

**myniss**

Meziuniverzitní studentská soutěž

## **Areál brněnského výstaviště**

**B | R | N | O**

Ivana Sekaninová

Žaneta Rezková

Jakub Klíma

Michal Bielik

Lucie Mikšíková

Martin Zacha

Katarina Mackovičová

V Brně 20. 4. 2017

## Obsah

Úvod .....	5
1 TEORETICKÁ ČÁST .....	7
1.1 Areál brněnského výstaviště .....	7
1.2 Historie .....	7
1.3 Významné architektonické památky .....	8
1.4 Současnost .....	8
1.5 Výstaviště v zahraničí .....	9
1.5.1 Messe Wien .....	9
1.5.2 Messegelände Hannover .....	9
1.6 Demografie .....	10
2 ANALYTICKÁ ČÁST .....	15
2.1 Pavilón Morava a studentský klub .....	15
2.1.1 Urban centrum a kancelář města Brna .....	16
2.1.2 Multifunkční sál .....	17
2.1.3 Studentský klub .....	18
2.1.4 Kafe - bar .....	20
2.2 Letní kino / autokino .....	22
2.2.1 Letní kino .....	22
2.2.2 Autokino .....	23
2.3 Venkovní posilovna a hřiště .....	24
2.3.1 Outdoor posilovna .....	24
2.3.2 Běžecský okruh .....	26
2.3.3 Dětské hřiště .....	27
2.3.4 Venkovní organizované cvičení .....	27
2.4 Horolezecká stěna .....	28
2.5 Grilování a čas pro relax .....	29

2.6 VIDA centrum.....	32
2.6.1 Malá SWOT analýza .....	34
2.6.2 Příležitost ve využití venkovních prostor .....	35
2.7 Venkovní hry.....	37
2.8 Trhy, jarmarky a akce.....	38
2.8.1 Farmářské trhy.....	38
2.8.2 Food festival .....	39
2.8.3 Mezinárodní festival.....	39
2.8.4 Festival zapomenutých řemesel.....	39
2.8.5 Zahrádkářská a hobby výstava .....	39
2.8.6 Jarmarky dle ročních období .....	39
2.8.7 Festivaly kávy a sladkostí .....	40
2.8.8 Výstava příběhy 20. století.....	40
2.9 Šifrovací hra .....	40
3 MARKETINGOVÁ STRATEGIE .....	42
3.1 Marketingový mix .....	42
3.2 Finance .....	45
Závěr.....	47
Zdroje .....	48
Seznam obrázků .....	51
Seznam tabulek .....	51
Seznam grafů.....	51
Přílohy .....	52

**Poděkování**

Rádi bychom touto cestou poděkovali garantovi projektu MUNISS Mgr. Ing. Janu Žákovi za jeho konzultace a cenné připomínky během tvoření práce a za ochotu s jakou se projektu MUNISS věnuje a dává příležitosti studentům k novým zkušenostem. Poděkování patří i zástupcům města Brna, za odborné konzultace a cenné připomínky – Mgr. Janu Holečkovi a všem dalším, kteří se na projektu podíleli.

## Úvod

Tato práce se zabývá areálem brněnského výstaviště a možnostmi jeho dalšího využití, zejména pak otevření veřejnosti a zpřístupnění výstaviště všem lidem. Doposud byl areál brněnského výstaviště uzavřen a zneprístupněn volnému pohybu osob v jiném období než během probíhajících výstav. Tato práce se zabývá dalšími možnostmi využití brněnského výstavnického areálu nejen k účelu výstav, ale i k mnoha dalším aktivitám, které budou v jednotlivých částech této práce probírány.

Na začátku této práce stála úvaha, co vlastně pro nás město Brno znamená. Pro mnohé z nás je Brno město studentů, což se i teď potvrdilo v anketě TOP 10 studentských měst, kde se město Brno umístilo na krásném čtvrtém místě mezi městy jako Ottawa, Praha, Shanghai a mnohé další. Brno v sobě ukrývá hned několik velkých vysokoškolských fakult Masarykovy univerzity, Mendelovy univerzity, VUT a Veterinární a farmaceutické univerzity. Tedy město Brno spojuje mnoho studentů ze spousty různých oborů a zaměření. Proto jsme se rozhodli, velkou část našich aktivit, které bychom chtěli postupně v areálu zavést, zaměřit právě na cílovou skupinu studentů, ovšem stejně tak v naší práci nejsou opomíjeny rodiny s dětmi a senioři.

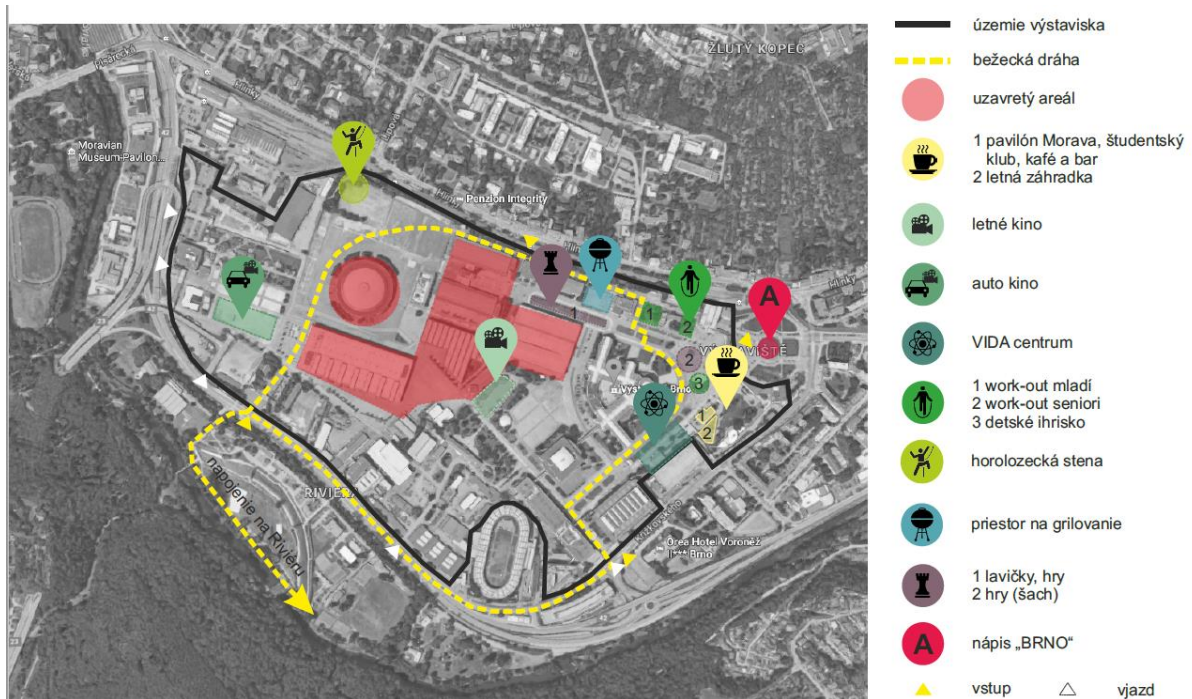
Naším hlavním cílem bylo z doposud uzavřeného areálu volně veřejnosti nepřístupného vytvořit místo zábavy se spoustou aktivit pro všechny. Místo, kde se neustále něco děje a kde je mnoho možností pro trávení volného času. „Brněnské výstaviště, místo pro všechny, místo plné zábavy“.

V areálu brněnského výstaviště bychom chtěli zavést následující aktivity, které budou postupně rozebírány v jednotlivých částech této práce:

- Pavilón Morava a Studentský klub
- Letní kino / autokino
- Venkovní posilovna
- Běžecká dráha
- Horolezecká stěna
- Grilování a čas pro relax
- Vída centrum
- Venkovní hry a aktivity
- Trhy, jarmarky a akce

- Šifrovací hra

Na následující mapce jsou zobrazeny jednotlivé aktivity a využití volné plochy v areálu brněnského výstaviště. Aktivity jsme se snažili umístit navzájem v blízkosti, abychom vytvořili centrum, kde se lidé budou scházet a všechny dané aktivity našli poblíž sebe.



# 1 TEORETICKÁ ČÁST

## 1.1 Areál brněnského výstaviště

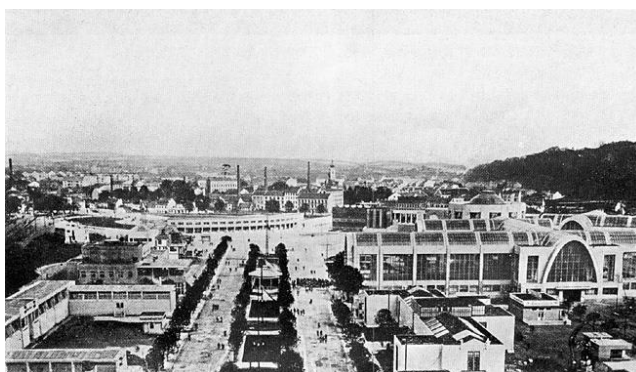
Areál brněnského výstaviště se nachází v městské části Brno–střed na levém břehu řeky Svatky. Patří společnosti Veletrhy Brno a .s., která je nejvýznamnější veletržní správou ve střední Evropě, a je celoročně využíván nejen během veletrhů a výstav, ale pořádají se zde také různé další akce.

## 1.2 Historie

Brány areálu výstaviště se sice poprvé otevřely 28. května 1928, historie výstavnictví v Brně však sahá ještě více do historie. Vzorové trhy se v Brně konaly již v roce 1922, kdy byl provizorně využit areál stadionu na Kounicově ulici. Ten však nestačil tehdejším potřebám a tak se postupně rozjel plán na výstavbu velkého komplexu nedaleko centra města. Město pro tyto účely koupilo pozemek tzv. Bauerovy rampy v Pisárkách od velkostatkáře a podnikatele Viktora rytíře von Bauera, jehož rodinné sídlo v zámečku se zahradou zdobí brněnské výstaviště dodnes. Jedním z kritérií při výběru areálu byl požadavek na dobrou dopravní dostupnost, kterou tento areál splňoval (MÜLLER, 2002).

Samotná realizace výstaviště začala v prosinci roku 1926 podle vítězného návrhu architekta Josefa Kalouse a do roku 1928 tu vzniklo skoro sedmdesát pavilonů a mnoho dalších objektů. Zároveň byla také v těchto letech založena Výstavní akciová společnost. Areál byl poprvé otevřen u příležitosti Výstavy soudobé kultury v Československu pořádané k 10. výročí vzniku Československé republiky (Finanční novinky, 2008).

Obrázek 1 Staré výstaviště



Ačkoliv Brno zažilo díky této události rozmach ve výstavnictví, jeho sláva nevydržela věčně a v průběhu let začala slábnout kvůli úpadku hospodářského rozmachu. Během druhé světové války, na jejímž konci byla značná část areálu zničena bombardováním, sloužilo výstaviště jako skladiště zbraní. Všechny tyto události vedly k otázce, zda by nebylo lepší areál celého

výstaviště srovnat se zemí. O bourání se mluvilo již během hospodářské krize, i tentokrát byl však areál zachráněn (Finanční novinky, 2008).

Život se na výstaviště vrátil v šedesátých letech minulého století Výstavou československého strojírenství. Ta byla předchůdcem Mezinárodního strojírenského veletrhu, který se zde koná dodnes. Od té doby sláva brněnského výstaviště opět kvetla a Brno získalo pověst města veletrhů (Veletrhy Brno, 2016).

### 1.3 Významné architektonické památky

Ačkoliv bylo výstaviště na konci druhé světové války bombardováno, dochovalo se zde několik původních budov, které představují významnou kolekci funkcionalistické architektury. Jednou z dochovaných budov je i pavilon Morava, který je dílem architekta Vlastislava Chrousta. Budova má tvar jednoduchého kvádrů a zdobí ji červený keramický obklad a dvě kruhová okna v průčelí. K příležitosti Výstavy soudobé kultury v Československu byl na pavilón umístěn obrovský goblén s moravskou orlicí, který můžeme na budově najít dodnes (MÜLLER, 2002).

Obrázek 2 Pavilon Morava



Kromě pavilonu Morava se z dob před druhou světovou válkou dochovala také prosklená vyhlídková věž od architekta Bohumíra Čermáka, která již při otevření areálu byla jednou z dominant brněnského výstaviště. Vyhlídková věž měří 45 metrů a je součástí pavilonu G. Původní výtah byl nahrazen těžkým rychlovýtahem, který zapříčinil špatnou statiku věže, a budova je tak pro veřejnost nedostupná (MÜLLER, 2002).

### 1.4 Současnost

Brněnské výstaviště je k pořádání různých veletrhů a výstav využíván dodnes. Areál s čistou výstavní plochou 130 000 m<sup>2</sup> je ve vlastnictví společnosti Veletrhy, a.s., která je nejvýznamnější veletržní správou ve střední Evropě. Jediným vlastníkem Veletrhů, a.s. je město Brno. To se v roce 2015 dohodlo s bývalým vlastníkem Messe Düsseldorf na odkupu zbylých 61% akcií, které německá společnost vlastnila od roku 2001 (iDnes, 2015).

*„Svoji činností představují Veletrhy Brno a.s. významného hospodářského multiplikátora ekonomiky města Brna a jihomoravského regionu s dopadem na zaměstnanost malých*



*a středních podniků a cestovní ruch. V rámci firemní společenské odpovědnosti se společnost významně podílí na podpoře vzdělávání, podnikání a podpoře neziskových oblastí kultury a sportu, památkové péče.“ (Veletrhy Brno, 2016)*

Ročně se zde koná asi 50 veletrhů a výstav, které navštíví téměř 1 milion návštěvníků. Kromě toho se zde pořádá také mnoho další akcí, jako jsou například kongresy, plesy, přehlídky, sportovní akce či koncerty (GOtoBRNO, 2016).

## **1.5 Výstaviště v zahraničí**

Brněnské výstaviště není jediným významným výstavištěm v Evropě, ale za hranicemi má mnoho konkurentů. Patří mezi ně například Messe Wien v Rakousku nebo Messegelände Hannover v Německu.

### **1.5.1 Messe Wien**

Messe Wien je výstavní centrum, které se nachází ve Vídni, s výstavní plochou 60 000 m<sup>2</sup>. Nachází se zde také kongresové centrum, které pojme 33 000 účastníků. Výstaviště je výhodné díky své poloze pro konání mezinárodních veletrhů. Britská společnost Reed Exhibitions Companies, které toto výstaviště patří, vlastní ještě výstaviště v Salcburku (Messe, © 2005 – 2017).

V roce 2015 se 134 veletrhů ve Vídni a v Salcburku zúčastnilo celkem 950 000 návštěvníků (Messe, © 2005 – 2017).

### **1.5.2 Messegelände Hannover**

Výstaviště Messegelände Hannover v německém Hannoveru je největším výstavištěm na světě. Jeho vnitřní výstavní plocha je 496 000 m<sup>2</sup> a k tomu patří další 58 000 m<sup>2</sup> venkovních výstavních prostor. Výstaviště má 29 hal a pavilónů s multifunkčním vybavením a zařízením, které lze rozdělit do čtyř samostatných areálů, které umožňují konání více velkých akcí najednou, aniž by byl narušen jejich chod. Kromě výstavních hal je zde mnoho dalších víceúčelových prostor. Jedním z nich je kongresové centrum s více než 35 konferenčními místnostmi. Kromě možnosti rozdělení areálu je výhodou tohoto výstaviště oproti dalším německým výstavištím jeho poloha na hlavní křižovatce dálnic na Severu Německa (Messe, © 2005 – 2017).

Jedním z nejznámějších veletrhů pořádaných na tomto výstavišti je bezpochyby Hannover Messe, který je nejvýznamnějším průmyslovým veletrhem na světě. V roce 2016 navštívilo tento veletrh více než 190 000 návštěvníků a přes 5 000 vystavovatelů (Hannovermesse, 2017).

