

KONCEPCE ROZVOJE KULTURY A KULTURNÍHO TURISMU V TÁBOŘE



Zpracoval Kvas z.s., 2018
Autoři textů: MgA. Jakub Deml, Ing. Lenka Mikletičová a Dalibor Naar

OBSAH

1. ÚVODNÍ SLOVO	3
PROČ SE ZABÝVAT ROZVOJEM KULTURY VE MĚSTĚ?.....	3
2. CÍLE DOKUMENTU A PROCES JEHO VZNIKU.....	4
VÝCHODISKA.....	4
REALIZACE.....	4
HODNOTA VÝSLEDKU	5
PŘEHLED HLAVNÍCH AKTIVIT V RÁMCI PROCESU TVORBY KONCEPCE	5
3. JAK PRACOVAT S DOKUMENTEM / DALŠÍ POSTUP	6
4. KULTURNÍ PROFIL MĚSTA TÁBORA.....	8
VÝTVARNÉ UMĚNÍ.....	8
FILM.....	9
LITERATURA	9
DIVADLO	9
TANEC.....	10
HUDBA – HISTORICKÁ, SOUČASNÁ KLASICKÁ	11
HUDBA – OSTATNÍ.....	11
HISTORIE A KULTURNÍ DĚDICTVÍ.....	12
MULTIŽÁNROVÉ	12
ATRAKTIVITY CESTOVNÍHO RUCHU	14
5. PROSTOROVÉ ZÁZEMÍ A AKTIVITY V ÚZEMÍ.....	18
6. CÍLOVÉ SKUPINY, PROPAGACE A KULTURNÍ KALENDÁŘ	23
7. ZNAČKA MĚSTA, NABÍDKA A PRODUKTY KULTURNÍHO TURISMU	25
8. FINANČNÍ PODPORA KULTURY (GRANTOVÝ SYSTÉM PRO KULTURU)	32
9. ROLE MĚSTA A ODBORU KULTURY A CESTOVNÍHO RUCHU	39
10. PŘÍLOHY	44

1. ÚVODNÍ SLOVO

Proč se zabývat rozvojem kultury ve městě?

Vážení čtenáři, než se začnete do prvních stránek tohoto koncepčního materiálu, dovoluji si uvést vás do tématu kultury trochu zeširoka, a to s pomocí Wikipedie. Považuji následující popis za velmi přílehlavý pro vysvětlení toho, proč se vůbec kulturou a jejím rozvojem ve společnosti zabývat.

*Význam pojmu kultura může osvětlit původ slova. Latinské **cultura**, budoucí přičestí slovesa **colere** (pěstovat, vzdělávat a také uctívat), znamenalo původně pěstování užitkových plodin (např. „kultura chmele“). Na rozdíl od plevele, který roste sám, o plodiny se lidé musí starat. Jako metaforu je použil Marcus Tullius Cicero pro překlad Platónova pojmu „péče o duši“ (cultura animi) a teprve od 16. století se používá v užším smyslu pro označení vybraných lidských činností, zejména uměleckých. Kultura tedy zahrnuje všechno to, s čím se člověk nerodí, ale co se musí naučit, aby se stal platným členem své společnosti; co sám většinou nevytváří, nýbrž přejímá od starších; co je spíše kolektivním a často anonymním, nastřádaným dílem mnoha generací; co se udržuje tím, že se o to lidé starají a pečují; co dané společenství spojuje a zároveň odlišuje od jiných.*

V současné době už umíme kvantifikovat a přesně popsat přínos kultury pro ekonomiku, život a zdraví lidí. Velmi efektivní propojení kreativity a technologií ukazují např. počítačové společnosti. V Estonsku pracuje v kreativních odvětvích 12 % společnosti, najednou to není jen zábava, je to zaměstnání, růst, přidaná hodnota. Existují studie prokazující vliv kulturního života na délku života a jeho kvalitu, rychlost léčení a podobně.

Kultura si prostě jako vzácný veřejný statek zaslouží koncepční a strategické uchopení, stejně jako jakýkoliv jiný obor. Touto myšlenkou se již dlouho zabývali lidé kolem kultury v Táboře. A když se naskytla příležitost začít v tomto směru pracovat s odborníky a zejména s těmi, kteří kulturu v Táboře aktivně tvoří, bylo jasno. Tábor a Táboráci si to totiž zaslouží. V průběhu procesu stále více vychází na světlo, že Tábor je kulturní město a ob stojí ve srovnání i s některými většími městy v republice. Již naši předci postavili základ unikátního spolkového života, který v mnoha případech přetrvává bez přerušení dosud. Žijí zde lidé, kteří se umění věnují aktivně a mnohdy na velmi vysoké, nadregionální i celostátní úrovni. Někteří svůj talent a radost vyjadřují v tónech, jiní v pohybu nebo třeba výtvarně. Jiní jsou nadaní zejména organizačními schopnostmi a svou lásku k umění projevují v provozování institucí nebo organizací akcí s kulturním obsahem. Mnoho z nich předává své zkušenosti a nadšení dalším generacím v různých kroužcích a zájmových spolcích. A žije zde i mnoho lidí, kteří se chtějí a umějí z jejich talentu těšit a jsou nadšenými návštěvníky, diváky, čtenáři...

Nic z toho ale není samozřejmost, je to pro město dar a zároveň závazek. Je třeba se o toto bohatství starat a dále ho rozvíjet. Podporovat místní kulturní a umělecké podhoubí má jednoznačně velký význam pro všechny ve městě. Rostou z něj nové talenty, aktivní lidé, kteří vědí, co chtějí a umí to udělat. Silná místní kultura pomáhá vytvořit jedinečnou atmosféru města. Značku, která je zajímavá jak pro jeho obyvatele, protože se s ní mohou rádi ztotožnit, tak pro návštěvníky, kteří ji chtějí "ochutnat". A návštěvníci samozřejmě podporují lokální ekonomiku, nejen v oblasti cestovního ruchu.

Najít společně konkrétní roli města v této oblasti, pojmenovat ji, shodnout se na ní, naznačit cesty, kudy v tomto směru jít dál – v to jsem doufala v začátcích zpracování této koncepce. Ukazuje se, že velmi efektivní způsob, jak můžeme dosáhnout vyšší kvality, je aktivně spolupracovat, poznávat se a své potřeby a možnosti, propojovat světy města, spolků i podnikatelů. Věřím, že se nám společně podařilo nastartovat proces, který se bude dále vyvíjet a bude motorem a podporou pro všechny zúčastněné.

Mgr. Kateřina Bláhová

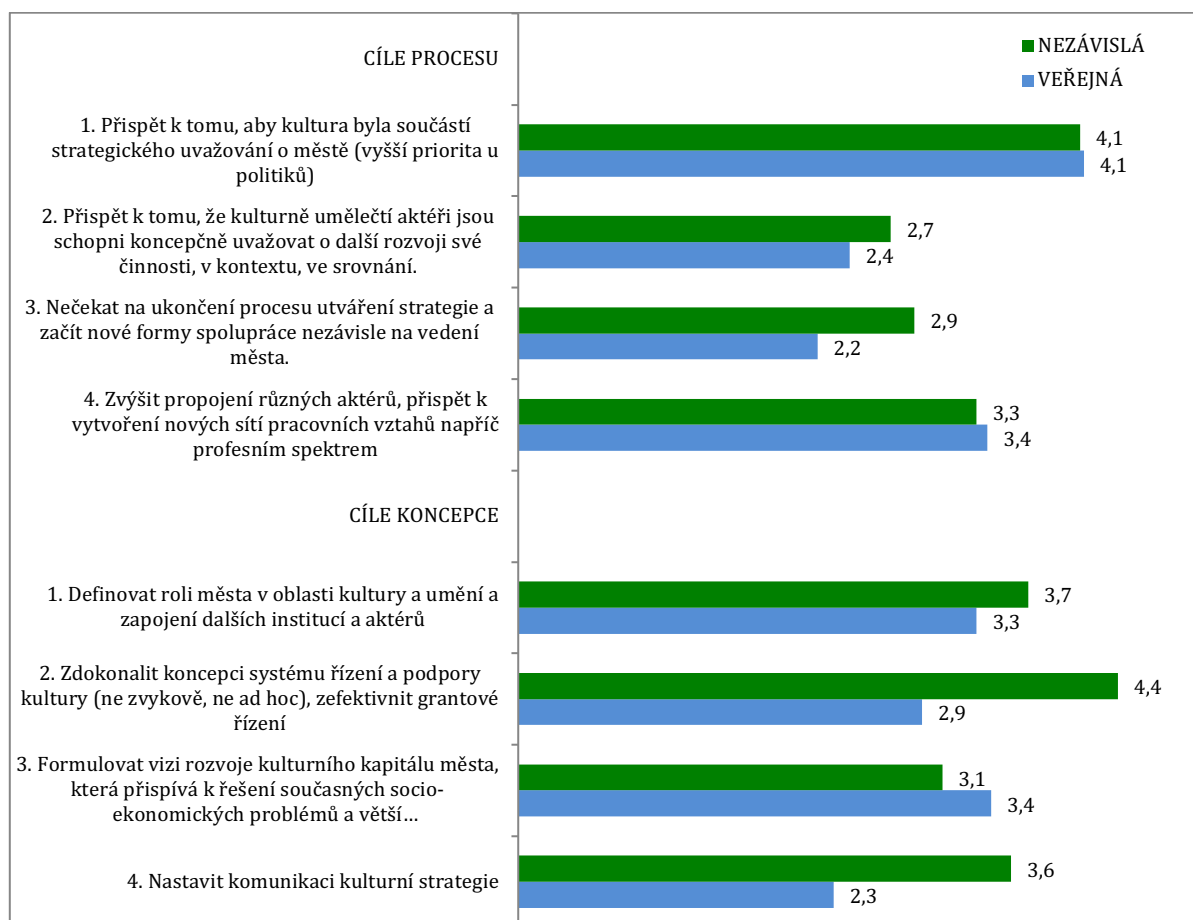
Místostarostka města Tábor

2. CÍLE DOKUMENTU A PROCES JEHO VZNIKU

Východiska

Metody pořízení této koncepce vycházejí z poznatků úvodního pracovního setkání s aktéry, které se uskutečnilo již v červnu 2016. Setkání se zúčastnilo zhruba 50 aktérů reprezentující veřejnou, neziskovou i podnikatelskou sféru ve městě a v blízkém okolí. Cílem setkání bylo zpřesnit cíle koncepce (Strategie) a její zaměření a rozsah tak, aby co nejvíce odrážela potřeby celého spektra aktérů. Níže uvedený graf je přehledem tehdejších očekávání aktérů vzhledem k procesu a koncepci samotné.

*Cíle procesu a cíle koncepce z pohledu aktérů veřejného sektoru (n=18) a nezávislé scény (n=25) **



* Ve veřejném sektoru je zahrnuta politická reprezentace, úředníci a aktéři z veřejných institucí, v nezávislé scéně pak nezávislé organizace neziskové a podnikající a jednotlivci. Aktéři, kteří se do žádné ze skupin nepřihlásili, zařazeni nejsou.

Realizace

Předkládaný dokument je výsledkem zhruba půlročního participativního analytického a plánovacího procesu, který zapojil širokou škálu aktérů v kultuře ve městě. Cílem bylo zmapovat vybrané oblasti kultury a kulturního turismu, analyzovat hlavní silné a slabé stránky a bariéry rozvoje a porovnat vnímání problémů a možnosti rozvoje ze strany města a dalších aktérů ve městě. **Z tohoto pohledu se jedná o dokument ANALYTICKÝ**, byť obsahuje celou řadu konkrétních námětů a projektů, které jasně ukazují možnosti, jak danou problematiku řešit nebo uchopit.

Z pohledu metodiky tvorby strategických dokumentů nelze koncepci považovat za plnohodnotný strategický dokument: na předkládané závěry by měl navázat proces NÁVRHOVÝ, který propojí poznatky do jednotné vize, stanoví hlavní priority a rozpracuje je do struktury cílů a opatření, nastaví

indikátory, které umožní vyhodnocovat naplňování strategie, a v neposlední řadě problematiku prováže s cíli a procesy v dalších rozvojových oblastech města (územní rozvoj, sociální oblast, školství apod.).

Hodnota výsledku

Výše uvedené by však nemělo snižovat hodnotu předkládaného výsledku, který je nutné chápat jako **první, avšak zcela zásadní, etapu koncepčního plánování v kultuře a kulturním turismu v Táboře**. Proces byl od počátku veden snahou získané poznatky převádět do konkrétních kroků, tedy nečekat na ucelenou komplexní strategii, ale posunovat se v daných oblastech spíše drobnými inovacemi, které však mohou v mnoha případech přinést velký pozitivní dopad.

Základní hodnota předkládaného výsledku tkví mimo jiné v tom, že reflektuje potřeby celé škály aktérů a navrhované změny a náměty reprezentují konsensus mezi aktéry a městem. Postihuje tak potřeby většiny publika ve městě, bez ohledu na to, kdo kulturní aktivitu provozuje.

Přehled hlavních aktivit v rámci procesu tvorby koncepce

1. **Rozhovory s 25 vybranými aktéry** (leden, únor 2018)
2. **Workshop „Cílové skupiny, propagace, kulturní kalendář“** (únor 2018)
3. **Setkání se zástupci Sezimova Ústí a Plané nad Lužnicí, terénní exkurze** (únor 2018)
4. **Pracovní setkání se zástupci veřejné správy v oblasti cestovního ruchu – OKaCR, TIC Tábor, Toulava** (březen 2018)
5. **Pracovní setkání se zástupci podnikatelů v oblasti cestovního ruchu v Táboře** (březen 2018)
6. **Workshop „Nabídka a produkty kulturního turismu“** (duben 2018)
7. **Workshop „Grantový systém pro kulturu“** (květen 2018)
8. **Workshop „Prostorové zázemí pro kulturu“** (květen 2018)
9. **Závěrečné veřejné setkání** (červen 2018)



Diskusní stoly v rámci Závěrečného setkání, červen 2018, Divadlo Oskara Nedbala Tábor

