

# Analýza brněnských festivalů 2019-2024

Zpracovala: Mgr. Blanka Marková, Ph.D.

Objednatel: Odbor kultury Magistrátu města Brna

únor 2025

# Úvod a kontext

- Analýza je součástí evaluace Strategie kultury a kreativních odvětví z roku 2018 a tvoří jeden ze zásadních vstupů pro nově vznikající Strategii kultury a kreativních odvětví.
- Festival je pro účely této analýzy definován jako *periodicky se opakující rozsáhlý projektově řízený soubor událostí, který návštěvníci konzumují v celku*. Jednotlivé ročníky festivalu na sebe navazují a udržují si kontinuitu.
- Zcela mimořádným byl rok 2020, respektive částečně i rok 2021, které byly ovlivněny probíhající celosvětovou pandemií a restriktivními opatřeními.

# Metodika

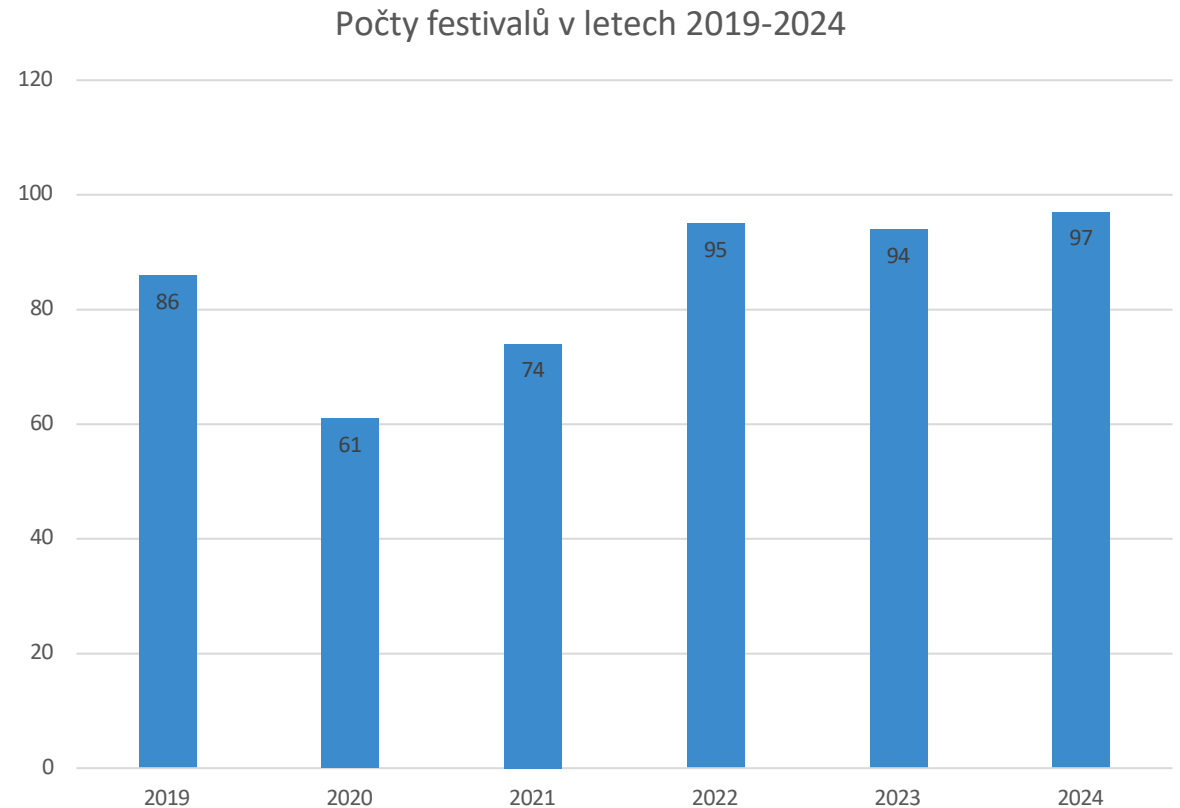
Analýza byla zpracována v období září 2024 – únor 2025 a obsahuje přehled brněnských kulturních a kreativních festivalů včetně uvedení roku vzniku festivalu a počtu realizovaných ročníků s návštěvností v Brně nad 500 lidí.

Festivaly jsou posouzeny na základě těchto kritérií:

- délka festivalů a jejich rozložení dle měsíců v kalendářním roce;
- žánrové zařazení;
- rozložení festivalů z hlediska brněnských lokalit;
- návštěvnost jednotlivých festivalů v Brně a porovnání návštěvnosti dle žánrů;
- celkový rozpočet festivalů a financování jednotlivých festivalů z veřejných prostředků s rozlišením na finanční podporu ze strany Magistrátu města Brna, Jihomoravského kraje, Ministerstva kultury ČR, Státního fondu kultury, grantů Evropské unie, Fondů EHP a Norska a ostatních;
- marketingové nástroje, cílové skupiny a mediální obraz jednotlivých festivalů;
- posouzení přínosu festivalů pro město.

