

Divadla sponzory nelákají

29. září 2007

Průzkum – Každá koruna za vstupné vydělá v Brně 1,57 Kč jinde

BRNO Jak se Brnu vracejí peníze vložené do kultury? Na Ekonomicko-správní fakultě Masarykovy univerzity srovnávali různé aspekty financování divadel. S každou korunou zaplacenou za vstupenku dá Brňan v průměru korunu a 57 haléřů jinde, říká Simona Škarabelová, která analýzu zpracovávala.

* LN Zástupci brněnských divadel dosud s oblibou tvrdí, že každá koruna ze vstupného se promění ve tři koruny, které lidé utratí jinde. Váš výzkum to nepotvrdil?

Tak optimistických výsledků se nám při výzkumu bohužel nepodařilo dosáhnout. Když zprůměrujeme dodatečné výdaje návštěvníků Národního divadla v Brně, Městského divadla Brno a Centra experimentálního divadla, dostaneme hodnotu 1,57. To znamená, že když návštěvník divadla zaplatí korunu za vstupenky, vydá v průměru korunu a 57 haléřů na jiné vedlejší výdaje. Jsou to například částky za dopravu, možná mu někdo bude hlídat děti, zajde si před divadlem na večeři, dámy si koupí něco pěkného na sebe, zajdou na kosmetiku a ke kadeřníkovi či si při představení koupí program nebo občerstvení, CD či DVD se záznamem představení, po představení zajde na drink.

* LN Jak přesné takové vyčíslení může být?

Každý výzkum pracuje s jistým zjednodušením. Z velkých divadel se vrátily vyplněné dotazníky od sedmnácti a půl procenta z celkem 6200 oslovených abonentů, což je velká úspěšnost. Centrum experimentálního divadla teprve začíná pracovat s databází abonentů, proto jsme obdrželi jen 70 vyplněných dotazníků z jejich internetových stránek – a to zřejmě nelze brát jako reprezentativní vzorek tamních tří scén. Nepřesnosti mohou pochopitelně nastat například při odhadu výše výdajů, které uvádějí sami abonenti, stejně jako v následných dopočtech, kde pracujeme s průměrnými ukazateli, například výší vstupného, návštěvnosti a podobně.

* LN Poměr jedna ku třem ale uvádějí i odhady Divadelního ústavu a dalších institucí. Bylo by potřeba je přehodnotit?

Odhady ústavu i dalších institucí pracují převážně s údaji zahraničních výzkumů. Jediný výzkum tohoto druhu realizovala v ČR Marketingová laboratoř Ostrava v roce 1999, a to u čtyř mimopražských divadel (konkrétně Klicperovo divadlo Hradec Králové, Městské divadlo Most, Národní divadlo Moravskoslezské Ostrava a Divadlo J. K. Tyla v Plzni). Jim vyšel poměr 1:1,89. Přehodnocovat výstupy ale není třeba. Určující roli totiž hraje výše vstupného. Pokud bychom čistě pro zajímavost vztáhli výdaje brněnských návštěvníků divadel k výši vstupného z analýzy mimopražských divadel (samozřejmě v přepočtu na ceny roku 2006, k nimž se vztahují výsledky brněnského výzkumu), byl by dodatečný výdaj Brňanů 3,6, takže bychom hravě překonali i odhady Divadelního ústavu. Návštěvníci Centra experimentálního divadla mají například výdaje na nové šaty, kosmetiku a kadeřníka téměř nulové – dosáhnou ale vyššího podílu dodatečných výdajů vzhledem k nižší ceně vstupenky, než je tomu u klasických „kamenných“ divadel.

* LN Může se poměr lišit i podle velikosti města?

Pokud připustíme, že velikost města ovlivní výši vstupného, tak ano.

* LN Proč se ale divadla snaží uvádět poměr co nejvyšší?