## 1.6 Demografie

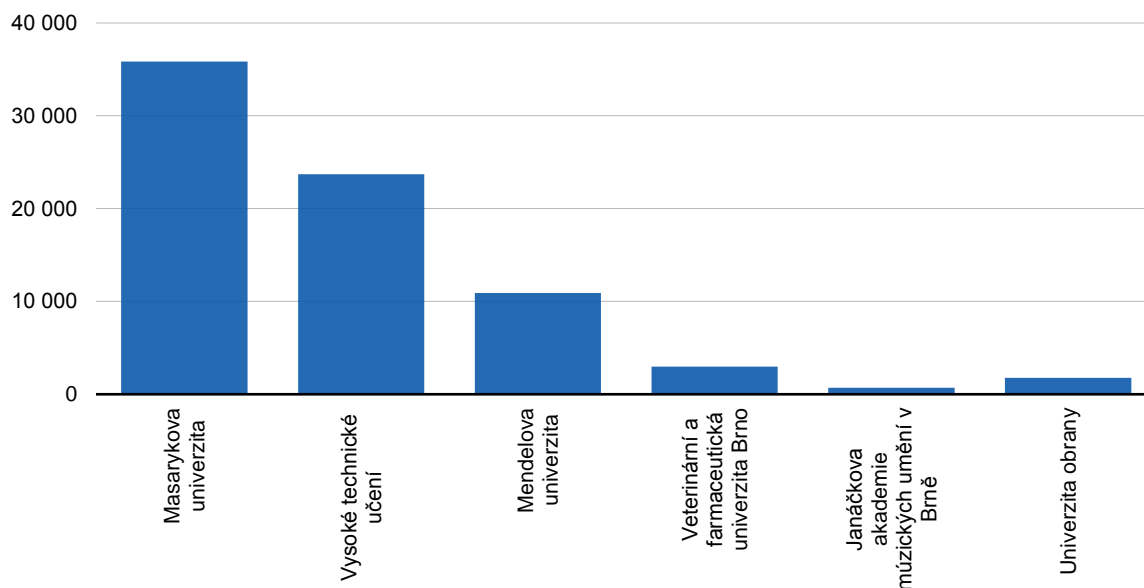
Brno je druhé největší město České republiky a největší, dříve hlavní, město Moravy. Centrem samotného Jihomoravského kraje je okres Brno-město. Ikonou města Brna je samozřejmě náměstí Svobody, dále katedrála svatého Petra a Pavla, hrad Špilberk a bezpochyby i výstaviště města Brna. Avšak je tato ikona BVV dostatečně velká? Jestliže porovnáme náměstí Svobody, katedrálu na Petrově či hrad Špilberk, uvědomíme si, že u všech těchto impozantních historických památek se vyskytuje i zázemí pro veřejnost, a to od venkovních laviček po drobná občerstvení. Bohužel brněnské výstaviště toto zázemí neposkytuje a není ani veřejnosti přístupno. Lidé si tak areál mohou prohlédnout pouze při konaných výstavách a kulturních akcích BVV.

Město Brno je metropole přibližně o 380 tisících obyvatel, přičemž dalších sto tisíc lidí do Brna dojíždí za prací a studiem, takže reálný počet obyvatel města se pohybuje okolo půl milionu. Tomuto reálnému počtu obyvatel musí město Brno svou nabídku infrastruktury a služeb přizpůsobit.

Výše zmíněná nepřesná hodnota o počtu obyvatel města vyplývá z poměrně nespolehlivého ukazatele, a to trvalého bydliště. Vzhledem k tomu, že Brno je město vysokých škol, tedy jedná se o tzv. studentské město, věnujeme značnou pozornost právě jim při otevírání brněnského výstaviště veřejnosti.

Dominantou mezi brněnskými vysokými školami je Masarykova univerzita, která v dnešní době poskytuje studium přibližně 35 tisícům lidí. Vysokou školou s také vysokým počtem studentů, a to přibližně 25 tisíc, je Vysoké učení technické v Brně. Dále je potřeba zmínit Mendelovu univerzitu, která poskytuje vzdělání více než 10 tisícům studentů. V Brně je pět veřejných, jedna státní a sedm soukromých vysokých škol. Dohromady tyto školy vzdělávají 83 tisíc studentů. Pro porovnání – Praha zajišťuje zázemí zhruba pro 130 000 studentů. V rámci složení obyvatel města Brna studenti představují cca 20% podíl na celkovém počtu obyvatel, což jistě není zanedbatelná část. Chceme tedy věnovat studentům studentský klub, který se bude nacházet v suterénu pavilonu Morava a bude pod jejich správou.

Graf 1 Počet studentů vybraných vysokých škol v Brně v roce 2017



Zdroj: Vlastní zpracování na základě podkladů z Českého statistického úřadu

Další skupinou, na kterou se chceme v rámci našeho projektu zaměřit, jsou rodiny s dětmi. Zde bychom rádi zmínili současný trend suburbanizace, kdy se lidé stěhují do okrajových částí města. Město se tak může geograficky rozrůstat a postupem času mohou být obce v blízkém okolí města přičleněny k městu podobně jako např. Obrany či Kohoutovice. Statisticky tak lidí v Brně ubývá, fakticky jejich počet roste, o čemž napovídá růst počtu obyvatel v okrese Brno-venkov. I když se lidé stěhují za přírodou a rodinou pohodou na venkov, za prací jsou často nuceni stále dojíždět. Tudíž opět roste reálný počet obyvatel ve městě. Tento jev lze pozorovat především v SO ORP Kuřim a Šlapanice. Tenhle trend velkých měst nastal od roku 1989 v celé České republice.

Rodiny tedy paradoxně nejvíce času stráví ve městě, i když své trvalé bydliště mají někde jinde. Důkazem je již zmíněná dojížděka za prací, ale i za školou či nákupy. Naším projektem chceme rodinám s dětmi i ve městě nabídnout kousek přírody a pomocí venkovních her zajistit rodinám pohodu.

V naší vizi se rozhodně neomezujeme pouze na studenty a rodiny s dětmi. Naš projekt je přístupný lidem všech věkových kategorií a nejrůznějších zájmů.

Brno se podobně jako celá Česká republika (potažmo i Evropa) v dnešní době potýká s výrazným socioekonomickým problémem, a to stárnutím populace. Současné věkové složení obyvatel Brna znázorňuje graf č. 2, kde pozorujeme, že největší počet obyvatel se pohybuje v letech 37 až 45 let. Tento neobvykle vysoký počet lidí přibližně ve čtyřicátém roku stáří je éra tzv. Husákových dětí. Přičemž pokud tito lidé založí rodiny s dětmi, tato odchylka

v budoucnu opět nastane. Musíme ale počítat i se současným fenoménem, kterým je nízký počet narozených dětí či bezdětnost. V současné době připadá průměrně na jednu matku 1,51 narozeného dítěte, přičemž se toto číslo má podle optimistických prognóz zvýšit na 1,75. Důležitým faktorem složení společnosti je také naděje na dožití. Momentálně se naděje na dožití pohybuje u mužů okolo 75,85 roku a u žen až okolo 81,76 let. V budoucnu tyto hodnoty mají také růst, a to u mužů na 86 let a u žen dokonce na 91 let. Také musíme počítat s tím, že za 25 let silná propopulační éra Husákových dětí bude silně převažovat nad ekonomicky aktivním obyvatelstvem. Tudíž věková pyramida bude regresního typu. Z těchto teorií vyplývá právě stárnutí populace.

V roce 2056 tak bude v Brně 350 tisíc obyvatel s trvalým bydlištěm v Brně. S poklesem počtu obyvatel souvisí již zmíněný problém – stárnutí populace. V roce 2056 budou silnou část obyvatel zastupovat lidé ve věku 65+, což bude vyžadovat posílení nabídky služeb, vhodného bydlení a vhodné dopravy pro seniory.

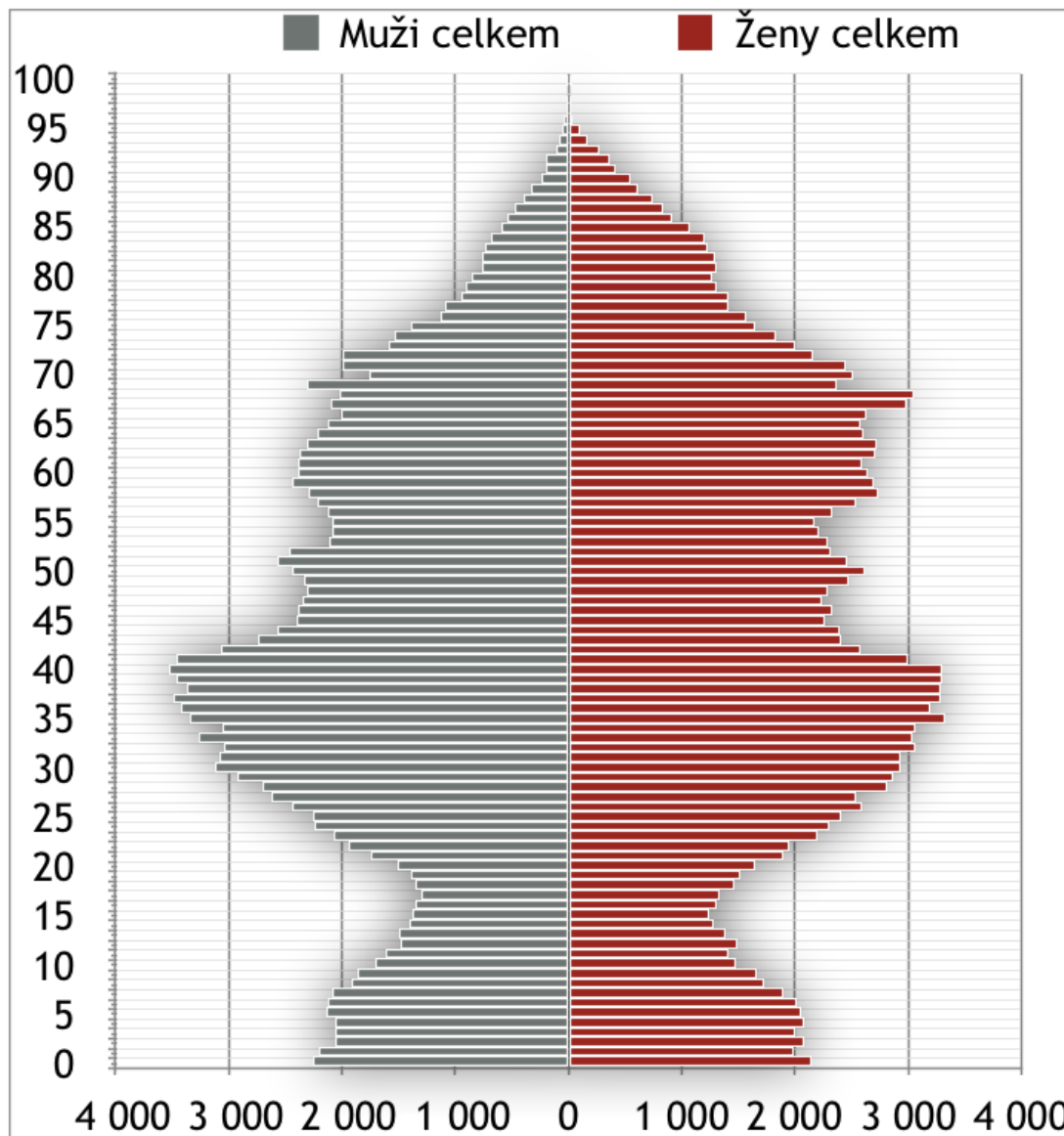
S touto nešťastnou předzvěstí v našem projektu také počítáme. Proto chceme vytvořit v areálu výstaviště Brno místo odpočinku pro seniory. Tímto místem je právě venkovní prostor, který je věnovaný venkovním hrám. Zde si lidé vyššího věku mohou zahrát deskové hry v životní velikosti typu dáma, Člověče nezlob se apod. Pro ty aktivnější z nich máme připravený i workoutový koutek, kde si budou moci zacvičit, a přispět tak ke svému zdravému životnímu stylu. Pro ty z nich, kteří zde budou vyhledávat klid a odpočinek, bude sloužit místní kafé-bar, kde si budou moci dát čaj, kávu či jiný nápoj společně s drobným občerstvením, jako jsou chlebíčky či zákusky.

Tabulka 1 Věkové složení obyvatel Brna

Věk	Počet	Muži	Ženy
0 – 14	55 325	28 230	27 095
15 – 64	246 583	123 423	123 160
65 +	75 120	30 237	44 883
Celkem k 31.12.2015	376 915	181 890	195 138
Průměrný věk	42,7	40,9	44,3
index stáří (65+ / 0 -14 v %)	135,8	107,1	165,7

Zdroj: Vlastní zpracování za základě podkladů z Českého statistického úřadu

Graf 2 Věková pyramida



Zdroj: Vlastní zpracování na základě podkladů z Českého statistického úřadu

Zároveň pro ty neaktivnější občany města Brna máme připravené i workoutové hřiště společně s běžeckou dráhou. Tuto běžeckou dráhu mohou návštěvníci využít v kratší formě, a to pouze v areálu, nebo se mohou napojit na běžeckou dráhu podél riviéry.

Náš projekt jsme tedy věnovali široké veřejnosti. Na své si zde přijde opravdu každý, ať je to sportovec, senior, maminka s dítětem, student či pouze zvědavý turista; každý si zde najde svou zálibu. Společným lákadlem pro všechny věkové kategorie je letní kino, kde si jen stačí počkat na svůj oblíbený film. Dalším lákadlem pro všechny jsou prezentace na různá témata, které budou probíhat ve studentském klubu.

Jak lze vidět, naše vize není pouze výstřelkem současného módního trendu, ale snažíme se myslet především dopředu. Nechceme, aby byl tento projekt zanedbatelnou součástí Brna, chceme, aby to byl „boom“ nejen pro obyvatele města Brna, ale i pro turisty a občasné návštěvníky.

## 2 ANALYTICKÁ ČÁST

### 2.1 Pavilón Morava a studentský klub

Krásná, funkcionalistická, památkově chráněná a ne tak úplně jedinečná stavba. Tento popis pavilonu Morava v sobě přináší část problémů a část benefitů s kterými jsme se při vizi tohoto pavilonu vypořádávali.

Důležité je zejména si uvědomit, že kvůli památkové ochraně nelze objekt jednoduše zateplit. Objekt by bylo velice nákladné vytápět po dobu zimního období, a je tedy nemožné jej využívat ve stávajícím stavu celoročně. Zároveň pavilon nemá bezbariérový přístup a nákladní výtah, obojí je pro vizi pavilonu nezbytné a mírně finančně nákladné. Po dobu, kdy bychom byli pavilon využívali, počítali bychom s jeho plným vytížením, a tak jej pasujeme do jakéhosi středobodu aktivit v prostoru BVV vedle Vida science centra, ze kterého by měl nalákat lidi do areálu BVV. Umístění pavilonu je v administrativní zóně u jezírka, pro naši vizi by bylo velice vyhovující, kdyby byl umožněn vstup z ulice Křížkovského, jelikož přístup od hlavního vstupu shledáváme jako velice vzdálený a zvyšující neatraktivnost pavilonu. Pavilon, který má v sousedství své „dvojče“, ačkoliv se nezdá, je poměrně rozsáhlý. A právě díky jeho rozloze do pavilonu Morava umístíme:

- Urban centrum města Brna s kanceláří
- Víceúčelový sál
- Kafe-bar
- Studentský klub s čítárnou
- Sklad

Hlavní návštěvnost pavilonu Morava bude plynout ze zájmu o město Brno ve spojení se studenty a návštěvníky BVV, kteří poputují do areálu za účelem návštěvy Vida centra či aktuální výstavy právě v pavilonu Morava. Propojením těchto skupin návštěvníků chceme dosáhnout pozornosti napříč spektrem společnosti a napříč věkovými skupinami. Důraz klademe na lidi v mladším a středním věku, pro které by právě pavilon Morava měl tvořit kulturní, informační i odpočinkovou zónu.

Pomocí propojení Urban centra s výstavními prostory a studentským klubem, chceme zvýšit pozornost občanů ke svému městu, činnostem a problémům, které právě řeší. Kavárna by měla zvýšit pohodu objektu a upoutat pozornost lidí, kteří by jinak nebyli ochotní jít do objektu pouze za účelem informací o městě Brně či za výstavou. Tuhle vizi objektu by zároveň měly

podpořit i pořádané akce v těsném sousedství budovy, které zároveň oživí prostor výstaviště kulturní a zábavní stránkou. Tyto akce v okolí objektu pavilonu budou v režii města, studentů, ale i kulturních osobností, což samozřejmě zvýší pozornost celého objektu. Přesná podoba akcí by záležela na kreativitě všech těchto skupin, ovšem určitá představa akcí je zejména soutěžního, výstavního a kulturního charakteru (sportovní, hudební, divadelní a výtvarné).

### **2.1.1 Urban centrum a kancelář města Brna**

Přízemní patro jsme se rozhodli spojit ze tří částí, které slouží hlavně pro účely Urban centra města Brna, toto centrum jsme se rozhodli umístit zejména do části přízemí, protože prostor je v celém objektu nejrozlehlejší, tedy cca 110 m<sup>2</sup>, a také kvůli dobrému přístupu ihned po vstupu do objektu. Tento prostor vidíme jako vůbec nejatraktivnější pro návštěvníky pavilonu, vzhledem k přístupnosti.