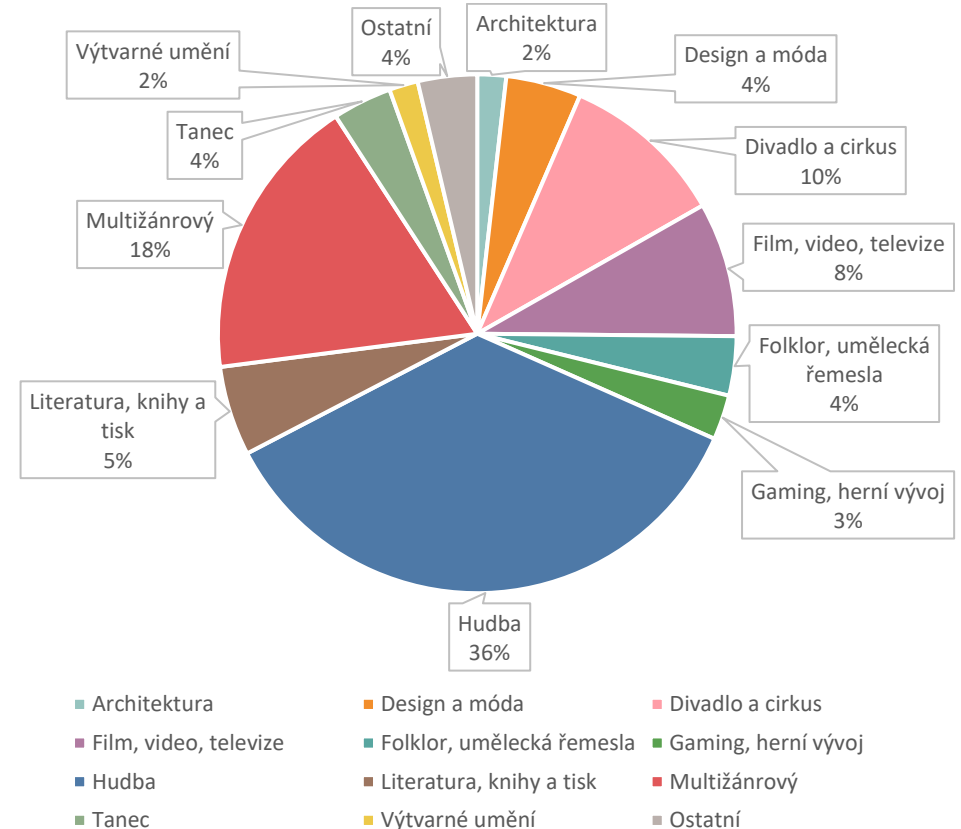
# Hlavní zjištění

- Analýza obsahuje celkem **106 unikátních festivalů** (celkem 507 realizovaných akcí), přičemž předchozí Analýza z let 2017-2019 obsahovala 82 festivalů (nad 400 návštěvníků).
- V průměru se v letech 2019-2024 konalo v Brně ročně 85 festivalů.
- Počty festivalů byly ovlivněny restriktivními opatřeními souvisejícími s globální pandemií.



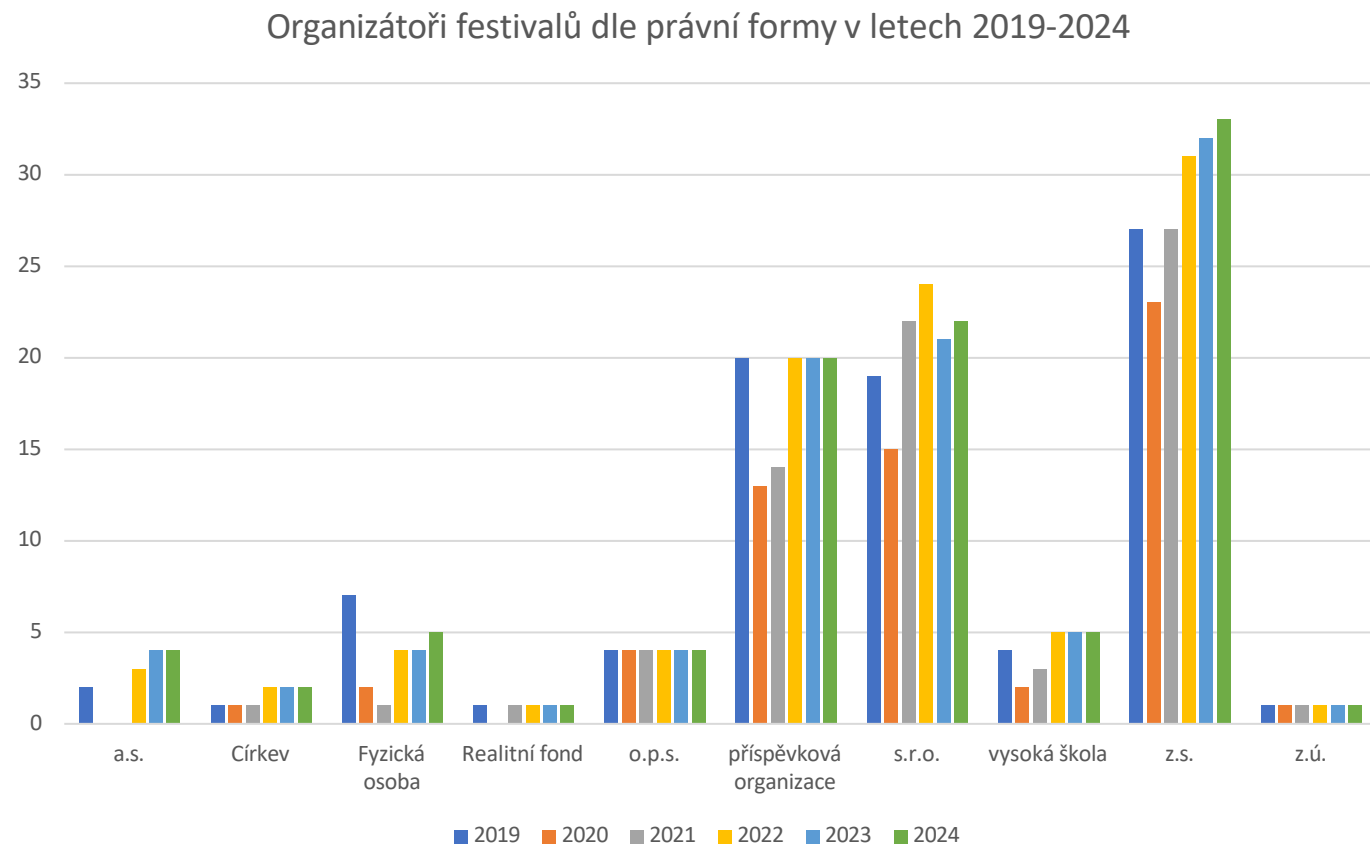
# Žánrové zastoupení festivalů

- S 38 festivaly (35,8 %) je hudba nejčastějším žánrovým zaměřením festivalů, což ukazuje na její klíčovou roli v kulturní nabídce. Druhou největší kategorií jsou multižánrové festivaly (19 festivalů, 18 %).
- Nejvíce navštěvovanou žánrovou oblastí (po festivalech multižánrových) s návštěvností 1 141 447 osob je také právě hudba. Brno je jako město hudby součástí prestižní sítě UNESCO kreativních měst.