Když budete chtít doložit těm, kteří rozhodují o výši poskytovaných veřejných finančních prostředků, jak jste nejen úspěšní v prodeji svých služeb a produktů, ale hlavně jak jste přínosní pro

místní ekonomiku, bude vyšší číslo pádnějším argumentem. Dáváte zkrátka vydělat nejen divadlu, ale i dalším sférám ekonomiky, podporujete zaměstnanost. Je nutné si ale uvědomit, že je to jen jeden z přístupů jak sledovat výkonnost či úspěšnost divadla. Ekonomy bude zajímat například soběstačnost, umělce počet ocenění od kritiků, uměleckých rad či diváků.

* LN Liší se nějak typy divadel, v nichž jste průzkum uskutečnili?

Ano i ne. Všechna sledovaná divadla jsou příspěvkovými organizacemi města Brna, ale s odlišnou dramaturgií i kapacitou sálů. Po dramaturgické stránce lze jako skutečné konkurenty brát snad jen činohru Národního divadla v Brně a činohru Městského divadla Brno, ostatní konkurence je už o tom, zda raději půjdete do opery, na balet či na muzikál, nebo na alternativu do Centra experimentálního divadla. V rámci CED pak do jisté míry můžeme mluvit konkurenci jeho jednotlivých scén, i když každá z nich má už svého věrného diváka.

* LN Zmínila jste podobný průzkum z roku 1999. Změnila se za osm let struktura toho, za co lidé kvůli návštěvě divadla utrácejí?

Až na drobnosti je velmi podobná, bez velkých změn. Nejvíce z návštěvníků divadel těží restaurace, hospůdky a bufety. Výdaje na občerstvení před, v průběhu i po přestavení jsou ve všech tuzemských výzkumech nejvyšší. Následují ostatní výdaje, tedy nákup CD a DVD nosičů či knih, který samozřejmě v roce 1999 ještě nebyl tak rozšířený. Třetí nejvyšší jsou výdaje na dopravu – pro zajímavost, u Městského divadla Brno převažuje ze 76 procent osobní automobil, což by divadlo mohlo zohlednit větší nabídkou parkovacích míst. Další v pořadí jsou výdaje na program. Částky za kadeřníka, kosmetiku, případně manikúru jsou nejnižší ze všech sledovaných výdajů. Jednak proto, že je uvádějí zpravidla ženy, a jednak proto, že celková vynaložená suma na tyto služby se liší podle toho, jakou váhu jí ženy dávají – zkrátka podle toho, zda by ke kadeřníkovi nešly „i tak“. Za kadeřníka nejvíce utrácí návštěvnice Národního divadla v Brně, což by mohlo souviset s reprezentativností prostor opery Janáčkova divadla i činohry Mahenova divadla. Jediné, co se téměř neobjevilo u mimopražských divadel, byl výdaj za hlídání dětí. Abonentů těchto divadel buď mají dostatek příbuzných na hlídání nebo odrostlé děti. Možné je i to, že v roce 1999 nebyla služba hlídání dětí ještě příliš rozšířená.

* LN V rámci srovnání jste ale zvažovali i efekty peněz, která využijí sama divadla například zadáním externích zakázek. Může právě to ovlivnit nahlížení na efektivnost financování kultury? Ano, ale jen zčásti. Máte pravdu, že jsme zjišťovali i to, jaké dodatečné výdaje svou existencí vyvolávají samotná divadla. Nejlepším příkladem je nákup některých služeb zvenčí, například ostraha objektu, úklid, divadelní výroba, zvukaři, osvětlovači, truhláři, apod. U nespecializovaných služeb, kam patří právě úklid či ostraha objektu, je pro divadlo často levnější (a v této souvislosti i efektivnější) si službu nakoupit od jiné specializované firmy, což divadla zpravidla dělají. Ale u služeb, spojených přímo s produkcí představení – výroba kulís, šití kostýmů, vlásenky a podobně – je nákup služeb diskutabilní. Cena služby nakoupené zvenčí by sice mohla být levnější, než když si ji divadlo v rámci divadelní výroby uskuteční samo, ale služba by nemusela být kvalitnější. Proto se divadla většinou spoléhají na vlastní zaměstnance, kteří dobře znají prostředí i herce, a neodmítnou vysoké pracovní nasazení zvláště v předpremiérovém čase. To je nadstandard, který jim podle mě žádná soukromá a levnější firma nemůže poskytnout.