Druhá část přízemí by měla mít rozsah přibližně 60 m<sup>2</sup> a bude se v ní nacházet kancelář města Brna, kde bude možnost komunikovat se zástupcem města o všech otázkách, co návštěvníky zajímá. Příslušná osoba by měla být schopna diskutovat s návštěvníky zaslíbeně a měla by disponovat přístupem k potřebným dokumentům. Tato část především zvýší lidskost městského úřadu a věříme, že dosáhne vřelejších vztahů s občany a návštěvníky.

V zadní části tohoto patra je umístěn nákladní výtah se zázemím cca 40 m<sup>2</sup>, pro obsluhu výstavních prostorů a prvního patra. Výhoda nákladního výtahu je i v možnosti stěhování nejen výstavního materiálu, ale i sezení pro posluchače, či dalšího nábytku do skladových prostor v části suterénu.

Naše ucelená vize celého přízemí spočívá zejména v komunikaci města s občany a návštěvníky ve spojení s kulturním děním.

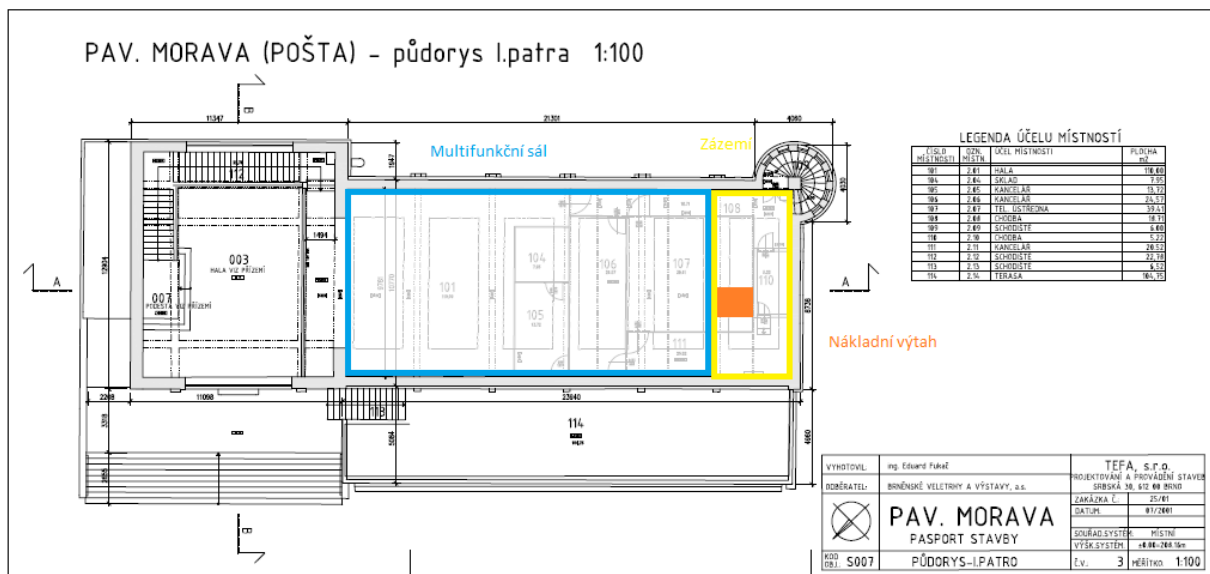
Dále bude při pořádání akcí možnost umístit bar s občerstvovací zónou do vstupní haly, která poskytuje výbornou atmosféru díky nádhernému lustru a je stále ve spojení s částí výstav Urban centra.

V průběhu velkých výstav v areálu BVV se bude v Urban centru prezentovat město Brno, nejlépe ve spojení s tématem výstav. Tento krok otevírá městu možnost oslovit širokou veřejnost z různorodých odvětví a z rozmanitých krajů světa. Právě učinění pavilonu jedním z vystavovacích míst v rámci veletrhů povede ke zviditelnění města u návštěvníků, což může





Obrázek 4 Plán 1. patra pavilonu Morava



Zdroj: Podklady města Brna

### 2.1.3 Studentský klub

V suterénu pavilonu Morava chceme vytvořit studentský klub s přátelskou atmosférou, který mohou navštívit nejen studenti, ale i široká veřejnost. Proč právě studentský klub? Brno je město studentů a rádi bychom jim nabídli místo, kde se všichni společně mohou scházet napříč univerzitami – bez rozdílů, kterou z univerzit studují. Město Brno se umístilo na 4. místě v soutěži top 10 studentských měst po celém světě. Dejme tedy studentům prostor, kde se mohou seberealizovat, a dají tak vědět nejen široké veřejnosti, ale i zahraničním studentům o části města Brna, která není tak popularizovaná. Nechejme areál výstaviště Brna stát se ikonou takové velikosti jako např. náměstí Svobody či hrad Špilberk. Takovéto zviditelnění areálu BVV veřejnosti je vyjádřením úcty k precizní práci architekta Emila Králíka.

Tento studentský klub, jak již bylo řečeno, by se nacházel v suterénu pavilonu Morava, společně s knihovnou města Brna, ve které by se nalézaly nejrůznější spisy o Brně a samotném areálu BVV.

Tato část by se stala místem pro projednávání studijních projektů a mnoha dalších akcí. Zároveň by studenti mohli využívat i multifunkční sál, kde by probíhalo promítání studentských filmů, pořádání workshopů a přednášek na různá témata (např. zkušenosti a zážitky z řad mladých cestovatelů, nebránilo by se ani závažnějším tématům, pořádalo by se prostě vše, co bude studenty zajímat). Kromě těchto akcí by se zde mohly vést prezentace ohledně různých druhů jídel a kultur, které by mohli vést zahraniční studenti za pomoci svého

tutora. Tyto prezentace by byly pod vedením organizace ESN Brno United, která zastřešuje aktivity mezinárodních studentských klubů brněnských veřejných vysokých škol.

Zároveň bychom chtěli prostory nabídnout i mladým umělcům z řad studentů a poskytnout jim prostory k případným výstavám a dalším věcem. Zde by se nabízela i možnost pro studenty zviditelnit se různými prezentacemi v počátcích své kariéry.

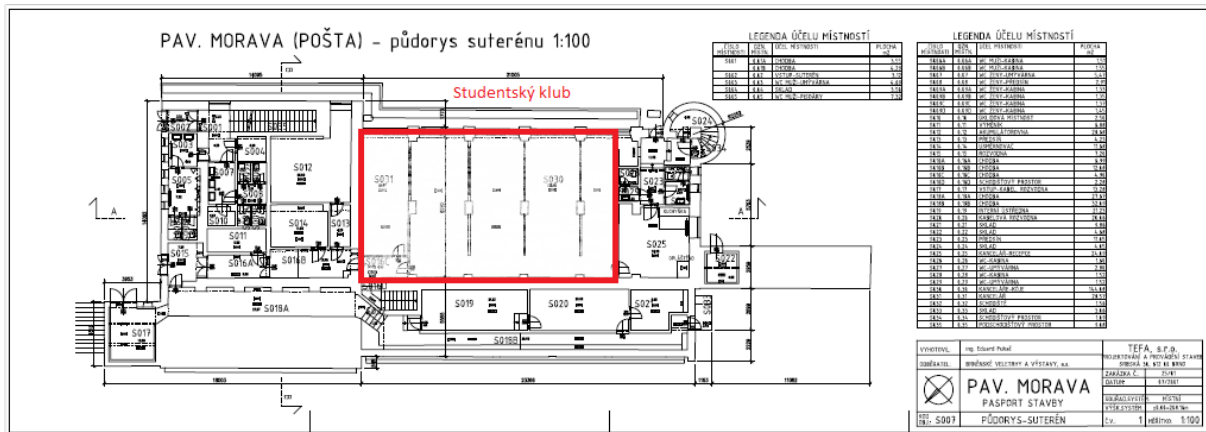
V době, kdy by se zde nekonala žádná akce, tzn. od dopoledne do pozdního odpoledne, by prostory studentského klubu sloužily jako odpočívárna a čítárna pro studenty všech VŠ. Bylo by to i místo, kde se mohou sejít na psaní seminárky i v neděli, kdy jsou všechny knihovny zavřené.

Jak bylo zmíněno výše, v této místnosti by se nalézala také knihovna města Brna, která by sloužila jako historické okénko areálu BVV a samotného města. Tuto část, kde by se vyskytovala knihovna, bychom chtěli mít částečně spojenou se stálou expozicí fotek a plánů areálu BVV a samotné práce Emila Králíka na brněnském výstavišti.

Návštěvníci by tak mohli vidět výstaviště i z jiné stránky a neměli by jej spojené jen s kulturními a sportovními akcemi typu brněnský majáles či Colour run. V této místnosti by se nalézaly sedačky, sedací vaky s malými stoly a promítací plátno. Dále se zde bude nalézat sbírka deskových her, které si mohou studenti kdykoliv půjčit.

Tuto oblast areálu BVV bychom chtěli využít k tomu, aby zaštitovalo spojení aktivních studentů napříč VŠ ve spolupráci s jednotlivými Akademickými uniemi. Pokusit se vytvořit příjemnější a kvalitnější místo ke studiu, čemuž odpovídá i naše vize Studentského klubu. V Brně je spousta vysokých škol a různých oborů, ale studenti se vzájemně nepropojují, což je velká škoda. Jednotliví studenti mají různé znalosti a vzájemným propojením studentů jak českých, ale i zahraničních by mohly vznikat skvělé a jedinečné projekty. K tomu by i napomáhala situace, že klub sdílí budovu s Urban centrem, a mohla by tedy vzniknout v budoucnu i velice užitečná spolupráce. Doufáme tedy, že se jednotliví studenti v Brně spojí a třeba i díky svým projektům obohatí město Brno.

Obrázek 5 Půdorys suterénu pavilonu Morava k využití pro studentský klub



Zdroj: Podklady města Brna

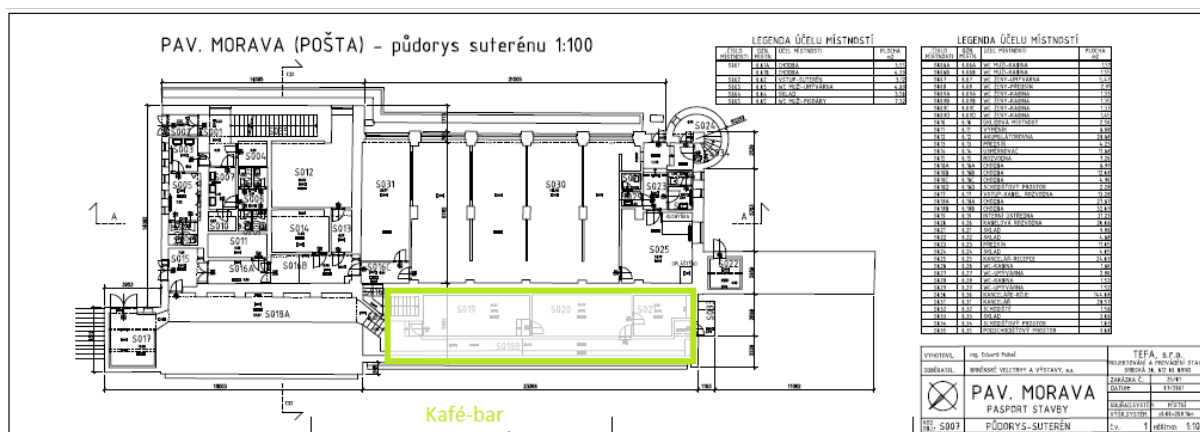
### 2.1.4 Kafe - bar

Pro kafe-bar v pavilonu Morava jsme vybrali část, která se skládá z místností S019, S020 a S021 (obr č. 6). Tato kavárna by byla k dispozici po celý den a byla by tedy přístupná jak návštěvníkům Brněnského výstaviště, tak i občanům, kteří si chtějí pouze pochutnat na skvělé kávě a lehkém občerstvení. Kafe-bar bychom navrhovali pronajmout některému restauratérovi, který by se staral o jeho provoz.

Jednalo by se zejména o zajištění výborné kávy a dezertů, ale i lehčího občerstvení. Zároveň by tato kavárna zajišťovala občerstvení během velkých akcí v Urban centru a multifunkčním sále, kde by pro tyto účely byl využit prostor pod okrasným lustrem. Nebyl by tedy problém se zajištěním občerstvení během akcí pořádaných v pavilonu Morava. Kromě těchto akcí by sloužil návštěvníkům venkovního areálu, kde se vyskytují nejrůznější hry (viz část pojednávající o venkovních hrách) či venkovní kino. Zároveň si zde budou moci zakoupit něco k občerstvení studenti během doby trávené v klubu či návštěvníci venkovních prostorů, kde chceme mít místo věnované hrám.

Pod záštitou kafe-bar by bylo i občerstvení u letního kina nebo autokina, kde by pomocí mobilního stánku bylo poskytováno návštěvníkům nejrůznější občerstvení pro příjemnější atmosféry během sledování filmů.

Obrázek 6 Vyznačená oblast pavilónu Morava k využití pro kavárnu



Zdroj: Podklady města Brna

V letních obdobích by byla využita i střecha kafé-bar, kde by byla vybudována zahrádka, pro příjemné posezení venku v letních měsících (viz obrázek číslo 7)

Obrázek 7 Letní zahrádka nad prostory kafé-bar



Zdroj: Podklady města Brna

Velice nás zaujaly i prostory za pavilonem Morava, které jsou v nádherném prostředí v blízkosti jezírka. Jako zahrádka kafé-baru tyto prostory však nejsou příliš vhodné, jelikož by obsluha neměla jednoduchý přístup na tuto stranu. Rozhodli jsme se tam proto vybudovat zahrádku buď bez obsluhy, anebo zde případně vybudovat mobilní bar. Také by v těchto místech byl vybudován dětský koutek pro příjemně strávený čas rodin s dětmi v krásném prostředí.

Obrázek 8 Prostory u jezírka za pavilónem Morava



Zdroj: googlemaps.cz

## 2.2 Letní kino / autokino

Variantu vybudování kina v prostorách brněnského výstaviště jsme se rozhodli navrhnout hned ve dvou variantách. Je tedy možnost uskutečnit varianty obě, anebo využít jen z jedné z navrhovaných variant. První variantou navrhujeme letní kino, které je menší, s komornější atmosférou. Druhou variantou je autokino, které má skvělý old-school styl a zajišťuje jedinečnost takového projektu v Brně, což by mohlo přilákat mnoho návštěvníků a rozšířit oblibu brněnského výstaviště.

### 2.2.1 Letní kino

Toto kino by se nacházelo v prostorách před zámečkem a „rozložilo“ by se vždy pouze na chystanou projekci. Počáteční investicí by bylo nakoupení židlí a dalšího drobného technického materiálu, který by byl uskladněn ve studentském klubu v pavilonu Morava a používal by se i během dalších kulturních, sportovních či jiných akcí. Samotné kino by bylo koncipováno jako podpůrný prvek celé myšlenky otevřít výstaviště lidem a přilákat je. S největší pravděpodobností by se zde tudíž ani nevybíralo vstupné a přímo ze samotného promítání by žádný přímý příjem neplynul. Nicméně koncept dobrovolného vstupného může být menší výpomocí, funguje například i při některých projekcích kina Scala. Příjem by pak plynul převážně z tržeb kávé-baru pavilonu Morava, který bude zajišťovat prodej nápojů a občerstvení. Z toho plyne i důraz na co nejnižší zřizovací náklady. Navrhujeme proto spolupráci s Masarykovou univerzitou (a kinem Scala skrze univerzitu), která by zajišťovala

odbornou i technickou záštitu. Kino by navíc ani nebylo závislé jen na sezóně a dobrém počasí, jelikož mnoho událostí by se dalo konat i přímo v budově pavilonu Morava, o provozu se dá tedy uvažovat celoročně.

Co se týče promítací techniky, navrhovali bychom počáteční investici do přenosného dataprojektoru, který by na takové promítání postačoval. Sloužil by samozřejmě i k dalším akcím. Dále by bylo nezbytné pořídit přenosnou zvukovou techniku a plátno. Nepředpokládáme však vysoké počáteční náklady – venkovní kino je sice zajímavým zpestřením, jak využít potenciálu tohoto místa, nicméně nepočítáme zatím s kapacitou větší jak 70 - 100 míst. Je to i částečně proto, že promítání venku se sebou přirozeně přináší horší kvalitu jak promítání v klasickém kině. Představujeme si to tedy jako místo s komornější atmosférou, otevřené mnoha alternativním i experimentálním promítáním a akcím. V kině Scala se již teď pořádá mnoho studentských projektů, akcí a promítání, často ve spolupráci s filozofickou fakultou MU, a věříme, že tyto nové prostory na výstavišti by mohly být využívány právě i pro tyto účely, a zároveň by i přilákaly pozornost dalších zájemců.

