

Kulturák

STRATEGICKÁ VIZE KULTURNÍHO DOMU NMNM
ZPRACOVALA 25.7.2025

ANETA LINKOVÁ

2.0



elektronická verze



IDENTITA

Zhodnocení současného stavu

Kulturní dům NMNM je zavedenou institucí s dobrým renomé a stabilní sítí partnerů.

Silnou stránkou je otevřenost ke spolupráci s dalšími organizacemi a aktivní podpora místních spolků.

Slabinou je však výraznější a jasněji definovaná dramaturgie, málo inovací v programové skladbě a nepravidelná práce s evaluací. Informace o činnosti KD jsou na webu z mého pohledu neúplné, což snižuje jeho veřejnou srozumitelnost a viditelnost.

Vize do budoucna

Kulturní dům NMNM je víc než jen místem konání akcí a jejich seznamem. Mojí vizí je vybudovat z něj **platformu** – otevřený a respektovaný prostor pro setkávání, spolupráci a růst, který přirozeně propojuje kulturu, komunitu a veřejný život města. **Jasně formulovaná identita a role** kulturního domu se musí propsat do všech oblastí – dramaturgie, komunikace i každodenního provozu.

Můj konkrétní přínos jako ředitelky

1. Vytvořím nový, pravidelně aktualizovaný online profil kulturního domu, který bude přehledně komunikovat jeho hodnoty, program i partnery. Zjednodušeně budu dbát na kvalitní zpracování informací na webu a to jak po obsahové stránce, tak po vizuální stránce (propracované výroční zprávy, aktualizované koncepce, informace o investičních akcích)
2. Ukotvím jasnou identitu KD – stanovím hodnoty, tón komunikace a vizuální styl, které budou sdílené napříč týmem i směrem k veřejnosti (protože instituce, která ví, kým je a proč existuje, dokáže budovat důvěru a být skutečně relevantní).

TÝM

Zhodnocení současného stavu

Výroční zprávy i rozpočet ukazují spíše provozní rovinu než strategické řízení lidských zdrojů. Není znám systém péče o tým, plán vzdělávání a podpora odborného růstu. KD Nové Město na Moravě aktuálně zaměstnává 8 pracovníků: ředitelku, 2 techniky/ dramaturgy, účetní, 2 uklízečky a správce budovy. K Club má 3 zaměstnance: provozní a 2 servírky. Provoz dále zajišťují pracovníci na dohody (DPP/DPČ)

Vize do budoucna

Vedu tým, který je nejen výkonný, ale i odvážný, inspirativní a dlouhodobě motivovaný. Chci vytvořit profesionální prostředí, kde mají lidé jasně definované role, možnost se rozvíjet a zároveň být součástí otevřeného dialogu o směřování instituce. Lidé v kulturním domě nejsou jen zaměstnanci – jsou **tváří značky**, a právě tak s nimi chci pracovat.

Můj konkrétní přínos jako ředitelky

- 1. Vytvoření týmu ambasadorů** – Každý zaměstnanec bude nejen odborníkem na svůj obor, ale také reprezentantem kulturního domu směrem k veřejnosti, školám, komunitám či odborníkům. V rámci týmu zavedu systém pravidelného sdílení know-how, zpětné vazby i týmových setkání s přesahem.
- 2. Zavedení kvalitního vzdělávání bez navyšování rozpočtu** – pomocí výměnných stáží, exkurzí do jiných měst, účasti na workshopech a vytváření partnerství s dalšími kulturními organizacemi. Sdílení praxe nahradí drahé školící programy a zároveň posílí síť kontaktů a profesní růst celého týmu.
- 3. Optimalizace struktury zaměstnanců** - aby bylo možné reálně posoudit personální kapacity a případně je lépe rozdělit či posílit. Analyzovat rozsah dohod a práci externistů.

