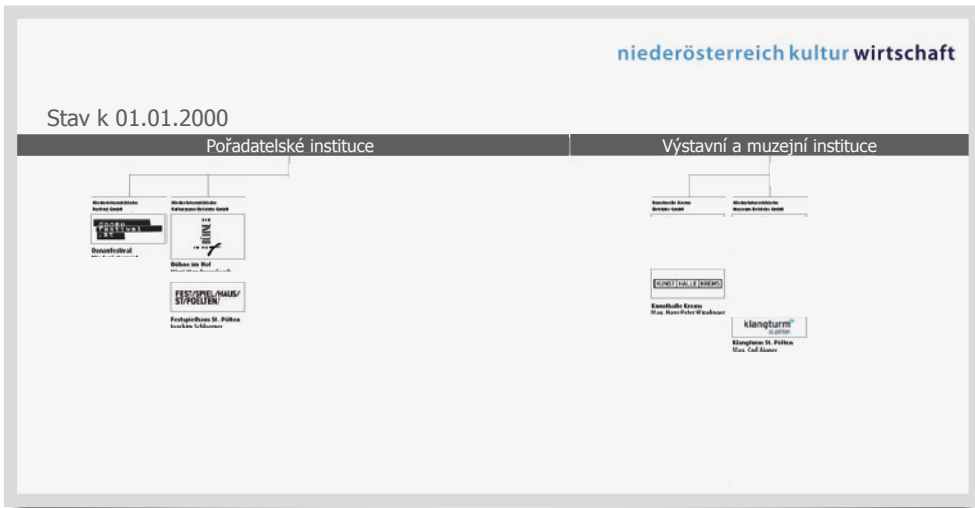


Jmenuji se Paul Gessl a již patnáct let vedu kulturní holding Niederösterreichische Kulturwirtschaft. Do tohoto holdingu je začleněno více než třicet uměleckých a kulturních firem a podniků. Kromě toho vedu také Festival Grafenegg. Rád bych vám proto pověděl něco o svých zkušenostech s managementem kulturních organizací a s financováním kultury. Je tu ale ještě druhý aspekt, který je nesmírně důležitý. Jako jednatel kulturního holdingu spolkové země Dolní Rakousko neustále opakují, že je potřeba dívat se za hranice a přemýšlet společně. Dolní Rakousko jako největší spolková země Rakouska s dvěma miliony obyvatel sousedí s Českou republikou a v uplynulých letech proběhla spolupráce na mnoha kulturních akcích a festivalech v České republice. Máme velký evropský dotační projekt, v němž je partnerem i Česká filharmonie, spolupracujeme i s festivalem Smetanova Litomyšl, Dvořákova Praha a vedeme velmi intenzivní jednání s Pražským jarem. To jen pokud jde o oblast hudby. Kromě toho máme i jiné festivaly, výstavy, výtvarné umění. Spolupracujeme i s kulturními institucemi v České republice a tuto kooperaci chceme nadále posilovat.

Proč je Dolní Rakousko zemí kultury? Do roku 1989 byla pro Dolní Rakousko typická především mrtvá hranice s Českou republikou a Maďarskem a lidé se z této oblasti stěhovali pryč. Do roku 1989 dolnorakouská kultura prostě neexistovala. Kultura se odehrávala především ve Vídni a všechny kulturní aktivity se zaměřovaly především tam. Ten, kdo chtěl jet za uměním, musel jet do Vídně. Celá řada politických rozhodnutí, jak globálních, tak regionálních, pak vedla ke změně. Díky nim se

tedy oblast kolem Vídně a pohraničí staly kulturním regionem. Padlo rozhodnutí mít vlastní hlavní město, volba padla na St. Pölten. Bylo rozhodnuto, že tento region má mít vlastní kulturní strategii, která bude zahrnovat kulturní a uměleckou ofenzivu. Rozhodlo se také, že když se bude investovat do umění a kultury, musí umění a kultura mít jasnou organizaci, jasnou kompetenci a také kompetentní management. To vše vychází z politického závazku, že umění a kulturu je potřeba politicky a finančně podporovat.