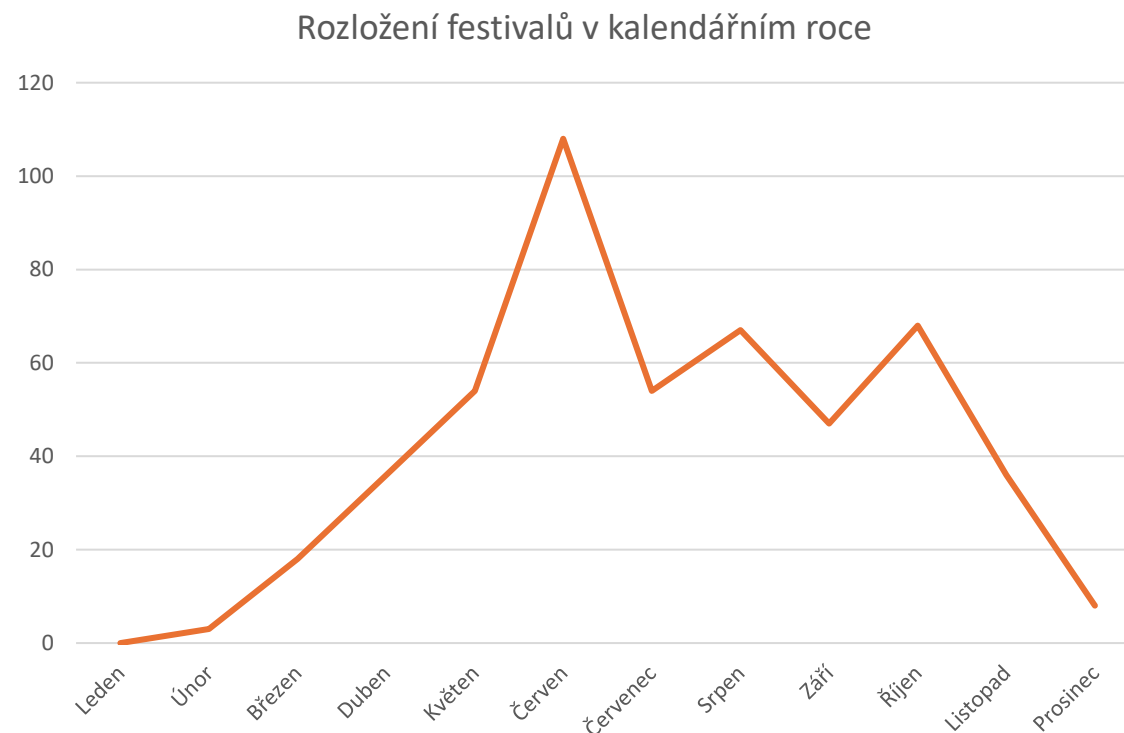
# Právní formy organizátorů festivalů

- Brněnská festivalová scéna je z hlediska právních forem organizátorů značně diverzifikovaná, přičemž hlavní roli hrají zapsané spolky, následované s.r.o. a příspěvkovými organizacemi.
- Nejvíce ohrožené protipandemickými opatřeními byly festivaly konané příspěvkovými organizacemi.



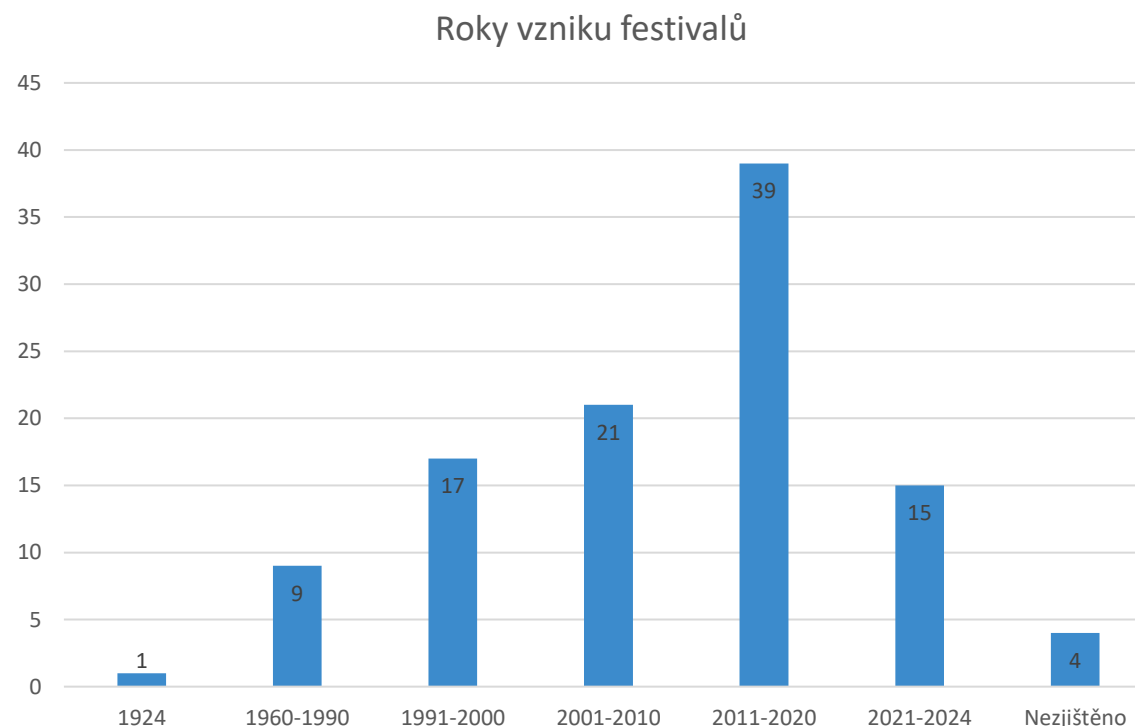
# Rozložení konání festivalů během roku

- Největší koncentrace festivalů připadá na měsíc červen a zvýšená aktivita pokračuje až do října. Naopak leden je měsícem nejslabším.
- Celkem v letech 2019-2024 probíhaly festivaly v Brně 6 400 dní, proto dosahuje průměrná délka trvání festivalu 12,6 dní při uskutečněných 507 akcích ve sledovaném období.