3. JAK PRACOVAT S DOKUMENTEM / DALŠÍ POSTUP

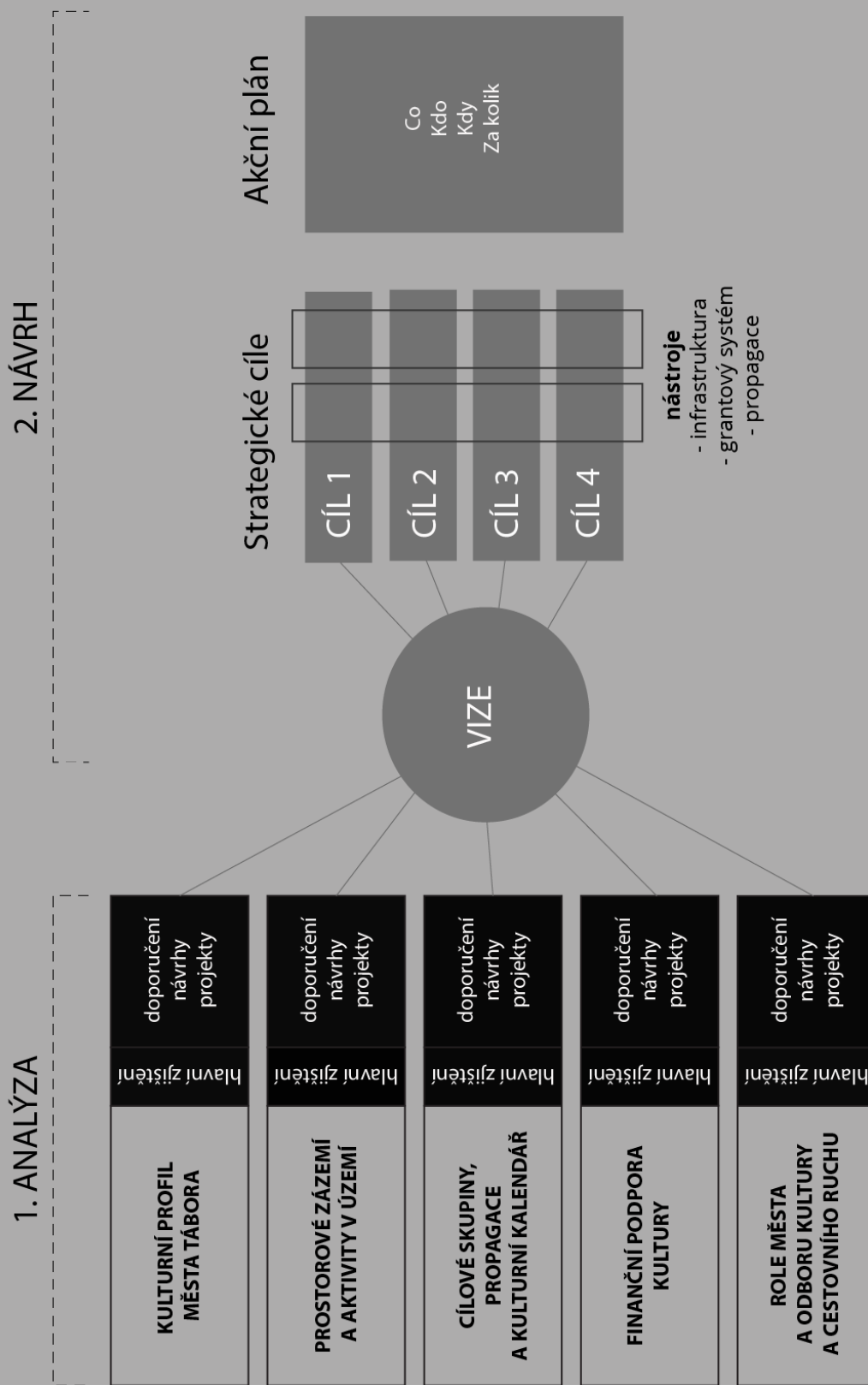
Vzhledem k tomu, že tento dokument je především dokumentem analytickým (ukazuje, na CO se v rozvoji dále zaměřit, ale pouze naznačuje JAK), je pro účinnou realizaci nezbytné rozpracovat poznatky do NÁVRHOVÉ ČÁSTI KONCEPCE, která propojí poznatky z jednotlivých oblastí analýzy a stanoví hlavní priority rozvoje a měřitelné cíle. Nejkonkrétnější formou návrhové části koncepce je realizační plán, zpravidla označovaný jako AKČNÍ PLÁN.

Smyslem akčního plánu je rozpracovat podněty a návrhy řešení do zcela konkrétních proveditelných aktivit a projektů, které budou mít jasně popsané cíle, výstupy, termíny, realizátory a finanční alokace a budou především odpovídat reálným kapacitám realizátorů (časovým, finančním atd.). Akční plán by měl sloužit jako podklad pro tvorbu rozpočtu OKaCR, resp. dalších městem zřizovaných subjektů spadajících do záběru koncepce.

První akční plán je vhodné vytvářet na období dvou let, neboť by měl zahrnovat jak „malé změny s velkým dopadem“, tzn. relativně snadno proveditelné změny, tak by měl zajistit i nastartování „velkých kroků“, tzn. velkých systémových změn nebo velkých projektů.

Dalším důvodem pro tvorbu akčního plánu na 2 roky je blížící se výročí 600 let od založení města Tábora. Z hlediska rozvoje kultury a kulturního turismu se jedná o zcela jedinečnou příležitost, jak akcelarovat rozvoj v obou hlavních dimenzích tábořské kultury: posílit identitu obyvatel k městu i posílit značku města a prezentovat bohatství města navenek.

PROCES TVORBY STRATEGIE



4. KULTURNÍ PROFIL MĚSTA TÁBORA

[ANALÝZA]

Cílem této kapitoly je poskytnout základní přehled – mapu tábořské kulturní scény. Jedná se o pohled rámcový, který by měl posloužit jako vodítko k dalším úvahám v dalších kapitolách koncepce. Cílem není v žádném případě porovnávat jednotlivé aktéry mezi sebou ve smyslu kvality nebo výkonu, ale postihnout určitou dynamiku a specifickou situaci v Táboře. **Přehled se zaměřuje na subjekty, které v Táboře působí, případně sídlí a svou činnost prezentují i mimo Tábor.** Vzhledem k tomu, že smyslem koncepce je propojit kontext kultury a cestovního ruchu, jsou do přehledu začleněny i atraktivní cestovního ruchu, které obsahují aspekt „kulturního turismu“.

Kultura v Táboře dle žánrů/oblastí:

VÝTVARNÉ UMĚNÍ

Stálá výstavní a galerijní činnost

Město Tábor zřizuje 3 městské galerie: Galerie U Radnice, Vodárenská věž a Galerie 140. Galerie 140 slouží koncepčně jako prostor pro Velikonoční a Vánoční výstavy, doplněné o výstavy škol, partnerských měst a spolků. Dále pro odborné výstavy o aktuálním dění ve městě nebo tematické výstavy zaměřené na regionální či celorepubliková výročí a výstavy menšího rozsahu.

Galerie U Radnice nabízí autorské výstavy. Celoročně dostávají příležitost táborští výtvarníci, na léto jsou zařazováni známí tvůrci, jejichž díla přitahují do města turisty (např. Slíva, Saudek, Bím).

Vodárenská věž je dispozičně specifický prostor pro menší výstavy.

Husitské muzeum v rámci své činnosti pořádá ve svých prostorách Staré radnice výstavy místních umělců, tématu husitství nebo Tábořem inspirovaných děl apod. Původně městské muzeum od počátku sbíralo výtvarné umění, které husitství akcentovalo, existuje také staré husitské výtvarné umění. Buduje se i sbírka výtvarných umělců z Tábora nebo Tábořem inspirovaných – o sbírku výtvarného umění pečuje odborná kurátorka.

Galerie 4MAT je představitelem soukromé prodejní galerie specializující se na tvorbu a prodej autorizovaných digitálních tisků českých výtvarných umělců, galerie představuje jak nejvýznamnější umělce současné české výtvarné tvorby, tak i významné rodáky, mladé talenty či pozapomenuté solitéry, žijící v ústraní mimo pozornost současného dění.

V rámci své činnosti provozuje menší galerii ve svých prostorách i **Divadlo Oskara Nedbala Tábor. Ve městě jsou ještě další výstavní prostory a prodejní galerie např. v Městské knihovně Tábor, Antikvariátu Bastion, Supice apod.**

Festivaly

Festival Tabook je mezinárodním festivalem malých a středních kvalitních nakladatelů a je příležitostí k setkání všech knižních profesí, představení obrazové knihy a ilustrace. Skrze médium knihy přirozeně propojuje výtvarné umění (ilustraci) a literaturu. V programu je bohatá škála doprovodných akcí – přednášek, workshopů, koncertů i divadel, v rámci festivalového programu organizuje výstavy současných výtvarníků.

Vzdělávání, výchova mladých tvůrců

ZUŠ Tábor – Ve výtvarném oboru se vyučuje kresba, malby, grafika, dekorativní činnosti, keramika, modelování a skupiny dospělých. Obdobné volnočasové aktivity pro děti i mládež zajišťuje **Dům dětí a mládeže**.

Dílina – Výtvarná tvorba (tvořivé dílny) má výrazný prostor též v rámci Dílny, která je také knihkupectvím a kulturně-komunitním prostorem.

FILM

Film reprezentuje především **Kino Svět Tábor**, které je stabilně fungujícím kinem s poměrně vysokou návštěvností a kvalitním repertoárem. Kino splňuje parametry kvalitního a moderního promítacího sálu, nabízí premiéry českých i světových filmů, ale i přenosy či záznamy operních, baletních a koncertních představení. Promítání pro školy organizuje i Dům armády.

LITERATURA

Městská knihovna Tábor je veřejná knihovna s univerzálním knihovním fondem a službami, profiluje se jako otevřené vzdělávací, kulturní, komunitní a kreativní centrum (široká nabídka vzdělávacích a kreativních aktivit pro různé zájmové skupiny uživatelů). Má několik poboček v různých částech města. Od roku 2018 je součástí knihovny i hvězdárna.

Významnými aktéry v oblasti literatury jsou dále **Festival Tabook** (viz výše) a **Dílina Tábor**, která provozuje ve svém zázemí knihkupectví a tvořivé dílny.

DIVADLO

Stabilní divadelní scéna

Divadlo Oskara Nedbala Tábor je divadlo stagionového typu s cílevědomou dramaturgickou koncepcí, která vychází ze záměru průběžně přibližovat divácké obci města Tábora a jeho okolí co nejúplněji a nejkvalitněji obraz českého divadelního dění. Na dvou hledištích (pro 350 a 650 diváků) vystupují nejen hostující divadelní soubory, ale je zde uváděna i koncertní hudba všech žánrů. Součástí divadla je i výstavní galerie, divadelní klub, kavárna a přilehlý divadelní park. V nabídce pro návštěvníky divadla jsou i doprovodné programy organizované ve spolupráci s dalšími subjekty jako např. Barevné čtvrtky s cestovatelskými přednáškami, Listování, vernisáže, představení nového cirkusu atd.

Divadelní spolky

Divadelní soubor Tábor historicky navazuje na první spolek tábořských divadelních nadšenců založený roku 1857. V posledních letech se soubor zaměřuje na produkci pohádek pro děti, hry klasických autorů, komedie a frašky hrané pod širým nebem, konverzační komedie, dramata a nejnověji také experimentální díla. Spolek využívá zázemí Divadla ON v Táboře jako své „stálé“ scény.

Divadlo Mladých bylo založeno v roce 1954 Vladimírem Rábem. Od roku 1965 funguje pod hlavičkou 4. ZŠ Tábor Marešův vrch, kde působí do dnešní doby. V dětském souboru vystupuje cca 15–20 dětí ve věku od 1. třídy ZŠ, v repertoáru jsou zásadně pohádky – za sezonu dvě až tři premiéry. Mimo tuto činnost se soubor věnuje estrádním pásmům pro domovy důchodců, vystoupením ke Dni dětí, školním akademiím, Tábořským setkáním atd. Soubor má velmi zajímavé osazení, protože zde hrají děti od sedmi let, přes středoškoláky až po důchodce.

Divadlo Rubikon bylo založeno v roce 1990 Ladislavem Šustrem a Janem Melicharem (režie a technika Divadla mladých) jako ochotnický soubor. Každou sezonu připraví soubor jednu pohádku a jednu komedii pro dospělé, kdy premiéra je vždy ve Vojenském klubu a jinak se jedná o výjezdová představení. Každý rok – už po čtvrté za sebou – pořádá Rubikon divadelní festival Tábořská opona, kterého se účastní vždy minimálně pět souborů. Soubor také pořádá dětské karnevaly, mikulášské besídky a dětské letní tábory.

Divadlo Dokola funguje již 10. rokem, před 3 lety se přestěhovalo do Tábora. V současné době funguje jako zájezdové profesionální divadlo se sídlem v Táboře a jeho hlavním cílem je vybudovat

postupně stálou loutkovou scénou v Táboře. V repertoáru je cca 12 her, které hraje v divadlech, školkách a letních akcích pod širým nebem.

Divadlo Kapota je táborský divadelní spolek fungující jako stálý soubor od roku 2013. Každý člen nejprve absolvuje hereckou přípravu, kde se učí všechny potřebné divadelní základy, než se poprvé vydá na jeviště. Autorem všech scénářů je vedoucí souboru Kateřina Pokorná.

Festivally, místní přehlídky

Táborská opona je divadelní festival pořádaný PDA Tábor a DHS Rubikon prezentující místní a regionální amatérské divadelní soubory. Program se zaměřuje jak na dětské publikum (pohádky), tak na dospělé (komedie).

Komedianti v ulicích – Mezinárodní festival Komedianti v ulicích ve městě Táboře vznikl v roce 2011. Svou poetikou je jedním z mála českých festivalů, který prezentuje moderní pouliční divadlo v centru památkové rezervace. Nabízí dramaturgii zaměřující se na trendy reflektující současné pouliční umění doma, ale i v zahraničí. Jeho doménou jsou cirkusová umění, klauni, pantomima, loutky, pohybové divadlo, interaktivní představení, dílny nebo hudba. Hlavním pořadatelem je město Tábor.

Divadlo v zahradě – viz Husitské Muzeum.

TANEC

ATAK z. s. je taneční spolek, který v současné době sdružuje více než 700 členů tančících společenské, street dancové, latinsko-americké i orientální tance. Tento čistě závodní klub má velmi hojnou účast a dobré výsledky na národních i mezinárodních soutěžích, sám organizuje pět soutěží ročně. Pobočky tanečního klubu jsou v několika táborských školách a ve většině mateřských a základních školách probíhají taneční kroužky vedené lektory ATAKu, což je pro talentované děti často podnětem vstupu do závodního klubu.

Sportovní taneční klub 6dance je registrován od roku 2001, jeho zakládající členové mají za sebou dlouhodobé působení v oblasti tance a jsou držiteli Mezinárodní taneční třídy ve standardních a latinsko-amerických tancích, finalisté Mistrovství ČR v deseti tancích a účastníci řady dalších soutěží nejen v ČR. Taneční klub v současné době nabízí světově známé taneční a cvičební programy pro děti i dospělé (170 dětí ve 14 různorodých tanečních skupinách). Převážná část aktivit klubu probíhá v prostorách Studia Grand, kde je v provozu také kavárna a obchod 6dance.

Taneční skupina CODA podporuje a propaguje moderní a jazzový tanec a vytváří podmínky k tvorbě amatérských tanečních představení. Klade důraz na základy taneční techniky, správné držení těla, rozvoj pohybového projevu jednotlivce, vnímání hudby, vztah ke kultuře, a především na upevnění zdravých návyků. Zároveň se tento spolek nebrání konfrontovat své výsledky na vrcholných soutěžích, především v seriálu soutěží Taneční skupina roku.

Taneční studio S.araH. Tábor se zaměřuje na orientální tanec, moderní tanec, disco a streetové styly. Kurzy jsou mířeny pro všechny věkové kategorie včetně přípravy pro nejmenší již od 3 let. Nabízí předtančení na různých společenských akcích, soukromé lekce, kondiční lekce, sestavení choreografie pro různé tematické příležitosti. Prezentuje se na pohárových, republikových soutěžích a společenských akcích.

Dále pak v Táboře fungují menší soubory zaměřené na country tanec: **Dupáček a Křečová žíla**.

HUDBA – historická, současná klasická

Soubory

Komorní orchestr Bolech města Tábor v roce 2017 oslavil 140 let od svého založení.