Podívám-li se do historie, v roce 2000, když jsem začínal, bylo toho v Dolním Rakousku minimálně. Měli jsme za úkol začít. V té době jsme měli pět firem nadregionálního významu, které jsme v roce 2000 sloučili – např. KunstHalleKrems, Klangturm und Festspielhaus St. Pölten a další kulturní podniky.



V tomto okamžiku máme v našem kulturním holdingu 33 kulturních institucí a podniků. Když teď hovoříme o nových modelech financování kultury, když se dnes hovoří o větší potřebě peněz, musí tu být jasný předpoklad: kultura potřebuje jasnou organizaci a profesionální management. Budou-li tyto dva předpoklady splněny, potom také veřejné rozpočty budou mít větší odvahu financovat kulturu z daňových prostředků. To byla naše deviza.

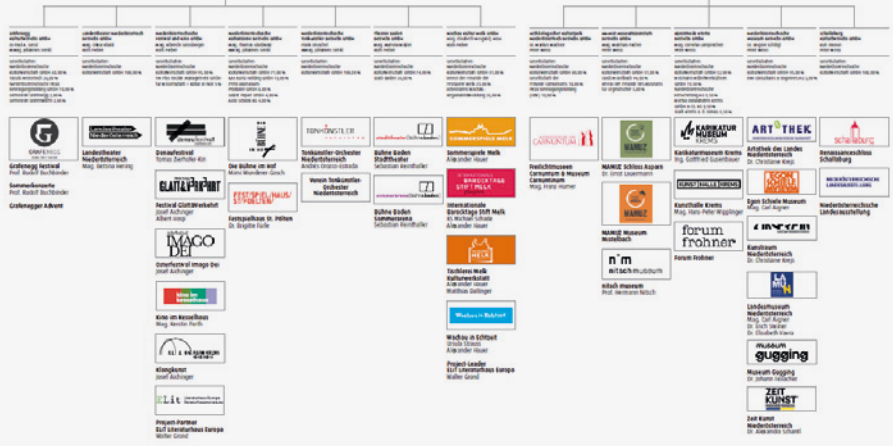
Stav k 01.06.2015

Niederösterreichische Kulturwirtschaft GmbH

Geschäftsführung: DI FOUA A. GEISS
Mag. Peter Klingenstein

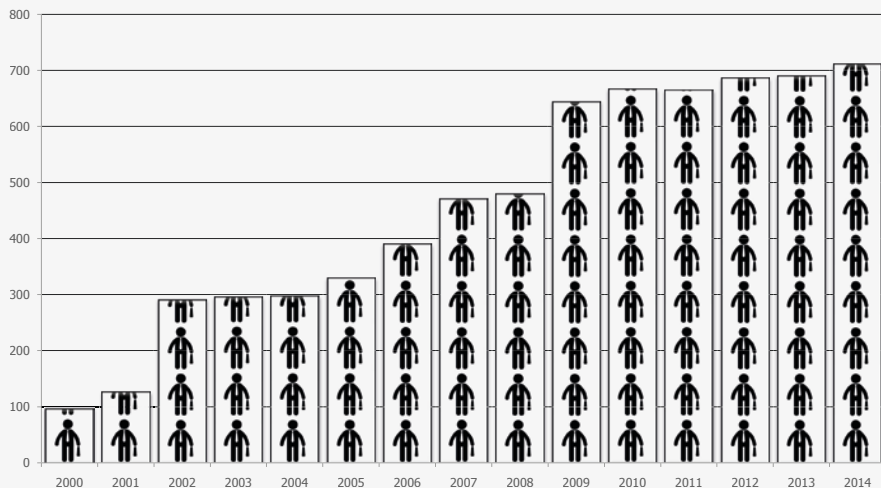
Pořadatelské instituce

Výstavní a muzejní instituce

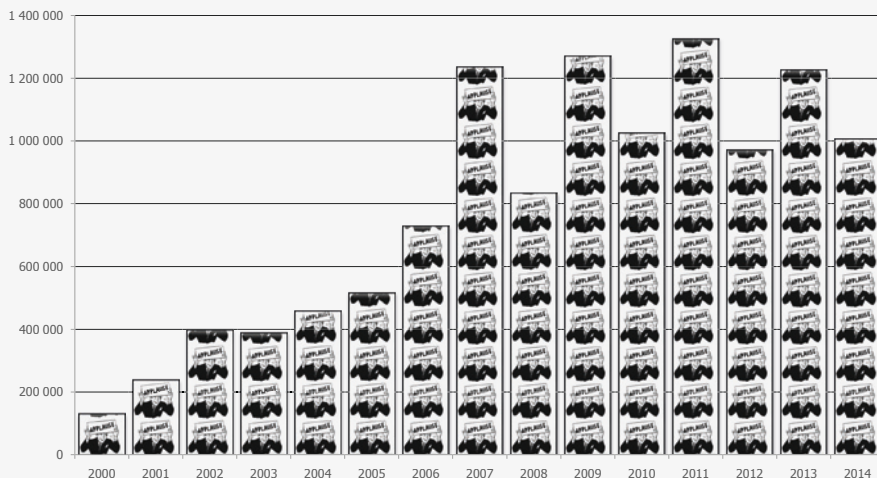


Tento kulturní holding má přibližně tisíc zaměstnanců a distribuuje cca 1,5 milionu vstupenek na kulturní akce, to bylo důvodem, proč vyjít vstříc politice. Politici se totiž zavázali, že budou financovat kulturu.

Počet zaměstnanců



Počet návštěvníků



V Rakousku jsme loni měli anketu a 90 procent Dolnorakušanů řeklo: „Naše země je zemí kultury.“ Víc než 90 procent Dolnorakušanů říká: „Nešetřeme na umění a kultuře.“ Proč to naši obyvatelé tak jasně říkají? To proto, že přidaná hodnota těchto institucí je jednoznačná. Vydáváme na ně sice daně, ale přidaná hodnota je vyšší. Jenže kultura potřebuje podnikatelské myšlení. Umění a kultura potřebuje dobrou organizaci a jasný management. Jak vypadají naše principy?