# Období vzniku festivalů

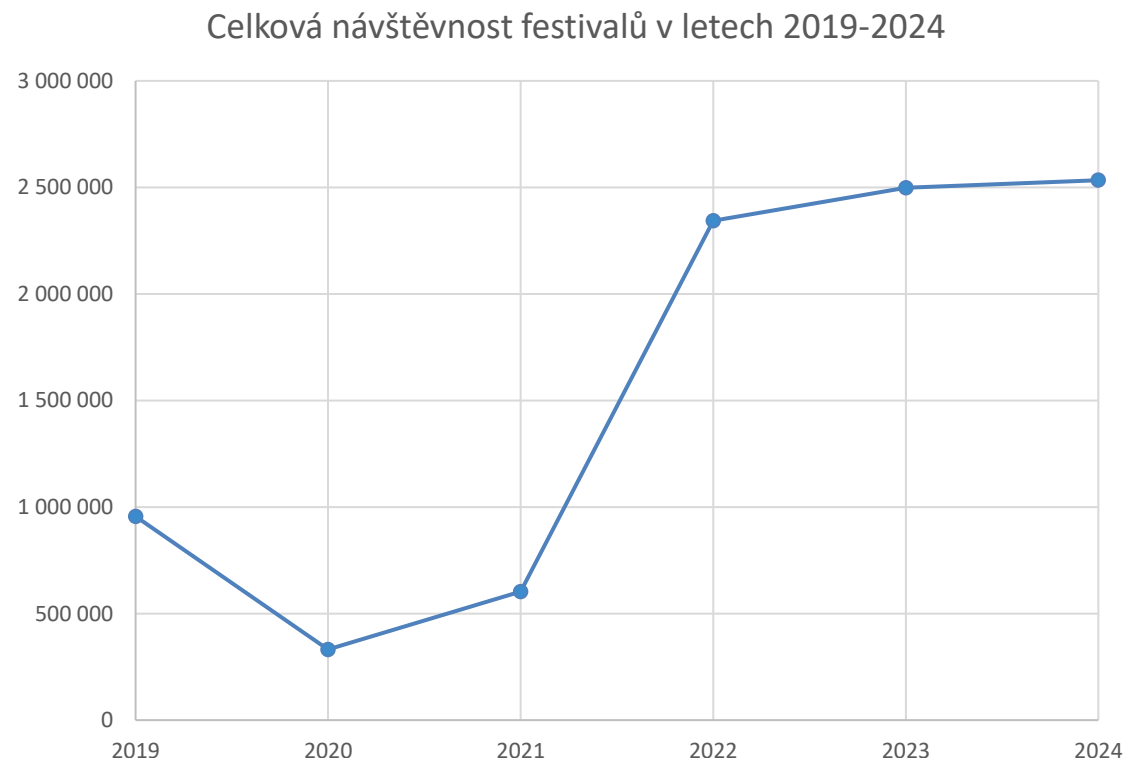
- Do roku 1990 vzniklo v Brně 10 festivalů, v letech 1991-2000 17 festivalů, v letech 2002-2010 21 festivalů, nejvíce nových festivalů (39) se objevilo na kulturní mapě Brna v letech 2011-2020, období 2021-2024 přineslo 15 nových festivalů. Brněnské Vánoce slaví v roce 2024 100 let od svého založení.
- Festivaly v Brně se konají na řadě míst a více než polovina festivalů se koná souběžně na několika lokalitách především v centru Brna.





# Návštěvnost festivalů

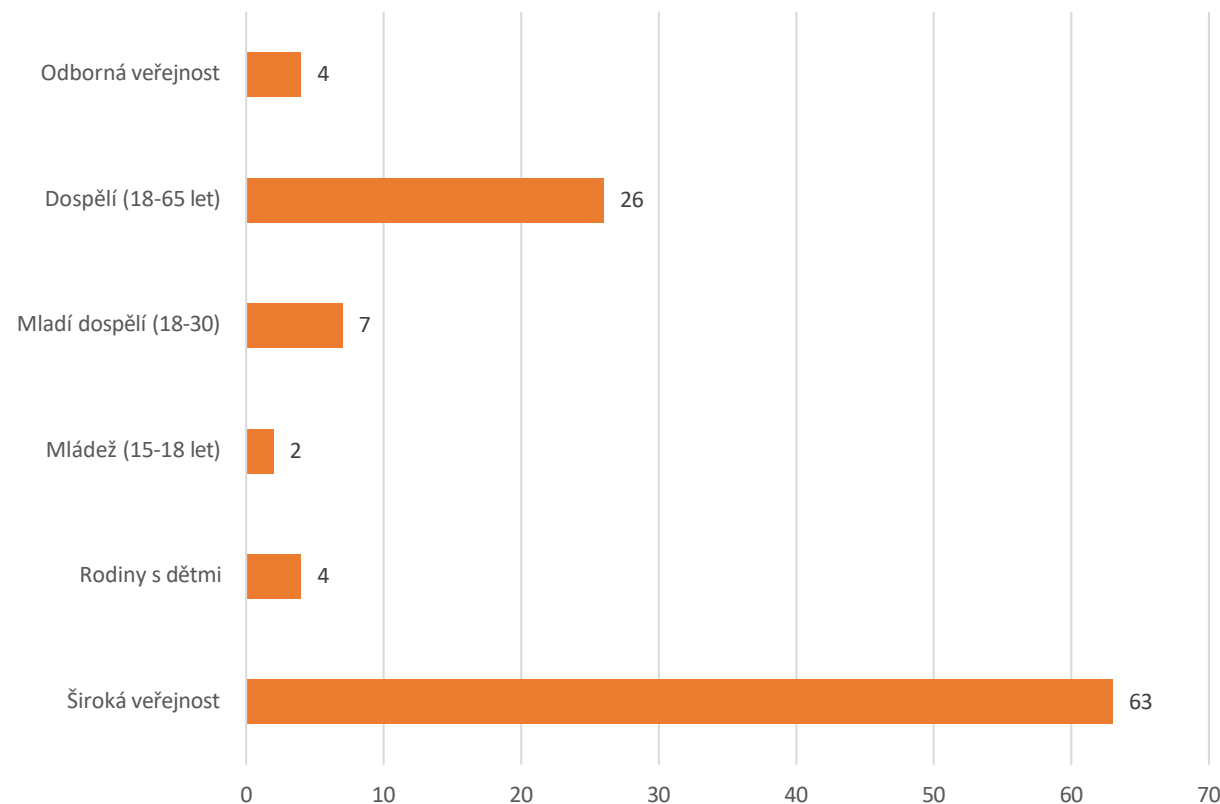
- Celková návštěvnost všech analyzovaných akcí činila v letech 2019-2024 9 267 378 osob.
- V roce 2019 dosahovala návštěvnost analyzovaných festivalů 956 138 osob, následoval pokles z důvodu restriktivních opatření. V roce 2022 přišel prudký nárůst na 2 344 025 návštěvníků, v roce 2023 a 2024 relativní stabilizace.
- Jednoznačně nejpopulárnější, s návštěvností přes 5 milionů návštěvníků jsou v Brně multižánrové festivaly, do kterých jsou zařazeny i Brněnské Vánoce.



# Cílové skupiny

- Největší část festivalů (63 ze 106) je zaměřena na co nejširší publikum. Na druhé straně jsou cílové skupiny jako mládež nebo odborná veřejnost relativně méně pokryté, což může být příležitostí pro rozšíření nabídky festivalů v budoucnu, stejně jako specifické zaměření na seniorní obyvatelstvo, kterého bude vzhledem k demografickým trendům přibývat.

