

# **Vývoj pražského veletržního areálu**

## **Výstaviště - Holešovice**

Martin Synek

Bakalářská práce  
2005

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

## **ABSTRAKT**

### ***Abstrakt***

Tématem této bakalářské práce je „Vývoj pražského veletržního areálu Výstaviště – Holešovice“. Práce se věnuje mimo jiné vývoji výstav a veletrhů, historii pražského výstaviště z hlediska konaných akcí od roku 1891, současnými možnostmi areálu, jeho plány do budoucna a porovnáním s konkurenčními veletržními areály.

### ***Abstract***

The topic of this Bachelor thesis is the „Historical development of Prague exhibition grounds Holesovice“. Thesis is aimed at the development of fairs and exhibitions, the history of Prague exhibition grounds and local fairs since 1891, the possibility of uses at the present, the plans for the future and comparison with other exhibition grounds.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval.

Ve Zlíně dne 5.5.2005

Martin Synek

# **OBSAH**

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| <b>OBSAH</b>                                       | <b>4</b>  |
| <b>ÚVOD</b>                                        | <b>5</b>  |
| <b>I. TEORETICKÁ ČÁST</b>                          | <b>6</b>  |
| <b>1 MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE</b>                   | <b>7</b>  |
| 1.1 HISTORIE MARKETINGOVÝCH KOMUNIKACÍ             | 7         |
| 1.2 SOUČASNÉ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE               | 9         |
| <b>II. PRAKTICKÁ ČÁST</b>                          | <b>11</b> |
| <b>2 VÝSTAVY A VELETRHY</b>                        | <b>12</b> |
| 2.1 VÝVOJ VÝSTAV A VELETRHŮ                        | 12        |
| 2.2 ANALÝZA ČESKÉHO VÝSTAVNÍHO TRHU                | 14        |
| 2.3 BUDOUCNOST VÝSTAV A VELETRHŮ                   | 15        |
| 2.4 SVĚTOVÉ VÝSTAVY                                | 16        |
| <b>3 VELETRŽNÍ AREÁLY</b>                          | <b>19</b> |
| 3.1 ORGANIZÁTOŘI VÝSTAV A VELETRHŮ                 | 19        |
| 3.2 VELETRŽNÍ AREÁLY, JEJICH HISTORIE A SOUČASNOST | 23        |
| 3.3 VELETRŽNÍ AREÁLY V EVROPĚ                      | 26        |
| <b>4 VÝSTAVIŠTĚ PRAHA - HOLEŠOVICE</b>             | <b>28</b> |
| 4.1 DŮLEŽITÉ MEZNÍKY V HISTORII VÝSTAVIŠTĚ         | 28        |
| 4.1.1 Královská obora                              | 28        |
| 4.1.2 Přípravy zemské výstavy                      | 29        |
| 4.1.3 Všeobecná zemská jubilejní výstava 1891      | 31        |
| 4.1.4 Národopisná výstava československá 1895      | 33        |
| 4.1.5 Výstava architektury a inženýrství 1898      | 34        |
| 4.1.6 Vývoj v letech 1900 až 1948                  | 35        |
| 4.1.7 Léta 1948 - 1989                             | 35        |
| 4.1.8 Všeobecná československá výstava 1991        | 38        |
| 4.1.9 Povodeň 2002                                 | 39        |
| 4.2 SOUČASNOST VÝSTAVIŠTĚ                          | 39        |
| 4.2.1 Majetkové poměry                             | 39        |
| 4.2.2 Současné možnosti areálu Výstaviště          | 40        |
| 4.2.3 Současné konkurenční areály                  | 41        |
| 4.3 BUDOUCNOST VÝSTAVIŠTĚ                          | 42        |
| 4.3.1 Plány vývoje areálu                          | 42        |
| 4.3.2 Konkurenční plány                            | 43        |
| <b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b>                   | <b>45</b> |
| <b>SEZNAM PŘÍLOH</b>                               | <b>47</b> |

## ÚVOD

Vzhledem k tomu, že se o oblast výstav a veletrhů vcelku zajímám a často se v této oblasti i pracovně pohybuji, vybral jsem si jako téma své bakalářské práce vývoj veletržního a výstavního areálu v historické retrospektivě. Konkrétně pak areál Výstaviště Praha – Holešovice, kde jsem v minulých letech strávil mnoho pracovních týdnů při přípravě a organizování veletrhů. Ve výstavnické praxi působím externě již několik let, také právě proto jsem v roce 2003/2004 zpracovával ročníkovou práci na téma Vývoj SOVA ČR – sdružení organizátorů výstavních a veletržních akcí a u výstavnického a veletržního tématu zůstávám i letos.