### **2.2.2 Autokino**

Autokino by se nacházelo v prostorách parkoviště vedle brány č. 9. Tento prostor je většinu času nevyužit, používá se zpravidla jen při větších výstavách a veletrzích. V mezidobí by se tento prostor dal využít například právě pro večerní projekce v rámci autokina. O této variantě by se dalo uvažovat i jako o doplnění varianty 1 – nejspíš by nemělo ekonomický smysl budovat více sezónních kin u sebe a pořizovat na to drahou techniku.

Existují však firmy, které se zabývají realizací takových akcí s vlastní technikou apod. Navrhujeme vyzkoušet tento koncept, kdy by se zorganizovalo několik promítacích večerů, kino by se de facto „pronajalo“, a Brňanům se tak nabídla tato možnost. Podle toho, zda by taková akce měla úspěch a byl o ní zájem, by se uvažovalo o pokračování. Oslovit by se mohly například firmy auto-kino.cz či chciparty.cz. U druhé zmiňované firmy se cena pohybuje od 22 000 Kč za večer. Pronájem by se zaplatil ze vstupného. Vedlejší náklady by byly minimální, auta by se pouštěla bránou číslo 9, vstupné by se potom vybíralo na místě parkování, stačil by tedy jen jeden či více pracovníků určených k vybrání vstupného, ke koordinaci a k udržení pořádku. Samozřejmě pokud by nějaké brněnské kino mělo zájem o spolupráci (např. by mělo potřebnou techniku), byla by prioritou spolupracovat takovýmto způsobem, nicméně toto zatím nepředpokládáme.

## 2.3 Venkovní posilovna a hřiště

Zde představujeme pár atrakcí, které bychom rádi nainstalovali do prostor brněnského výstaviště v blízkosti pavilonu Morava. Jedná o atrakce, které nezabírají velké množství prostoru a jsou instalovány na stálo – konkrétně o dětské hřiště a venkovní posilovnu. Jejich pořizovací cena není vysoká a udržovací náklady jsou minimální. Cílíme tedy primárně na rodiče s dětmi, mladé lidi a sportovně založené lidi. Tyto veřejně prospěšnými projekty, které podporují sportovní aktivitu občanů a pobyt na čerstvém vzduchu, nám zároveň pomohou přilákat do prostor brněnského výstaviště mnoho návštěvníků.

### 2.3.1 Outdoor posilovna

Outdoor posilovny jsou v posledních letech velice oblíbeným prostředkem ke zlepšení veřejných služeb obyvatelům města. Tato zařízení zvyšují sportovní aktivitu lidí a podporují sport ve městech. Je to hned z několika důvodů, z nichž ten nejvýznamnější je, že umožňuje lidem sportovat na posilovacích strojích venku na čerstvém vzduchu a zadarmo. Tato zařízení mají obrovskou výhodu v tom, že jsou velice jednoduchá, nepotřebují žádnou obsluhu a jsou prakticky bezúdržbová. Stroje jsou zkonstruovány tak, aby z nich nebylo možné jen tak něco ukradnout, případně je rozbít, nemají například žádné mechanické prvky. Jsou odolné tedy vůči vandalům, ale i dalším věcem, jako je třeba počasí. Pořídít se dají v mnoha variantách. Stejně jako u dětského hřiště je realizace outdoor posilovny jednoduchá a rychlá.

Variant outdoor posiloven a fitness center je více. Jedna z možností je pořídít posilovací stroje, které jsou často podobné těm v klasických fitness centrech. Princip posilování je obdobný, akorát jsou stroje zkonstruovány tak, že závažím je zpravidla vlastní váha posilujícího. Pro tato hřiště navrhujeme oslovit například firmu Colmex, která se těmito řešeními zabývá. Tato firma nabízí návrh a kompletní realizaci (a údržbu) venkovních posiloven v mnoha variantách. Je možné vybrat si jak celkovou velikost fitness parku, tak i barevná provedení či materiál, ze kterého budou jednotlivé stroje vyrobeny (viz foto). Jednotlivá řešení můžeme nalézt na webových stránkách firmy.



Obrázek 9 Příklad outdoor posilovny



Zdroj: colmex.cz

Obrázek 10 Příklad outdoor posilovny



Zdroj: colmex.cz

Další alternativou by bylo oslovení firmy hřiště.cz, která se kromě realizace dětských hřišť zabývá i venkovním fitness. V případě realizace obou projektů (tedy jak dětského, tak fitness hřiště) by byla možná spolupráce pouze s jednou firmou, která by vše zrealizovala, což by bylo určitě jednodušší a levnější. Hřiště.cz nabízí venkovní fitness hřiště Factory, které má pět stanic se třemi úrovněmi obtížnosti uzpůsobených na komplexní cvičení (viz obrázek 11 a 12). Obsahuje přehledné informační tabule s jednoduchými a srozumitelnými cviky a cvičení je tedy dostupné opravdu pro každého.

Obrázek 11 Příklad outdoor posilovny Factory



Zdroj: hriste.cz

Obrázek 12 Příklad outdoor posilovny Factory



Zdroj: hriste.cz

### 2.3.2 Běžecký okruh

Venkovní posilovnu bychom také rádi napojili na tzv. běžecký okruh, který by vedl kolem výstaviště. Tento „běžecký okruh“ by byl vyznačený okruh kolem výstaviště, který by poskytoval možnost spojit například běhání a posilování dohromady. Tento okruh by byl později napojen na lávku přes ulici Bauerova a tím i na chystané sportovní centrum, které bude vybudováno na Riviéře. Tím vznikne velice užitečné propojení tohoto sportovního centra a cyklostezky, která vede kolem řeky, s výstavištěm i s částmi na druhé straně výstaviště. Tam se nachází obytná zóna (za ulicí Hlinky a kolem ulice Výstavní), jejichž obyvatelé budou mít mnohem více možností k běhání, posilování a provozování venkovních sportovních aktivit. Tato koncepce přiláká na výstaviště mnoho lidí, kteří sice nejprve budou výstavištěm třeba jen probíhat, ale zároveň budou mít možnost se občerstvit v káfé-baru v pavilonu Morava a poznají další nové možnosti, které se Brňanům otevřením výstaviště naskytanou. Jelikož chceme, aby si obyvatelé zvykli na to, že je výstaviště otevřené a že nabízí mnoho možností, myslíme si, že toto je jeden ze způsobů, jak toho efektivně docílit a lidi tam skutečně přivést.

Venkovní posilovna by primárně cílila na mladé a sportovně založené lidi. Běžecký okruh i posilovna samozřejmě přilákají obyvatele z celého okolí, nicméně velký potenciál vidíme například ve studentech a mladých lidech, žijících na kolejích Vinařská. Tyto koleje mají kapacitu 1118 lůžek (Správa kolejí a menz, 2017). Studenti jsou většinou sportovně aktivní, mnoho z nich chodí běhat a posilovat, a přitom v okolí kolejí na Vinařské tolik možností k těmto aktivitám není. Myslíme si tedy, že toto řešení bude velice populární.

Dalším přínosem může být i zlepšení fyzické kondice seniorů. Mnoho zařízení venkovních posiloven je vhodné (či přímo určené) i pro seniory (na jednotlivých strojích jsou návody, jak na nich cvičit a protahovat se). Pokud bychom byli schopni udělat mezi seniory účinnou informační kampaň a městu se podařilo naučit je chodit pravidelně cvičit na posilovací stroje na výstavišti, byli by senioři další potencionální cílová skupina, na kterou bychom mohli v projektu rozvoje brněnského výstaviště cílit.

### 2.3.3 Dětské hřiště

V prostorách u kafé-bistra (v pavilonu Morava) bychom rádi vybudovali moderní dětské hřiště. Venkovní atrakce VIDA centra, pavilon Morava i otevřený prostor výstaviště určitě bude lákat i rodiče s dětmi na návštěvu, vycházky či posezení v kafé-baru. Dětské hřiště je proto logickým zpestřením, které pomůže zaplnit prázdné plochy areálu, a zároveň může i přilákat další návštěvníky. Realizace je velmi jednoduchá, rychlá a nikterak drahá. Navrhujeme oslovit například již zmíněnou firmu hriste.cz, která sídlí přímo v Brně. Jde o firmu, která vyrábí certifikovaná dětská hřiště a sportoviště, která jsou moderní a bezpečná. Nabízí komplexní řešení projektů dětských hřišť, včetně terénních úprav, dodávek povrchů, oplocení apod., dále však také následnou péči o hřiště, údržbu a kontrolu. Jejich venkovní dětské hřiště (navrhujeme řadu Rob Roy - viz obrázek 13) by bylo ideální volbou pro brněnské výstaviště.

Obrázek 13 Příklad dětského hřiště



Zdroj: hriste.cz

### 2.3.4 Venkovní organizované cvičení

Další z možných variant jak podpořit sportovní využití brněnského výstaviště a zvýšit sportovní aktivitu studentů je venkovní organizované cvičení. Zde by ve spojení s některým z brněnských fitness center nebo sportovní fakulty Masarykovy univerzity probíhaly organizované lekce např. jógy, powerjógy, bosu, jumpingu, bodyform, zumby, aerobiku a mnoho dalšího. Brněnské výstaviště má i dost prostor k případnému uložení pomůcek pro cvičení. Studenti sportovní fakulty Masarykovi univerzity by zejména mohli ocenit vedení takových lekcí z důvodu získání praktických zkušeností. Občané by pak naopak mohli ocenit rozmanitost aktivit, které se dají provozovat na brněnském výstavišti.

## 2.4 Horolezecká stěna

V zadní části areálu Brněnského výstaviště navrhujeme vystavění horolezecké stěny využitelné pro veřejnost. Horolezecká stěna je unikátním prostředkem jak nalákat do zadní části areálu jak rodiny s dětmi, tak i zájemce o lezení z řad dospělých. Ke snadnějšímu přístupu k horolezecké stěně navrhujeme nechat otevřený vchod G2 nebo vybudovat nový vchod (branku) poblíž tramvajové zastávky Lipová.

Postavení stěny navrhujeme v zadní části areálu, poblíž zastávky Lipová, na kusu přilehlého parkoviště a podél cesty z něj (viz obrázek č. 14). Samotná horolezecká stěna by se skládala ze dvou horolezeckých stěn, jedné menší pro děti a začátečníky do výšky zhruba tří metrů, a druhé pro zkušenější lezce do výšky zhruba sedmi metrů.

Na vyšší stěně budou k použití jistící lana s dostatečnými popruhy, za účelem zajištění bezpečného lezení. Vyšší stěnu může eventuálně provozovat firma nebo sdružení lezců a vybírat za ní dohodnuté vstupné, čímž by zajistila i bezpečnost v podobě dohlížejících instruktorů a odborné manipulace.

Menší stěna by byla otevřena pochopitelně zdarma a sloužila by k volnému využití široké veřejnosti, zejména dětem. Rodiny s dětmi patří k jedné z cílových skupin, které by mělo otevření výstaviště veřejnosti přilákat do areálu.

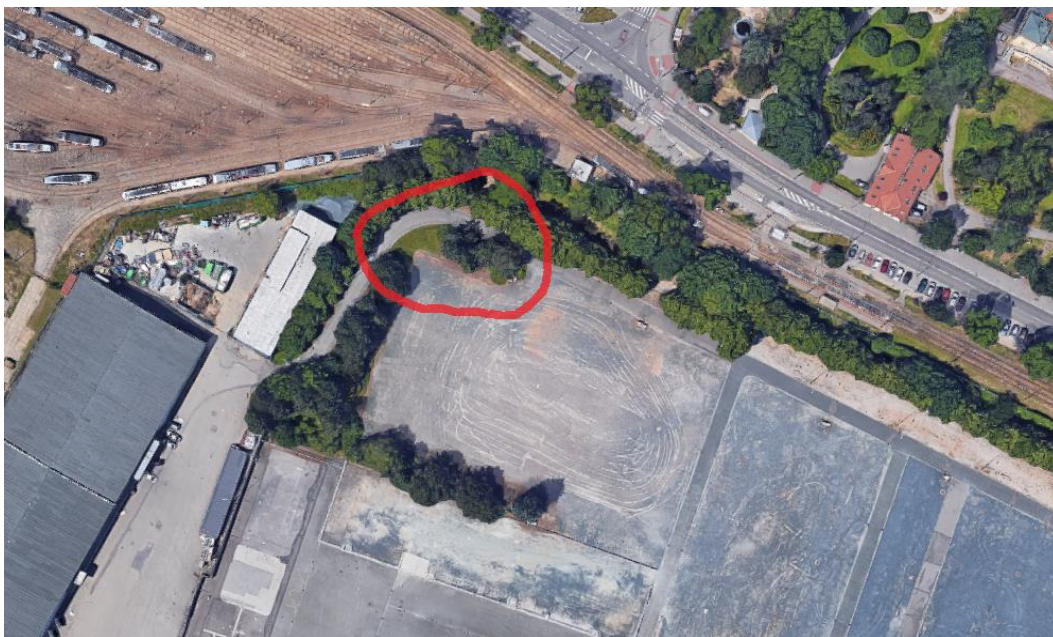
Náklady na vystavění horolezeckých stěn bývají hodně individuální. Dle internetových stránek společnosti SPORT CLUB s.r.o., která nabízí menší lezecké stěny, se ceny za materiál u menších lezeckých stěn pohybují mezi částkami 200 až 500 tisíc korun. Cena nezohledňuje vybudování základů, dopravu a montáž. Dle různých rozpočtových návrhů lze odhadovat cenu menší stěny někde mezi 500 až 700 tisíci, větší stěny pak zhruba 1,5 - 2 miliony korun.

V případě pronájmu větší horolezecké stěny soukromému subjektu, který by zajišťoval její bezpečný provoz, by bylo v jeho povinnostech starat se i o pravidelnou údržbu objektu.

Vybudování horolezecké stěny patří sice k rozpočtově náročnějším návrhům, nicméně z hlediska atraktivnosti pro veřejnost může působit jako záminka pro návštěvu areálu.

V nejbližším okolí se horolezecké stěny na otevřeném prostranství nenacházejí, a tak je myšlenka unikátní. Nejbližší venkovní horolezecká stěna se nachází až u nákupního centra Olympia.

Obrázek 14 Návrh umístění horolezecké stěny



Zdroj: googlemaps.cz

## 2.5 Grilování a čas pro relax

V roce 2016 se město rozhodlo u brněnské přehrady zřídit místa, kde by mohla veřejnost trávit svůj volný čas s rodinou i přáteli. Inspiraci vzalo v dánské Kodani, kde veřejná grilovací místa fungují zcela běžně. Město Brno za čtyři tato místa s ohništi a kamenným grilem zaplatilo zhruba dvě stě šedesát pět tisíc korun a jejich provoz vyjde dle odhadů na sto tisíc korun ročně (multimédia.cz, 2016).

V Brně však tato veřejná grilovací místa fungují již delší dobu. V parku Lužánky můžeme najít veřejný elektrický gril s posezením, další je pak na Kraví hoře. Gril v parku Lužánky se nachází nad dopravním hřištěm blízko ulice Pionýrská a pro veřejnost funguje zcela zdarma. Nutná je pouze předchozí telefonická rezervace a obsluha pak v dohodnutý termín a čas gril zapne.

Gril je možné využívat až do desáté hodiny večerní, kdy obsluha přijde gril zkontrolovat a zamknout.

Obrázek 15 Ukázka realizovaného grilu v Lužánkách



Zdroj: vzmb.cz

Další gril zřídila městská část Brno-sever u rekonstruovaného hřiště poblíž ulice Vyhlídka. Cena grilu byla sedmnáct tisíc korun, celková cena i s okolním posezením pak vyšla dle zástupce městské části Brno-sever na přibližně tři sta tisíc korun (brněnskýdeník.cz, 2015).

Ačkoliv v Brně již existuje pár těchto grilovacích míst, kde mohou přátelé a rodiny s dětmi trávit svůj volný čas, největší oblibu si získal veřejný elektrický gril v parku Lužánky. Gril je však hodně vytížený a rezervaci je nutné dělat až několik týdnů dopředu. Atraktivita tohoto grilu tkví také v jeho umístění, jelikož se nachází blízko centra s dobrou dopravní dostupností. Právě tento veřejný elektrický gril v parku Lužánky se pro nás stal inspirací.