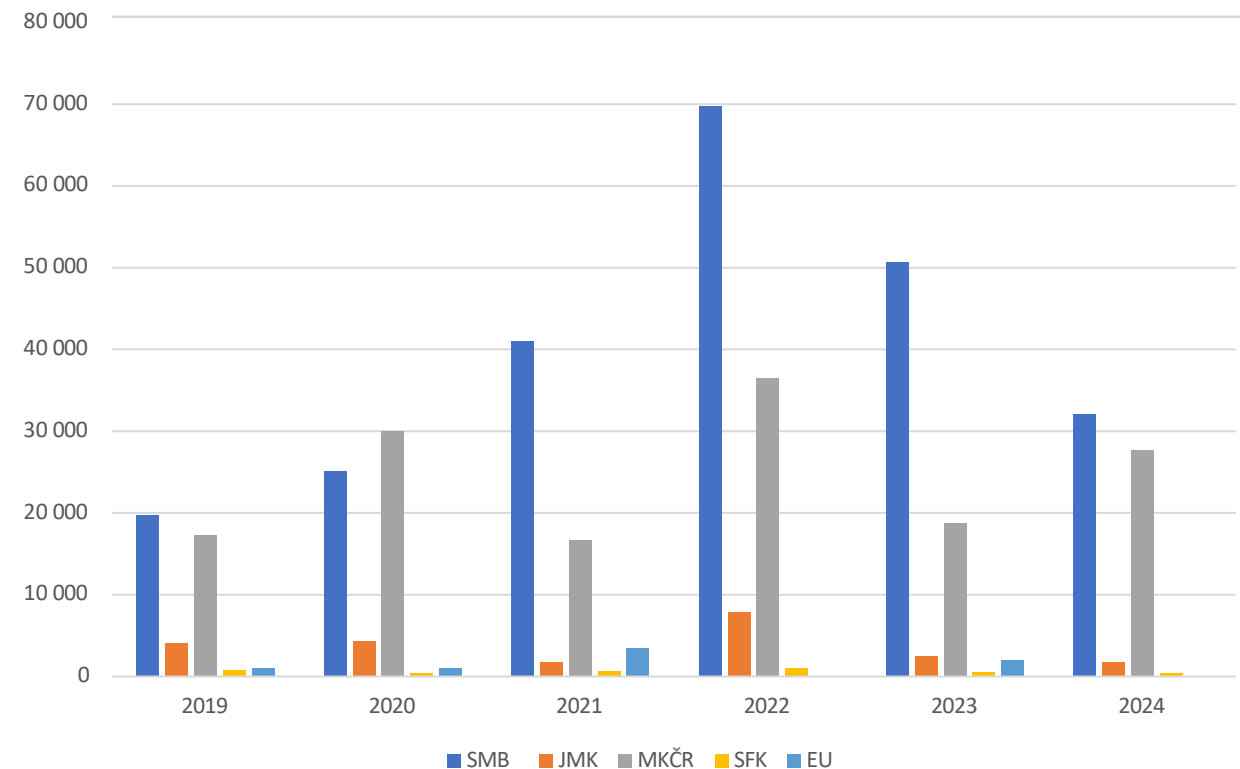
Zaměření festivalů dle cílových skupin



# Financování

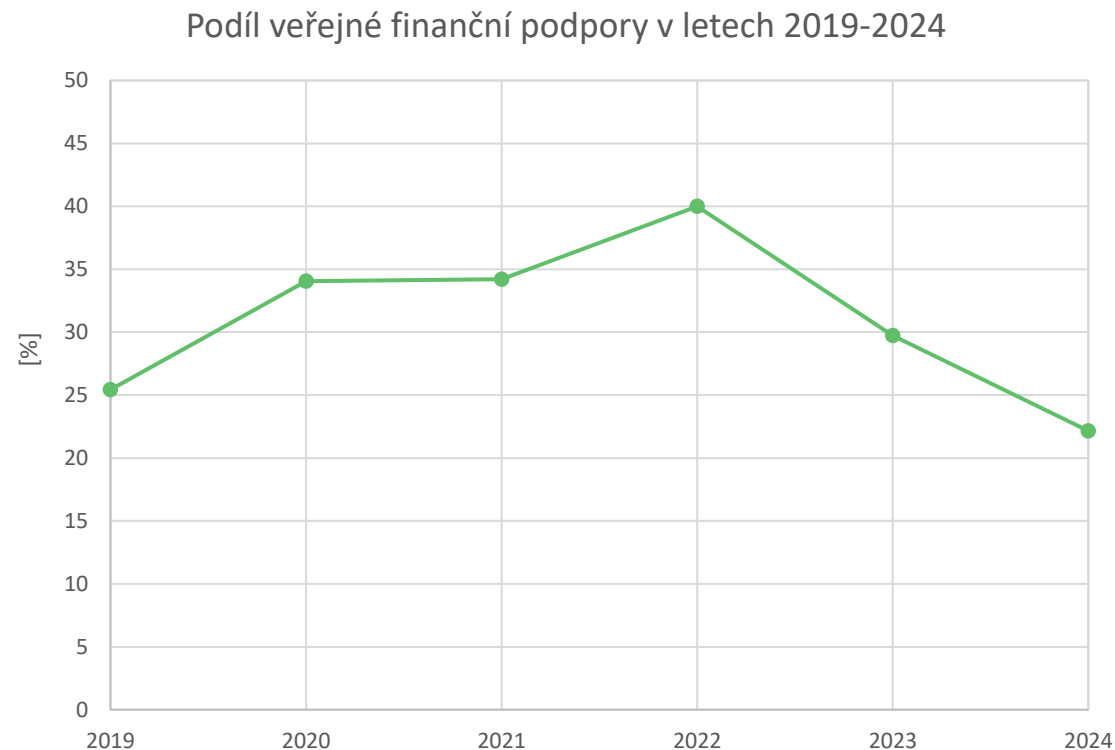
- Celkový rozpočet všech realizovaných festivalů v letech 2019-2024 dosahuje částky 1,35 miliardy Kč (1 353 722 270 Kč). To znamená, že průměrně se každý rok konají v Brně festivaly v hodnotě 225,5 milionu Kč.
- Celková suma z veřejných zdrojů směřovaná na festivaly konané v Brně v letech 2019-2024 dosahuje 419 milionů korun.
- **Nejštědřejším donorem kulturních festivalů je ve sledovaných letech Statutární město Brno.** Prostřednictvím svých dotačních systémů podpořilo město rozpočty kulturních festivalů realizovaných v Brně z 12 % v roce 2019, ze 14 % v roce 2020, z 22 % v roce 2021, z 24 % v roce 2022, z 20 % v roce 2023 a 11,5 % v roce 2024.

