## **Předmět Public Relations - Brno2028**

## **Vypracovaly:**

Denisa Burešová - UČO 483641

Martina Pejchlová - UČO 441388

## Překlad základních otázek pro obyvatele Brna:

1. **What keeps you awake at night?** Co vás na Brně nejvíc pálí?
2. **What makes you happy?** Kdy jste v Brně nejvíc šťastní?
3. **What says Brno about you?** Co pro vás znamená žít v Brně?

**SWOT analýza**

## Silné stránky

* univerzitní město - Masarykova univerzita, Mendelova univerzita, Vysoké učení technické, Univerzita obrany, JAMU, soukromé vysoké školy
* Brno je sídlem nadnárodních firem - ImpactHub (druhý největší na světě), Kiwi.com, Starobrno, Zetor, Zoner, 2K Czech, Student Agency
* úspěšné brněnské startupy - Phonexia (spin-off VUT), Xflow
* identita města: přátelské prostředí + ideální velikost města (např. pro podnikání - spousta zákazníků s různým životním stylem), a zároveň ne příliš velké (jako Praha) + “kavárenské město”, místo, kde se dá dobře najíst (ani v centru není moc draze) + specifický jazyk (hantec) - tím ale mluví pár lidí
* Brno má dvě nejnavštěvovanější turistické památky v TOP 50 v ČR za rok 2018
  + 34. místo Zoo-330 tisíc
  + Vida! science centrum- 259,3 tisíc
* Dobrá dopravní poloha a dojezdnost z okolí vůči Praze, Vídni a Bratislavě, případně Ostrava a na Polsko
* Dopravní koridor
* Dostatečné sportovní vyžití
  + Olympijské festivaly
* Velké město, ale přece jenom se tu stále udržují tradice a folklor
* Akční plán Brna na snížení CO2 na 40% do roku 2030
  + Dál dotační programy Zelené střechy, Dešťovka
* Značky jako Brněnská Zbrojovka, Vlněnka
* Bohatá historie města, se kterou je spojeno mnoho historických akcí a tradic, například obléhání Švédy a zvonění v 11 hodin, brněnský drak
* Vztah mezi Brnem a Prahou, narážky, urážky, vtípky - je možné na tom stavět
* Kultovní monumenty - brněnský orloj, socha Jošta - specialita Brna
* Místní podniky a speciality
* Letecká doprava
* Brněnské vyhlídkové kolo
* Brno je centrem Jihomoravského kraje, který je silný svými památkami, historií- bitva u Slavkova, tradicemi, folklórem, hody, vínem atd.
* Tech-lab, kamion na technické učení mládeže a na MU CEITEC

## Slabé stránky

* doprava - časté opravy a zácpy
* reklamní smog v centru města
* málo zeleně, málo barev
* zanedbané stavby, mj. hlavní nádraží a podchod pod ním
* Bezdomovectví a některá nevzhledná a zapáchající místa
  + [http://www.brnosmrdi.cz](http://www.brnosmrdi.cz/)
* Zákaz Uberu, který znají zahraniční turisté
* Málo leteckých linek do Brna - zlepšilo by to ekonomický význam Brna

## Příležitosti

* spolupráce se zdejšími univerzitami (na různých projektech, např. JAMU se může podílet na přípravě koncertů a divadelních představení...)
* Rozvoj brněnských brownfieldů
  + Viz Špitálky - návrh na novou čtvrť
* Připravované projekty na nové sportovní haly, které mohou přivést do Brna nové světové či evropské sportovní události
* Rozvoj stadionu za Lužánkami – sportovní exhibice, další filmové využití
* Historické vodojemy pod Žlutým kopcem jako atraktivní lokalita pro filmaře. Zároveň na místě může díky stabilní teplotě vyrůst celoroční kluziště, wellness, přístav nebo se zde lidé mohou plavit na loďkách
* Brněnský tramvajový diametr neboli brněnské metro pro zlepšení dopravy ve městě
* zlepšení celkové dopravy do a z města (zejména D1)
* Nová pracovní místa
  + Teď odbor kultury
  + Pak i v dalších oblastech
* Větší rozvoj místních podniků
* Propojení Arnoldovy vily se sousedními zahradami vil Löw-Beer a Tugendhat.
* Rekonstrukce autobusového nádraží, výstavba nového brněnského nádraží
* posílení leteckých spojů