Orchestr hraje hlavně v Táboře – obvykle čtyřikrát za rok, svým nástrojovým obsazením je spíše orchestrem symfonickým. V orchestru hraje šedesát muzikantů nejrůznějšího povolání a stáří. V repertoáru orchestru je široká škála skladeb, barokní hudbou počínaje a skladbami současných autorů konče, nechybí ani árie či předehry oper, operet a muzikálů. Častými hosty koncertů orchestru jsou vynikající profesionální sólisté. Posluchačsky vděčné jsou vánoční koncerty, ve kterých spoluúčinkují spojené tábořské pěvecké sbory.

Pěvecký sbor HLAHOL – TÁBOR, sbor s více než stopadesátiletou tradicí má v současné době 25 řádných členů. Každoročně pořádá několik samostatných koncertů v tábořském regionu i četná další vystoupení dle zájmu pořadatelů. Kromě letních měsíců se schází pravidelně jedenkrát týdně na svých zkouškách. Spolupracuje s řadou amatérských pěveckých těles v České republice i zahraničí.

Komorní pěvecký sbor DOMINO Tábor funguje od roku 1992 jako smíšený sbor, v současné době má 25 aktivních členů. V repertoáru sboru je barokní a klasická hudba, tradicionály, spirituály, jazz, lidová a populární hudba. Za dobu své existence sbor uskutečnil několik set vystoupení v rámci celé ČR i zahraničí. Zkoušky sboru probíhají jedenkrát týdně v prostorách ZŠ B. Bolzana.

Táborský chrámový sbor byl založen v roce 1880. Současný Táborský chrámový sbor působí v obou tábořských farnostech a účinkuje i mimo Tábor. Specializuje se na duchovní hudbu. V roce 1985 byl prakticky nově založen, protože z původního sboru zbylo jen 5 členů. Smíšený sbor má aktuálně zhruba 35 členů.

Dei Gratia je čtyřčlenná tábořská hudební skupina hrající historickou hudbu z 13. až 16. století. Středověká muzika spolu s písněmi zpívanými v originálních starých jazycích je oceňována při příležitostech typu historických průvodů, bitev, ve středověkých krčmách, městských slavnostech, ale i rautech a oslavách. Kapela Kontušovka je hudebně komediantská show plná známých staročeských písniček a veselých průpovědek z dob c. k. mocnářství, pražských putyk a kabaretů.

Festivaly

Klasičci na Střelnici (návaznost na Klasičci v ulici) je neformálním festivalem kvalitní hudby, který prostřednictvím známých profesionálních i mladých nadějných umělců propaguje nejen klasickou hudbu neotřelým způsobem.

V rámci festivalu, který probíhá od června do ledna, každoročně proběhne průměrně 6 velkých koncertů. Festival má svůj rezidenční orchestr, složený ze členů České filharmonie a dalších pražských souborů. Festival zaznamenává velký zájem nejen tábořského publika.

Notování nad Lužnicí je tradiční společný koncert pěveckých sborů z Táborska v příjemném prostředí zahrady spolkového domu Střelnice pořádaný v rámci festivalu **Léto nad Lužnicí**.

HUDBA – ostatní

Místní hudební skupiny

Peshata, Tarapaca Jazz, Kalle, Swing Band, Fresh band, Trim4, F.O.B, Meresiew, Černý mosty a další.

Hudební kluby

Klub Kotnov, Klub Orion

Festivaly

Festival Mighty Sounds je tradiční festival punk a punkrock, rock'n'roll, hardcore, reggae, ska, rockabilly, indie rock.

Bohemia Jazz Fest – mezinárodní festival pod supervizí Rudyho Linky.

HISTORIE A KULTURNÍ DĚDICTVÍ

Husitské muzeum v Táboře – v budově Staré táborské radnice je situována expozice Husité a také pro návštěvníky dostupné a atraktivní středověké podzemí v délce 500 m. Mezi další činnosti muzea patří péče o sbírku muzejní povahy a její prezentace, přednášky, edukační (lektorské) programy pro školy, vlastivědné a přírodovědné exkurze, koncerty, krátkodobé výstavy a jejich vernisáže, výzkum a ediční činnost. Oblíbený je i Táborský triptych – tři letní koncerty staré hudby v měsíčním odstupu – a dvoudenní divadelní festival orientovaný na místní komunitu „Divadlo v zahradě“.

Husitské muzeum disponuje i sídelním objektem (bývalý augustiniánský klášter), Bechyňskou bránou a věží Kotnov. Další expozice má muzeum v Sezimově Ústí (Památník dr. E. Beneše, prezidenta republiky), v Soběslavi a ve Veselí nad Lužnicí (Blatské muzeum).

Housův mlýn / Filmová zbrojnice – Housův mlýn je „zážitkový skanzen husitství“, který nabízí setkání s historií neotřelými formami: v mlýně lze navštívit husitskou krčmu, mučírnu nebo využít středověký hostel. Zcela unikátní je velká filmová zbrojnice – jediná filmová zbrojnice v Evropě, kde si mohou návštěvníci zbroj vyzkoušet. K vidění jsou přes tři tisíce zbrojí a zbraní všech historických epoch, které hrály ve známých filmech. Housův mlýn pořádá v průběhu roku několik akcí/festivalů: **Husitské dny** (festival pro školy), **Husitské víkendy** (pro rodiny s dětmi) nebo **Festival bojovníků**.

Akce a festivaly

Táborská setkání je třídní městská slavnost, která každoročně probíhá v historickém centru města Tábor. Jedná se o jednu z hlavních, městem pořádaných, kulturních událostí, jejíž tradici se daří udržovat již od počátku 90. let, kdy festival vznikl. Táborské slavnosti v sobě spojují prvky „historického festivalu“ připomínajícího především husitskou historii města a „městské poutě“, která oslovuje širokou škálu místních i návštěvníků z regionu.

Součástí festivalu je slavnostní zahájení, ohňostroj, průvody v historických kostýmech v čele s husitským vojevůdcem Janem Žižkou, koncerty duchovní, středověké i současné hudby, divadla pod širým nebem, středověké tržiště, staročeský jarmark, královský rytířský turnaj na koních, výstavy, ohňostroje i hry a soutěže pro děti.

Festival bojovníků je festival historického šermu. Jedná se o jediný festival v ČR, kde posuzuje kvalitu a bezpečnost choreografií porota vybraná z profesionálních herců, kaskadérů, učitelů a mistrů tohoto umění. Akce je úzce spjatá s **Housovým mlýnem** (Agentura ARGO) a osobností Petra Nůska, choreografa, učitele a poradce dobových šermů.

Experiment aneb plnou parou vpřed! je show s modely parních strojů, Batalion France Jabůrka aneb artilerie do kapsy – show s miniaturními děly a kanony. Vystoupení obou profesionálních kapel Dei Gratia a Kontušovka, stejně jako obě show, jsou propojeny osobou Miloslava Vaváčka a probíhají celorepublikově.

MULTIŽÁNROVÉ

Stánek na Žižkově náměstí je kulturním a gastronomickým občerstvením pro širokou tábořskou veřejnost i návštěvníky města. V současnosti Stánek provozuje paní Květa Dvořáčková, o kulturní program se stará Lenka Greň. Celoročně u Stánku proběhnou desítky akcí různých žánrů.

Cesta žije, kulturně-komunitní a rezidenční prostor, byl po více než 20 let kultovním místem a zázemím pro okrajové kulturní žánry se silnou vazbou na mimotáborské publikum a umělecké komunity. V dobách svého rozmachu dával za pravdu svému sloganu, že „Nejlepší pražský klub je v Táboře“. Po několikaleté pauze objekt situovaný na atraktivním místě v Tismenickém údolí opět sporadicky ožívá.

Cheiron T je komunitní centrum zaměřující se především na sociální práci. V rámci svého poslání organizuje kulturní akce, především s romskými dětmi, a podílí se na místním pořadatelsví důležitého celostátního festivalu Jeden svět s filmy o lidských právech.

Festivally

FEST 2004 – po devatenácti ročnících festivalu amatérských filmů Videofest, devíti ročnících multižánrového festivalu Kotnov a několika drobnějších akcích v současnosti tento zapsaný spolek pořádá jen tradiční sbírku a benefiční koncert Velikonoce s Jesusem a vzpomínkový koncert historických bigbítových kapel Střelácký Čaj.

Transforma vznikla na základě dlouhodobé kulturní aktivity mladých umělců a kulturních nadšenců, pro něž jsou umělecké aktivity cestou k iniciaci diskuse nad směřováním města a objevováním jeho skrytého potenciálu. Transforma – jak už název napovídá – chce být nástrojem transformace, chce posouvat „věci dále“, „otevřít dveře“ do zapomenutých míst, hledat nové možnosti a přesahy. Cílem aktivit je spojit skrze diskusi, umění, sport, literaturu, hudbu atd., z čehož vznikl multikulturní a multižánrový Transforma festival s proměnlivou formou.

Gastronomické festivaly

Táborský festival vína je každoroční multižánrový kulturní a gastronomický festival, který probíhá celý měsíc březen (letos 16. 2. – 24. 3. 2018). Součástí festivalu jsou nejen gastronomické akce, ale i přednášky, koncerty a divadelní vystoupení. Volba dramaturga jde spíše mimo hlavní proud ke kvalitním a divácky atraktivním jménům.

Pivní slavnosti Tábor je mezinárodní přehlídka pivovarů, součástí festivalu je soutěž o ZLATÝ PIVNÍ POHÁR, jednotlivé pivní vzorky hodnotí sami návštěvníci. Celý festival doprovází různorodý hudební program.

Festival Naše chutě je festival lokální gastronomie, kde se spojí deset nejen tábořských restaurací s místními zemědělci a producenty a na nedělní odpoledne zaplní zahradu tábořské Střelnice. Návštěvníci mají možnost ochutnat jídla z 10 nejen tábořských podniků, která budou připravena ze surovin od místních farmářů a výrobců. Program je doplněn vystoupení slam poetry a celodenním hudebním programem.

Festival čokolády Tábor je akcí Muzea čokolády a marcipánu v Táboře a má ambici být největším festivalem svého druhu v ČR. Základním posláním festivalu je prezentace špičkové čokolády, a to ve všech formách a skupenstvích. Festival nabízí též živé vaření za účasti špičkových kuchařů a cukrářů, diskuse a přednášky s významnými hosty, soutěž cukrářů nebo tvořivé dílny pro děti.

Propagace a popularizace kultury

Kulturne.com je webový portál, který hraje důležitou roli v propagaci a popularizaci kultury v celém regionu (obhospodařuje celý kraj, ale Tábor v něm má zásadní místo), přináší reportáže z akcí, rozhovory, bohaté fotogalerie.

Visittabor.eu

Město Tábor provozuje turistický web visittabor.eu, jehož součástí je Kalendář akcí. Každý pořadatel kulturní, společenské nebo sportovní akce v Táboře může bezplatně zadat svou akci do tohoto kalendáře. Následně se akce zde zveřejněné tisknou v měsíčníku Tábor v akci, který je zdarma distribuován na 40 veřejných místech ve městě.

Město Tábor sdílí zdarma posty na kulturní a další akce na svém Facebooku v případě, že o to pořadatel požádá. Vybrané kulturní akce jsou součástí měsíčníku Noviny táborské radnice, které jdou zdarma do všech domácností v Táboře. Pořadatelé akcí, kteří jsou podpořeni z dotačních programů města nebo mají na svou akci záštitu města mohou v omezeném množství zdarma prezentovat svou akci na výleповých místech města.

ATRAKTIVITY CESTOVNÍHO RUCHU

Muzeum čokolády a marcipánu Tábor mapuje historii čokolády, pěstování kaka, dovoz do Evropy a následné zpracování do formy bonbonů, tabulek, pralinek, figurek. Expozice se věnuje i historii obalů a reklamních plakátů, k vidění jsou i porcelánové či cínové soupravy, ze kterých se čokoláda pila v 19. století, šlechtický salon či model pěstování kaka v pralese. Druhá část muzea je věnována marcipánu a možnostem jeho zpracování. V muzeu probíhají i různé degustace a doprovodné akce.

Zoologická zahrada Tábor, v níž současně žije přes tři sta zvířat ve více než sedmdesáti druzích, byla znovuootevřena v červnu 2015. Hlavním posláním organizace je nejen chov a rozmnožování ohrožených druhů zvířat, ale zejména pak aktivní zapojení do ochrany přírody a vzdělávání široké veřejnosti. Zoologická zahrada v Táboře se profiluje do odborně uznávané instituce a významného vzdělávacího ekocentra regionu se značným turistickým potenciálem. ZOO úzce spolupracuje se školami a nabízí bohatý doprovodný program a jednorázové akce pro návštěvníky, zejména pak rodiny s dětmi.

Muzeum Lega umožňuje na ploše více jak 200 m² shlédnout výstavu stavebnice LEGO ze sbírky jedné sběratelky mapující historii LEGO kostičky. Zajímavou stavbou je kopie táborské restaurace Střelnice v měřítku 1:50, postavené z více jak 100 tisíc LEGO kostiček. Mezi nejstarší exponáty se řadí originály dřevěných hraček ze 40. a 50. let minulého století nebo lisované plastové hračky z 50. let. Muzeum disponuje celou řadou ucelených sbírek a patří mezi evropské, ale i světové unikáty a rarity.

Strašidelné podzemí je situováno ve středověkých chodbách 500 let starého domu v Hrnčířské ulici za kostelem na Žižkově náměstí. Prohlídka je určena pro starší děti a dospělé. Expozice Skřítkov se nachází hned vedle Strašidelného podzemí v Hrnčířské ulici. U této interaktivní výstavy pro nejmenší děti hledají a seznamují se s vílami a skřítky. **Dětský svět s mašinkou** je expozice funkčních vláček projíždějící pohádkovým světem. Tato interaktivní „výstava“ v Klokotské ulici je doplněna úkoly pro dětské publikum, které jsou vztažené k jednotlivým pohádkovým sekcím.

Housův Mlýn / Filmová Zbrojnice – viz historie/kulturní dědictví.

V čem je Tábořská scéna silná, specifická, na čem dále stavět?

1. **Pestrost tábořské kulturní scény v mnoha ohledech ob stojí srovnání s výrazně většími městy v České republice** z hlediska pestrosti, množství aktivních subjektů a akcí a atraktivit kulturního turismu.
2. Kulturní scéna funguje **v obou hlavních dimenzích**: a) **tvůrčí/vzdělávací/spolková** (účastník, autor, důraz na „dělání“, činnost) i b) **divácká/konzumní** (divák, návštěvník, konzument) dimenzi zahrnující výrazné počiny orientované na prezentaci s výrazným přesahem k mimo tábořskému publiku.
3. **Dostatek výrazných „tahounů“ (kulturních a uměleckých akcí nebo organizací) umožňuje kulturu instrumentalizovat (využívat) pro rozvoj cestovního ruchu, resp. kulturního turismu.** Táboř je specifický nabídkou celoročních atraktivit cestovního ruchu a sezonních akcí a festivalů, které se v mnoha případech prolínají s gastronomií a využívají poměrně rozvinutou síť kaváren a restaurací. Potenciál dále doplňují i možnosti sportovního vyžití (cyklistika, procházky, koupání, kanoistika, in-line a další).
4. **Táboř je specifický v dimenzi lokální kultury a spolkového kulturního života, který v mnohých případech vytváří historickou kontinuitu od 19. století.** Množství subjektů udržujících tuto tradici je poměrně unikátní a zaslouží si výraznou pozornost, neboť je udržováno především díky osobnímu nadšení členů. Jedná se především o tradici hudebních a divadelních spolků. Obyvatelům města nabízí poměrně širokou paletu příležitostí vlastní seberealizace především v hudebních, pěveckých, tanečních a divadelních spolcích a souborech.