Rádi bychom takové místo, kde se budou moci scházet přátelé a rodina a trávit svůj volný čas pohromadě, vytvořili i v areálu brněnského výstaviště. Vyčlenili jsme pro něj místo vedle bývalé budovy kina. Kolem grilu chceme vytvořit posezení a rozšířit zeleň, která by návštěvníkům zpříjemnila volné chvíle. Chtěli bychom, aby grily fungovaly na stejném principu, jako fungují v parku Lužánky. Grily by byly pro návštěvníky přístupné zcela zdarma, nutná by byla pouze předchozí rezervace. Návštěvníci by poté od grilu dostali klíč a mohli by ho využívat dle své potřeby. Veřejné grily by fungovaly pouze do desáté hodiny večerní, kdy by ho obsluha přišla zkontrolovat a zamknout. Veřejnost by i nadále mohla využívat prostory k zábavě a relaxu, ale už bez grilu, aby nedocházelo k narušování nočního klidu občanů v okolí výstaviště. Gril by měl na starost provozovatel studentského klubu či kavárny, popř. by se o něj mohla starat Veřejná zeleň města Brna, která se v současné době již stará i o gril v parku Lužánky.

Obrázek 16 Ukázka posezení u grilu v parku v Lužánkách



Zdroj: vzb.cz

Grilování je oblíbené u všech věkových skupin. Gril by určitě využili ve značné míře studenti, kteří v Brně většinou nemají příliš dobré zázemí pro to, aby mohli uspořádat grilování se svými přáteli. Studentský klub, který chceme zřídit v pavilonu Morava, by jim zároveň poskytl i určité zázemí, které by mohli využívat. Kromě studentů by elektrický gril využily i rodiny s dětmi, pro které se stane areál brněnského výstaviště atraktivní díky venkovním hrám a dalším aktivitám. Grily by tak mohly být využity nejen k přátelským setkáním, ale i k rodinným oslavám a zájem by mohly mít i firmy, které by tyto prostory mohly využít například k firemním teambuildingům.

Obrázek 17 Detail mapy



Zdroj: Vlastní zpracování

Umístění elektrického grilu vedle bývalého kina je výhodné především proto, že se nachází nedaleko hlavního vstupu do výstaviště, které je pro veřejnost dobře dostupné, a v blízkosti se nachází zastávky městské hromadné dopravy i parkoviště. V historickém centru města je navíc grilování zakázané, a lidé z této části Brna tak nemají příliš mnoho možností, kde grilovat, kromě parku Lužánky, který je však přes léto velmi vytížený. Návštěvníci by kromě veřejných grilů a posezení mohli využít i již zmíněných venkovních her a dalších aktivit, které chceme vytvořit v jeho blízkosti.

Dle našich odhadů by vytvoření takového místa i s posezením mohlo stát zhruba tři sta tisíc korun. Jedná se však pouze o náš odhad na základě nákladů, které byly potřeba k postavení takového místa v městské části Brno-sever. Samotný gril není finančně náročný na pořízení, do ceny však vstupuje cena venkovního posezení a náklady na úpravu povrchu.

## 2.6 VIDA centrum

V bývalém pavilonu „D“ brněnského výstaviště, se v současnosti nachází úspěšně fungující vědecko-zábavní centrum VIDA, disponující řadou interaktivních exponátů a vědeckých expozic (Výlety-zábava.cz, 2017). Centrum navštíví několik tisíc lidí měsíčně, nezávisle na provozu výstaviště. To představuje potenciál při otevření výstaviště veřejnosti. Návštěvníky centra bychom chtěli přimět, aby neopouštěli areál výstaviště ihned, ale zdrželi se v něm po delší dobu například procházkou po areálu, posezením či jinými venkovními aktivitami. Dosáhnout bychom toho chtěli vyvedením aktivit VIDA centra před (za) areál do prostor výstaviště.

Vida centrum je otevřeno od prosince 2014 a jeho provozovatelem je příspěvková organizace „Moravian Science Centre Brno“ zřízená Jihomoravským krajem. Veřejným motivem pro zřízení centra bylo zvýšit zájem veřejnosti o vědu a upevnit pozici města Brna jako města vědy a techniky. Nejčastěji jej navštěvují o víkendech rodiny s dětmi, ve všední dny zase školy. Žáci a studenti se mohou zábavnou formou naučit, jak v praxi funguje fyzika, biologie nebo chemie. Na ploše pět tisíc metrů čtverečních je umístěno 170 exponátů (iDnes.cz, 2014).

Exponáty jsou rozděleny převážně do čtyř tematických úseků s názvy Planeta, Civilizace, Člověk a Mikrosvět. V rámci sekce Mikrosvět, si budete moci prohlédnout například tzv. "mravenčí zoo", v níž žije společenství mravenců Atta, kteří vytváří unikátní civilizační systém. Všechny exponáty VIDA centra jsou interaktivní a využívají tak Komenského koncept „učení se hrou“. Návštěvníci se seznámí se základními principy přírodních jevů, jako je zemětřesení, povodeň či Bermudský trojúhelník. Exponát Mind-ball ukáže návštěvníkům jak ovládat pohyby malého míčku pomocí myšlenek. Kolo na laně zase dokáže, že je možné jezdit po provaze jen pár metrů nad zemí na bicyklu a nepřevrátit se. Práci objevitelů si můžou návštěvníci vyzkoušet na archeologickém pískovišti (iDnes.cz, 2014).

Dále je zde pro nejmenší návštěvníky připraveno Dětské science centrum, kde si mohou bezpečně vyzkoušet zábavné pokusy a zabavit se. Ve vědeckém divadle se návštěvníci mohou stát svědky tzv. SCIENCE SHOW plné tematicky zaměřených vědeckých pokusů, v současnosti například o elektromagnetických úkazech. Divadlo vědy má svůj rozvrh

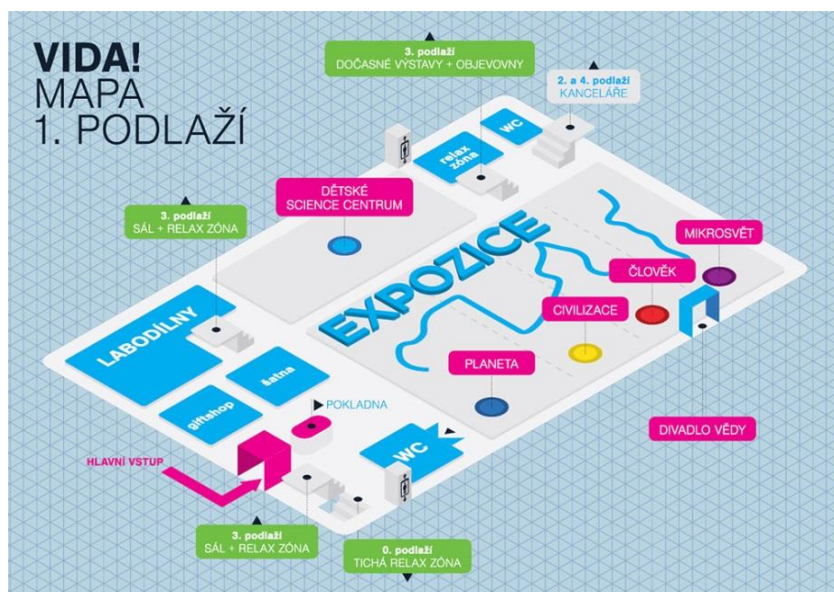


představení zveřejněný na webových stránkách VIDA centra s pravidelnými časy představení (vida.cz, 2016)).

V prostorách centra se nachází také tzv. „Labodílna“, místo, kde jsou pořádány workshopy, kdy se návštěvníci seznámí s různými vědeckými postupy široce používanými ve společnosti (například workshop pokusů s fluorescencí, zahrnující metody snímání otisků prstů) (vida.cz, 2016).

Během provozu VIDA centra probíhají dočasné výstavy v určených prostorech. Nově také centrum nabízí speciální interaktivní program pro návštěvníky pod názvem „Pevnost VIDARd“. Stejně jako její známá předloha, nabízí plnění rozličných úkolů a hádanek k získání pomyslného pokladu. Program je dostupný za padesátikorunový příplatek ke vstupnému a je potřeba vlastnit zařízení s připojením na Wi-Fi. Pro školy VIDA centrum nabízí výukové programy různě zaměřené na děti předškolního věku až po středoškoláky (vida.cz).

Obrázek 18 Plán VIDA centra



Zdroj: Vida.cz

Za loňský rok 2016 navštívilo VIDA centrum až 230 000 lidí (RomanHanák.cz, 2016). Měsíční návštěvnost lze tedy uvažovat okolo 20 tisíc lidí za měsíc. V současné době při uvažování malého opadu a různě kolísající návštěvnosti, lze při dolních odhadech uvažovat návštěvnost někde okolo 15 tisíc měsíčně. Rekord v návštěvnosti činí 1 524 lidí za jeden den, dosažený pochopitelně během prvních třech měsíců fungování. Víkendová návštěvnost je vyšší než přes všední dny (Brněnskýdník.cz, 2015).

## 2.6.1 Malá SWOT analýza

<p><b><u>Silné stránky:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zavedená instituce, s poměrně slušnou návštěvností</li> <li>- zatím poměrně „v kurzu“ a mediálně sledovaná</li> <li>- komunikace na sociálních sítích</li> </ul>	<p><b><u>Slabé stránky:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zřizovatel – kraj</li> </ul>
<p><b><u>Příležitosti:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozšíření expozic do venkovních prostor před pavilonem D v areálu výstaviště <b>zatraktivnění prostor výstaviště pro veřejnost</b> - způsob: rozšíření „výstavní části“ o nový venkovní úsek s interaktivními exponáty</li> </ul>	<p><b><u>Hrozby:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- snížená návštěvnost v horizontu let – opadnutí zájmu veřejnosti</li> </ul>

Mezi silné stránky centra VIDA můžeme zahrnout zejména poměrně slušnou mediální sledovanost lokálními médii a internetovými portály (Brněnský deník, iDnes,...) a dobrou komunikaci na sociálních sítích. Centrum je také již poměrně zavedenou institucí se slušnou návštěvností, na které se dá dále stavět.

K slabším stránkám patří zejména vlastnictví a závislost na zřizovateli - Jihomoravském kraji. Délka přijatých rozhodnutí a pružnost organizace tak může být v tomto směru omezena. Oproti tomu benefitem vlastnictví krajem může být finanční stabilita instituce.

Mezi potenciální hrozby lze zahrnout zejména opad návštěvnosti a ztrátu zájmu veřejnosti. Ty by vedly k finanční nestabilitě a neudržitelnosti projektu.

## 2.6.2 Příležitost ve využití venkovních prostor

Aby VIDA centrum zůstávalo neustále pro návštěvníky atraktivní a snižovalo tak hrozbu nezájmu, je potřeba stále zdokonalovat a aktualizovat expozice a nabízet návštěvníkům nové zážitky. Skvělou příležitostí k tomu může být vyvedení expozic VIDA centra do venkovních prostor za budovu (viz. foto v příloze), do areálu brněnského výstaviště. Vyvedení aktivit může mít různou formu. Například lze pracovat s výše uvedeným popisem výstavních částí, rozděleném na čtyři tematické okruhy, prostřednictvím přidání nového tematického okruhu, například zaměřeném na přírodu, do venkovních prostor areálu. V případě nemožnosti utvoření nové části lze také přesunout jednu ze stávajících částí VIDA centra do venkovních prostor a uvolněným prostorům uvnitř najít nové využití. Expozice ve venkovní části bude muset být odolná vůči přírodním vlivům či vandalismu a ideálně požadovat co nejmenší údržbu kvůli vynaloženým nákladům.

Kromě vytvoření nové části ke čtyřem tematickým expozicím lze také přijít úplně s novou aktivitou v rámci VIDA centra podobné jako výše popsané aktivity typu Pevnost VIDArt či Labodílny nebo Vědecké divadlo. Například se zde můžou konat různé náročnější pokusy na odvětrávání či obecně vyžadující více prostoru, jako různé práce s chemikáliemi či výbušnými substancemi tvořícími zajímavou podívanou. Dále lze zahrnout různé vědecké pokusy využívající létající objekty (z vlastní zkušenosti ze školního prostředí, pokus s vodíkovou raketou).

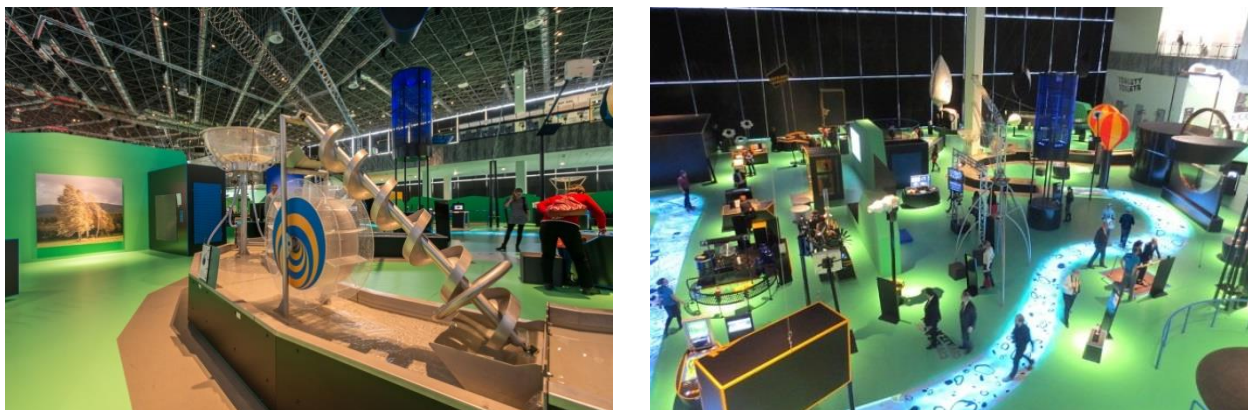
Využití venkovních prostor za areálem představuje potenciál pro VIDA centrum k rozšíření expozic a zároveň pomůže nalákat návštěvníky v podobě rodin s dětmi k následující prohlídce areálu výstaviště zpřístupněného veřejnosti. V plánu je vybudování občerstvení, dětských hřišť, horolezecké stěny a dalších prvků, které umožní návštěvníkům VIDA centra strávit další čas odpočinkově a na čerstvém vzduchu.

Marketingově může propagace nové venkovní části VIDA centra být zajímavým novým článkem pro nové návštěvníky a může zvýšit návštěvnost centra sama o sobě. Centrum je poměrně aktivní na sociálních sítích a navíc poměrně mediálně sledované, tudíž představuje ideální potenciál pro propagaci jak nové venkovní části centra, tak pro otevření brněnského výstaviště veřejnosti

Pokud vyvedení aktivit VIDA centra pomůže dostat návštěvníky do areálu výstaviště alespoň ze 30 % z měsíční návštěvy (odhadované okolo 15 tisíc návštěvníků), představuje to již

zajímavou návštěvnost v podobě zhruba pěti tisícovek návštěvníků měsíčně navíc. Cílem je tedy dosáhnout zájmu alespoň 30 % návštěvníků o prohlídku zbytku výstaviště přístupného pro veřejnost.

Obrázek 19 Expozice ve Vida centru



Zdroj: Vida.cz

Obrázek 20 Plán za areálem Vida zamýšlený k rozšíření expozic VIDA centra



Zdroj: googlemaps.cz

## 2.7 Venkovní hry

V oblasti areálu Výstaviště Brno za hlavním vstupem máme v úmyslu vytvořit Herní místo. Zde chceme vytvořit příjemnou a přátelskou atmosféru, kde si přijdou na své lidé všech věkových kategorií. V prostoru Herního místa si můžete zahrát jak klasické hry typu šachy, tak i netradiční hry typu vikingské šachy. Zároveň v tomto prostoru chceme instalovat několik laviček jak pevně ukotvených, tak i na volno, aby si návštěvníci mohli vytvořit co největší pohodlí.

Část přímo za hlavním vchodem chceme věnovat deskovým hrám v životní velikosti. Návštěvníci by měli na výběr hned z několika klasických druhů, a to: šachy, člověče nezlob se a vrhcáby (viz obrázek č. 21). Dále by se nechaly udělat v areálu za vstupem na dlažbě velké mandaly, které by sloužily dětem k vykreslování křídami, ale i skákací panák pro ty nejmenší.