Náš holding není kontrolní organizace, my jsme moderní controllingová organizace. Máme třístupňovou organizaci, centrálně organizovaný holding a v něm je sdružena celá obchodní agenda: ticketing, nákupy, technologie, IT, komunikační technologie, to všechno dělá holding pro více než 33 kulturních institucí, které jsou ale nezávislé, a je úplně jedno, jestli je to výtvarné umění nebo hudba, jestli jsou to Tonkünstler-Orchester Niederösterreich nebo Festival Grafenegg. Všechny tyto instituce jsou řízeny podle stejných principů a podle nejnovějších manažerských metod. Na veřejnost jsou komunikovány pouze značky. 33 značek vystupuje zcela autonomně jako kulturní a umělecká instituce. Já sám jsem specialista v oblasti značek, a proto mohu říci, že centrem naší komunikace na trhu je umění a kultura. Musíme toto umět komunikovat.

Druhá myšlenka je rovněž velice důležitá. Management umění a kultury je servisní služba.

niederösterreich kultur wirtschaft

Historie a vývoj skupiny NÖKU-Gruppe

Fáze budování 2000 - 2013




Zahájení operativní činnosti NÖKU ✓

Začlenění více než 25 nových podniků

Lokality a působíště: centrální – mimo centra

NÖKU rozšiřuje chápání vlastní role a funkce

- kontrola -> controlling
- správa -> servis
- rozvoj HR



Tuto službu musíme poskytovat zadavateli, tedy politice, ale poskytujeme ji i návštěvníkům. Návštěvníci jsou pochopitelně v centru našeho zájmu. A v neposlední řadě jsme poskytovateli služeb umělcům. I to je velice důležité. Nejde tedy o to, budovat nějaký centralismus, a už vůbec ne geograficky. Dolní Rakousko je velká spolková země, a proto pro nás bylo důležité přemýšlet a pracovat decentrálně. Máme celou řadu lokalit, kde jsme zastoupeni a kde se snažíme realizovat kulturu. Kultura potřebuje podnikatelské myšlení. To je naše mise, s níž pracujeme, a díky tomuto motto takto chápeme kulturu a umění v Dolním Rakousku.