Které oblasti nebo žánry potřebují zvýšenou pozornost nebo péči?

5. **Ačkoliv spolková činnost je v Táboře velmi výrazná a rozvinutá, jedná se o velmi křehkou kvalitu a je v zájmu města tuto dimenzi střežit – je základem pospolitosti a sociální koheze a výrazně se podílí na společenském klimatu města.** Vedle podpory materiální (prostorové zázemí, finance) je třeba spolkům i ocenění za jejich převážně dobrovolnickou práci. (Spolkový život je obecně ve všech menších městech ohrožen odlivem mladých lidí do větších měst, v mnoha případech chybí mladá krev, která by přebrala roli po matadorech.)
6. **Specifickou pozornost je třeba věnovat progresivním projektům a organizacím ve fázi růstu, které městu přinášejí významnou hodnotu ve smyslu kvality, značky města nebo práce s okrajovými skupinami publika.** V rámci spektra organizací lze vysledovat několik projektů s výraznou růstovou křivkou a potenciálem, jejichž další rozvoj je však do velké míry závislý na podpoře města. Příkladem je Festival Tabook, Klasici na ulici nebo Festival Transforma. Město by mělo vytvářet takové podmínky, které umožní i dalším ambiciózním projektům etablovat se ve městě a růst.
7. **Pozornost by měla být věnována i výchově mladých talentů a výchově mladého diváka ve všech oblastech kultury a umění s cílem udržovat živé podhoubí, ze kterého může místní kultura růst a rozvíjet se jak z hlediska aktivních tvůrců a organizátorů, tak ve smyslu budování publika (poučený divák, nové formy zapojení publika).** Specifickým aktuálním deficitem je neexistence dramatické výchovy na ZUŠ Táboř (obor existuje v ZUŠ Sezimovo ústí), resp. i jiných forem prvotního vzdělávání dětí a mládeže v oblasti dramatické tvorby v Táboře. Deficit především kontrastuje s rozvinutou ochotnickou scénou, která však sama i pro svoje fungování potřebuje

předstupeň vzdělávání nejmenších. Situaci aktuálně doplňuje OKaCR nově vytvořeným dramatickým kroužkem v Trafačce.

Jakou roli v rámci městského kulturního ekosystému mají „městské“ kulturní akce a městem zřizované instituce?

Z hlediska žánrů / oblastí kultury a umění je role města **dominantní v oblasti filmu a literatury** (město provozuje kino a zřizuje Městskou knihovnu).

Výraznou roli hraje v oblasti výtvarného umění (zřizovatel 3 městských galerií) **a divadla** (pořadatel Táborských setkání, festivalu pouličního divadla, pohádek pro děti a dalších akcí). Z hlediska dramaturgie a kulturního kalendáře tak dochází k překryvům s dalšími organizátory (Husitské muzeum, DON – v oblasti výtvarného umění a DON v oblasti divadla).

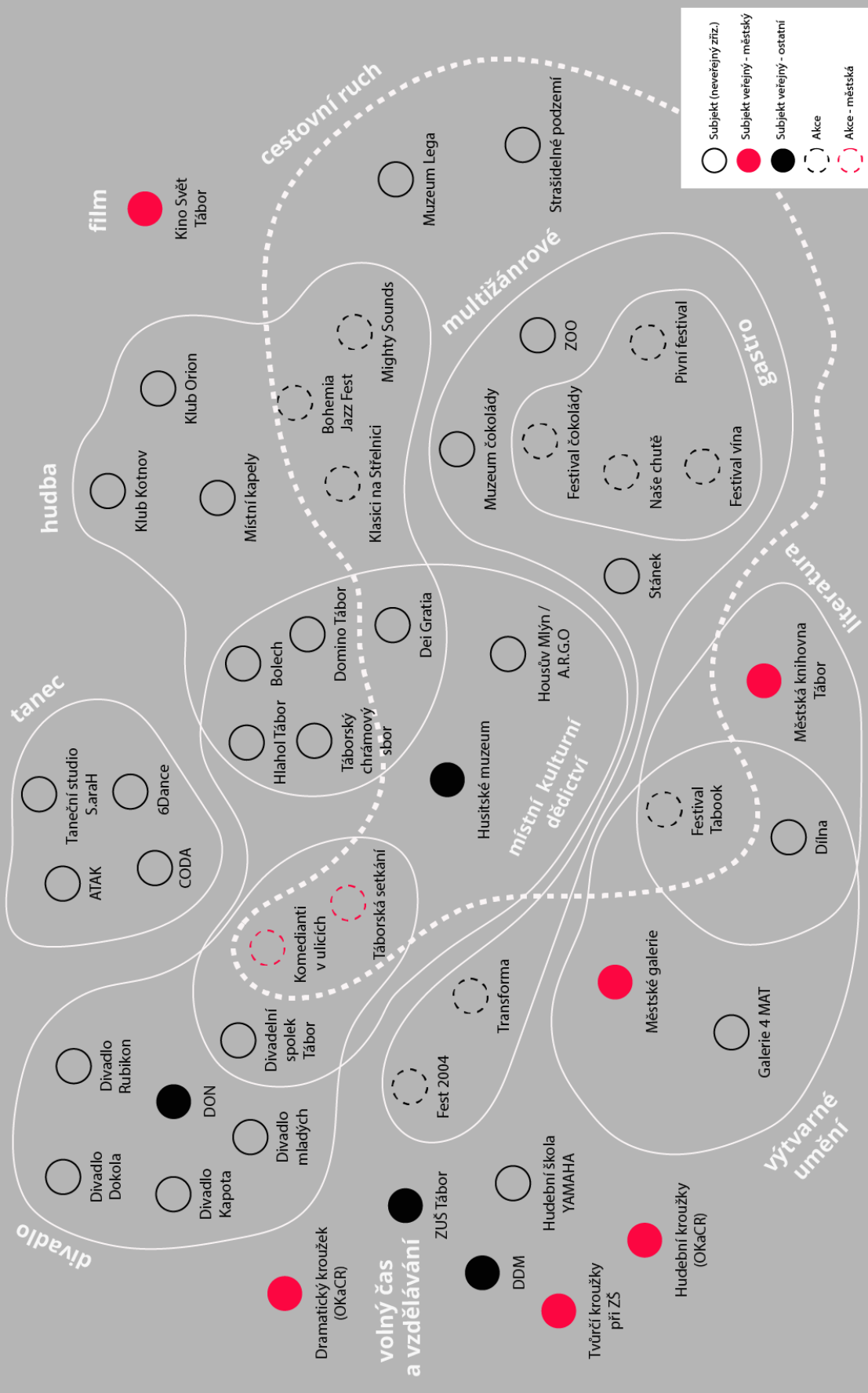
Mechanismy koordinace akcí mezi hlavními aktéry doposud probíhaly spíše ad hoc nebo neprobíhaly vůbec. Bylo by proto vhodné zvážit zavedení dramaturgické rady, která by umožnila koordinaci mezi zmíněnými aktéry.

Důležitá role města je v oblasti vzdělávání a výchovy – v oblasti hudby město organizuje vlastní hudební kroužky, které doplňují nabídku ZUŠ a dále vlastní dramatický kroužek, který v Táboře aktuálně chybí. Ve městě dále při základních školách fungují různé hudební, výtvarné nebo keramické kroužky. Ve městě též působí soukromá hudební škola Yamaha.

V oblasti kulturního dědictví je role města nezastupitelná především jakožto pořadatele městských historických slavností Táborská setkání anebo spolupořadatele Husitských dní pro školy.

KULTURNÍ PROFIL MĚSTA TÁBOR

Přehled nejvýznamnějších subjektů a akcí v kultuře a kulturním turismu



5. PROSTOROVÉ ZÁZEMÍ A AKTIVITY V ÚZEMÍ

[ANALÝZA]

Jaké prostorové zázemí chybí aktérům a limituje jejich další rozvoj? Jakými cestami může město Tábor pomoci deficity řešit?

1. Významná část aktérů pociťuje nedostatek jak **zázemí pro činnost** (zkušebny, klubovny), tak **zázemí pro prezentaci** (větší sály – jsou ve městě k dispozici, ale jsou finančně špatně dostupné, viz často tematizovaný chybějící „městský kulturák“).

ZÁZEMÍ V MAJETKU MĚSTA TÁBOR

2. Deficit v zázemí je z velké části řešitelný **bez nutnosti zřizovat novou (tzn. finančně nákladnou) městskou infrastrukturu**, v rámci toho, čím již disponuje město nebo městem zřizované společnosti:
 - pronájmy a zápůjčky prostor v majetku města (již funguje, osvědčuje se)
 - efektivní využití kapacit stávající infrastruktury (Kino Svět)
 - rekonstrukcemi/stavebními úpravami, které zohlední potřeby aktérů (Městská knihovna, Trafačka, Křižíkova elektrárna)

Rekonstrukce / rozšíření Městské knihovny Tábor je podmínkou rozvoje velmi dobře fungující a nejnavštěvovanější kulturní instituce ve městě.

„Páteřní“ instituce ve městě, potenciál instituce s velkou vnitřní dynamikou a širokou škálou aktivit (směřujících do oblasti osvěty, vzdělávání a spolkového života) je aktuálně limitovaný nevhodným vnitřním prostorovým uspořádáním. Knihovna se profiluje zcela v souladu nejaktuálnějšími trendy jako otevřené místo setkávání a realizaci komornějších kulturních akcí pro širokou škálu cílových skupin. Tato koncepce však naráží na nedostatečné prostorové uspořádání interiéru objektu, které je řešitelné rekonstrukcí. Potenciál rozvoje se nabízí i v souvislosti s revitalizací nedaleké Trafostanice.

Rozvoj Trafostanice lze považovat za vlajkovou loď města Tábor v oblasti rozvoje zázemí pro kulturu a volný čas. Strategický objekt, který může vyplnit díru v poptávce po kulturním a spolkovém zázemí. Jedinečná poloha, prostor s „duší“. Nutno vytvořit koncepci využití objektu v souladu s potřebami aktérů a cíli Strategie. Ověřit potenciální zájem o využití objektu na straně aktérů (spolky...). Provést rekonstrukci, která umožní dlouhodobé a celoroční využívání objektu.

V případě prostorového rozvoje **Městské knihovny Tábor a Trafačky** je vhodné zvážit programové vazby na další instituce a prostory: Kino Svět, Botanická zahrada v Táboře a Střední zemědělská škola, nám T. G. Masaryka, Hotel Palcát, Centrum Univerzita, střední a mateřské školy a promenádní cesta podél Jordánu (Jordánské nábřeží). **Jedná se o významný prostorový klastr kulturních, volnočasových a vzdělávacích institucí a zázemí a tvoří jakousi protiváhu historického centra.**

V případě **Křižíkovy elektrárny** se jedná o projekt v rané fázi úvah (objekt je aktuálně základně sanován, aby bylo zabráněno další degradaci objektu a je možné jej využívat pro jednorázové akce). **Kulturní obec projevila zájem zapojit se do diskuse o budoucím využití tohoto objektu s poměrně velkým potenciálem pro oblast kultury a cestovního ruchu.**

ZÁZEMÍ V MAJETKU MĚSTA, VYUŽÍVANÉ JINÝMI INSTITUCEMI

V objektech vlastněných Městem Tábor sídlí 3 instituce zřizované Jihočeským krajem. Jedná se o ZUŠ Oskara Nedbala Tábor, DDM a Divadlo Oskara Nedbala. Z hlediska prostorového zázemí je situace Divadla Oskara Nedbala poněkud komplikovaná: polovinu objektu vzniklého propojením novorenesanční a empírové budovy vlastní město Tábor (divadlo je v pronájmu v novorenesanční budově) a Divadlo ON poptává na městě Tábor užší spolupráci při údržbě a modernizaci budovy (části patřící městu). Situaci lze využít v **oboustranně výhodnou spolupráci mezi Divadlem ON a městem Tábor**, která na jedné straně zajistí dostatečnou míru investic do novorenesanční budovy a současně může městu Tábor přinést podíl na využití volných kapacit divadla pro vlastní akce nebo akce dalších aktérů.

Dalším příkladem městského majetku využívaného ne-městskou institucí je **Husitské muzeum v Táboře, které využívá budovu Bechyňské brány s věží Kotnov a Staré tábořské radnice** (v bezplatném užívání, v plánu je rekonstrukce celkového pláště a gotického sálu a přilehlé výstavní galerie, v prostorách Bechyňské brány je plánovaná realizace nové expozice Dějiny Tábora). Z hlediska deficitu zázemí aktérů je důležité zmínit gotický sál, který je možné využívat pro kulturní a společenské akce.

ZÁZEMÍ V MAJETKU DALŠÍCH SUBJEKTŮ

3. Dostupnost velkých sálů (zázemí pro prezentaci), které jsou výlučně v majetku ne-městských subjektů (aktéři jsou proto převážně závislí na tržních cenách pronájmů) **lze podpořit skrze spolupráci a s majiteli objektů** (např. v rámci dotačního programu pro kulturu – dotované pronájmy za „partnerské“ ceny ze strany majitelů). Tento systém může přinést benefity pro všechny 3 strany: město bude podporovat pronájmy za „zvýhodněné“ ceny a bude mít kontrolu nad efektivním využitím veřejných prostředků, majitelé objektů získají nové „klienty“ a zvýší vytíženost svých prostor, aktéři si budou moci dovolit využívat chybějící prostory, které by pro ně byly jinak těžko (finančně) dostupné.
4. Další možnosti spolupráce je vhodné rozvíjet i v případě **Husitského muzea**. Rekonstruovaný objekt bývalého Kláštera bosých augustiniánů s rajským dvorem doplňuje „portfolio“ zázemí pro kulturu ve městě o nový typ venkovního prostoru se zázemím instituce se zcela jedinečnou kvalitou a možnostmi.

Je velká koncentrace kulturní infrastruktury i aktivit v centru města silnou stránkou, nebo slabinou města?

5. Základní hodnotou Tábora v oblasti cestovního ruchu je **atmosféra a kompaktnost historického centra a vazba na přírodní zázemí (řeka Lužnice, Tisemenické údolí, Jordán) a současně poměrně dobře rozvinuté gastro služby**. Vhodnou koordinací kulturního kalendáře a prostorovou distribucí aktivit (obzvláště těch hlasitých) je možné tuto hodnotu dále posilovat.
6. Nabídka kulturních služeb v centru města je díky kvalitní MHD **dobře dopravně dostupná** ze všech částí města.
7. **Centrum města musí být zachováno i jako místo pro místní** (nesmí se místním odcizit, riziko efektu v Českém Krumlově). Centrum nepojme již o moc více akcí (pro místní příliš velká zátěž).

Která další místa nebo lokality (kromě centra města) vyžadují pozornost nebo skrývají nevyužitý potenciál pro kulturu a cestovní ruch?