Obrázek 21 Příklad šachů v životní velikosti



Zdroj: travelguide.sk

Dále v blízkém okolí hlavního vstupu chceme vytvořit další hry, které budou také složkou tohoto venkovního prostoru, tudíž bude nutná úprava povrchu. Mezi tyto hry zařadíme hru mlýn, Twister a čínskou dámu.

Velmi zajímavou aktivitou pro návštěvníky by mohlo být vybudování hry Diskgolf. Tato hra je obdobou golfu, avšak místo golfových holí a míčku se využívá létající talíř. Dále by zde byla možnost si zahrát hry jako je krocket, vikingské šachy, petank apod. (Výběr her je možno upravit. Je možnost vytvořit dotazník, jímž bychom zjistili, o jaké hry mají lidé zájem.)

Další nepřeborné množství her typu házení kroužků, ringo či i různé hlavolamy atd. by bylo možno si zapůjčit v budově, která by byla určena pro uchování těchto aktivit. K této příležitosti se nabízí pavilon Morava, kde by se tyto hry mohli uchovávat a zapůjčovat na požádání

například v kafe-baru, zejména díky jeho otevírací době, a tedy poměrně dlouhému času pro zapůjčení těchto her.

Velkou výhodou tohoto Herního místa je jeho mobilita. Tyto hry je kdykoliv možno uklidit do skladu určeného právě pro Herní místo. Z tohoto plyne, že Herní místo není překážkou pro konané akce samotného Výstaviště Brno, ba naopak! Toto místo naláká a informuje mnoho lidí, které by třeba dodnes ani nenapadlo účastnit se některých z výstav konaných právě tady. Velké plus vznikne i pro samotná zábavní zařízení, která tu již existují (VIDA science centrum, Motokáry KART aréna Brno). Tímto se dozví více lidí o těchto zařízeních a zároveň to i naláká více lidí do našeho Herního místa.

Hry chceme vybudovat jako doplněk k jednotlivým aktivitám, a zároveň díky nim udržet mnohem déle návštěvníky v areálu. Tyto aktivity zpříjemní den při posezení u grilování nebo zpestří zábavu dětem z VIDA centra. A také zpříjemní například rodinné nedělní odpoledne. Navíc navodí atmosféru otevřenosti a přátelskosti brněnského výstaviště, které dává najevo, že opravdu stojí o to, aby tyto prostory využívali občané k trávení svého volného času.

## **2.8 Trhy, jarmarky a akce**

Obrovskou otázkou zůstává využití v období, kdy nejsou velké výstavní akce. Chtěli bychom, aby se brněnské výstaviště proměnilo v místo, kde se neustále něco děje a kde se schází mnoho lidí. K navození této atmosféry by měly napomoci i trhy, jarmarky a akce konané na brněnském výstavišti. Zde by minimálně každou neděli probíhala nějaká akce. Důležité je, aby akce probíhaly pravidelně, z důvodu, abychom naučili občany toto místo pravidelně navštěvovat a zajímat se o akce, které zde probíhají.

Inspirací nám byla zejména pražská Náplavka a velice podobné místo bychom chtěli vybudovat právě i v areálu brněnského výstaviště.

Chtěli bychom zde pořádat následující akce:

### **2.8.1 Farmářské trhy**

Farmářské trhy nabízí možnost nakoupit si čerstvé domácí regionální výrobky, BIO produkty, ale i bezlepkové nebo RAW potraviny. V nabídce by nechyběly skvělé vejce, sýry, maso, pečivo, drůbež, ryby, víno, mošt, medy a marmelády, ale i mnohé další produkty přímo od farmářů a výrobců. Zároveň by se zde nabízely i různé grilované speciality a uzené

pochoutky. Atmosféra by byla podtrhována posezením u muziky a dětskou dílničkou pro zabavení nejmenších během nákupů.

### **2.8.2 Food festival**

Food festival slouží pro prezentaci podniků, které jsou v Brně, a rádi by představily svoji gastronomii občanům Brna, upozornily na sebe a získaly i novou klientelu. Jednotlivé podniky by zde představovaly svoji nabídku a vysokou gastronomii, kterou připravují. Aktuálně probíhá food festival v Brně na Špilberku, kde sami organizátoři upozorňují na to, že aktuální koncept je neudržitelný a budou se muset zamyslet nad jeho úpravou do dalších let. Výstaviště by restaurátérům mohlo jistě nabídnout lepší podmínky pro přípravu jídla, takže by i sami organizátoři mohli ocenit přesun tohoto festivalu na brněnské výstaviště.

### **2.8.3 Mezinárodní festival**

Všichni milujeme cestování, tak pojdme proletět celý svět za jeden den a přitom zůstat v našem milovaném Brně. Prezentace jednotlivých zemích, jejich jídel, kultury a typických produktů. Doprovázeno tematickou hudbou. Pojdte si pochutnat na pravých italských těstovinách a přitom popít lahodné víno přímo z toskánských vinic. Kdo by takové nabídce odolal.

### **2.8.4 Festival zapomenutých řemesel**

Festival zapomenutých řemesel připomíná dávnou minulost a ukazuje nejmladším, jak to dříve bylo. Vidět věci, které se dnes už jen tak někde nenajdou. Hlas cinkajícího kladiva o podkovu, zvuk opracovávajícího se dřeva nebo chuť čerstvě upečených placek. Naleznete zde všechny radosti, ale i útrapy středověkého života doprovázené šermířskými zápasy. To a mnohem více může nabídnout festival zapomenutých řemesel.

### **2.8.5 Zahrádkářská a hobby výstava**

Výstava pro všechny zahrádkáře, kde naleznou široký výběr květin, ovoce a zeleniny, okrasné rostliny, keře a stromy, potřeby a pomůcky pro dům a zahradu a mnohem více. Program je doprovázen živou hudbou a širokým výběrem občerstvení.

### **2.8.6 Jarmarky dle ročních období**

Jarmarky, které se přizpůsobují svoji nabídkou ročním období. Velikonoční svátky, vánoční svátky, podzimní či jarní jarmarky. Všechny vždy na jednom místě s bohatou nabídkou a doprovodným programem.

### 2.8.7 Festivaly kávy a sladkostí

Kdo by nerad v neděli nezhrěšil výbornou kávou a dezertem. Přesně tohle nabízí festival kávy a sladkostí, kde si občané mohou pochutnat jak na výborné kávě, muffinech, cupcake a dalších skvělých neobvyklých dezertech.

### 2.8.8 Výstava příběhy 20. století

Výstava zaměřující se na příběhy 20. století ukazuje 10 nejdůležitějších fenoménů dějin a ukazuje osudy lidí, kteří si to zažili doslova na vlastní kůži. Výstava vzdává hold především pamětníkům, přímým svědkům či aktérům dramatických událostí, kteří se odvážili ponořit do svých vzpomínek a ochotně s námi sdílejí často bolestné zážitky. Připomíná formou velkoformátových kreseb a fotografií z období 20. století nejzásadnější situace, výjevy, milníky a příběhy, které v tomto období veřejnost potkaly.

Výše bylo představeno pár návrhů na akce, které by se zde mohly konat, ale fantazii se meze nekladou, proto chceme tyto akce co nejpestřejší, aby nalákaly širokou veřejnost a ukázaly, že brněnské výstaviště je místo, které má opravdu co nabídnout.

V rámci marketingové strategie a možnosti udržení tohoto projektu bychom městu z počátku navrhovali pronájem prostor zdarma. Tím se zvýší zájem od stánkařů o provozování těchto akcí a lidé se sem naučí chodit. Až později, když se zvýší zájem občanů o účast na těchto akcích, navrhovali bychom městu pronájem prostor a tím i získání finančních prostředků na další rozvoj brněnského výstaviště.

## 2.9 Šifrovací hra

Šifrovací hra je skvělá příležitost jak přitáhnout návštěvníky do nově otevřeného brněnského výstaviště a zároveň díky této hře návštěvníkům ukázat všechny možnosti, které se zde nachází, a přilákat je tedy i na další aktivity, o kterých by doposud třeba nevěděli nebo se o ně nezajímali.

Výhody šifrovacích her jsou v tom, že se dají dělat na různé témata a s různou úrovní obtížnosti, vyzkoušet můžeme tedy jak ty nejmenší, tak i vysokoškoláky. Šifrovací hru lze uspořádat v rámci celého města, nebo lze udělat menší okruh v rámci výstaviště, a možností je opravdu kvanta. Účastník se musí jen zaregistrovat, a pak už mu stačí jen chytrý telefon nebo tablet s připojením k internetu, a pomocí QR kódů začíná zábava pro celý tým.



Navrhovali bychom udělat jeden menší okruh jen po výstavišti pro ty nejmenší, kde by po načtení QR kódů museli plnit nejrůznější úkoly. Tím bychom zajistili zvýšení počtu zábavných aktivit, které budou na výstavišti určeny pro děti. Úkoly by se mohly obměňovat například v měsíčních intervalech, aby děti této aktivity mohly využívat pravidelně.

Druhý velký okruh by bylo nejlepší rozmístit po celém Brně a jeho část navést právě do brněnského výstaviště. Šifrovací hra by mohla být zaměřena na historii Brna, aby si občané oživil brněnskou historii, nebo jako vědomostní kvíz. Možným tématům šifrovací hry se meze nekladou a záleží jen na kreativitě tvůrců.

Vybudování šifrovací hry by nemělo být velice nákladné a je to skvělá příležitost jak ukázat občanům město Brno a zároveň ukázat, že brněnské výstaviště je otevřené a veřejně přístupné pro všechny.

### 3 MARKETINGOVÁ STRATEGIE

Částečným otevřením areálu chceme docílit zvýšení zájmu obyvatel města o návštěvu objektu brněnského výstaviště. Tento cíl může být proveditelný v poměrně brzké budoucnosti jednoho až dvou let, během té doby je potřeba využít marketingový potenciál co nejlepší možnou formou. Lidé si za tuto dobu zvyknou do objektu brněnského výstaviště chodit na akce, a to i v rámci hlavního programu BVV.

Za cílovou skupinu si primárně vybíráme mladou generaci z Brna a jeho okolí, do které počítáme studenty, mladé páry a rodiny s dětmi. Je to cílová skupina poměrně velice početná právě ve městě Brně, které je proslulým studentským městem. Věříme, že právě naše primární cílová skupina je budoucností města Brna, a tedy i brněnského výstaviště, a chceme proto posílit její pozitivní vnímání tohoto prostoru a akcí zde pořádaných. Sekundárně pak cílíme na starší rodiny a starší páry ve městě Brně a jeho blízkých částech, které hledají v Brně aktivity a místa na trávení volného času či zajímavé kulturní události. Pro sekundární cílovou skupinu může být příjemné, že v areálu vedle kterého vyrůstali, se mohou bavit, obdivovat architekturu, trávit čas s přáteli a relaxovat u kulturního či sportovního vyžití. Je pro nás velice důležité vytvořit ucelenou koncepci, která se bude v budoucnosti rozvíjet jasně daným směrem, který právě vyplývá z této práce.

#### 3.1 Marketingový mix

V oboru mediálního plánování se zaměřujeme na podle nás nejúčinnější mediální strategii pro dané cílové skupiny (mladší a starší generace). Za velice důležité považujeme zejména provázanost marketingových nástrojů, což nám umožní neustále zůstat v kontaktu s cílovou skupinou.

Pro primární i sekundární cílovou skupinu volíme média, která jsou s nimi v co možná nejužším kontaktu. Z toho vyplývá, že se primárně zaměříme na elektronickou a internetovou formu mediální strategie v poměru 50 % k ostatním typům. Tato forma mediální strategie, představující zejména operace se sociálními sítěmi, je velice účinná na primární cílovou skupinu a není příliš nákladná. Každý objekt z naší koncepce (Urban centrum, studentský klub, kavárna v pavilonu Morava; samotné výstaviště; venkovní kino atd.) bude mít vlastní samostatně fungující profil na hlavních sociálních sítích, mezi které patří Facebook, Instagram a Twitter. Na těchto hlavních sociálních sítích by každý objekt měl na denní bázi informovat o právě probíhajících akcích (svých nebo pořádaných samotným BVV) buď pouze formou

odkazu, nebo formou vytváření událostí přímo na sociálních sítích. Také by měl pořádat soutěže o zajímavé výhody v areálu BVV či přímo o vstupenky na určité akce. Díky takovéto propagaci lze zvýšit zájem o akce v rámci objektu BVV o velké procento lidí nejen z mladé generace. Největší náklad takovéto propagace spočívá ve financování správce těchto sítí a případných sponzorovaných příspěvcích, které budou nezbytné pro propagaci otevření areálu, ale i právě probíhajících akcí. Nezbytná je vzájemná podpora a propagace všech profilů na sociálních sítích. Trochu jiný přístup bude vyžadovat YouTube kanál, který bude spravovat pouze samotné BVV a bude zde přidávat např. videoukázky z proběhlých akcí, ukázky nových možností sportovního využití či aktuální promítání ve venkovním kině, které se dají využít ve zkrácené verzi i k nahrání na Facebook. Tímto dochází k propojení sociálních sítí, které je klíčové pro úspěch propagace.

Další mediální strategie zasahující zejména primární cílovou skupinu, a jen mírně sekundární cílovou skupinu, je tištěná forma, na kterou se zaměříme ve 20 % oproti dalším formám mediálních strategií. Tento způsob propagace je stále aktuální zejména v prostorách setkávání této cílové skupiny, a největší důraz proto klademe na prostor brněnských univerzit, sportovních center, kulturních domů, alternativních kin, přednášek univerzitních spolků a dále také ve studentských tiskovinách. Důraz klademe na propagaci právě chystaných kulturních a sportovních akcí, které jsou nepochybně schopné zaujmout tuto cílovou skupinu. Tento způsob musí být v kooperaci s ostatními formami mediální strategie, to znamená zejména odkazování na sociální síť. Forma tištěné mediální strategie by se měla objevovat zejména v letácích, plakátech a v tiskovinách časopisové a novinové formy. Vizualní návrh reklamy by měl být vyhotoven pomocí studentů, formou soutěže o nejlepší návrh brněnského studenta (a podobně), kterému bude odměnou finanční částka a možnost být na propagačních materiálech právě nově otevřených prostor BVV. Samotná soutěž zároveň pomůže ke zviditelnění nových aktivit BVV.

Jedinou formou mediální strategie, která směřuje stejným dílem na obě cílové skupiny je transmisivní, která zaujímá 30 % zaměření v poměru k ostatním formám. Vyhýbáme se nákladné a málo účinné formě reklamy, tudíž vynecháváme TV reklamu, která by sice byla schopná zasáhnout široké spektrum společnosti, ale nedokázala by zacílit na námi vybrané cílové skupiny. Jediné dva typy z transmisivní formy mediální strategie, které chceme využít, jsou rádio a kino. Pro reklamu v rádiu je vhodné vybrat nejposlouchanější brněnská rádia a přitom rádia, s rozličnými hudebními styly, proto jsme nakloněni k reklamě v brněnském rádiu Krokodýl a v rádiu Beat. Myslíme si, že tato dvě rádia jsou schopna zasáhnout naši

sekundární cílovou skupinu a okrajově i primární cílovou skupinu. Podoba reklamy v rádiu by byla formou pozvánky na akce v nově otevřeném areálu BVV, kterou by zmínil moderátor rádia. Reklama, jako pozvánka do areálu BVV a na akce pořádané studentským klubem, by měla být vysílána také v univerzitním kině Scala, které spadá pod Masarykovu univerzitu, díky čemuž by mohla být jednodušší inzerce, zejména díky studentským akcím a studentskému klubu. Reklama v kině by opět měla být vytvořena studenty jedné z brněnských středních škol či univerzit, a to buď možnou soutěží o nejlepší reklamu, nebo v rámci výuky. Forma vyhlášení soutěže a informování brněnských škol o ní je v dnešní době velice atraktivní, jak pro studenty, tak pro samotné školy.