DRAMATURGIE & programová struktura

Zhodnocení současného stavu

Programová nabídka Kulturního domu NMNM je bohatá a pestrá. K dosažení lepších výsledků by bylo vhodné opřít program o jasnou dramaturgickou koncepci, která by zajišťovala rovnováhu mezi cílovými skupinami, inovací a kontinuitou. Chtěla bych se zaměřit na **nerovnoměrné rozložení akcí** – z tabulkového přehledu vyplývá, že dominantní část programu míří na aktivní dospělé, zatímco teenageři a rodiny s dětmi mají nižší podíl akcí.

Jsem přesvědčena, že dlouhodobé formáty je nutné inovovat o nové impulzy, progresivní dramaturgii i větší spolupráci s externími kurátory. Provádění **evaluace úspěšnosti akcí** by zabránilo rozvíjení programu setrvačností a pomohlo tvořit na základě strategie nebo aktuálních potřeb.



DRAMATURGIE & programová struktura

Vize

Přináším **programovou strukturu, která má jasné dramaturgické směřování a je postavena na třech klíčových hodnotách:**

- **Autenticita:** program vychází z potřeb komunity, místních témat a otevřeného dialogu s publikem.
- **Zážitek:** každá akce má být silným prožitkem, ne jen další položkou v kalendáři.
- **Přesah:** kulturní dům propojuje kulturu s důležitými tématy jako udržitelnost, vzdělávání, zdraví, technologie nebo gastronomie.

Můj konkrétní přínos jako ředitelky

1. Dramaturgická koncepce - nová dramaturgie

2. **Zavedení nástroje evaluace (score systém)** – každá akce bude hodnocena na základě návštěvnosti, relevance a společenského dopadu. Data budou sloužit k plánování a zpětné vazbě. Návrh evaluační karty naleznete v příloze číslo 3b

3. **Obnova stagnujících formátů a podpora nových žánrů** – každá dlouhodobá akce projde reflexí a úpravou. Do programu přibudou nové formáty.

4. **Zacílení programové struktury podle věkových i zájmových skupin**

→ Program bude sestavován tak, aby v každém měsíci bylo zastoupeno více cílových skupin – děti, mládež, rodiny, senioři, odborná i široká veřejnost. Opřu se přitom o tabulku z následující strany a demografická data Novoměstska.



DRAMATURGIE & programová struktura

Hlavní principy nové dramaturgie

- Programové řady jako stabilní součást programu.
- 2-4 dramaturgické linie v roce
- Vyvážená skladba akcí podle věku, žánru, náročnosti a zapojení publika.
- Spolupráce s externími kurátory, produkčními společnostmi a komunitou.
- Důraz na komunitní a vzdělávací funkci kulturního domu.

Demografické zohlednění:

Novoměstsko má z hlediska demografie vyváženou věkovou strukturu.

Stávající program však pokrývá výrazně nerovnoměrně tyto skupiny. Navrhované rozložení vychází ze stávajícího počtu akcí cca 135 akcí ročně

Demografické rozložení cílových skupin	
Věková skupina	Počet osob
Děti (0–14 let)	1 505
Mladí dospělí (15–29 let)	~1 600
Aktivní dospělí (30–64 let)	~4 500
Senioři (65+)	2 245

Odhadovaná a navrhovaná skladba programu KD			
Cílová skupina	současný stav odhad	Navrhované (%)	Navrhované (akce)
Děti	10 %	20 %	cca 27
Mladí dospělí	5 %	10 %	cca 14
Aktivní dospělí	70 %	50 %	cca 67
Senioři	15 %	20 %	cca 27

DRAMATURGIE & programová struktura

FORMÁTY

Návrh formátů vychází ze snahy nabídnout **pestré, kvalitní a inovativní kulturní formáty**, které reagují na potřeby různorodých cílových skupin ve městě i regionu. Jedná se o inspiraci pro dramaturgii následujících let. Každý formát by měl být prvotně posouzen z hlediska relevance, proveditelnosti a přínosu prostřednictvím odpovědného cílení (retargetingu) a hodnocení pomocí interního score systému. Cílem je **efektivně** pracovat s rozpočtem a vytvářet akce, které mají **skutečný dopad** – kulturní, společenský i ekonomický.