8. Z hlediska nabídky pro místní je třeba věnovat pozornost **okrajovým částem města (sídlíštím) a příměstským částem**, kde je vhodné posilovat volnočasovou a komunitní nabídku (za kterou nejsou lidé ochotni cestovat do centra).
9. Z hlediska větší prostorové distribuce akcí je vhodné **zvážit další lokality v rámci Tábora a Trojměstí** (Tábor, Sezimovo ústí, Planá nad Lužnicí): Pintovka, Komora, Křížíkova elektrárna, letní kino v Sezimově ústí.

[NÁVRHY / DOPORUČENÍ]

Nedostatek prostor pro činnost (vnitřní zázemí) lze řešit z velké části skrze vhodné nakládání s městským majetkem formou pronájmů nebo zápůjček. Výrazný přínos lze očekávat skrze rekonstrukci Trafačky, jakožto vlajkové lodi komunitně kulturního zázemí v Táboře.

Nedostatek prostor pro prezentaci (velké sály) lze řešit partnerstvím / spoluprací s majiteli objektů, tato spolupráce by měla být pro město finančně výrazně výhodnější než budování (zřizování) vlastní infrastruktury (viz pronájmy ne městských prostor).

Výraznou pozornost je třeba věnovat rekonstrukci městské knihovny, resp. navýšení jejích prostorových kapacit.

Velkou příležitostí pro tábořskou kulturu a cestovní ruch je využití budovy Křížíkovy elektrárny. Jedná o zcela ojedinělý objekt v majetku města s výraznou historickou hodnotou, město by proto mělo nastartovat koncepční proces, který povede ke stanovení vize využití, která přinese aktérům, obyvatelům, návštěvníkům i městu jako celku co nejvyšší možnou přidanou hodnotu.

Z hlediska venkovních prostor je vhodné **usilovat o větší prostorovou distribuci akcí v rámci města a regulovat tak přetížení historického centra.** Velký potenciál má využití Jordánu, Tismenického údolí nebo např. areálu Komora.

Přívětivou atmosféru historického centra je vhodné dále rozvíjet drobnými intervencemi jako je například Stánek, který vytváří důležité ohnisko ve veřejném prostoru.

Malé změny s velkým dopadem:

- **ROZVÍJET FUNGUJÍCÍ SYSTÉM PRONÁJMŮ A ZÁPŮJČEK MĚSTSKÝCH PROSTOR** – nastavit efektivní a transparentní systém informování aktérů o možnostech pronájmu a zápůjček volných městských prostor.
- **KONCEPCE VYUŽITÍ TRAFACKY 2019** – vytvořit a projednat s aktéry dlouhodobou koncepci využití Trafostanice (na základě poznatků z provozu v roce 2018).
- **PRONÁJMY NEMĚSTSKÝCH PROSTOR** – zavést a pilotně otestovat mechanismus finanční podpory pronájmu ne městských prostor (jako součást grantového systému pro kulturu).
- **SPOLUPRÁCE S DON** – nastavit oboustranně výhodnou spolupráci s divadlem týkající se investic do novorenesanční budovy a využití volných kapacit sálů a dalšího zázemí (např. divadelní klub).

Velké kroky:

- **REKONSTRUKCE MĚSTSKÉ KNIHOVNY TÁBOR** – zrealizovat rekonstrukci s cílem změny vnitřní dispozice knihovny, která umožní rozšíření a zkvalitnění služeb.
- **VIZE VYUŽITÍ KŘÍŽÍKOVY ELEKTRÁRNY** – nastavit a zahájit koncepční proces vzniku koncepce využití Křížíkovy elektrárny v souladu se zjištěními Koncepce a se zapojením aktérů z oblasti kultury a cestovního ruchu. V rámci procesu by měly být posouzeny potřeby tábořské kulturní scény a současně vyhodnocen potenciál pro rozvoj cestovního ruchu ve městě (např. doplnění

portfolia nabídky pro rodiny s dětmi). Výstupem by měla být studie využitelnosti objektu, která (případně variantně) navrhne programové využití objektu v souladu s technickými možnostmi objektu a finančními možnostmi města Tábor a navrhne vhodný model organizačního a manažerského zajištění fungování objektu. Tato studie bude podkladem pro přípravu případných dalších investic do objektu.

- **POSÍLIT NABÍDKU V OKRAJOVÝCH ČÁSTECH MĚSTA** – zvážit posílení kulturní a volnočasové nabídky v okrajových částech města, v případě Sídliště nad Lužnicí zvážit přesunutí hudebních kurzů do lokality, vyhodnotit možnosti zázemí 8. ZŠ, v grantovém systému zvážit zavedení podpory pro komunitně a volnočasově orientované projekty se sociálním dopadem (prevence sociálně patologických jevů skrze kulturu).

PROSTOROVÉ ZÁZEMÍ PRO KULTURU

Prostorý klastar kulturních a vzdělávacích institucí na Novém městě



6. CÍLOVÉ SKUPINY, PROPAGACE A KULTURNÍ KALENDÁŘ

[ANALÝZA]

Jakými propagačními kanály disponuje Město Tábor (OKaCR)?

Město Tábor provozuje **turistický web visittabor.eu**, jehož součástí je **Kalendář akcí**. Každý pořadatel kulturní, společenské nebo sportovní akce v Táboře může bezplatně zadat svou akci do tohoto kalendáře. Následně se akce zde zveřejněné tisknou v **měsíčníku Tábor v akci**, který je zdarma distribuován na 40 veřejných místech ve městě.

Město Tábor **sdílí zdarma posty na kulturní a další akce na svém Facebooku** v případě, že o to pořadatel požádá. Vybrané kulturní akce jsou součástí měsíčníku **Noviny tábořské radnice**, které jdou zdarma do všech domácností v Táboře. Pořadatelé akcí, kteří jsou podpořeni z dotačních programů města nebo mají na svou akci záštitu města mohou v omezeném množství zdarma prezentovat svou akci na výleповých místech města.

Jaké jsou hlavní bariéry v efektivnějším oslovení publika na straně aktérů?

1. **Významná část aktérů se potýká s problémy v oblasti propagace akcí**, mezi nejčastější problémy patří nedostatek financí a nedostatečné personální kapacity. Současně je pro většinu aktérů hlavní prioritou budování povědomí u publika o nabídce a vlastních aktivitách.

Které cílové skupiny se nedaří oslovovat? A proč? Na jaké cílové skupiny se máme více společně zaměřit? Má Tábor potenciál oslovit nějaké nové cílové skupiny? Jak? Čím?

2. **Zhruba polovina aktérů má těžiště v mimo tábořském publiku a má ambici rozšířit více svůj „zásah“ regionálního, celostátního nebo mezinárodního publika**. Současně má několik aktérů zájem svoje aktivity více ukotvit v lokálním publiku.
3. Mezi místní „problematické“ cílové skupiny nebo skupiny, kterým je třeba věnovat větší pozornost, patří především **mládež/ teenageři**.
4. **Mezi prioritní cílové skupiny návštěvníků by měly patřit: rodiny s dětmi, „gastronauti“, turisté projíždějící do Č. Krumlova, Pražáci (obecně), vodáci a lázeňští hosté z Bechyně**.
5. Obyvatelé Tábora mohou využívat a využívají možnost nabídky souměstí Tábor – Sezimovo Ústí a Planá nad Lužnicí. Mnoho z nich proto navštěvuje instituce nebo akce napříč těmito městy na základě toho, co je zajímavé, bez ohledu na to, kde je jejich bydliště. Totéž se týká i kroužků a uměleckého vzdělávání pro děti.

Je skladba akcí kulturního kalendáře vhodně časově rozprostřena? Nedochozí ke kolizím mezi akcemi?

6. **Akce si v rámci kulturního kalendáře příliš nekonkurují, ale současně ani nijak výrazně nespolupracují** – (aktéři mnohdy nejsou v kontaktu mezi sebou). Většina akcí má své opodstatnění v daných termínech – nedává smysl je přesouvat.

7. Akcí je ve městě Tábor již dostatek a není potřeba přidávat další. Spíše **je třeba akce zlepšovat a pracovat na jejich provázanosti**.
8. **Neexistuje propojení se sportovními akcemi** – na sportovní akce přijede hodně lidí, kultura by toho měla využít a v Táboře účastníkům sportovních akcí ještě něco nabídnout.

[NÁVRHY / DOPORUČENÍ]

Propagace akcí a budování povědomí u publika o nabídce a vlastních aktivit patří mezi hlavní priority velké části aktérů. Vzhledem k ambicím aktérů oslovovat více mimo táborské publikum je třeba více zaměřit propagaci do regionu a ČR (v souvislosti s budováním značky města).

Město Tábor (OKaCR) disponuje funkční sadou základních propagačních tištěných i on-line kanálů: vlastní výlepové plochy, progresivně koncipovaný portál www.visittabor.eu a tištěné měsíční přehledy kultury. Aktéři mohou dále ve městě využít komerční výlepové plochy, placenou inzerci v tištěných periodikách nebo reklamní prostor v MHD.

Na základě vysoké poptávky po finančně dostupných výlepových plochách ve městě ze strany aktérů je vhodné zaměřit se na **rozšíření výlepových ploch, kterými město disponuje.**

Páteří on-line propagace by nadále měl být portál www.visittabor.eu v kombinaci se sociálními sítěmi, které jsou primárním informačním médiem především mladé generace, kterou se nedaří aktérům ve městě dostatečně oslovit.

Posíleno by mělo být **partnerství v oblasti propagace akcí jak v rámci Trojměstí (vzájemné provázání kulturních přehledů), tak partnerství v širším regionu (Toulava, Jihočeský kraj).**

Velká pozornost by měla být věnována **koordinaci akcí v rámci kulturního kalendáře** a s tím souvisejícímu rozvoji mechanismů „kolizního kalendáře“, které by měly zahrnovat jak on-line nástroje, tak možnosti fyzického setkávání aktérů a informování nad prováděnými koncepčními změnami.

Malé změny s velkým dopadem:

- **ROZVÍJET KOLIZNÍ KALENDÁŘ** – nastavit systém koordinace kulturního kalendáře (kolizní on-line kalendář, schůzky s aktéry).
- **WEB VISITTABOR.EU** – doplnit dlaždice významných akcí, nové filtry umožňující lepší vyhodnocení preferencí uživatelů.

Velké kroky:

- **PARTNERSTVÍ V OBLASTI PROPAGACE** – více propojit informovanost o kultuře s dalšími aktéry v této oblasti (Toulava, Jihočeský kraj, kulturne.com...).

7. ZNAČKA MĚSTA, NABÍDKA A PRODUKTY KULTURNÍHO TURISMU

[ANALÝZA]

Je kultura důležitou součástí značky města? Je vhodné dále Tábor profilovat jako město spojené s kulturou?

1. Rozvoj „kulturního turismu“ a budování značky Tábora ve spojení s kulturou, historií a aktivními formami trávení volného času je zcela zásadní rozvojovou příležitostí města. Kultura (živá kultura) je již nyní společně s kulturním a historickým dědictvím dominantní součástí značky města. Pro významnou část návštěvníků města jsou důvodem návštěvy akce a atraktivity spojené s poznáváním, historií, živou kulturou nebo gastronomií. Pestrost nabídky kultury, existence významných atraktivit cestovního ruchu s potenciálem přitahovat velké množství návštěvníků a jedinečná atmosféra historického centra tvoří optimální výchozí podmínky pro další rozvoj cestovního ruchu.

Jakými změnami v nabídce a kulturním kalendáři lze posílit kulturní turismus?

2. V kulturním kalendáři je vhodné se zaměřit na posílení a propagování **3 dramaturgických linií: 1/ gastro, 2/ Tábor přátelský rodinám s dětmi (family friendly) a 3/ kulturní dědictví/historie** a s aktéry pracovat na nových produktech a balíčcích. V diskusích se potvrdilo, že pro obě „nové“ linie je klíčovým pojítkem a nepřenositelnou konkurenční výhodou Tábora propojení atraktivity historického prostředí a přívětivé atmosféry umocňované živou kulturou (akcemi) a přítomností místních obyvatel.

FAMILY FRIENDLY – Klíčové hodnoty/parametry	
Bohatost a pestrost nabídky	<ul style="list-style-type: none">• Klíčová pestrost nabídky: „Každý si přijde na své“ (uspokojí jak rodiče, tak děti s různými zájmy)• Možnost, aby si rodina vytvořila vlastní „mix“ aktivit a programu (kultura – sport – poznávání)• Důležitá je snadná orientace v nabídce již ve fázi plánování výletu i v případě nezacílené návštěvy („v Táboře si dáme pauzu na oběd...“)
Cenová dostupnost	<ul style="list-style-type: none">• Cenová dostupnost (vstupné, stravování, ubytování) je jedním z klíčových parametrů „přívětivosti“• Nejrizikovějším faktorem je cena ubytování, která z velké části rozhoduje o tom, zda si rodina prodlouží jednodenní pobyt na „víkendový“ a přenocuje
Kvalita služeb	<ul style="list-style-type: none">• Zohlednění specifických potřeb (především v rámci stravování a ubytování)• Ochota a vstřícnost personálu (pocit „že jsme vítáni“)• Kvalitní MHD
Atraktivita města a jeho atmosféra	<ul style="list-style-type: none">• Vhodná velikost města (město krátkých vzdáleností), hlavní atraktivity (kromě ZOO) lze zvládat pěšky• Příroda ve městě, voda ve městě (Jordán, Lužnice), Tismenické údolí• Silná atmosféra historického centra (kombinace památek a přítomnosti místních – v centru se normálně žije, lze potkat „domorodce“)
Bezpečný pohyb dětí	<ul style="list-style-type: none">• Historické centrum je relativně bezpečné (díky úzkým ulicím a dopravním regulacím) pro volný pohyb dětí – což je „luxus“, který rodič velmi ocení – tuto kvalitu je vhodné dále rozvíjet a podporovat
Atraktivní okolí	<ul style="list-style-type: none">• Příroda, cíle pro výlety, cyklotrasy

Červeně vyznačené položky jsou parametry, které jsou v Táboře naplněny pouze částečně a je třeba jim věnovat zvýšenou pozornost.