Působíště skupiny NÖKU



Standorte

Aspern



Zde je pár principů, mnohé z nich odvozeny z výroku „Svoboda umění musí být zásadní“. My manažeři se vůbec nemícháme do programu jednotlivých kulturních institucí. Kam se ale mícháme – do zásady, že nesmí docházet k vzájemnému konkurování, všichni musí být jasně vyprofilovaní. Chceme, aby docházelo k synergiím, a ne k protikladům kulturních institucí. Management samozřejmě vyznává dobrou dělbu práce. Dobrý a úspěšný umělec přece nemusí být dobrý manažer. Máme proto princip čtyř očí. Na jednatelské úrovni nemáme umělce, takže ekonomické rozhodování dělá ekonomická úroveň.

Klíčové body naší mise

„Kultura potřebuje podnikatelské myšlení. Podnikatelské myšlení potřebuje kulturu.“

Organizace řízení

- holdingová společnost – podniky & značky

Umělecká & vědecká rámcová koncepce

- Koordinace podniků s vlastním zaměřením

Nabídky z oblasti kulturního turismu, značka Dolní Rakousy, zprostředkování umění a kultury



Máme také jasný model PPP – Public Private Partnership. Ve všech našich organizacích máme vícevrstvou podnikovou strukturu.

Principy práce podniků skupiny NÖKU

- Svoboda umění
- Umělecká kvalita
- Poskytnout kultuře zajištění
- Private Public Partnership
- Profesionální Management – dělat správné věci správně
- Dělna práce
- Princip čtyř očí
- Řízení pomocí jasně stanovených cílů
- Organizace na principu přiměřenosti
- Centrální servis
- Úspěch s managementem kvality

Jde nám o to, abychom zapojili region, obec, komunální úroveň, ale zároveň chceme, aby se do společenské struktury zapojily úspěšné firmy a podniky z regionu. Nechceme být umělecky aktivní v nějakém regionu, aniž bychom v tom regionu byli zakotveni, pevně v něm zapustili kořeny. Model PPP nám umožňuje v regionu zakořenit, vytvářet udržitelné hodnoty, udržitelnou přidanou hodnotu.

Naše poučení

- Standardizace
- Transparentnost
- Dobrá struktura
- Komunikace
- Rozvoj lidských zdrojů



Principy naší práce si můžete přečíst i na naší domovské webové stránce www.noeku.at

Ještě jednou tedy shrnutí našich zkušeností z patnácti let kulturního managementu v Dolním Rakousku. Hlavním tématem této konference je financování kultury. Organizace, kterou řídím, má celkový rozpočet 80 milionů EUR pro 33 kulturních institucí.

Principy financování skupiny NÖKU

- obecná prospěšnost
- Private Public Partnership
- podpůrné spolky (kluby přátel)/sponzoři



- daňová a výdajová optimalizace
- dodržování principů hospodárnosti při plném zabezpečení zájmů kultury
- vytvoření (dlouhodobých) vazeb a integrování majitelů podílů a sponzorů

Finanční zdroje skupiny NÖKU

Subvence od spolkové země Dolní Rakousko
na běžný kulturní provoz a facility management, stanoveno smlouvou o dotační
podpoře, pravidelné vykazování zpráv na základě ujednání o reportingu

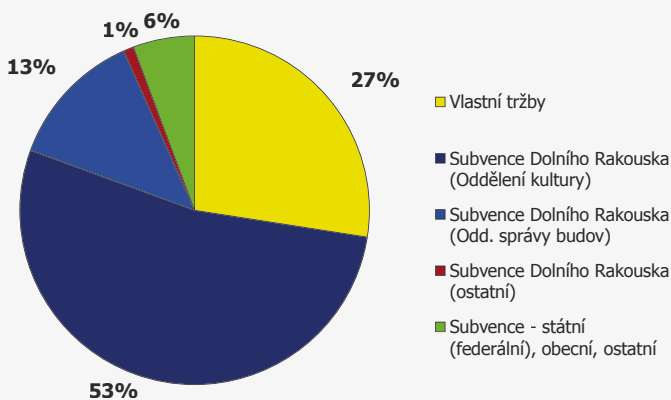
Subvence státu, obcí a dalších aktérů (EU, institucí)
většinou vázané na projekty

Vlastní výnosy
Tržba z prodeje vstupenek, z obchodu v jednotlivých podnicích, z pronájmů,
sponzoringu, vyúčtování služeb a podílu na produkčních nákladech

Podpůrné spolky/kluby přátel, mecenášů
Sdružení dobrovolných soukromých a institucionálních dárců

Z této částky 35 milionů EUR jsou personální náklady, 30 milionů EUR jsou náklady na umělecké projekty a zbytek jsou obecné správní náklady.