1. Multimediální a interaktivní zážitky

- Videomapping a světelné instalace – např. promítání na fasádu kulturního domu, interaktivní světelné expozice ve městě.
- Silent Disco nebo Silent Cinema – akce se sluchátky, kde si návštěvníci mohou vybrat z více zvukových stop (hudba, filmové dialogy, komentáře).
- Virtuální realita v kultuře – VR výstavy, interaktivní filmy nebo přednášky v metaverzu.

2. Akce pro mladé (Gen Z)

- Gaming nights & e-sport turnaje – propojení filmů, gamingových komunit a turnajů v populárních hrách.
- TikTok & YouTube festival – setkání influencerů s mladým publikem, spojené s workshopy tvorby obsahu.
- Cosplay a fandom akce – propojení kina s komiksovou a fantasy kulturou.

3. Workshopy a vzdělávací akce

- Kreativní workshopy – tvorba animovaného filmu, design, ilustrace, copywriting
- AI a technologie v umění – jak umělá inteligence mění kreativní průmysl.
- Podcast live – natáčení oblíbených podcastů před publikem.
- Zkouška sirén – diskuze a témata z oblasti veřejného prostoru, food scény, partnerské vztahy, osobnostní rozvoj. Pravidelný formát v gobelínovém salonku

4. Kultura a společenský přesah

- Swap akce spojená s recyklací. Swap akce jsou skvělý způsob, jak propojit komunitu, podpořit udržitelnost a zároveň vytvořit prostor pro kreativní setkání. V minulosti akce Putovní pokojovky. Příklady témat swap akcí - knihy, oblečení, vinyly, rostliny, hračky.....
- Nový cirkus – moderní akrobatická představení s prvky divadla a tance.
- Festivaly - nejvhodnější formát pro zmíněné hodnoty

5. Společenské a komunitní akce

- Komunitní brunch v Klubu – pravidelná setkání s debatami a kulturním programem.
- Firemní networking a coworking eventy – propojení místních firem s kreativními profesemi.
- Partnerské kulturní město – výměna umělců a společné akce s jinými městy
- Pravidelné programy pro děti v několika věkových kategoriích a rodiny. Kombinace divadla, workshopu a domácí aktivity. Tematická odpoledne, příměstské prázdninové dopoledne ve spolupráci s K Clubem, kino s kvízem apod.

6. Divadelní klub

- vznik divadelního klubu - více na následující straně

7. Tradiční kulturní akce a oslavy - skladba s přidanou hodnotou

- Tradiční akce zůstávají důležitou součástí kulturního dění, ale s důrazem na kvalitu před kvantitou. Každý ročník by měl nést jinou emoci, jiný zážitek – ne opakování, ale proměna v rámci zavedeného formátu. Cílem je, aby si lidé odnášeli silný dojem, ne jen účast.

DRAMATURGIE & programová struktura DIVADELNÍ KLUB

Cílem je vytvořit aktivní komunitu divadelních **nadšenců** a zároveň dramaturgický formát, který rozšíří nabídku Kulturního domu o smysluplný a dlouhodobě udržitelný program s přesahem do vzdělávání, sdílení a kulturního turismu.

Vznik klubu:

- Divadelní klub vznikne jako komunitní formát s placeným členstvím
- Členství bude symbolické (např. 300–500 Kč ročně), aby zůstalo přístupné co nejširšímu publiku.
- Výhody pro členy:
 - přednostní rezervace vstupenek
 - slevy na vybrané akce a zájezdy
 - možnost účastnit se uzavřených debat, workshopů a exkurzí

Obsah a dramaturgie:

- Kvalitní dramaturgie:
 - Pečlivě vybraná divadelní představení všech žánrů – od činohry přes alternativu až po pohybové a experimentální formy.
 - Představení doplněná o tematické večery, besedy s tvůrci nebo edukativní rámce.
 - Spolupráce s odborníky na divadlo (dramaturgové, recenzenti, lektory) pro vedení diskusí a tvorbu doporučení.
- Spolupráce s místními tvůrci:
 - Propojení s ZUŠ, amatérskými soubory v regionu a mladými divadelními tvůrci.
 - Možnost veřejné prezentace tvorby, zpětné vazby a odborné podpory.
 - Zapojení školních souborů i mezigeneračních projektů.
- Zájezdy do divadel:
 - Pravidelná organizace klubových výjezdů do renomovaných divadel v Brně, Praze, Zlíně, Olomouci aj.
 - Zajištění dopravy, vstupenek, úvodů k inscenacím i následných diskusí.
 - Nabídka 3–5 zájezdů ročně dle zájmu a kapacity.
- Tematické večery a workshopy:
 - Klubová setkání zaměřená na témata jako: Jak číst divadlo?, Historie divadla, Jak se dělá inscenace, Práce dramaturga, aj.
 - Hosté z řad režisérů, herců, kritiků či divadelních pedagogů.
 - Možnost kreativní účasti – např. scénické čtení, klubová tvorba, divadelní čtení apod.

Výhled a přínos:

- Posílení publika KD o dlouhodobě zapojené návštěvníky.
- Kultivace kulturního vkusu, zvyšování kompetencí publika.
- Navázání meziregionální spolupráce s divadly a školami.
- Vznik stabilní formy komunitního a dramaturgického pilíře kulturního domu.



EKONOMIKA & financování

Kulturní dům je příspěvkovou organizací, jejíž stabilita stojí především na **podpoře města**. Vnímám to jako důležitý základ, díky kterému může vznikat pestrý a dostupný program. Zároveň si uvědomuji, že právě tato jistota přináší i odpovědnost – přistupovat k hospodaření s rozvahou, otevřeností a vizí dlouhodobé udržitelnosti.

Dle mého názoru je zdravý a vyrovnaný rozpočet nezbytným předpokladem pro svobodnou a smysluplnou dramaturgii.

V oblasti financování vidím potenciál zejména v následujících směrech:

- **Zacílená spolupráce a jasná struktura partnerů** – kromě generálního partnera se nabízí navazovat spojení s menšími subjekty, které tematicky odpovídají konkrétním programům. Tím vzniká přirozené partnerství s přesahem.
- **Úprava a rozšíření ceníku pronájmů** – současný ceník podle mého názoru postrádá některé položky, které jsou v praxi často požadovány. Například chybí možnost zajištění občerstvení formou cateringu nebo provoz kavárny v rámci akce a zohlednění v ceně pronájmu. Doplnění těchto služeb by mohlo přinést další příjmy a zároveň zvýšit komfort a profesionalitu akcí.
- **Zodpovědné nakládání s veřejnými prostředky** – považuji za důležité pravidelně reflektovat poměr mezi náklady a přínosem jednotlivých akcí. Zavedení **evaluační karty a scoringového systému**, které popisují na následující straně, přinese větší přehlednost i v oblasti ekonomiky. Vyhodnocování úspěšnosti projektů může být zároveň podkladem pro žádosti o dotace nebo rozhodování o dlouhodobých prioritách.
- **Diverzifikace financování** – kromě městského příspěvku považuji za důležité udržovat a rozvíjet další zdroje financování (krajské granty, fondy ministerstev, partnerské spolupráce, vstupné, vedlejší činnost). Zvláště důležitá mi přijde schopnost reagovat na výzvy typu Národní plán obnovy či Operační programy zaměřené na kulturu, vzdělávání nebo komunitní život.
- **Zvážení nových zdrojů příjmů**, např. zavedení e-shopu, merchandising KD či tematické zážitkové balíčky, divadelní klub.
- **Dlouhodobé investice a rozvoj** - Revitalizace prostor (odpočinková zóna, modernizace konferenčních sálů) je koncipována jako investice, která zvýší příjmy z pronájmů a atraktivitu místa.

Celkově usiluji o to, aby Kulturní dům hospodařil transparentně, efektivně a s vědomím, že každé rozhodnutí v oblasti financí má vliv i na kvalitu a dostupnost kultury pro veřejnost.

Díky strategickému rozložení dramaturgie mezi strukturu cílových skupin a žánrů, bude organizace připravena na případné krácení či navýšení rozpočtu tak, aby nedocházelo k omezování některé skupiny.