* LN Částky, které brněnská radnice do kultury vkládá, jdou ročně do stovek milionů. Je to v přepočtu na obyvatele srovnatelné s jinými městy?

Myslím, že by bylo obrovské zjednodušení srovnávat se s jinými městy, respektive porovnávat mezi sebou jednotlivá města. Museli bychom totiž zohlednit i širší kulturní nabídky. Brno je druhé největší město v republice, které se kromě veletrhů, obchodu a průmyslu pyšní také velkým počtem univerzit, širokou škálou kulturního vyžití, kvalitní sociální a zdravotní péčí a podobně. Je logické, že výdaje na kulturu, stejně jako jiné veřejné výdaje budou vyšší než například v Břeclavi. Když to velmi zjednoduším, tak velké město má hodně obyvatel, tím pádem více peněz na daních, tedy větší

balík peněz k přerozdělování. Obyvatelé díky tomu mají větší nabídku služeb, lepší dostupnost a díky větší konkurenci různých poskytovatelů pravděpodobně i vyšší kvalitu služeb.

* LN Existuje vlastně ideální vzor financování kultury ve městech?

To je otázka, která by vydala na vědeckou práci. Stručně a velmi obecně řečeno – financovat by se měla vícezdrojově. Vím, je to už fráze, ale nic lepšího jsme dosud nevymysleli. Závislost na jednom zdroji příjmů je vždy nebezpečná, sjednocuje produkci dle vkusu mecenáše, nebo příjemně „uspává“ – co bychom se snažili být úspěšní, když nás zaplatí tak jako tak, sice málo, ale přece. Navíc když jediný zdroj selže, můžete zavřít krám. Takže tu máme veřejné zdroje, sponzoring, vlastní příjmy, individuální i firemní dárce, mecenáše, státní fondy, nadace. Je to namáhavé, vůbec ne jednoduché, ale když jsou nastaveny pro všechny stejné podmínky, tak i snad objektivní. Problém je ale právě v nastavení stejných či rovných podmínek. Příspěvková organizace je v takovém prostředí ve výhodě, protože má nárok na každoroční finanční podporu od svého zřizovatele, která jí umožňuje vždy aspoň fungovat (topit, svítit, atd.). Systém pražských víceletých grantů je proto dle mého názoru řešením, protože nehledí na právní formu, ale na projekt, ne na formu, ale na obsah. Navíc příslib peněz na delší dobu než rok dává instituci víc stability.

* LN Pokud mluvíme o soběstačnosti – jaká tedy podle vás a je?

Soběstačnost je jednoduchý ekonomický ukazatel, který vyjadřuje poměr celkových vlastních výnosů divadla k celkovým nákladům, kde figurují pochopitelně příjmy z prodeje vstupenek, dále z pronájmů prostor, z reklamy, zájezdových představení a podobně. Ze sledovaných brněnských divadel je na tom nejlépe MDB se třicetiprocentní soběstačností, následuje CED s dvaceti procenty a NDB s devatenácti.

* LN Je vůbec možné se bavit o zvyšování soběstačnosti divadel?

Pochopitelně, že je. Když se divadlo bude snažit nabídnout to, co vyprodá hlediště, za cenu, kterou je zákazník ochoten zaplatit. Jenže tady se po umělecké stránce může dostat na scestí a ve snaze zalíbit se masovému vkusu se zkomercializuje. Problémem tedy je a vždy myslím bude ustát poměr mezi uměleckou hodnotou a komercí. Řešením může být nabízet kombinaci představení, z nichž ta komerčně úspěšná vydělávají na zajímavé umělecké počiny. Tím nechci ale v žádném případě říct, že se komerční úspěšnost a umělecká kvalita vylučují, jen to není častý případ.