Financování skupiny NÖKU v roce 2014



Princip organizování kultury je následující: Jistota plánování – z tohoto hlediska jsme vybudovali systém financování Dolnorakouského kulturního holdingu. Jistota plánování je důležitá pro politiky, pro umění a umělce a samozřejmě také pro management. Šokuje mě, že kulturní manažeři musí vytvářet programy, aniž by měli zajištěné financování. Především v mezinárodním kontextu víme, že když vytváříme kontakty a angažujeme umělce, musíme myslet dva až tři roky dopředu. Například

Pražské jaro už teď přemýšlí, co se bude hrát v letech 2016, 2017 a 2018. Festival Grafenegg plánuje roky 2017 a 2018 a už teď rozhoduje rámcově i o tom, jaký bude program v roce 2019. Ale předpokladem pro umělecké plánování je jistota finančního plánování. To je oprávněný požadavek kladený na kulturní politiku. Jen to nám zajistí, že se budeme moci umělecky dále rozvíjet.

Smlouva o poskytování podpory NÖKU – Dolní Rakousy

- Víceletá subvenční smlouva o poskytování podpory (aktuálně platná do roku 2018)
- nespotřebované subvence tvoří rezervu (PRA)
- záruka indexace



jistota v plánování

Důležité rámcové body:

- Základní výše subvence s možností navýšení (na základě dohody, navázáno na projekty)
- Pravidla indexace (personální náklady & náklady na facility management)
- Způsob vyplácení
- Max. výše rezerv a nevyužitých subvencí
- Povinnost výkaznictví (navíc upravená ujednáním o reportingu)

Podle mě je navíc ještě důležité, aby celá organizace byla obecně prospěšná. Nejsme ziskovou organizací, nejde nám o krátkodobý zisk nebo krátkodobou optimalizaci – my jsme nezisková, obecně prospěšná společnost. Toho se velice striktně držíme, ale přesto se snažíme optimalizovat daně. Nechceme předepisovat, kolik ze subvencí má být využito, a také nechceme být neustále trápeni daňovými úřady. Všechny naše modely jsou prověřené z hlediska odvádění daní. Obecná prospěšnost je tam zaručena a musí fungovat na všech úrovních ve smyslu financování kultury. O ostatních aspektech už jsem hovořil, jde o onen model PPP – Public Private Partnership. Proč? Už jen proto, abychom byli geograficky zakořeněni v regionu, abychom na palubu vzali všechny partnery regionu. A když jako partner do mého kulturního podniku vstoupí nějaká společnost z veřejné sféry, bude více motivována poskytnout finance, proto je PPP pro nás naprosto samozřejmý model.

Ujednání o reportingu NÖKU – Dolní Rakousy

4 termíny pro vykazování zpráv během účetního roku:

- únor – víceleté plánování (nad 3 roky)
- červenec – roční uzávěrky a srovnání plán-skutečnost za minulý rok
- září – pololetní výnosy běžného roku
- prosinec – výhled na běžný rok a rozpočet pro následující rok
- standardizované reportingové podklady
- ukazatelé