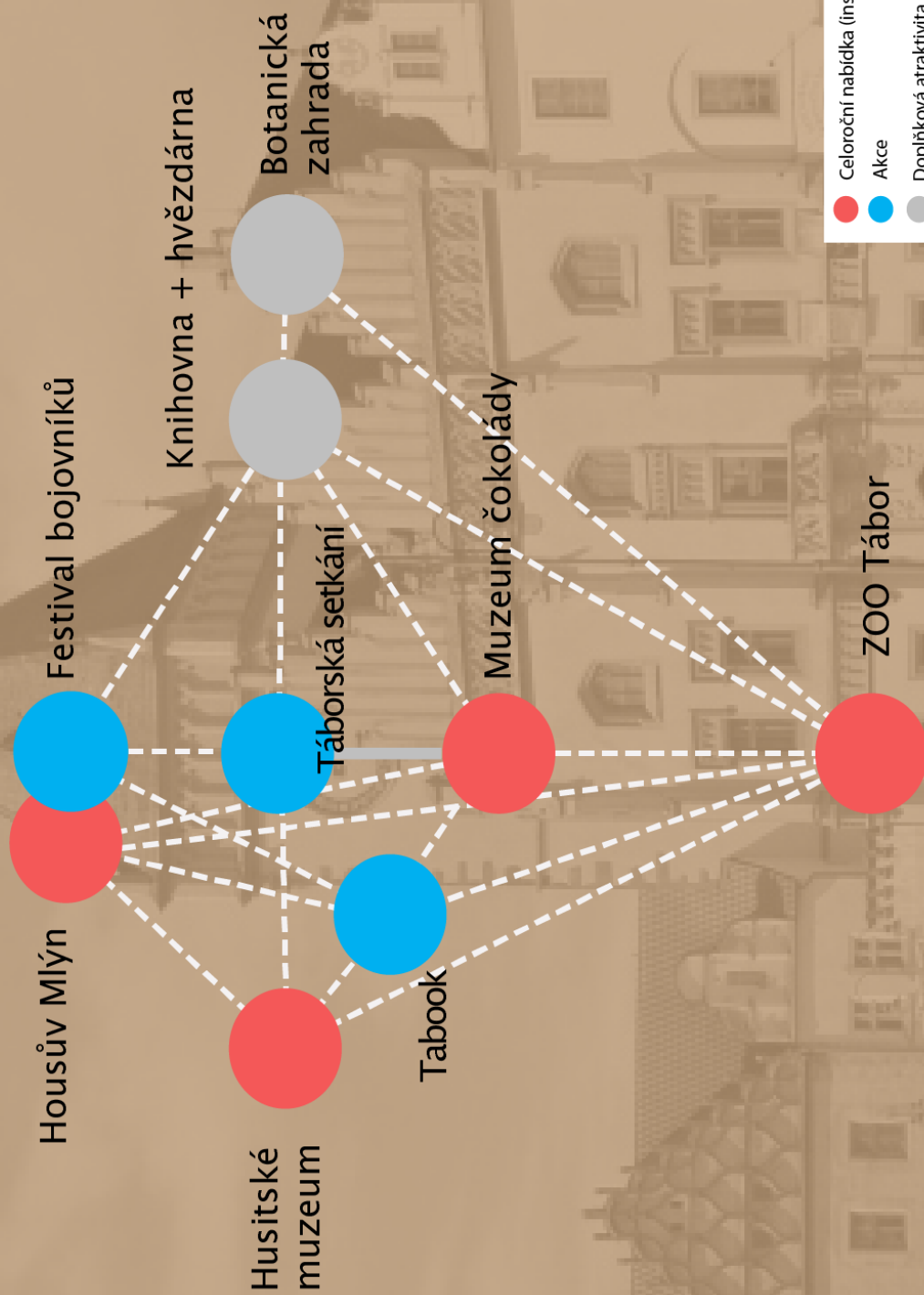
Hlavní parametry gastro zážitku v kontextu města Tábor: skládá se z několika komponent, které se vzájemně umocňují:

Jídlo/pití	kvalita
Osobní přístup	garance šéfkuchaře, osobní setkání s ním, lidský rozměr
Příběh města	vazba na historii města, kterou vidím všude kolem sebe, může zahrnovat i nově vytvořenou „tradici“, např. nově vynalezenou „tradiční“ místní specialitu
Prostorový kontext / atmosféra města	jím v atraktivních historických prostorách, domácí atmosféra
Vazba na kulturní akce	jídlo je provázáno s kulturním zážitkem (kulturní akce)

3. Změny v kulturním kalendáři koncipovat tak, aby 1) v rámci hlavní sezony posilovaly nabídku v začátku a konci sezony a prodlužovaly turistickou sezonu, 2) současně vytvářely atraktivní mimosezonní nabídku, která může být důvodem návštěvy Tábora v zimních měsících.

TÁBOR PŘÁTELSKÝ RODINÁM S DĚTMI

Přehled hlavních „tahounů“ nabídky pro rodiny s dětmi (návštěvníci města)



[NÁVRHY / DOPORUČENÍ]

Město Tábor má díky své poloze a nabídce optimální výchozí podmínky pro transformaci z tranzitního bodu do **destinace celostátního významu** (město samozřejmě destinací pro určité cílové skupiny již je, ale aktuální značka města není dostatečně silná a nemá výrazný nadregionální dosah). Další rozvoj cestovního ruchu (resp. kulturního turismu) by měl být veden snahou vyvažováním zájmů návštěvníků a obyvatel. **Právě přítomnost místních obyvatel v historickém centru a živé kultury vytvářejí unikátní hodnotu, která je v kombinaci s kulturním dědictvím základní konkurenční výhodou města.**

Značka města spojená převážně s husitstvím již nedokáže dostatečně konkurovat další městům a neodpovídá především reálnému obsahu a energii města. **„Family friendly“ a „Gastro“ zacílení jsou nejbližšími a nejdosažitelnějšími možnostmi, jak oživit značku města spojenou s historií** o nový obsah a nabídku, která již ve městě existuje, funguje a podílí se na ní celá škála aktérů, od místních spolků přes významné instituce až po restaurátory. Nicméně pro všechny 3 oblasti (historie, family friendly, gastro) nově koncipované značky by měla živá kultura fungovat jako pojítka a průřezový oživující prvek.

Tábor dokáže díky svému malému měřítku nabídnout unikátní zážitek poklidné, ale silné, atmosféry historického města obklopeného přírodou s nabídkou kultury, gastronomie a aktivních forem trávení volného času (cyklistika, procházky, koupání, kanoistika, in-line a další). Výchozí nosnou myšlenkou komunikovanou směrem k návštěvníkům může být **„v Táboře se vždycky něco děje“** (kvalita 1 – unikátní atmosféra kdykoliv přijedete), **„Každý z rodiny si přijde na své“** (kvalita 2 - Tábor dokáže uspokojit jak děti různého věku, tak dospělé), nebo **„Poskládejte si svůj program na míru“** (kvalita 3 – Tábor není monotematický, v Táboře máte z čeho vybírat).

Výše uvedený přístup má zásadní dopad na koncipování kulturního kalendáře, který by měl zahrnovat spíše větší počet menších akcí rovnoměrně časově rozprostřených tak, aby pokrývaly turistickou sezonu od května do října a maximálně využívaly prostorový a architektonický potenciál města (historické centrum, Jordán, Tismenické údolí apod.).

V případě obou nových programových linií je město Tábor dostatečně „vybavené“ a má velmi vhodné výchozí podmínky. Orientaci „family friendly“ podporuje fakt, že Tábor **aktuálně nemá ani v regionu ani v ČR výrazné konkurenty a může zaujmout zcela výlučnou pozici. Město Tábor už „family friendly“ městem do jisté míry je, zatím se však nerozhodlo vědomě tuto kvalitu rozvíjet.** Již nyní tvoří rodiny s dětmi významný segment návštěvníků města. Další rozvoj tímto směrem však **může mít pozitivní dopad i na kvalitu života místních obyvatel (nejen rodin s dětmi, ale i například seniorů), kteří mohou z uplatňování „family friendly“ konceptu těžce citelně profitovat.**

Reálným střednědobým cílem (horizont 3–5 let) města Tábora může být akcelerovat trend víkendových pobytů rodin s dětmi, s jedním či dvěma přenocováními. Růst (a nezbytná koordinace nabídky) by neměla směřovat pouze k intenzifikaci letní špičky (ještě více návštěvníků), ale spíše k posílení „náběhu“ a „konce“ turistické sezony.

Malé změny s velkým dopadem:

- **REVIZE KONCEPTU „LÉTA NAD LUŽNICÍ“** – revidovat koncept Léta nad Lužnicí (společná propagace akcí se SÚ a PnL) a pro sezonu 2019 uvést do praxe (nový název, domluva s partnerskými obcemi, zapojení aktérů), zvážit, zda by akce neměla být spíše jednodenní sousedskou akcí, tzn. vrátit se o krok zpět a místo pokračování snah o několika týdenní festival

bez promyšlené společné dramaturgie udělat kvalitní jednodenní akci budující sounáležitost. Využít role Toulavy jakožto koordinátora.

- **LETNÍ PROGRAMOVÁ ZNAČKA „Léto nad Jordánem“** – letní programovou značku transformovat do „Léto nad Jordánem“, využít potenciál unikátní vodní plochy uprostřed města.
- **NÁVŠTĚVNICKÁ MAPA PRO RODINY S DĚTMI** – pro sezonu 2019 vytvořit hravou, vizuálně lákavou a unikátní mapu orientovanou na rodiny s dětmi a další návštěvníky se zájmem o objevování města. Prováže a zpropaguje klíčové atraktivy, nabídku gastru a nabídne náměty na vlastní objevování města. Na mapu ideálně do budoucna navázat aplikací, průběžně aktualizovanou, kde by byly uvedené i gastro tipy, family friendly místa – restaurace, ubytování, akce, na 4 exponovaných místech Tábora mapa ve velkoplošném tisku.
- **GASTROKALENDÁŘ A GASTROMAPA TÁBORA** – vytvořit a pilotně otestovat „gastro produkt“ postavený na principu „pořadatelé festivalů doporučují“. Produktem tedy je výběr doporučených gastro podniků ve městě, jejichž nabídka splňuje určité parametry, na kterých se pořadatelé gastro akcí shodnou. Produkt vyžaduje nezávislou instanci koordinátora, kterou by se stala Toulava o.p.s., která je pro tuto roli ideální. Realizace produktu by zahrnovala vytvoření „gastro mapy“ a „gastro kalendáře“, které by promovaly vybrané akce a podniky.
- **DATA CESTOVNÍHO RUCHU** – nastavit sběr chybějících dat CR a zpětné vazby turistů na plánované inovace v kulturním kalendáři. (Jihočeská univerzita vytváří na zakázku pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu dotazník pro návštěvníky v Jihočeském kraji vč. Tábora (zde se počítá s kvótou 120 respondentů) – možno připlatit si počet respondentů a získat tak relevantní vzorek pro samotné město. Dotazník JCCR by mohl být doplněn částí, která by byla specifická pro Tábor, například pohyb po městě, povědomí o určitých hodnotách a atraktivitách atp.), měla by se sejít pracovní skupina aktérů s vysokou návštěvností a zjistit, co a kdo za data již sbírá a vytvořit základní sadu otázek, které budou sbírat všichni a následně sdílet.)
- **KOORDINACE NABÍDKY PRO ŠKOLY** – nastavit vzájemně výhodnou spolupráci mezi aktéry oslovující školy (období květen, červen) s cílem vytvoření programových balíčků pro školy využívajících jak nabídku Tábora, tak blízkého regionu. Zastřešujícím moderátorem a koordinátorem může být Toulava.

Velké kroky:

- **MARKETINGOVÁ STRATEGIE** – zpracovat marketingovou strategii města, která bude stavět na nově vytyčených cílech v oblasti kulturního turismu a nastaví dlouhodobou prezentaci Tábora.
- **SYSTÉM PODPORY AKCÍ TVOŘÍCÍ ZÁKLAD KULTURNÍ ZNAČKY TÁBORA** – nastavit systém dlouhodobé podpory významným akcím/subjektům tvořícím základ „kulturní značky města“ ze strany města (Definovat, které akce/projekty jsou stavebními kameny značky města a nashromáždit (expertní) argumenty, proč je třeba je „podporovat“ v jiném režimu než ostatní).
- **HISTORIE TÁBORA JINAK – Stálá expozice Šechtl a Voseček** – vyhodnotit možnosti využití digitálního archivu ateliéru Šechtl a Voseček pro oživení (doplnění) „historické“ značky, (např. stálá expozice „Jak se žilo před sto lety v Táboře?“ – postavená na velkoformátových fotografiích a ožvlých obrazech z historie Tábora – jednalo by se o unikát), dále **zpracování dalších osobností: Nedbal, Walter, Křížík apod.**
- **VYUŽITÍ KŘÍŽÍKOVY ELEKTRÁRNY** – vyhodnotit využití objektu pro rozvoj kulturního turismu (doplnění portfolia nabídky v rámci family friendly/historie...).

ZNAČKA MĚSTA

Návrh zacílení značky města využívající hlavní konkurenční výhody města - živé kultury a hist. dědictví



živá kultura

HISTORIE / KULTURNÍ DĚDICTVÍ

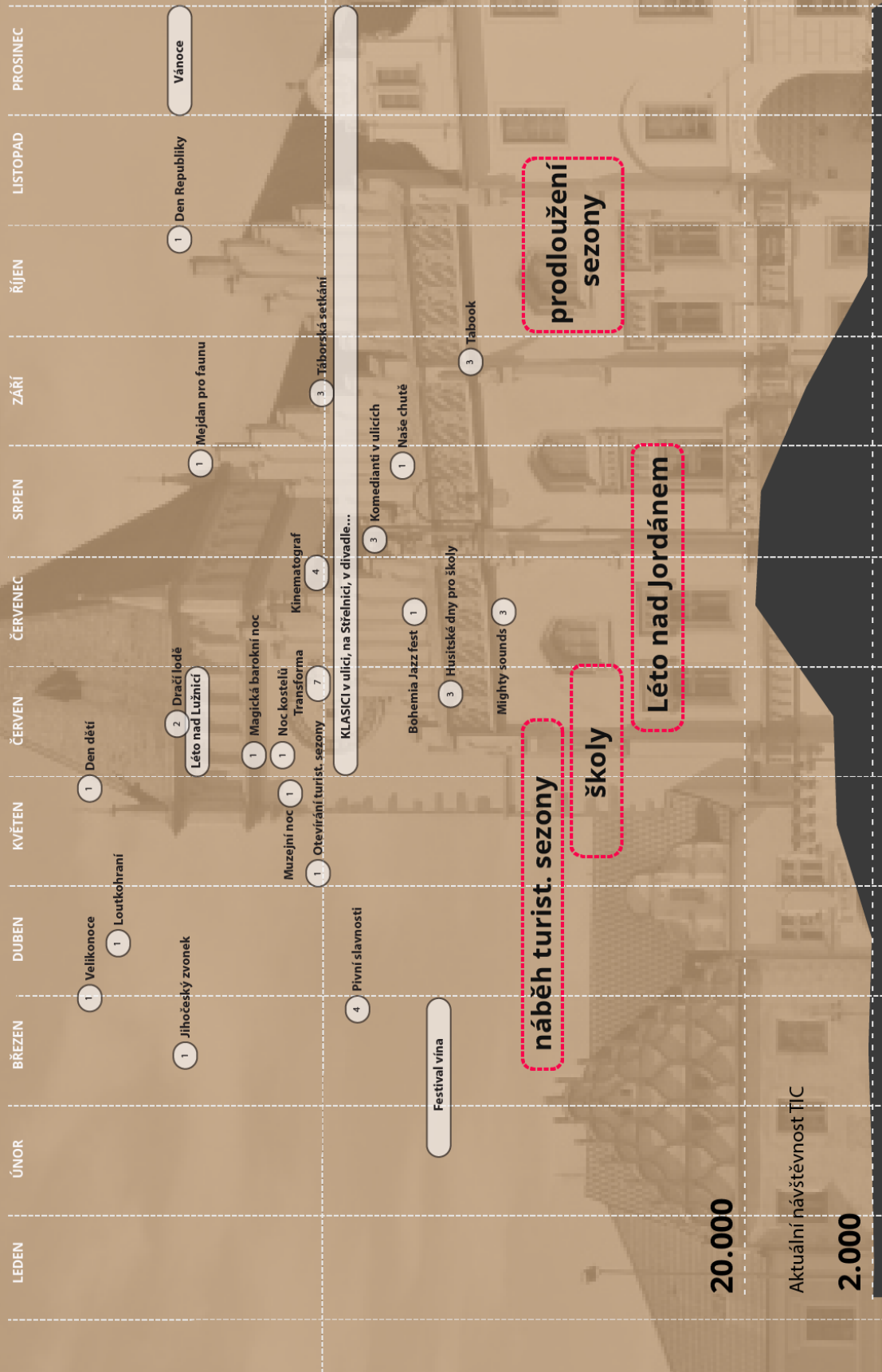
MĚSTO PŘÁTELSKÉ RODINÁM S DĚTMI

MĚSTO CHUŤOVÝCH ZÁŽITKŮ

historické prostředí centra
přívětivá atmosféra
(místní obyvatelé, klid, zákoutí)

KULTURNÍ KALENDÁŘ

Návrh hlavních úprav kulturního kalendáře města



8. FINANČNÍ PODPORA KULTURY (GRANTOVÝ SYSTÉM PRO KULTURU)

[ANALÝZA]

Jaký je stav financování kultury na straně města?