Veřejná finanční podpora festivalů v letech 2019-2024 v tis. Kč



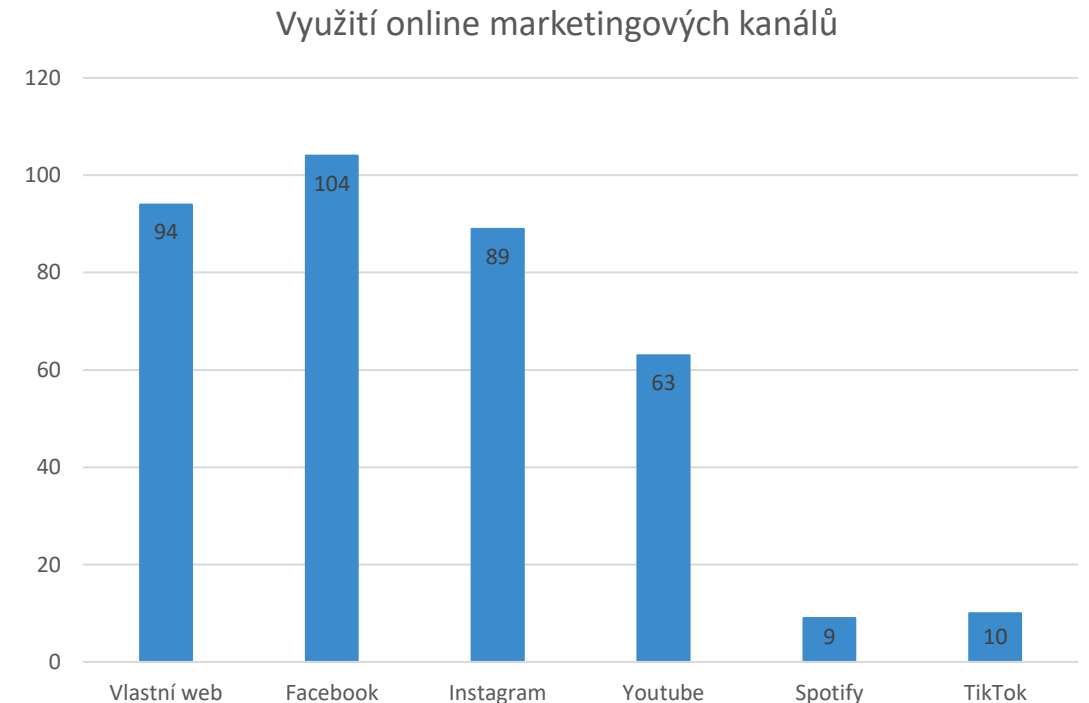
# Aktuální trend v oblasti veřejné podpory festivalů

- V letech 2023 a 2024 se výše veřejných finančních zdrojů směřovaných na podporu kulturních festivalů snižuje a organizátoři jsou nuceni hledat finanční podporu jinde, využít vícezdrojové financování či negrantový fundraising.



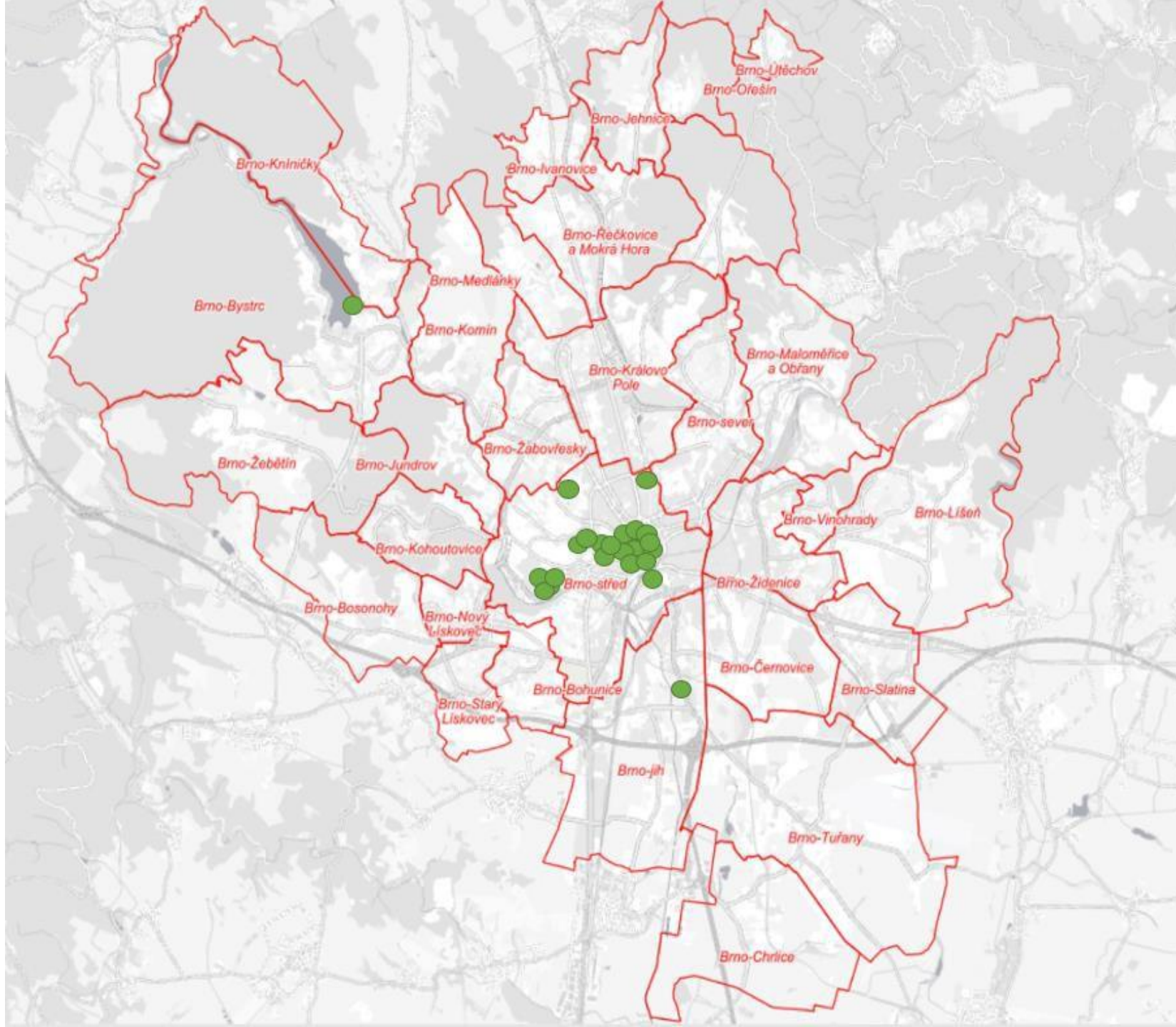
# Komunikační kanály

- U organizátorů festivalů v Brně dominují již tradiční marketingové kanály - Facebook (105 festivalů) a vlastní webové stránky (95), ty tvoří páteř marketingových strategií. Instagram (90) a YouTube (64) získávají na oblibě díky svému zaměření na vizuální prezentaci a hlubší zapojení publika. TikTok (10) a Spotify (9 festivalů) mají omezené využití.