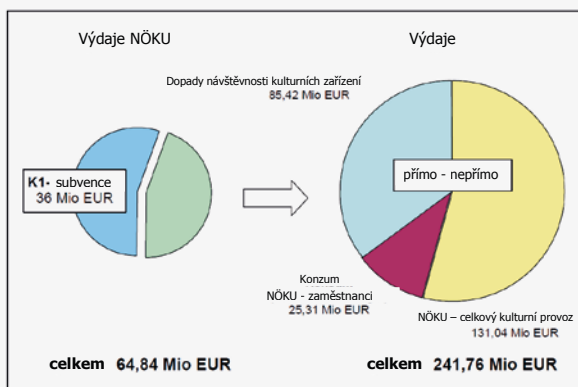
V posledních letech jsme realizovali ještě jednu věc, a sice máme tzv. podpůrné spolky, které jsou institucionalizované. Na jednu stranu máme fundraisingové aktivity, a máme příspěvky v rámci podpůrných spolků, díky tomu získáváme dodatečné finanční zdroje pro kulturu a umění. Kultura může prospívat pouze v tom případě, bude-li mít zabezpečené financování. A to je moje plaidoyer na všechny politiky, na všechny odpovědné v této oblasti.

Finanční struktura pro vás nebude nic nového, mnohé z toho jsem už zmínil. Pochopitelně žijeme ze subvencí, z veřejných rozpočtů. Hovořím o celkovém rozpočtu 80 milionů EUR. Asi 52 až 53 procent jde z kulturních subvencí spolkové země Dolní Rakousko, 6 procent jsou dotace obcí a federální dotace. I my musíme žádat o dotace na jednotlivé projekty na federální úrovni, je to čistě projektové financování. V těch šesti procentech jsou i dotace ze strany obcí. Vždy jsem zcela otevřeně a jednoznačně říkal, že obce a města, kde se konají kulturní a umělecké akce, by měly na tyto akce přispívat. Jde tady o integraci, o komunikaci, ale také o převzetí odpovědnosti. 27 procent z 80 milionů EUR pokrýváme z vlastních zdrojů, tzn. výnosy ze vstupenek, obrat v našich vlastních restauracích, příspěvky na produkci, nejrůznější prodeje brožurek, šatny apod.

Vždy jde o přímou a nepřímou tvorbu hodnot na základě kulturních dotací. V roce 2010 (*korigováno*) jsme nechali udělat studii, která mnoho z toho, co bylo řečeno, potvrzuje.

Výsledky dolnorakouské podpory kultury

Výdajové výsledky:



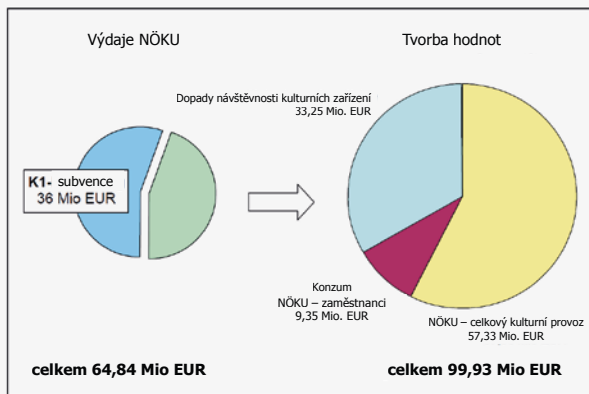
Zdroj: Wirtschaftliche Auswirkungen der Kulturförderung in Niederösterreich, Studie 2010, Donau-Universität Krems

17

Z 36 milionů EUR kulturních dotací či subvencí vzniklo 241 milionů dalších výdajů.

Výsledky dolnorakouské podpory kultury

Dopady na tvorbu hodnot:



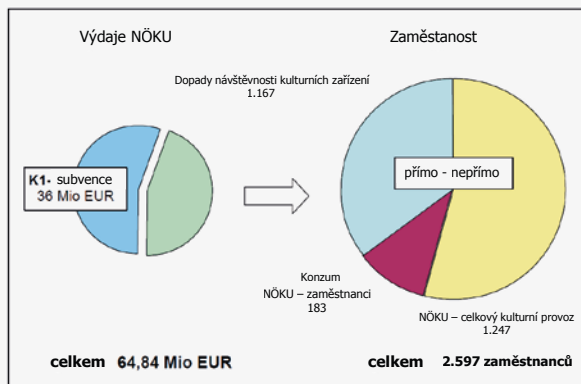
Zdroj: Wirtschaftliche Auswirkungen der Kulturförderung in Niederösterreich, Studie 2010, Donau-Universität Krems

18

Z 36 milionů EUR kulturních dotací v Dolním Rakousku bylo vytvořeno 99 milionů EUR efektu přidané hodnoty. Pak tady máme dopady na pracovní trh.