1. Sport je investičně výrazně preferovaný před kulturou, provozně jsou tyto oblasti finančně srovnatelné.
2. Jihočeský Kraj a Česká republika financují významné instituce ve městě podílející se na kvalitě a pestrosti tábořské kulturní scény (DON, ZUŠ, DDM, Husitské muzeum), čímž odpadají tyto položky z rozpočtu města.

Vyhovuje nastavení grantového systému aktérům? Jaké hlavní nedostatky vnímají? V čem je aktuální nastavení limitující?

Kvalita a vhodné nastavení dotační politiky města v oblasti kultury je zcela určujícím faktorem rozvoje kulturní scény. Pro velkou část aktérů jsou dotace od města hlavním (jediným dosažitelným) zdrojem financí, pro další projekty s vyšší mírou kofinancování, je podpora města faktorem zásadně určujícím šance na dofinancování z jiných zdrojů.

3. **Aktuální nastavení je poměrně vstřícné pro menší subjekty (spolky)**, které žádají malé částky (do 10.000 řešeno bez nutnosti vyúčtování, formou daru). Tuto „nízkoprahovost“ podpory pro subjekty na dobrovolnické / amatérské bázi je důležité dále zachovat a rozvíjet.
4. **Aktuální nastavení je limitující pro ambiciózní / větší projekty a akce** (finanční strop, výše finanční alokace). Nastavení spíše podporuje udržovací režim (status quo), ne růst a rozvoj těch, kteří se rozvíjet chtějí. Důsledkem stavu mimo jiné je zavedení podpory vybraných projektů přímo z rozpočtu města, které však je nutné chápat jako dočasné řešení, které by mělo být nahrazeno systémovým opatřením.
5. **Aktuální nastavení neumožňuje městu dostatečně vyhodnocovat dopad veřejné podpory na jednotlivé oblasti a žánry kultury**, chybí dostatečná zpětná vazba s realizátory.

Jaké cíle má sledovat veřejná podpora? (Jaké akce, projekty a aktivity mají být prioritně podporovány v rámci veřejné podpory)?

6. Kulturu nelze hodnotit na základě „líbí/nelíbí“, ale na základě objektivních kritérií, která budou přímo provázána s dlouhodobými cíli/prioritami rozvoje kultury, které si město stanoví (na základě Koncepce).

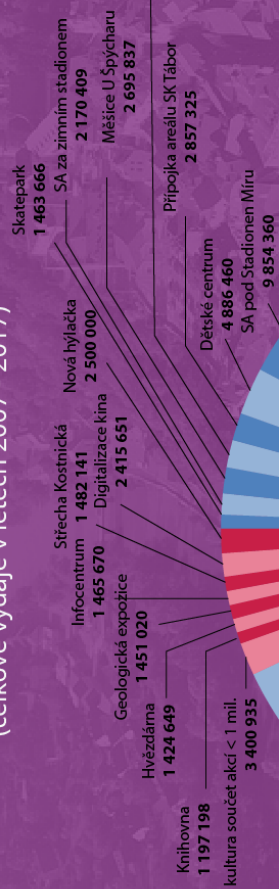
VÝDAJE NA KULTURU a SPORT

Srovnání investičních a provozních výdajů města v letech 2007-2017 na kulturu a sport



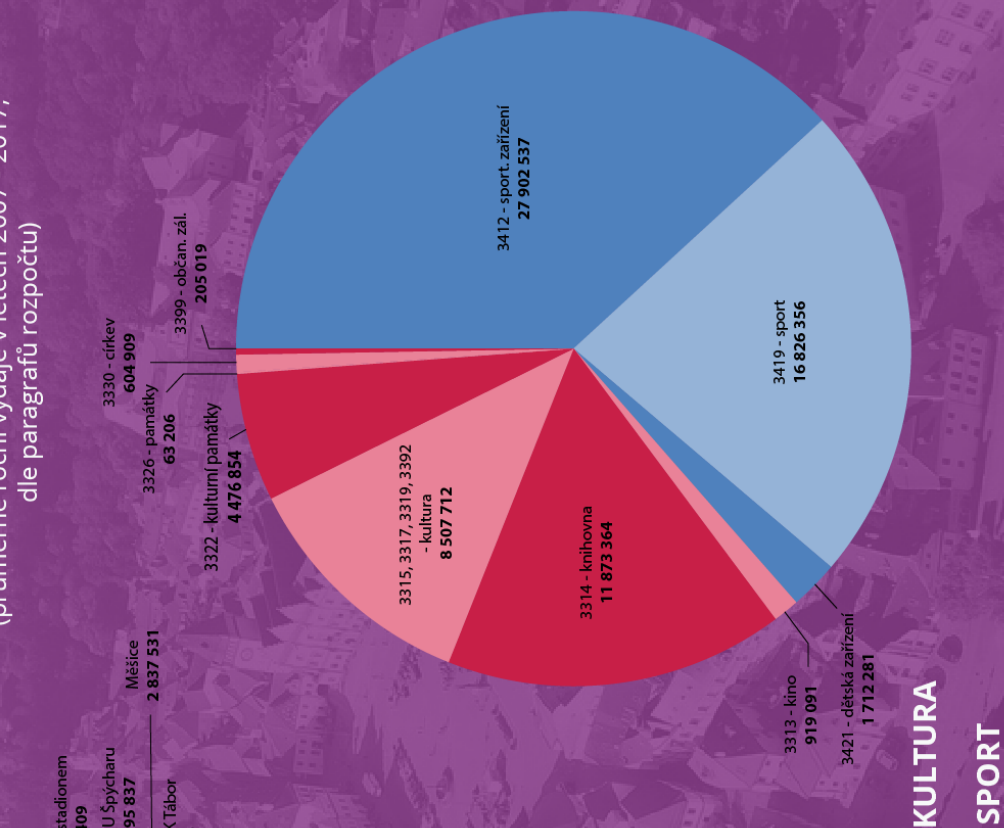
INVESTIČNÍ VÝDAJE

(celkové výdaje v letech 2007 - 2017)



VÝDAJE NA PROVOZ

(průměrné roční výdaje v letech 2007 - 2017, dle paragrafů rozpočtu)



[NÁVRHY / DOPORUČENÍ]

Aktuální grantový systém pro kulturu prošel řadou inovací a je funkčním systémem, má však řadu rezerv a neodráží nové potřeby vyplývající z Koncepce. Grantový systém musí především **zrcadlit priority veřejné podpory kultury, které si město na základě Koncepce stanoví.**

Restrukturalizace gr. systému by měla sledovat tyto hlavní cíle:

- 1) **Nastavení podpory významných akcí - zavedení víceleté podpory**, která by umožnila stabilizaci a růst vybraným ambiciózním projektům, které reprezentují město a podílejí se výrazně na budování jeho značky. Nutné zvážit provázání /překryv s dotačním titulem pro podporu cestovního ruchu (riziko překryvu).
- 2) **Nastavení samostatných kritérií hodnocení pro AKCE a ČINNOST v rámci jednoleté podpory. Řešením může být sloučení stávajících dvou programů** (aktuální rozdělení je výsledkem historické geneze) a naopak výrazného odlišení kritérií v rámci nově vzniklého titulu.
- 3) **Zavedení podpory pronájmů ne-městských prostor, jakožto doplňkový nástroj v rámci gr. systému.**
- 4) **Zachovat a rozvíjet „nízkoprahovost“ podpory pro subjekty na dobrovolnické / amatérské bázi.**
- 5) **Posílit zpětnou vazbu s žadateli a evaluaci dopadu podpořených akcí.**
- 6) **Napříč grantovým systémem zavést aktualizovaná kritéria hodnocení a posílit odbornost hodnotící komise (např. přizváním externích hodnotitelů)**

Malé změny s velkým dopadem:

- **ZAVÉST PODPORU PRONÁJMŮ SÁLŮ** – v rámci grantového systému zavést podporu pronájmů ne-městských prostor a navýšit alokaci v dotačním programu.
- **AKTUALIZOVAT HODNOTÍCÍ KRITÉRIA GRANTOVÉHO SYSTÉMU PRO KULTURU** (3 sady kritérií: pro významné akce, jednoletá podpora akcí, jednoletá podpora činnosti).

Velké kroky:

- **RESTRUKTURALIZACE JEDNOLETÉ PODPORY** – restrukturalizovat dotační titul JEDNOLETÉ PODPORY pro kulturu a postupně uvést do praxe (2019–2020), koncepčně provázat s dotačním titulem pro cestovní ruch (podpořit členění na činnost/akce, začlenit podporu aktivit na „periferiích“).
- **ZAVÉST VíCELETOU PODPORU** – zavést systém víceleté podpory zacílené na rozvoj významných/ambiciózních projektů s přesahem do značky města a cestovního ruchu.

Návrh základního rámce kritérií kvality, která by měla být zohledněna v rámci aktualizace a restrukturalizace grantového systému pro kulturu.

Výsledné hodnocení by mělo zohlednit následná 4 hlavní kritéria a zrcadlit odpovídající cíle, které skrze grantový systém budou naplňovány:

Cíl podpory		Kritérium (co se hodnotí)
KVALITA PROJEKTU	Město podporuje obsahově hodnotné (v rámci dané kategorie/žánru) projekty a akce, které není možné realizovat na základě běžných tržních	Umělecká / kulturní kvalita projektu

	mechanismů (neužívají se) nebo jejich start/iniciace vyžaduje veřejnou podporu.	
PESTROST A VYVÁŽENOST MÍSTNÍ NABÍDKY	Město podporuje pestrost „kulturního ekosystému“ a „kulturního kalendáře“ ve městě tak, abychom uspokojili potřeby co nejširší škály cílových skupin.	Potřebnost a význam projektu/akce v lokálním kontextu
MAXIMÁLNÍ „ZÁSAH“ PUBLIKA	Město motivuje žadatele, aby jejich kulturní projekty oslovovaly co největší množství obyvatel i návštěvníků města a aby se kult. organizace otevíraly novým cílovým skupinám. (maximální „zásah“ je chápán jako míra naplnění potenciálu, která každá akce má – např. akce zaměřená na děti ve věku 3–5 let dokáže oslovit 50 dětí z potenciálních 1500 žijících na sídlišti.)	Nástroje a strategie propagace, vhodnost časového zařazení do kulturního kalendáře města, vhodnost nastavení vstupného
FINANČNÍ EFEKTIVITA PROJEKTU	Město dbá na to, aby veřejné finance byly využity efektivně.	Finanční náročnost, resp. adekvátnost rozpočtu

SYSTÉM PODPORY KULTURY

Návrh úprav a provázání nástrojů podpory na straně města Tábor

FINANČNÍ PODPORA

Víceletá
podpora

Jednoletá
podpora

- akce
- činnost

Tématické
výzvy

Propagace
propagační
kanály
OKaCR

Pronájmy
zápůjčky
městského
majetku

NEFINANČNÍ PODPORA

Podpora pronájmů neměstských prostor

NE- MĚSTSKÁ
INFRASTRUKTURA

PODPORA PRONÁJMU NEMĚSTSKÝCH PROSTOR



Lepší vytížení kapacit prostor
(finanční přínos)

MAJITELÉ / PROVOZOVATELÉ

PROSTORY
PRO PREZENTACI

Hotel Palcát

Střelnice

Univerzita

Milénium

DON

Hotel Dvořák

ORGANIZÁTOŘI KULTURY

Finanční dostupnost
velkých sálů ve městě

MĚSTO TÁBOR

Úspora (efektivní využití)
dotačních prostředků
Nemusí stavět vlastní „kulturák“

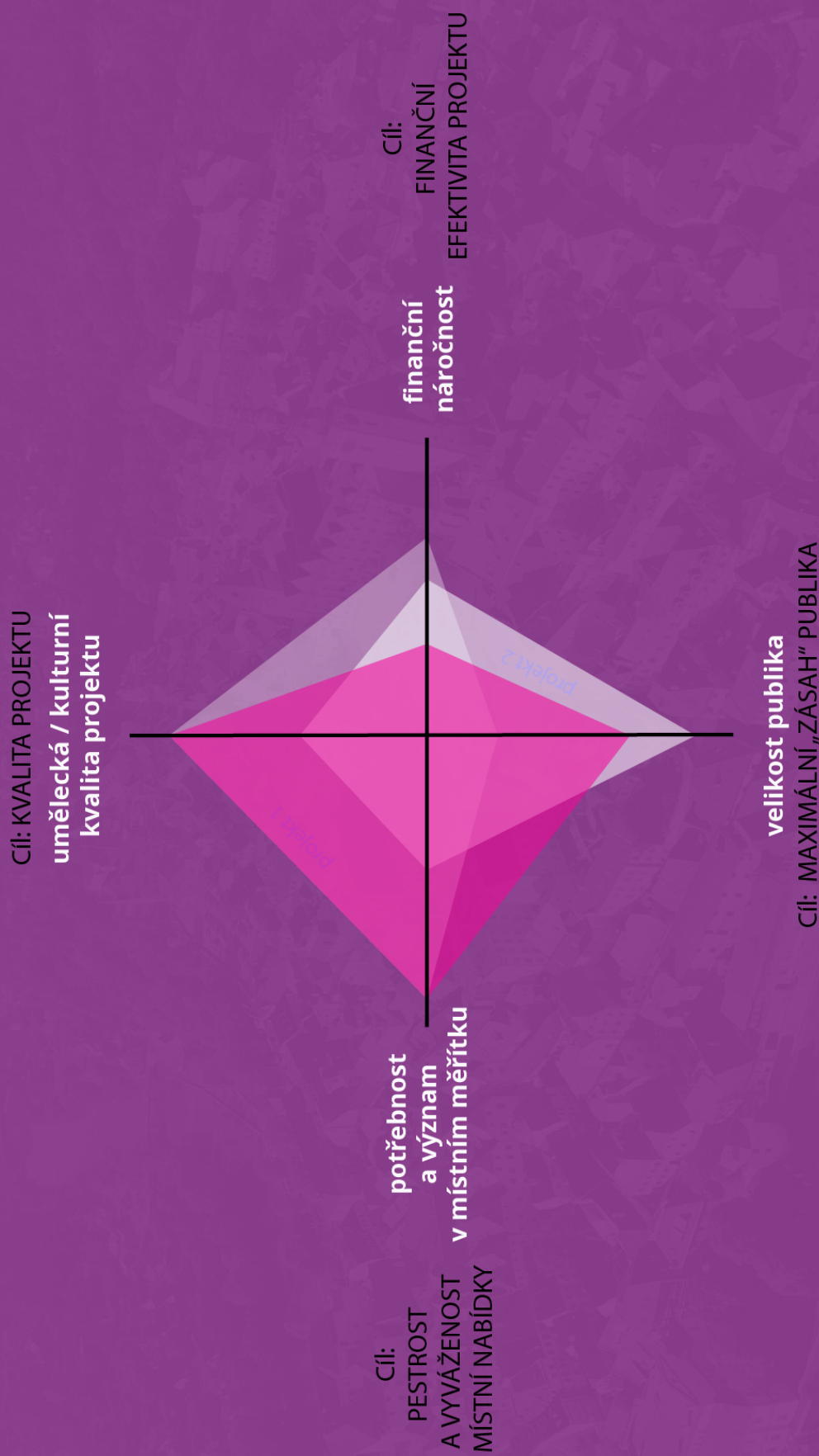
NOVOSTAVBA	PRONÁJMY
80.000 mil. Kč	0 Kč
2 mil. Kč	400 tis. Kč

investice

roční výdaje

GRANTOVÝ SYSTÉM PRO KULTURU

Návrh základního rámce hodnotících kritérií projektů



9. ROLE MĚSTA A ODBORU KULTURY A CESTOVNÍHO RUCHU

[ANALÝZA]

Odpovídá nastavení agendy OKaCR aktuální situaci v Táboře? Na jaké oblasti agendy by se Odbor kultury a cestovního ruchu měl více zaměřit?