## Hrozby

* obyvatelé se mohou ptát, proč se Brno nevěnuje závažnějším problémům (otázka bezdomovectví, vysoké nájmy, doprava)
* neschopnost Brňanům dostatečně vysvětlit, jaké výhody město může zapojením do soutěže získat
* nesouhlas některých politiků s účastí v soutěži (může jim být dáván velký mediální prostor)
* Jihomoravský kraj se nezapojí do přípravy
* Nutnost být připraven na nárůst počtu turistů - jak samotní obyvatelé Brna, tak v rámci cestovního ruchu, hotelnictví a pohostinství
* Nezajištění dostatečných finančních zdrojů
* Nezvládnutá infrastruktura města
* Silní konkurenti - i třeba z Česka (Zlín, Ostrava)
* omezený čas k podání přihlášky – do roku 2022

**Příprava Q&A**

1. ***Co mi kandidatura města přinese?*** Pokud Brno zvítězí, dostane finanční dotace nejen na rozvoj kulturních zařízení, ale také infrastruktury.
2. ***Proč by se Brno mělo soutěže účastnit?*** Už samotná kandidatura město zviditelní a může do něj přilákat turisty. Jiná města, která zvítězila, vydělala na turismu okolo 800 mil. Ze závěrečné zprávy EU a Evropského parlamentu z roku 2013 vyplývá, že průměrná návratnost do programu je dvojnásobná.
3. ***Kdy budou známy výsledky?*** V roce 2028.
4. ***Co Brno může vyhrát?*** Vítěz soutěže obdrží 1,5 mil. eur (přes 38 mil. korun) a titul Evropské hlavní město kultury k užívání na dobu neurčitou. Tyto prostředky použijeme na rozvoj města.
5. ***Která další česká města se soutěže plánují zúčastnit?*** Mohla by to být Ostrava, Zlín či Liberec.
6. ***Kolik bude kandidatura stát?*** Záleží na rozsahu kampaně, přípravná fáze stojí 30 mil. Tyto peníze se však městu vrátí v podobě utracených peněz od turistů.
7. ***Kdo bude vést přípravný tým?*** Na odboru kultury od dubna vznikne nové Oddělení koncepce a rozvoje, v němž budou obsazena nová funkční místa, a to konkrétně vedoucího oddělení, specialisty kulturních analýz a evaluace a dva koordinátoři spolupráce. V přípravném týmu bude obsazena také pozice ekonoma. Všichni zaměstnanci budou v rámci příprav na kandidaturu pracovat a nadále koordinovat Strategii kultury a kreativních odvětví, zpracovávat akční plány, zajišťovat fungování Brněnského kulturního parlamentu a dalších pracovních skupin.
8. ***Proč se s přípravou začíná tak brzy, když je soutěž až v roce 2028?*** Ze zkušeností ostatních měst, která titul v minulosti získala, vyplývá, že je dobré začít s přípravou zhruba deset let předem a vytvořit samostatný tým, který se přípravě kandidatury bude věnovat naplno.
9. ***Proč se město nevěnuje důležitějším problémům?*** V samotném průběhu soutěže může město vyřešit problémy, které ho trápí, ať už se to týká infrastruktury nebo dopravy.
10. ***Uspěla v minulosti v soutěži nějaká česká města?*** Titul Evropské hlavní město kultury obdržela v roce 2000 Praha a o patnáct let později Plzeň.
11. ***Co po mně chcete?*** Abychom mohli uspět, je potřeba rozšířit povědomí o kandidatuře Brna a kvalitách života v něm. K tomu potřebujeme vaši pomoc.