Výsledky dolnorakouské podpory kultury

Dopady na zaměstnanost:



Zdroj: Wirtschaftliche Auswirkungen der Kulturförderung in Niederösterreich, Studie 2010, Donau-Universität Krems

19

Těchto 36 milionů EUR kulturních subvencí vytvořilo téměř 2600 pracovních míst. Tato čísla jsou téměř shodná s tím, co už jsme tu dnes slyšeli, a proto mohou postulovat: Podpora umění a kultury je de facto podporou ekonomiky. Kulturní a umělecké podniky jsou normálními ekonomickými podniky. Stejně jako u předčecníků, i moje čísla potvrzují, že investovat do umění a kultury je totéž, jako investovat do ekonomiky.

Nemusím zmiňovat, že když v Dolním Rakousku v kulturních podnicích našeho holdingu máme 1,3 milionu návštěvníků kulturních akcí, generují se efekty i v turistice. Umění a kultura láká turisty vůbec nejvíce, pro značku Dolního Rakouska je to vůbec nejdůležitější faktor. Ještě před dvaceti lety bylo Dolní Rakousko jen kraj kolem Vídně. Kdybyste se zeptali Dolnorakušana, odkud pochází, řekl by, že je z vesnice té a té, nikdy by neřekl, že je Dolnorakušan. Ale co se týče image a značky Dolního Rakouska, každý cent investovaný do umění a kultury se tisíckrát vrátil, protože se výrazně zlepšila image Dolního Rakouska. Co se hodnot týče, dnes už bylo hodně řečeno o značkách. Dolní Rakousko je dnes značkou, která symbolizuje odvahu, požitek, a propojuje protiklady. A tržní hodnota této značky mnohokrát násobí investice do kultury a umění. A to pochopili i naši politici. Při usidlování firem u nás, co se týče celé zahraniční a ekonomické politiky, je vždy umění a kultura to hlavní, co lidé zmiňují, když se jich někdo zeptá na Dolní Rakousko.

Grafenegg

Grafeneggské léto
- Tón se snoubí s kulisou -

Hudební léto &
Hudební festival

červen-srpen



Už jsem hovořil o tom, že nemám na starosti pouze kulturní holding, ale také hudební festival v Grafeneggu. Příklad Grafeneggu dobře dokumentuje naši strategii v oblasti umění a kultury a také se drží všech našich principů kulturního managementu. Když se chcete prosadit vedle spolkového hlavního města Vídně, které je městem světového kulturního dědictví i v oblasti hudby, máte jedinou možnost – musíte se nějak odlišit. Musíte být jiní a lepší, než je nabídka ve Vídni v té samé době. Na základě této úvahy vznikl Festival Grafenegg. Díky novoročním koncertům každý zná nejlepší

koncertní sál – Zlatý sál Spolku přátel hudby (*miněn Musikverein ve Vídni*). Naše úvaha zněla: není možné mít druhý takový sál. Museli jsme proto přinést jiný požitek z hudby a vyšlo z toho jeviště pod širým nebem. Řekli jsme si, že chceme být akusticky nejlepším jevištěm pod širým nebem na světě. S tímto cílem jsme realizovali akustická opatření a již devět let je Grafenegg považován za nejdůležitější evropský festival pro orchestry. Během léta přijede 50 tisíc návštěvníků. Jsme jedineční a lidé to vědí. Opět tu hraje roli značka Dolní Rakousko. My této značce chceme prospívat, chceme být také hospodářským faktorem.

Festival se koná v regionu Wachau ve střední části Dolního Rakouska, a právě tomuto regionu jsme dali nové impulsy.