Pro zvýšení atraktivity brněnského výstaviště na sociálních sítích a pro kolemjdoucí je navržen velký nápis před hlavním vstupem do BVV. Instalace by měla být podobná nápisu „I amsterdam“ ve městě Amsterdam, který je vůbec nejfotografovanějším místem v tomto městě. Myslíme si, že v Brně podobný objekt veřejného zájmu chybí, a Brno tím tak ztrácí možnou popularitu, která by mu bez pochyby přidala na turistickém ruchu. Pro takovýto výrazný prvek se výjimečně hodí právě rozlehlý prostor před brněnským výstavištěm, a to zejména z důvodu skvělé dostupnosti, jak městskou hromadnou dopravou, tak i pěšky, a také je dobře viditelný ze strany středu města a z vozidel MHD. Nepochybně by takovýto bod zájmu pomohl návštěvnosti brněnského výstaviště, a vůbec návštěvnosti západní části města. Pokud by byl nápis či jeho část udělaný/á barevně, stal by se jistě oblíbeným objektem fotografií a v dnešním světě sociálních sítí i velice sdílenou či dokonce nejsdílenější součástí Brna. Pro vizuální návrh je potřeba zorganizovat výtvarnou soutěž. Dovolujeme si předložit i své nápady, které by měly být barevně rozlišeny, konkrétně tedy nápis „I ♥ BRNO“, „#BRNO“, „I <BRNO“ (zde by byla část B, barevně odlišena, jako číslice 3, aby < a 3 tvořili internetově známé srdce), „BRNo.1“ (ve znamení No.1, jako „Number one“= „číslo jedna“, tedy „Brno je číslo jedna“), „BRNO PROBLEM“ (tento nápis bude mít odlišené barevně NO PROBLEM).

Obrázek 22 Ukázka nápisu v Amsterdamu



Zdroj: ametur.com

### 3.2 Finance

Cena reklamy na Instagramu je v případě CPC (cena za proklik) 1,5 Kč a při CPM (cena za 1 000 zobrazení) 34 Kč. Je také nutno zdůraznit, že si lze zvolit cílovou skupinu, a tak s určitým příspěvkem oslovit přímo cílenou osobu, což zvyšuje markantně účinnost reklamy. Stejné cílování reklamy je možné i na ostatních sociálních sítích, přičemž cena za reklamu na Facebooku se velice liší podle způsobu inzerce, podle cílových skupin a tak podobně. Nejjednodušší je v takovémto případě udělat smlouvu se společností, která reklamu zaplatí a vytvoří na míru. Částka může být nepatrně vyšší, ale vynahradí to čas na zajišťování vlastními silami. Ovšem sám Facebook se snaží být v tomto ohledu velice transparentní a intuitivní pro nové uživatele, tudíž každý je schopen se tuto formu propagace rychle naučit.

Mediální propagace v tištěné formě je vůbec nejméně nákladná. Letáková reklama se pohybuje v relaci 7 000 Kč za 25 000 kusů letáků o velikosti A5. Plakátová reklama je na úrovni 30 000 Kč za 10 000 kusů plakátů o rozměrech A1, tedy plakátová velikost. Propagace ve studentských tiskovinách bude stát od 3 000 Kč do 6 000 Kč za reklamu v jednom vydání. Forma návrhu letáku může být vyhotovena pomocí studentů, což velice sníží cenu za návrh, neměla by přesáhnout výši 5 000 Kč.

Reklama pomocí transmisivní formy je nejvíce nákladná. Pro tuto formu bude největší částka vynaložena na reklamu v rádiích, u kterých je cena velice pohyblivá, kdy nejvyšší cena je v ranních a odpoledních hodinách, tento čas je také nejposlouchanější. Inzerce ve formě zmínění naší akce od moderátora není tak nákladná, hlavně pokud je zmíněna pouze v malém počtu opakování. Cena se i tak pohybuje v rozmezí 30 000 Kč až 100 000 Kč. Forma reklamy v kině Scala je méně nákladná a na měsíc vysílání reklamního spotu těsně před samotnou projekcí je potřeba vynaložit 15 000 Kč. Další náklad spočívá v odměně za vítězný návrh

reklamního spotu v soutěži škol a univerzit, touto částkou bychom neměli přesáhnout hranici 10 000 Kč.

Snazíme se volit tu nejméně nákladnou cestu a zároveň nejefektivnější pro zasažení cílové skupiny. Některé nástroje marketingového mixu nejsou zcela nezbytné, záleží tedy ve velké míře na způsobu aplikace této marketingové strategie, nedoporučujeme však měnit základní myšlenky, které jsou aplikované zejména na tento koncept rozvoje prostoru BVV.

## Závěr

Během postupného zvažování našich jednotlivých nápadů a projektů jsme přišli na to, že aktivit a plánů, které by se daly na brněnském výstavišti uskutečnit, je opravdu mnoho. V celé práci jsme se ale snažili o reálnost nápadů a možnost tyto nápady uvést do chodu v co nejkratší době a v rozmezí přijatelných nákladů.

Snažili jsme se jednotlivé aktivity uchopit tak, aby ztraktivnily brněnské výstaviště pro veřejnost, ale zároveň nebránily běžnému fungování veletrhů. Co se týče cílových skupin, snažili jsme se být co nejpestřejší a zahrnout aktivity pro všechny věkové skupiny, abychom mohli oslovit co největší počet občanů a utvořili z brněnského výstaviště centrum dění a místo, kam by lidé chodili trávit svůj volný čas. Hlavním záměrem práce bylo tedy z doposud uzavřeného místa, nepřístupného volně veřejnosti, vytvořit místo, kde si kousek své zábavy najde snad každý občan, tedy:

*„Brněnské výstaviště, místo pro všechny, místo plné zábavy“*

Jednotlivé aktivity by měly postupně nalákat občany a ukázat jim, že Brno-město se o ně zajímá a nabízí jim aktivity ke zpříjemnění jednotlivých dnů. Důležitou součástí bude nejen aktivity na výstavišti uskutečnit, ale i uvést do chodu dobrou marketingovou kampaň, aby se občané o těchto aktivitách dozvěděli a začali je využívat. Doposud byl areál dlouhodobě nepřístupný a určitě nějakou dobu bude trvat, než si občané na novou situaci zvyknou. Věříme, že se brněnské výstaviště promění v atraktivní a pro občany velice využívanou část města, která bude neustále vzkvétat a nabízet více a více aktivit.

Zastáváme postoj, že nejlepší by bylo vybudovat mobilní ohraničení kolem výstavnického jádra a zbytek výstaviště nechat volně přístupné pro zvýšení zájmů občanů toto místo navštěvovat. V době velkých veletrhů, jako je např. Strojírenský veletrh, bychom samozřejmě počítali s dočasným uzavřením areálu, aby vedení BVV mělo k dispozici celý areál. Z tohoto důvodu jsou i jednotlivé aktivity snadno skliditelné nebo nikterak nenarušují provoz BVV během velkých veletrhů.

## Zdroje

Brněnské výstaviště otevřela před 80 lety výstava soudobé kultury. *Finanční novinky* [online]. Praha: Neris, 2008 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z:

[http://web.archive.org/web/20080528034339/http://www.financninoviny.cz/index\\_view.php?id=314277](http://web.archive.org/web/20080528034339/http://www.financninoviny.cz/index_view.php?id=314277)

Brněnské výstaviště: Veletrhy Brno patří mezi nejvýznamnější pořadatele akcí ve střední Evropě. *GOtoBRNO* [online]. Brno: Turistické informační centrum města Brna, příspěvková organizace, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.gotobrno.cz/brnenske-vystaviste>

Budoucnost brněnského výstaviště: byty, obchody nebo mosty na Riviéru. *IDnes: Brno a Jižní Morava* [online]. Praha: MAFRA, a . s, 2015 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z:

[http://brno.idnes.cz/budoucnost-brnenskeho-vystaviste-dtd-/brno-zpravy.aspx?c=A151219\\_2213669\\_brno-zpravy\\_tr](http://brno.idnes.cz/budoucnost-brnenskeho-vystaviste-dtd-/brno-zpravy.aspx?c=A151219_2213669_brno-zpravy_tr)

*COLMEX –: FITNESS HŘIŠTĚ PRO VŠECHNY GENERACE* [online]. Praha: Copyright, ©2010-2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.colmex.cz/>

Český statistický úřad [online]. Praha, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/>

DĚTSKÉ HŘIŠTĚ ROB ROY. *Hřiště.cz* [online]. Praha: hřiště.cz, 2017 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <http://www.hriste.cz/produkty/venkovni-detska-hriste/rob-roy>

*Dobré kino* [online]. Praha: dobreKino.cz, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z:

<http://www.auto-kino.cz/>

Exhibition grounds Germany. *Messe* [online]. Salzburg: Reed Exhibitions, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.messe.de/en/company/exhibition-grounds/germany/>

Facts & Figures of HANNOVER MESSE. *Hannover Messe* [online]. HANNOVER MESSE, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.hannovermesse.de/en/exhibition/facts-figures/after-show-report/infographic/>

Grilování u přehrady? Od podzimu to bude realita. *MultiMEDIA* [online]. Praha:

MuniMedia.cz, 2016 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z:

<http://www.munimedia.cz/prispevek/grilovani-u-prehrady-od-podzimu-to-bude-realita-10075/>

*Hřiště.cz* [online]. Praha: hřiště.cz, s.r.o , 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: [www.hriste.cz](http://www.hriste.cz)



[https://is.muni.cz/th/213667/fsps\\_m/DP\\_3.5..pdf](https://is.muni.cz/th/213667/fsps_m/DP_3.5..pdf)

Mobilní letní kino - autokino. *ChciParty.cz* [online]. Praha: ChciPárty.cz, ©2013 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.chciparty.cz/pronajem/nafukovaci-platno-letni-kino-airscreen>

MÜLLER, Zdeněk: Brněnské výstaviště: stavba století: stavební vývoj 1928-2002. 1. vyd. Brno: Brněnské veletrhy a výstavy, 2002. 233 s. ISBN 80-7293-049-4

O společnosti Veletrhy Brno. *Veletrhy Brno* [online]. Brno: Veletrhy Brno, ©2011-2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.bvv.cz/veletrhy-brno/spolecnost/>

Posezení u městského grilu? Už letos v létě. *Brněnskýdenik.cz* [online]. Brno: VLTAVA LABE MEDIA a .s, 2015 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: [http://brnensky.denik.cz/zpravy\\_region/posezeni-u-mestskeho-grilu-uz-letos-v-lete-20150525.html](http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/posezeni-u-mestskeho-grilu-uz-letos-v-lete-20150525.html)

Právo: VIDA! science centrum má nové exponáty. *ROMANHANÁK* [online]. Copyright, 2016 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.romanhanak.cz/2016/04/pravo-vida-science-centrum-ma-nove-exponaty>

Sport club: Lezecká sestava - block 5a [online]. Prah: Sportclub.cz, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.sportclub.cz/cz/lezecka-sestava-block-5a-1015.html>

SPRÁVA KOLEJÍ A MENZ. *Koleje Vinařská* [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.skm.muni.cz/kolej/vinarska>

Usnesení Rady města Brna RM7/05719 o zahájení přípravy investiční akce na vybudování sportovišť a souvisejícího zázemí v lokalitě za Anthroposem

Vida science centrum táhne i po třech měsících. Denně ho navštíví tisícovky lidí. *Brněnský deník* [online]. Brno: VLTAVA LABE MEDIA, 2015 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: [http://brnensky.denik.cz/zpravy\\_region/vida-science-centrum-tahne-i-po-trech-mesicich-denne-ho-navstivi-tisicovky-lidi.html](http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/vida-science-centrum-tahne-i-po-trech-mesicich-denne-ho-navstivi-tisicovky-lidi.html)

VIDA [online]. Brno: Moravian Science Centre Brno, 2016 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://vida.cz>

VIDA! science centrum, Brno. *Výlety-zábava* [online]. Praha: VYLETY-ZABAVA.CZ, ©2012-2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.vylety-zabava.cz/muzea-vystavy-atrakce/jizni-morava/2194-vida-science-centrum-brno>

Vida! V Brně se otevírá nové zábavní vědecké centrum. *IDnes* [online]. Praha: MAFRA, 2014 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: [http://cestovani.idnes.cz/vida-v-brne-se-otevira-nove-zabavni-vedecke-centrum-f8l-/kudyznudy.aspx?c=A141124\\_130000\\_kudyznudy\\_bes](http://cestovani.idnes.cz/vida-v-brne-se-otevira-nove-zabavni-vedecke-centrum-f8l-/kudyznudy.aspx?c=A141124_130000_kudyznudy_bes)

Zielgruppen und Fachinformationen für Ihren Erfolg. *Reed Exhibitions* [online]. Salzburg: Reed Exhibitions, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.messe.at/unternehmen/philosophie.html>

## Seznam obrázků

Obrázek 1 Staré výstaviště .....	7
Obrázek 2 Pavilon Morava.....	8
Obrázek 3 Rozložení pavilonu Morava v přízemí .....	17
Obrázek 4 Plán 1. patra pavilonu Morava.....	18
Obrázek 5 Půdorys suterénu pavilonu Morava k využití pro studentský klub.....	20
Obrázek 6 Vyznačená oblast pavilónu Morava k využití pro kavárnu .....	21
Obrázek 7 Letní zahrádka nad prostory kafé-bar .....	21
Obrázek 8 Prostory u jezírka za pavilónem Morava .....	22
Obrázek 9 Příklad outdoor posilovny.....	25
Obrázek 10 Příklad outdoor posilovny.....	25
Obrázek 11 Příklad outdoor posilovny Factory .....	26
Obrázek 12 Příklad outdoor posilovny Factory .....	26
Obrázek 13 Příklad dětského hřiště.....	27
Obrázek 14 Návrh umístění horolezecké stěny.....	29
Obrázek 15 Ukázka realizovaného grilu v Lužánkách.....	30
Obrázek 16 Ukázka posezení u grilu v parku v Lužánkách.....	31
Obrázek 17 Detail mapy.....	31
Obrázek 18 Plán VIDA centra .....	33
Obrázek 19 Expozice ve Vida centru .....	36
Obrázek 20 Plán za areálem Vida zamýšlený k rozšíření expozic VIDA centra.....	36
Obrázek 21 Příklad šachů v životní velikosti.....	37
Obrázek 22 Ukázka nápisu v Amsterdamu .....	45

## Seznam tabulek

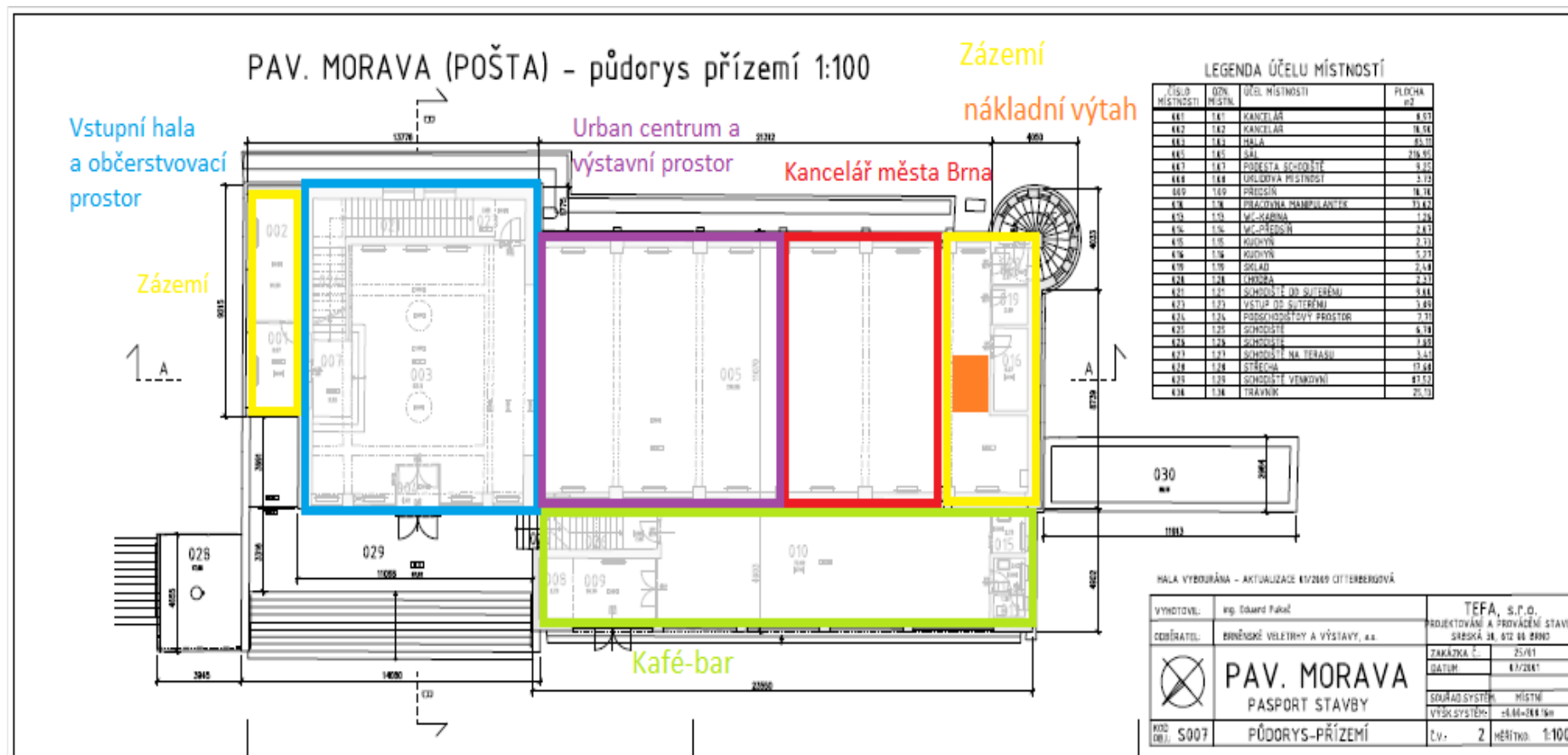
Tabulka 1 Věkové složení obyvatel Brna .....	12
--	----