Tato poměrně jednoduchá otázka v sobě zahrnuje celý systém problematiky řízení a koordinace kultury a cestovního ruchu na straně města, resp. na úrovni samosprávy. Pomineme-li legislativní mantinely agendy OKaCR, je činnost odboru v praxi **vymezena na jedné straně zadáním politické reprezentace a očekáváním a potřebami dalších (především ne-městských) aktérů**. Analýza byla proto provedena na tomto půdorysu. V rámci procesu byla expertně analyzována dosavadní činnost odboru a porovnávána s očekáváním celé škály aktérů zjišťovanými především během strukturovaných rozhovorů (25 aktérů). Následně byla očekávání aktérů doplněna o podněty vedení města a v neposlední řadě o podněty pracovníků odboru, jejichž mnohaleté zkušenosti s pořádáním akcí byly důležitým korektivem. Níže uvedená zjištění a z nich vycházející návrhy jsou tedy **průnikem pohledu vedení města, „úřadu“ i ne-městských aktérů a odrážejí tedy základní shodu na roli odboru, potažmo tedy města Tábora, v rozvoji kultury a cestovního ruchu**.

Zjištění:

- Hlavní roli odboru kultury je třeba rozvíjet na půdorysu 3 oblastí: 1) koncepční a koordinační činnost, 2) správa a administrace nástrojů podpory, 3) produkce „městských“ akcí a provoz městských „institucí“.**
- Nutno posílit kapacity a kompetence odboru především v oblasti koncepční a koordinační.** Posílení této oblasti je podmínkou pro úspěšné naplňování koncepce, dalšího rozvoje kultury ve městě a vytvoření kooperativního prostředí pro spolupráci mezi aktéry ve městě.
- Kultura ve městě je „jedna“ a je třeba při koordinaci nabídky více zohledňovat potřeby uživatele/diváka** (divákovi/návštěvníkovi města je svým způsobem jedno, kdo organizuje konkrétní akci, zajímá jej kvalita a servis). Je vhodné začít o kulturní nabídce uvažovat jako o celku. V koordinaci nabídky, resp. kulturního kalendáře směrem k publiku, je role OKaCR zcela nezastupitelná.

Koncepční a koordinační činnost	Zastřešující koncepce, dramaturgie	Rozvoj spolupráce na společných projektech, zapojení aktivit ostatních aktérů do městských akcí, koordinace kulturního kalendáře města
		<i>Probíhá, nutno však posílit vzhledem k prioritám koncepce</i>
	Komunikace, koordinace aktérů	Zjišťování a vyhodnocování potřeb aktérů, networking, síťování
		<i>Probíhá, nutno však posílit vzhledem k prioritám koncepce</i>
	Koordinace a prosazování zájmu „kultury“ v rámci úřadu města Tábora	Zajištění součinnosti dalších odborů města v rámci investičních akcí a dalších meziodborových projektů
		<i>Probíhá, v rámci naplňování koncepce a především v souvislosti s řešením infrastruktury lze očekávat zvýšení nutnosti koordinace v rámci úřadu</i>

Správa a administrace nástrojů podpory kultury a CR	Propagace akcí	Lepší dostupnost a „rovné“ příležitosti v propagaci pomocí městských kanálů <i>Probíhá, budou dále hledány cesty, jak vyjít vstříc aktérům v této oblasti</i>
	Řešení nedostatečného zázemí pro činnost i prezentaci	Řešení deficitu zázemí pro činnost a akce <i>Probíhá, akcelerováno během procesu tvorby koncepce</i>
	Finanční podpora kultury a cestovního ruchu	Nastavení a administrace dotačních programů <i>Probíhá, nutno zahájit proces aktualizace dotačních programů na základě koncepce</i>
Produkce „městských“ akcí a provoz městských „institucí“	Produkce městských akcí	Městské akce: pietní akty, připomínky výročí, edukativní akce typu kultura v ulicích pro všechny, okrajové aktivity, velké akce typu koncertů a festivalů (zdarma/se vstupným) s ohledem na jejich finanční a organizační náročnost <i>Probíhá, nutno dále zpřesnit typologii „městských“ akcí a řešit oblasti aktivit, kde dochází k časové nebo dramaturgické kolizi s jinými aktéry</i>
	Provoz městských galerií	<i>Probíhá, nutno zrevidovat organizační model, financování a dlouhodobou dramaturgii</i>
	Provoz TIC	<i>Probíhá, funguje</i>

Jsou aktuální organizační struktura a kapacity pracovníků odboru dostatečné vzhledem k nově vytyčeným prioritám rozvoje kultury a cestovního ruchu?

OKaCR má aktuálně 14 plných pracovních úvazků, rozdělených do dvou oddělení – oddělení kultury a oddělení cestovního ruchu. Na první pohled se může zdát tento počet pracovníků poměrně vysoký, je však nutné si uvědomit, že pracovníci odboru kultury a cestovního ruchu zajišťují celoroční **provoz turistického informačního centra a v sezoně pobočky na vlakovém nádraží** (3 zaměstnanci) a dále provozují činnosti, které často bývají realizovány v rámci samostatných subjektů (typu městská příspěvková organizace, městská kulturní agentura nebo najatá agentura nebo městská destinační společnost.) Jedná se především o **provoz 3 městských galerií** (2 zaměstnanci), **pořadatelskou činnost** (2 zaměstnanci) a **aktivity destinačního managementu a marketingu** (1 zaměstnanec).

Velmi specifickou činností v gesci odboru je **správa kulturních a technických památek a hodnot místního povědomí** (0,5 zaměstnanec), která poněkud vybočuje a vytváří poměrně oddělenou a technicky zaměřenou agendu, zpravidla řešenou v rámci odborů spravující majetek a reality města. Vedení odboru zajišťuje vedoucí spolu s vedoucími oddělení, které všechny vedou své další agendy. O propagaci aktivit vlastních i dalších subjektů (kulturní kalendář, Tábor v akci, NTR) se stará grafička spolu s asistentkou odboru. Ekonomické záležitosti spravuje ekonomka odboru. Další činnosti, které odbor zajišťuje, je vedení kroniky, organizaci pěveckých, recitačních a dalších soutěží pro děti a mládež z Tábora, organizaci tematických trhů (Vánoce, Velikonoce), zajištění průvodcovské služby, správu informačního systému města pro turisty, prezentaci města navenek (veletrhy, správa turistických webových stránek, facebooku města apod.), získávání a zpracovávání dotačních titulů pro město v oblasti kultury a cestovního ruchu nebo zajištění servisu pro komise kultury a cestovního ruchu, zastupitelstvo a radu města. Nezanedbatelnou částí práce jsou administrativní činnosti pro zajištění řádného vedení spisové služby, zveřejňování smluv, GDPR apod.

Zjištění:

- Aktuální kapacity pracovníků jsou zcela vyčerpané a neumožňují další rozšiřování agendy.** Sami pracovníci odboru kultury (oddělení kultury) hodnotí situaci tak, že „...není čas na vymýšlení,

inspiraci“ a že se pohybují na hranici „možného“. Tato situace mimo jiné ohrožuje pozici odboru jako partnera dalších subjektů a zásadně limituje roli koncepční a koordinační.

5. **Vhodné nastavení organizačního modelu na straně města (OKaCR, TIC, městské galerie) a zajištění dostatečných kapacit je zcela zásadní podmínkou dalšího rozvoje kultury ve městě (v oblasti cestovního ruchu je situace jiná – charakterizuje jí výrazně větší finanční soběstačnost aktérů a výrazně menší potřeba spolupráce s městem).**

[NÁVRHY / DOPORUČENÍ]

Další rozvoj kultury jako celku ve městě je podmíněn větší mírou spolupráce mezi aktéry (město, nezřizovaná scéna, podnikatelé, krajské a státní instituce...). Důležitým úkolem OKaCR je proto jasně definovat a nabídnout příležitosti, jak mohou další aktéři do procesu naplňování koncepce dále vstupovat. Naplňování koncepce znamená zásadní posun od konkurence ke sdílení a spolupráci. Jedná se o dlouhodobý a náročný proces, který je však podmínkou pro dosažení nové kvalitativní úrovně fungování kulturní scény ve městě. V tomto ohledu jsou na OKaCR kladeny vysoké nároky jakožto zastřešujícího koordinátora. **Aktuálně však odbor nedisponuje kapacitami, které by umožňovaly rozšíření agendy tímto směrem.**

Koncepce přináší celou řadu systémových změn a inovací, jejichž uvádění do praxe bude znamenat – především v prvních zhruba 2 letech – vysoké nároky na koncepční činnost a management OKaCR, i zvýšenou míru součinnosti dalších odborů v rámci úřadu a městem zřizovaných organizací.

Vzhledem k těmto zvýšeným nárokům na pracovníky OKaCR bude vhodné zajistit dostatek příležitostí pro další vzdělávání a profesní růst pracovníků OKaCR a budování partnerských vazeb s dalšími městy, s kterými je možné sdílet svoje zkušenosti a dobrou praxi v dané oblasti.

Jak zajistit dostatečné lidské kapacity na straně OKaCR nezbytné pro naplňování koncepce?

6. **Pro úspěšné naplňování koncepce je nezbytné zajistit minimálně 0,5 úvazku pracovníka,** který bude mít na starost koordinaci naplňování koncepce a bude disponovat dostatečnými manažerskými a osobnostními kompetencemi pro plnění role „styčného důstojníka“ pro komunikaci s aktéry.
7. **Jedním z řešení navýšení kapacit je převedení agendy správy kulturních a technických památek a hodnot místního povědomí** pod jiný odbor (např. Odbor správy majetku města). Uvolněné kapacity by mohly být využity pro rozvoj koncepční a koordinační práce odboru.

Jak nastavit další komunikaci a spolupráci s aktéry ve městě?

Základním principem tvorby strategie tvořené participativně je podíl, resp. spoluvlastnictví procesu dalších aktérů a určitá míra spoluzodpovědnosti za výsledky. **Nastavení tohoto přístupu ve fázi plánování je však třeba prodloužit do fáze naplňování a realizace. Důležitým úkolem OKaCR je**

proto vytvořit prostor a jasně definovat formáty/ příležitosti (společně s jasnými pravidly komunikace), jak mohou aktéři do procesu dále vstupovat.

Další spolupráci je důležité rozvíjet paralelně na několika základních úrovních a nastavit ke každé úrovni adekvátní nástroje/formáty komunikace:

Cíl	Formát komunikace/spolupráce
1. Informování o naplňování strategie	<ul style="list-style-type: none"> • Emailový informační bulletin rozesílaný 2 ročně všem aktérům (aktéři kultura/CR v Táboře a Trojměstí) shrnující pokrok a aktivity odboru/města • Výroční setkání s aktéry (zváni jsou všichni aktéři kultura/CR v Táboře a Trojměstí)
2. Získávání zpětné vazby o dopadech prováděných změn	<ul style="list-style-type: none"> • Výroční setkání s aktéry (zváni jsou všichni aktéři kultura/CR v Táboře a Trojměstí)
3. Koordinace „společných“ projektů a nástrojů	<ul style="list-style-type: none"> • Koordináční pracovní setkání 2 x ročně: na podzim koordinace plánovaných akcí na další rok, koordinace páteře kulturního kalendáře na další rok, nastavení a správa kolizního kalendáře + na jaře ověřovací informační schůzka (zváni jsou všichni aktéři kultura/CR v Táboře a Trojměstí)
4. Podíl na dalším koncepční činnosti a spolurozhodování, využití know-how a zkušeností aktérů	<ul style="list-style-type: none"> • Tematické pracovní skupiny (dle projektů a potřeb strategie) účastníci s oficiálním jmenováním starostou, dle potřeby doplněné externími odborníky a konzultanty, frekvence dle potřeb
5. Vzdělávání a koučing	<ul style="list-style-type: none"> • Nabídka příležitostí přednášek, kurzů, koučování a dalších možností sebevzdělávání a zvyšování kompetencí ve vybraných oblastech managementu kultury a CR
6. Společná advokacie pro rozvoj kultury a kulturního turismu směrem k politické reprezentaci, podnikatelům, médiím a dalším partnerům	<ul style="list-style-type: none"> • Koordinace v informování politické reprezentace, podnikatelské sféry, médií a dalších partnerů o úspěších a diskuse o významu kultury a CR pro rozvoj města.

Malé změny s velkým dopadem:

- **PRAVIDELNÁ SETKÁVÁNÍ S AKTÉRY** – nastartovat pravidelná setkávání klíčových aktérů s cílem dále rozvíjet Koncepti.
- **EXKURZE ZA DOBROU PRAXÍ** – pravidelně vyjíždět s OKaCR za inspirací a dobrou praxí (načerpat inspiraci a pocit, že má smysl mít ambiciózní vizi).
- **PŘEVEDENÍ AGENDY PAMÁTEK** – zformulovat objektivní argumenty pro převedení agendy správy památek na jiný odbor.

Velké kroky:

- **KOORDINÁTOR STRATEGIE** – vytvoření 0,5 úvazku koordinátora strategie na OKaCR, jehož úkolem bude koordinovat další postup v naplňování strategie (v první fázi lze řešit i jako DPČ).
- **AKČNÍ PLÁN 2019–2020** – připravit akční plán, který převede poznatky strategie do „prováděcího“ dokumentu (bude rozpracován projektově, s rozpočty, zodpovědnostmi, s vazbami na důležité aktivity města, např. oslavy 700 let Tábora apod.).
- **PŘEVEDENÍ AGENDY PAMÁTEK** – převést agendu správy památek na jiný odbor a posílit tak kapacity odboru v oblasti koncepční a koordinační.

- **PARTNERSTVÍ S DALŠÍMI MĚSTY** – navázat partnerství s dalšími městy, která řeší obdobná témata (např. Jihlava, Písek) a vyměňovat si zkušenosti.

10. PŘÍLOHY

Rozhovory s vybranými aktéry z oblasti kultury a cestovního ruchu