EKONOMIKA & financování EVALUACE



Evaluace jako nástroj rozvoje kvality a udržitelnosti programu

Dle mého názoru je pro smysluplné a dlouhodobě udržitelné fungování Kulturního domu v Novém Městě na Moravě **zásadní systematicky pracovat se zpětnou vazbou** – jak interní, tak od veřejnosti.

Aby bylo možné program dále rozvíjet, optimalizovat náklady a směřovat ho k větší kvalitě i smysluplnosti, navrhuji zavést jednoduchý, ale účinný nástroj: **Kartu evaluace** (najdete ji v příloze tohoto dokumentu). Ta bude sloužit nejen pro vnitřní hodnocení akce ze strany týmu, ale počítá i se sběrem názorů a podnětů od návštěvníků a dalších partnerů.

Evaluace vychází z mé vize kultury jako prostoru, který má být autentický, zážitkový a zároveň s přesahem – a právě **pravidelná reflexe** nám umožní udržet směr a kvalitu, kterou si publikum zaslouží.

Karta propojuje tři úrovně hodnocení:

- **Dramaturgickou** – sleduje míru autenticity, prožitku a přesahu akce.
- **Komunitní a organizační** – hodnotí dopad na publikum, hladkost realizace a přínos pro místní prostředí.
- **Ekonomickou** – zahrnuje náklady, výnosy i formy podpory.

Součástí karty je i jednoduchý skórovací systém, který mi umožní nejen slovní, ale i číselnou reflexi. Věřím, že právě toto spojení kvalitativního a kvantitativního hodnocení může výrazně pomoci v rozhodování o dalším směřování programu, jeho efektivitě i obhajitelnosti vůči zřizovateli.

KOMUNIKACE & MARKETING

Zhodnocení současného stavu

Marketing funguje základně bez jednotné strategie. Kanály jako sociální sítě jsou **živé a kvalitně zpracované**. Web potřebuje přehlednější orientaci v programu, zvláště pro rozlišení akcí různých pořadatelů. Zpravodaj Novoměstsko je významným kanálem, který by si zasloužil další rozvoj (více na následující straně). V offline komunikaci mi chybí měsíční plakáty a propagační předměty.

Vize do budoucna

Kulturní dům jako značka, která komunikuje konzistentně, inspirativně a se zájmem o své publikum. Marketing neslouží jen k propagaci jednotlivých akcí, ale jako prostředek **dlouhodobého vztahu s komunitou**, podpory spolupráce a rozvoje veřejného prostoru. Komunikace bude vícevrstvá, obsahová, propojená napříč médii. Vznikne jednotný styl, rytmus a možnosti zapojení veřejnosti. Zároveň se otevírá prostor pro nové formáty jako merch, e-shop nebo kurátorské balíčky, které mohou rozšířit vliv kulturního domu za jeho zdi.

Můj konkrétní přínos jako ředitelky

1. **Komunikační strategie KD** - Jasně vymezení hlasu značky (tone of voice), cílových skupin a klíčových hodnot, kalendář komunikačních kampaní s důrazem na roční cyklus a sezonní témata
2. **Měsíční newsletter Kdy – Kde – Co** - Elektronická i tištěná forma s přehledem akcí. Prostor pro pohled do zákulisí, tipy od týmu, kulturní inspirace.
3. **Jednotný vizuální styl napříč kanály** - Vizuální identita pro KD a její podprojekty. Stylové sjednocení sociálních sítí, plakátů a online výstupů. Rozlišení akcí podle pořadatele (např. barvou či značkou na webu)
4. **Offline propagace a výleповé plochy** - Zavedení měsíčních programových plakátů. Možný přesun správy výlepu pod Informační centrum
5. **Spuštění e-shopu a prodejního místa** - Online i fyzická forma (v KD nebo infocentru). Nabídka: merch KD (např. trička, plátěnky, plakáty, lokální tvorba), vstupenky, kurátorské balíčky. Propojení s akcemi a sezónními událostmi
6. **Merch a podpůrné produkty** - Designová edice předmětů s vizuálem KD nebo místních tvůrců. Limitované série k festivalům, výročím, tematickým měsícům. Zapojení místních výrobců a designérů
7. **Kurátorské kulturní balíčky** - Předplacené balíčky vstupenek s dramaturgickou linkou (např. 3x Divadlo pro odvážné, Hudba napříč generacemi). Tipy pro nové publikum, dárkové edice. Přístupný způsob, jak „ochutnat“ kulturní život města
8. **Zapojení veřejnosti do tvorby obsahu** - Ankety, komentáře, soutěže o nejlepší kulturní fotku měsíce. Otázky z publika.