# Festivaly s návštěvností nad 5 000 osob

- V rámci analýzy byly také samostatně analyzovány festivaly s návštěvností nad 5000 lidí a byla navržena také kritéria pro jejich hodnocení.
- Celkově bylo analyzováno 46 festivalů s návštěvností nad 5 000 osob.
- 27 festivalů se souběžně koná na několika různých místech ve městě primárně v historickém centru Brna.
- 9 festivalů se koná na výstavišti (Animefest, Brněnský majáles, Comic Con junior, Dance Life, Festival MČR, Festival vědy, Kniha Brno, Maker Faire, StarFest/Utubering), respektive 10, pokud zahrnujeme do výčtu i Pop Messe.



# System hodnocení přínosu festivalů s návštěvností v Brně nad 5 000 osob





# Příklady sledovaných hodnotících kritérií

**a) Rozvoj kulturního cestovního ruchu:** rozšíření publika o tuzemské a zahraniční návštěvníky a turisty, počet přenocování, dopad na dopravu, gastronomickou scénu, ... a další služby spojené s rozvojem cestovního ruchu (vytvoření nových produktů cestovního ruchu jako například karta ÖFF MÄSSE).

**b) Inovace v kultuře** – tento indikátor bere v úvahu rozmanitost programu (zastoupení lokálních, regionálních, zahraničních umělců), interdisciplinaritu, přesah do osvěty a vzdělávání, audience development, originalitu díla vytvořeného/poprvé prezentovaného v rámci festivalu apod.

**c) Vliv na veřejný prostor** – v rámci tohoto indikátoru sledujeme dopad na urbánní strukturu, oživení specifické lokality, konání na neobvyklém místě, zpřístupnění jinak nedostupné budovy či prostoru, vytvoření nového díla, které zůstane ve veřejném prostoru, úprava veřejného prostranství, omezení automobilové dopravy v době konání festivalu apod.

**e) Marketingový dopad:** rozsah mediální pokrytí, originální mix komunikačních kanálů, počty zmínek v regionálních a celostátních médiích, nový merch vedoucí k propagaci města Brna, zapojení influencerů, vznik nových komunikačních kanálů (podcasty, Discordové profily...) apod. Finální zhodnocení je na základě počtu mediálních zmínek v placené databázi ANOPRESS.

**f) Inkluze, přístupnost** – tento indikátor sleduje přístupnost festivalu znevýhodněným skupinám obyvatel nejen ve smyslu fyzické dostupnosti, ale i nabídkou specifických asistenčních služeb (jako tlumočení do znakového jazyka), hlídání dětí, bezbariérovost atd.

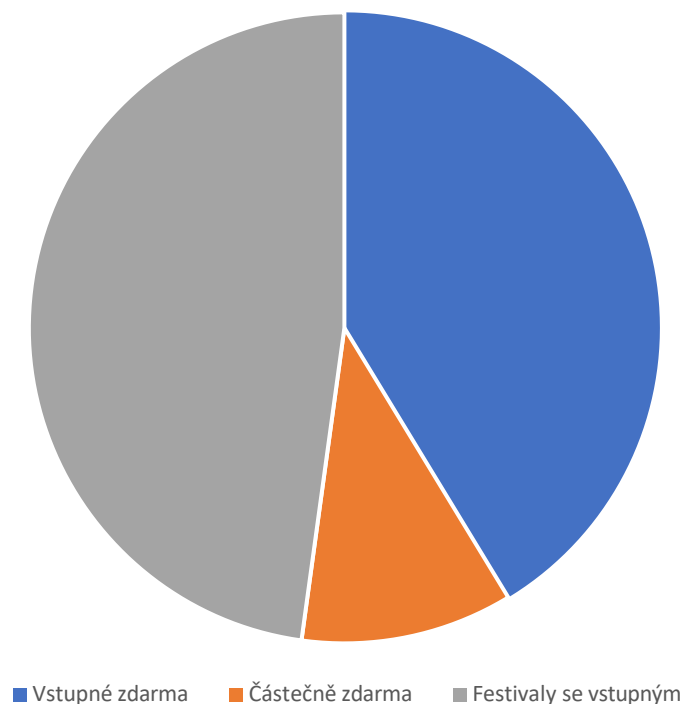
**g) Environmentální rozměr** – tento indikátor sleduje environmentální politiku festivalů, možnosti recyklace, energetickou spotřebu, propagaci udržitelných způsobů dopravy (vlak, MHD, kolo apod.), podporu lokální gastronomie a produktů a další ekologické aspekty, které vypovídají o způsobu konání festivalu ohleduplném k životnímu prostředí.

**h) Made in Brno** – zhodnocení, zda festival vznikl v Brně.

# Přístupnost, inkluze

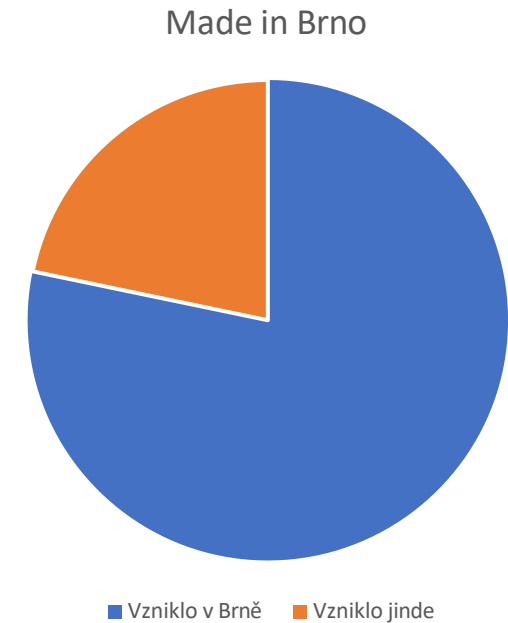
- 19 festivalů je zcela zdarma, dalších 5 nabízí zdarma část svého programu, což poukazuje na významnou přístupnost brněnských festivalů sociálně znevýhodněným skupinám obyvatel.
- Konkrétní opatření (jako například informace o fyzické přístupnosti, tlumočení do českého znakového jazyka, parkování pro ZTP aj.) však byla dohledatelná jen u 20 festivalů.