## Seznam grafů

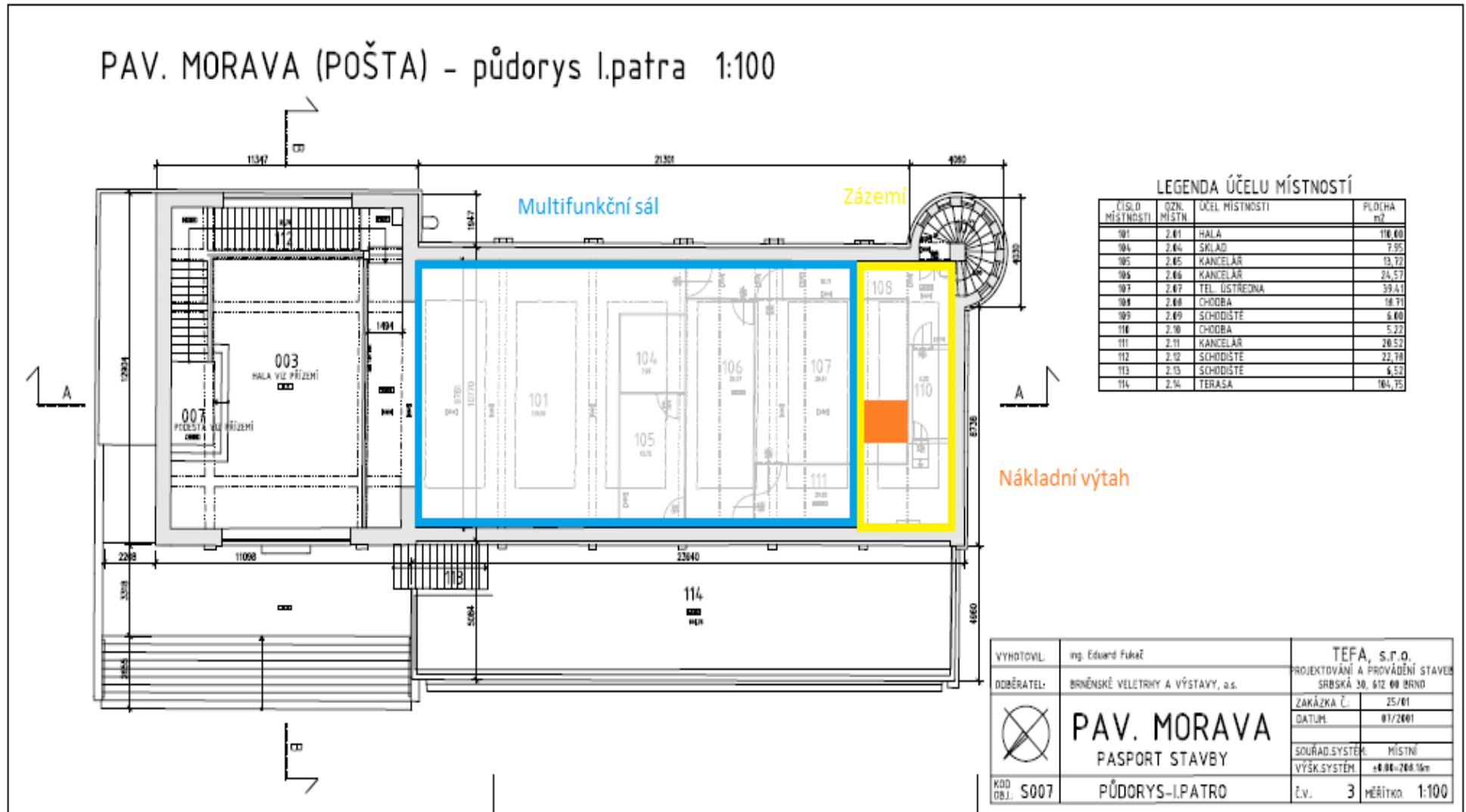
Graf 1 Počet studentů vybraných vysokých škol v Brně v roce 2017.....	11
Graf 2 Věková pyramida .....	13

# Přílohy

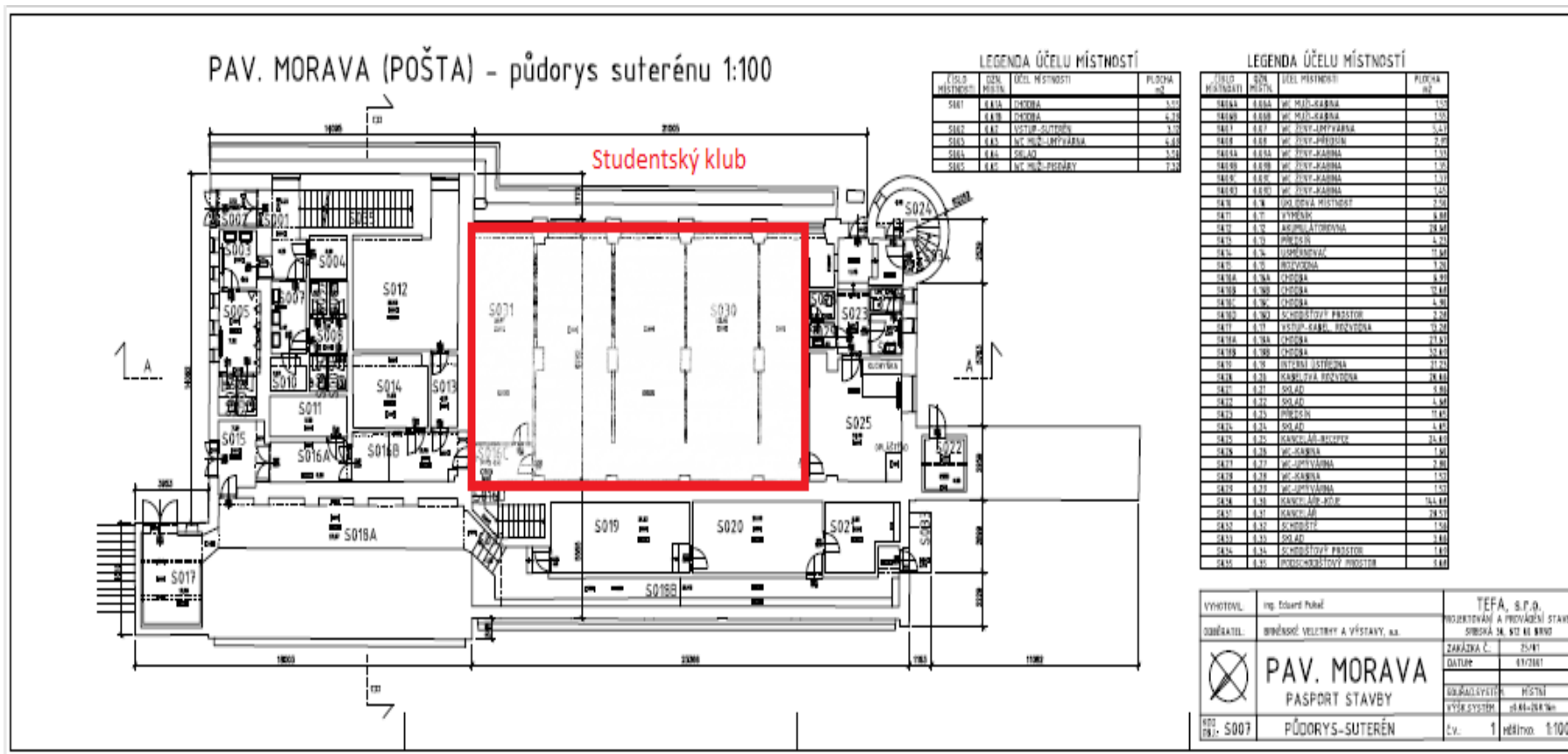
Příloha 1 Pavilón Morava půdorys přízemí – Urban centrum, kancelář, občerstvovací prostor



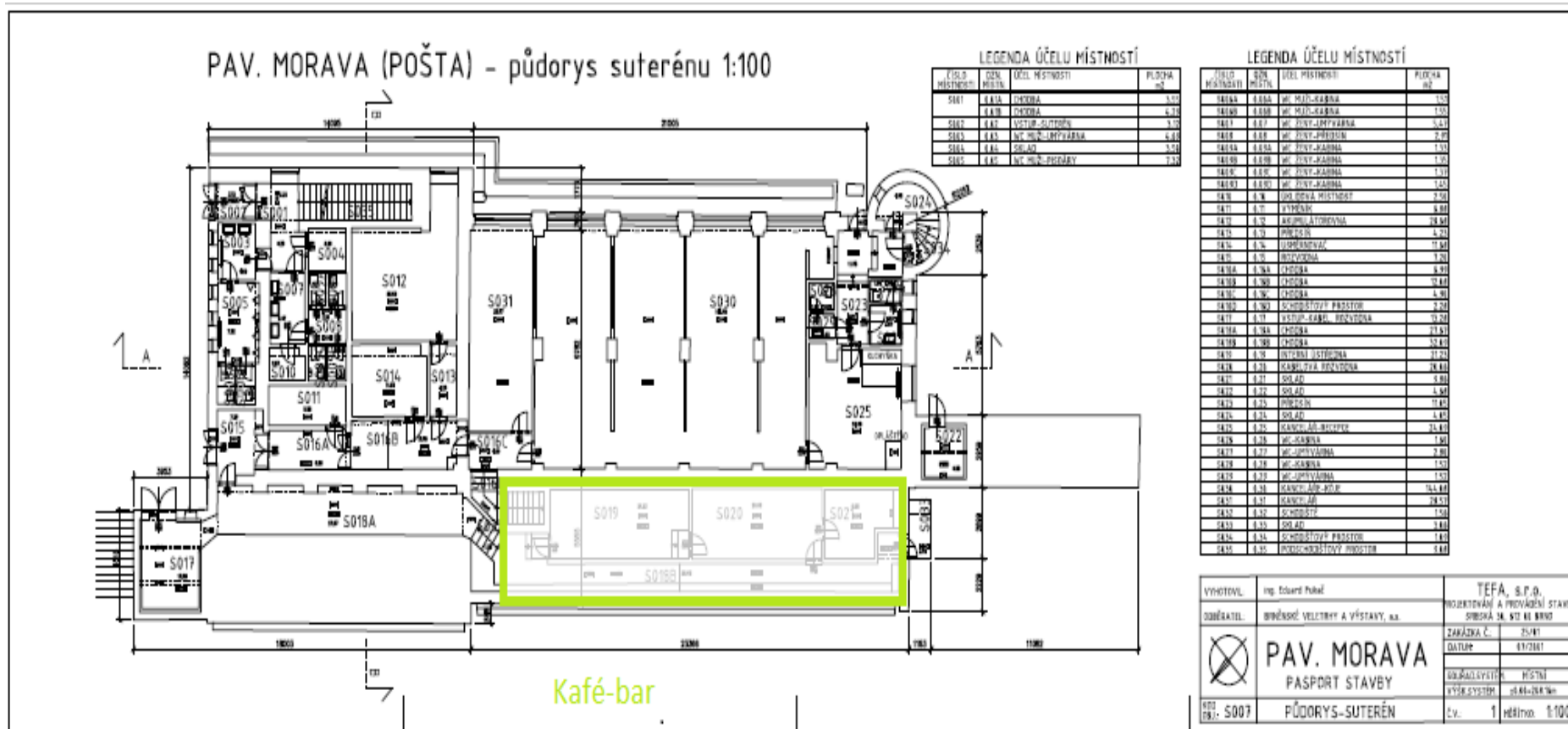
Příloha 2 Pavilón Morava půdorys 1. patra – multifunkční sál



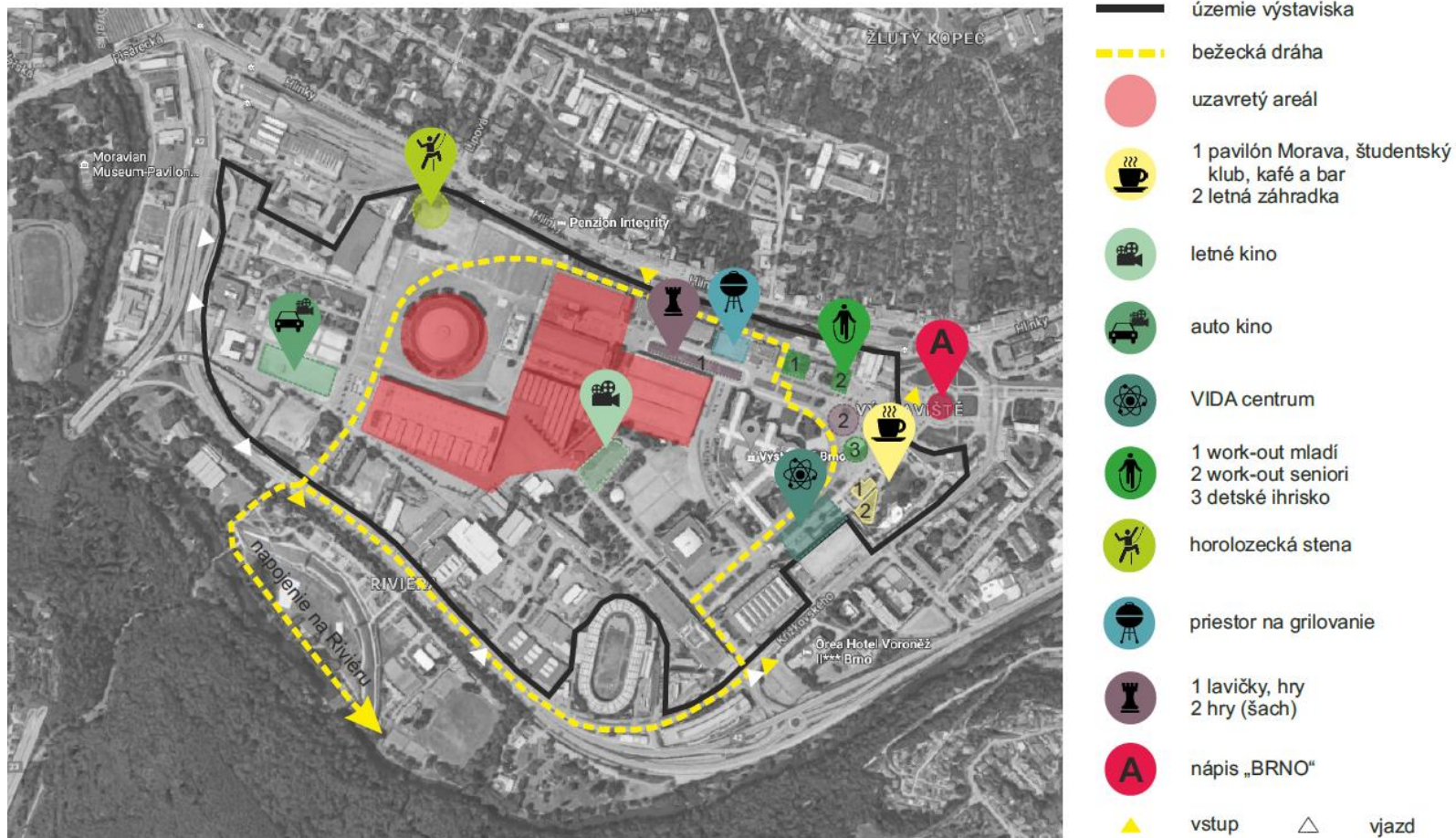
Příloha 3 Pavilón Morava půdorys suterénu – studentského klubu



Příloha 4 Pavilon Morava – Kafé-bar



## MUNISS 2017- Výstaviště Brno



Michal BIELIK, Jakub KLÍMA, Katarína MACKOVIČOVÁ, Lucie MIKŠÍKOVÁ, Žanet REZKOVÁ, Ivana SEKANINOVÁ, Martin ZACHA :autori