KOMUNIKACE & MARKETING NOVOMĚSTSKO

Zpravodaj Novoměstsko má sice tematická čísla, ale skutečný obsah se těmito tématům věnuje velmi okrajově. Typicky se téma **promítne** do jednoho článku, bez dalších rubrik, rozhovorů, příloh nebo návaznosti na jiné formáty (např. doprovodná beseda, podcast, fotoesej, výstava).

Z mého pohledu by bylo **zajímavé** zvážit přesun role poskytovatele informací na Informační centrum (IC). Samozřejmě jde o možnost, která se může vyvíjet dál, a kdo nakonec tuto činnost převezme, bude předmětem společné diskuse.

Možnosti rozvoje

Obsah & struktura

Témata jsou teď spíš povrchní, chybí hlubší analýzy a příběhy.

Nabízí se lepší uchopení tematických minisérií, které vznikají ve formě videí. Chybí provázanost témat napříč médii. Prostor věnovaný KD považuji za skromný a vidím řešení v newsletteru.

Grafika & čitelnost

Současná vizualita funguje, ale je dost konzervativní.

Bylo by fajn ji osvěžit – modernější layout, infografiky, autorské ilustrace od místních grafiků nebo škol.

Zapojení čtenářů

Komunikace je zatím jednosměrná.

Šlo by zkusit online komentáře, ankety, soutěže o „článek měsíce“ nebo třeba rubriku „Občané se ptají“.



PROSTOR & INFRASTRUKTURA

Zhodnocení současného stavu

Kulturní dům nabízí **udržované a funkční zázemí** pro konání většiny kulturních akcí. Disponuje hlavním sálem, přísálím, konferenčními místnostmi, gobelínovým salonkem, Klubem i venkovním prostorem. Provoz je stabilní a technické vybavení je udržováno v provozuschopném stavu. Výhodou je i centrální poloha a **vazba** na ostatní městské instituce.

Kulturní dům má ve své správě smuteční síň. Vzhledem k plánované výstavbě nové smuteční sítě v blízkosti Cihelňáku, je třeba navrhnout využití stávajícího objektu.

Navrhují:

- Spolupráce s odborníky na kulturu a prostor - městský architekt, komise architektů
- Komunitní zóna v prostoru kolem výtahu - vdechnout budově více života mimo akce.
- Vytvoření coworkingového centra v Klubu, nebo jednoho z konferenčních sálů.
- Řešení vizuálního smogu budovy
- Kultivace venkovního prostoru – možnost pořádání open-air aktivit, vznik odpočinkové zóny.
- Obnova techniky a mobiliáře
- Zlepšení zázemí pro účinkující a technický personál – důstojné a funkční prostředí.
- Prověření možnosti transformace objektu původní smuteční síně na skladovací prostory pro organizace KD, DDM, knihovna

Začnu drobnými úpravami, které budou **viditelné a srozumitelné** – nová sedací zóna, využití prostoru kolem výtahu v přízemí, vizuální smog řešení. Paralelně připravím podklad pro dlouhodobý plán úprav a investic, který bude možné v příštích letech systematicky naplňovat.



PROSTOR & INFRASTRUKTURA ODPOČINKOVÁ ZÓNA

Revitalizace okolí Kulturního domu, zejména prostoru stávajícího záhonu růží a levandule, s cílem vytvořit příjemné a funkční **místo k zastavení**.