* LN Na radnici často padají srovnání výdajů na kulturu a na sport. Budou někdy divadla tak lákat sponzory jako třeba fotbal?

Podíl sponzorství na kultuře obecně nepřesahuje ani ve vyspělých evropských ekonomikách pět procent. Obávám se, že divadla z tohoto průměru nevyčnívají a že v budoucnu nelze očekávat žádné razantní zvýšení. Sponzorství umění a kultury je totiž zásadně odlišné od sponzorství sportu. Jednak se liší publikum, které je celkově starší, vzdělanější, lépe situované a méně početné. A co je důležitější – umění není tolik zajímavé pro média. Z hlediska cílové skupiny je více zaměřeno na takzvanou tržní niku, tedy prostor vymezený specifickým žánrem a způsobem distribuce. Když bych se na věc ale chtěla podívat s nadějí a optimismem, mohla bych pracovat s faktem, že sponzorství sportu je nákladné a přesycené, takže by tu mohla být naděje pro sponzorství umění. Studie firmy Toshiba dokonce zjistila, že čtyřikrát více lidí chodí do muzeí a galerií než na fotbal. Jenže sponzoři jsou stále přesvědčeni, že sponzorství umění je spíše záležitostí firemní pohostinnosti a image, nikoli marketingových cílů.

* LN Co je z hlediska financování zásadním problémem brněnské kultury?

Myslím, že je to objektivnost rozdělování dotací mezi své příspěvkové a ostatní organizace v oblasti kultury. Město by mělo mít jasno v tom, jakou minimální síť kulturních institucí chce podporovat, na jakou má jako jejich zřizovatel prostředky, jaké jiné projekty chce jen podporovat a co už ponechá výhradně na trhu či dárcovství jiných subjektů. Dnešní síť kulturních institucí, kterou z titulu zřizovatele musí každoročně aspoň minimálně podporovat, pokrýt jim provozní náklady,

plánuje ještě rozšířit. Je otázkou, zda provoz těchto institucí v budoucnu zaplatí. I kdyby došlo na privatizaci těchto organizací a město si v nich kvůli správě městského majetku nechalo majoritní podíl, lze předpokládat, že do nich bude chtít i nadále vkládat peníze. Otázka objektivnosti přidělování veřejných finančních prostředků bude tedy stále aktuální. Opět tu vyvstane problém nerovného postavení organizací, v nichž město je a není vlastnický zaangažováno. Je tedy rozhodně třeba hledat objektivní kritéria pro přidělování dotací - ať už je to soběstačnost, dodatečné výdaje návštěvníku divadla, vyčíslování užitků a podobně. Ale přiznejme si, že ať použijeme jakákoliv kritéria objektivnosti, rozhodnutí o výši dotace vždy bude výsledkem politického rozhodnutí. Dotace zkrátka nemůže být nikdy stoprocentně objektivní.

Simona Škarabelová, Mgr. Ph.D. (1973)

Odborná asistentka na katedře veřejné ekonomie ESF MU, koordinátorka studijního směru bakalářského kombinovaného studia Ekonomika a řízení nestátních neziskových organizací a mezifakultního navazujícího magisterského studia oboru Kulturní management a současně výzkumný pracovník a zástupce ředitele Centra pro výzkum neziskového sektoru (CVNS). Vědecky se zabývá problematikou neziskových organizací a ekonomikou a řízením odvětví kultury. Právě v této oblasti vedla výzkum Multiplikačních efektů do brněnských divadel, který formou diplomové práce zpracovávaly na jaře 2007 ing. Iva Kouřilová a ing. Lenka Pávišová.