Grafenegg

Grafenegg 2015
festival/gala/letní koncerty

37 akcí
více než 45.000 návštěvníků

více než 92% vytižení

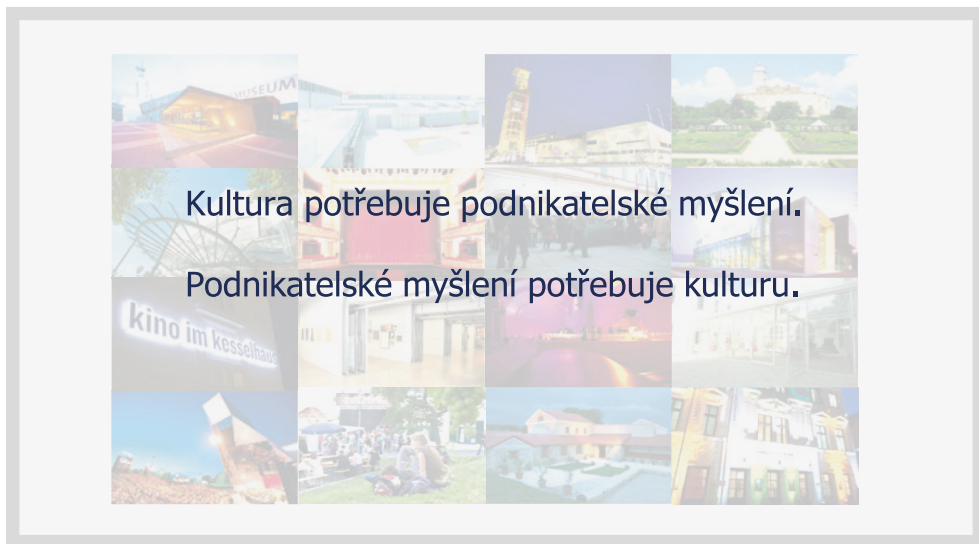
plánované náklady 2,9 milionů €
vlastní tržba více než 2,3 milionů €,
z toho více ž 1,9 milionů € za prodané vstupenky



Zasloužili jsme se o to, že vznikly další hotely, posloužili jsme i gastronomii – mají radost, že se festival koná. A vznikají opět efekty, o kterých se tady již hovořilo. Grafenegg je skvělým příkladem, jak lze smysluplně, trvale udržitelně a ekonomicky správně investovat do umění a kultury. Grafenegg je symbolem a příkladem toho, že investice do kultury mají velký význam pro regionální rozvoj a rozmach cestovního ruchu. Grafenegg – a teď na tom právě pracujeme – bude i dobrým příkladem toho, proč investice do kultury a umění jsou zároveň investicemi do vzdělání. Právě totiž budujeme hudební kampus, kde chceme nastavit nová měřítka v oblasti excelentního hudebního vzdělávání. Státní rozpočty v oblasti vzdělávání a kultury většinou bývají ořezávány. Nejde tady o to, vytvářet nějakou reprezentační kulturu, nejde o to, uvádět každoročně stejná díla stejnými orchestry, nejde o to, aby se lidé prezentovali. Festivaly mají za úkol být edukativní, mají prostřednictvím úvodů a různých zprostředkovatelských projektů oslovovat nové návštěvníky. I to je vzdělávací faktor. A pokud se nám podaří předat toto vědomí, tak nás budou veřejné rozpočty ještě lépe a více podporovat.

V oblasti kulturního managementu pracuji již více než patnáct let, předtím jsem pracoval v soukromém sektoru. Udělal jsem tu zkušenost, že v kulturním managementu i my ještě máme na čem

pracovat. Mohu podpořit každé slovo, které tady řekla paní docentka (*míněna prof. Ing. Hana Machková, CSc., rektorka Vysoké školy ekonomické*), a sice, kultura vyžaduje jasnou organizaci, dobrý management, potřebuje také výborně vzdělané kulturní manažery. Potom pro nás bude snazší, abychom pro naše požadavky vytvořili obecnou kulturní podporu a získali více prostředků, větší ochotu subjektů nás finančně podporovat.







Sborník z Konference AHF ČR na téma uměleckých i ekonomických přínosů festivalů klasické hudby v ČR

Vydala Asociace hudebních festivalů ČR

Žádná část této publikace nesmí být reprodukována bez uvedení autorů textů, v případě citace větších celků je nezbytný souhlas vydavatele.

Tisk: Brko, s.r.o., Brno