Jedná se o prostor s **vysokou** koncentrací dětí a dospívajících (blízkost škol a autobusové zastávky), zároveň jej využívají senioři i cestující MHD. V současnosti zde chybí odpovídající mobiliář – nachází se zde pouze dvě lavičky. Cílem je vytvořit **bezpečnou**, zelení ohraničenou odpočinkovou zónu s posezením, stínem a možností krátkého pobytu nebo setkávání napříč generacemi. Součástí mobiliáře může být také solární nabíječka pro mobilní zařízení.



PROSTOR & INFRASTRUKTURA COWORKING & NETWORKING



Coworking jako živé pracovní i kulturní zázemí

- Ráda bych ve městě vytvořila **sdílený prostor**, kde se potkávají lidé, kteří tvoří. Freelanceři, řemeslníci, podnikatelé, umělci. Místo, které bude **praktické, dostupné a inspirativní zároveň**. Takové, kde se dá pracovat, potkávat i růst.
- Coworking vnímám jako přirozenou součást kulturního domu – jako jeho **denní podobu**. Chci, aby zde vznikalo i zázemí pro kulturní akce, workshopy nebo plánování komunitních projektů.
- Ráda bych v tomto prostoru pořádala pravidelná setkání: tematické snídaně, workshopy nebo přednášky – třeba o digitálních nástrojích, udržitelném podnikání nebo o tom, jak vůbec začít. Podstatná je pro mě **otevřenost a sdílení**.

Kultura & Business – propojení, které má smysl

- Věřím, že kultura a podnikání **si mají co říct**. Plánuji proto rozvíjet formáty, které přirozeně propojují tvůrce, lokální podnikatele i kulturní profesionály. Například formou pravidelných setkání typu „Kultura & Business Brunch“ – neformálně, ale s jasným cílem: **sdílet, inspirovat, hledat nové příležitosti**.
- Z mého pohledu je důležité podporovat i vzdělávání v oblasti kulturní praxe. Chci proto alespoň jednou ročně uspořádat **workshop nebo seminář** – třeba na témata jako marketing v kultuře, fundraising nebo práce s publikem.
- Kulturní dům také vidím jako aktivního člena širšího kulturního ekosystému. Chci ho zapojit **do odborných sítí** – například do Sdružení kulturních domů, Kreativního Česka nebo krajských platforem. To přináší nejen inspiraci, ale i možnosti spolupráce, sdílení kapacit nebo společné propagace.

PROSTOR & INFRASTRUKTURA K CLUB

Středisko K Club vnímám jako prostor, který má své místo v kulturní mapě města, ale zároveň si říká o nový **impulz**. Nabízí se promyslet jeho další vývoj a zvažovat nové směry, jak zvýšit jeho přínos.

V tuto chvíli nejsem detailně seznámena s aktuální strategií fungování K Clubu, a proto jakékoli konkrétní kroky vnímám jako otevřenou záležitost - výsledek společného dialogu se zřizovatelem, týmem i místní komunitou.

Rýsují se ale některé možné **směry** rozvoje:

- **Nová definice stávajícího konceptu.** Výraznější zapojení do dramaturgie KD Lepší práce se sezónní nabídkou. Komplexní propagace.
- **Nový koncept prostoru:**
 1. Komunitní centrum s prvky coworkingu. Prostor, který přes den slouží jako zázemí pro studenty, freelancery nebo komunitní aktivity – a zároveň umožňuje večerní programy menšího formátu.
 2. Volnočasový klub pro děti, teenagery. Prostor, který může zaštiťovat DDM a nahradí tak hojně využívané tribuny sportovní haly.



ZÁVĚR

Kulturní dům Nové Město na Moravě se za posledních několik let **výrazně** posunul a položil základy kvalitní dramaturgie. Budoucí směřování musí stavět na vysokých standardech kvality, inovacích a komunitní **propojenosti**.

Další směřování kulturního domu by mělo stavět na tom, co dobře funguje, a s respektem rozvíjet to, **co má potenciál**. Využít novou energii, nástroje a formáty. Zaměřit se na pečlivě zmapované cílové skupiny, reagovat na jejich potřeby, zvat je ke spolupráci a vytvářet prostor, kde kultura přestává být “něčím ke zhlédnutí” a stává se **přirozenou součástí života ve městě**.