Vstupné na festivaly s návštěvností nad 5 000 osob



# Inovace, Made in Brno

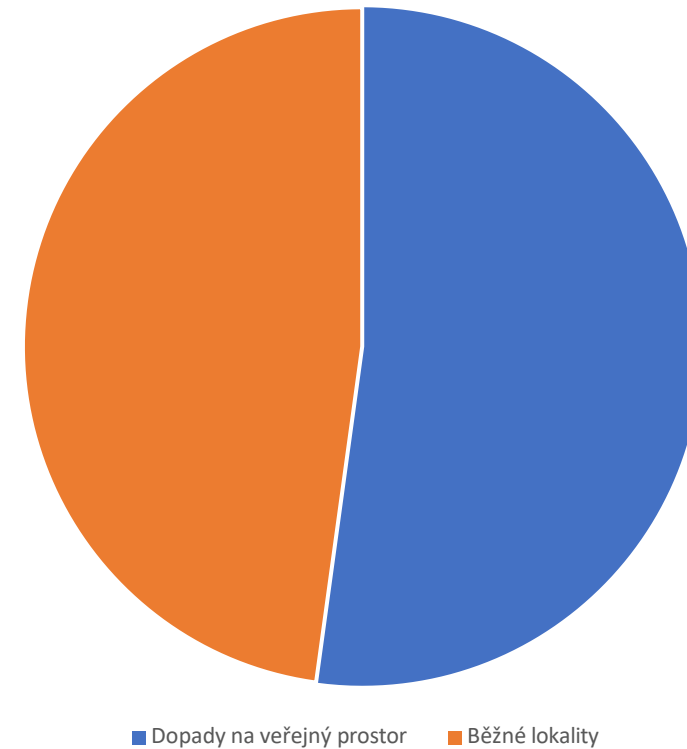
- 32 ze 46 festivalů je označeno jako inovativní zejména z důvodů originální a neustále vyvíjející se dramaturgie, open callů, přesahům do dalších uměleckých odvětví a oborů, konkrétně například do vzdělávání nebo vědy.
- 36 festivalů ze 46 vzniklo v Brně a naprostá většina z nich je pořádána brněnskými organizacemi (ačkoliv Dance Life a Kniha Brno jsou řízeny z Prahy a Mezipatra jsou řízena spíše z Prahy). Zároveň koncepty Open House a Art Week jsou převzatými formáty za zahraničí, které si však v Brně vybudovaly specifické postavení a renomé.



# Dopady festivalů

- 27 ze 46 festivalů má dopad na rozvoj kulturního cestovního ruchu, ostatní jsou určeny domácímu publiku.
- 24 festivalů pozitivně ovlivňuje veřejný prostor ať už ve smyslu oživení ulic města, zpřístupnění běžně nepřístupných prostor či instalace uměleckého díla ve veřejném prostranství.
- **Environmentální rozměr byl vysledován pouze u 10 festivalů.** Propagace a osvěta v této oblasti není pro pořadatele festivalů prioritou.

Festivaly a jejich dopad na rozvoj veřejného prostoru



# Další zjištění

- 33 festivalů má více než 20 mediálních zmínek v databázi ANOPRESS. Brněnské festivaly mají silný mediální dopad ať už v tradičních médiích, tak na online portálech.
- Několik festivalů je charakterizováno vysokým množstvím zapojených institucí a lokalit. Mezi největší „síťáře“ patří Open House Brno, Noc kostelů, Brno Art Week a Brněnská muzejní noc, přičemž BAW a Brněnská muzejní noc mají přesahy i mimo město Brno.
- Nezastupitelnou roli na festivalové scéně hraje TIC Brno, p.o. ať už v roli pořadatele či partnera (Brněnská muzejní noc, Brněnské Vánoce, Brno Art Week, Den Brna, Festival Uprostřed, Na prknech, dlažbě, trávě a další...).

# Doporučení

- Systém navržených hodnotících kritérií se ukázal jako funkční. Prostřednictvím jejich naplňování lze směřovat organizátory festivalů k naplňování cílů města v oblasti festivalové politiky, která však v současnosti není nikterak ukotvena a není tedy pro organizátory festivalů čitelná. Toto by mohl vyřešit například nový dotační program zaměřený pouze na podporu festivalů (ať už jednoletou nebo víceletou), který by jasně deklaroval směřování města v této oblasti (ať už jde o rozvoj cestovního ruchu, rozšíření festivalů do dalších městských částí či posílení inkluze).
- Vzhledem ke klesající veřejné podpoře je nutné hledat další finanční zdroje.
- V oblasti cestovního ruchu by bylo zajímavé se detailně zaměřit na výzkum podílu domácích a zahraničních turistů u jednotlivých festivalů s návštěvností nad 5 000 osob. Ze kterých zemí návštěvníci pocházejí, co je motivovalo k návštěvě, jak dlouho zůstávají v Brně, které formy dopravy využívají, jaká je výše jejich útraty, co by je motivovalo k opakované návštěvě atd.
- Analýza dostupnosti informací na oficiálních webových stránkách festivalů s návštěvností nad 5 000 lidí ukazuje, že údaje určené znevýhodněným skupinám návštěvníků jsou často nedostatečné nebo obtížně dohledatelné. Podobně environmentální aspekty festivalových provozů nejsou na webových stránkách systematicky komunikovány a informace o udržitelných opatřeních, ekologických iniciativách či strategiích pro minimalizaci environmentálního dopadu jsou spíše výjimečné. Zohlednění principů udržitelnosti a inkluze nejen ve festivalové praxi, ale i v její komunikaci, by mohlo vést k vyšší společenské odpovědnosti a k širšímu zapojení různorodých skupin publika do kulturních aktivit.
- Organizátoři festivalů by se měli snažit více zapojovat do mezinárodních sítí, získávat tituly vedoucí k posílení marketingu a přilákání nových návštěvníků, přitom však nezapomínat na místní obyvatele a jejich potřeby.

Kontakt:

Mgr. Blanka Marková, Ph.D.

[markova.blanka@gmail.com](mailto:markova.blanka@gmail.com)

777 47 37 46