V této bakalářské práci bych se chtěl věnovat výstavnictví jako součásti marketingových komunikací, jejich vývoji, historii a současnosti, veletržním areálům, jejich současným možnostem a budoucím plánům, a detailně vývoji Výstaviště v Praze – Holešovicích, jeho historii, současnosti, budoucnosti a konkurenci.

## I. TEORETICKÁ ČÁST

## 1 MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

Výstavy a veletrhy jsou díky svým specifickým vlastnostem jedinečným nástrojem marketingových komunikací a jsou nedílnou součástí komunikace mnoha společností. Veletrhy prošly ve své historii složitým vývojem stejně tak, jako celkové marketingové komunikace.

### 1.1 Historie marketingových komunikací

Jedním z prvních forem obchodní komunikace byly právě trhy a jarmarky. Jejich rozvoj začal přibližně v 10. století. Zpočátku byly trhy pořádány při příležitosti náboženských akcí, lidových oslav a při mších. V průběhu dvanáctého a třináctého století vznikají města, roste jejich význam a spolu s tím roste i rozvoj trhů. Vznik cechovní výroby dal vzniknout značkám v podobě profesních symbolů, které měly funkci ochranné známky, identifikovaly původ a kvalitu výrobku. Trhy vznikaly zejména na významných dopravních křižovatkách, ve velkých městech. Právo organizovat trhy uděloval panovník a patřilo k privilegiím tehdejších měst, která si nechávala od obchodníků vyplácet cla. Nejstarší obchodní komunikace probíhala pouze pomocí verbální komunikace. V konkurenčním prostředí konaných trhů především formou vyvolávání a vychvalování vlastního zboží a služeb. Význam slova reklama pochází z latinského reclamare, což znamená hlasitě vykřikovat. Šlo většinou o šíření obsahu s komerčním záměrem. Velice rozšíření byli tamní pouliční vyvolávači, kteří informovali obyvatele o nejnovějších událostech ve městě a upozorňovali na přednosti zboží místních obchodníků a trhovců. Kromě verbálního vyvolávání jsou známy i jiné zvukové prostředky reklamy. Například bubnování, údery na hrnce a zvonění, kterým bylo pořádání trhů zahajováno a ukončováno.

Dochází taktéž ke vzniku posílů, kteří šířili psané zprávy převážně mezi šlechtou a měšťany. S těmito službami jsou spjaty některé šlechtické rody a to zejména Paarové a Thurn-Taxisové. Jednalo se především o osobní dopisy zvané nova, cedulla, aviso, novissima či beilage, jejichž součástí byly i přílohy ekonomického či politického charakteru. Nejstarší dochovalá kupecká korespondence tohoto typu pochází z roku 1420. Během patnáctého století se události zachycují na ilustrované letáčky, a tak se dostávají mezi lid. V té době vznikají první psané noviny, které byly určeny výlučnému okruhu příjemců, a které se postupně staly informačním zdrojem novin tištěných.

Vývoj komunikace je neodmyslitelně spjat s Gutenbergovým vynálezem knihtisku z poloviny patnáctého století. Ten dal vzniknout rozvoji reklamních nosičů, kterými byly především plakáty, letáky a noviny. Ilustrované letáky se zaplňují textem a referují o aktuálních událostech. Takzvané letákové noviny vycházely zprvu na jednom, později až na čtyřech listech. Vznikaly tak dokumenty, které se dají považovat za přímé předchůdce dnešních novin.

V první polovině šestnáctého století se informace s ekonomickým obsahem stává zbožím. Právě tehdy můžeme zaznamenat vznik prvních pravidelných poštovních spojení. Počátkem sedmnáctého století vzniká v Evropě periodický tisk. U nás se ve druhé polovině téhož století začínají tisknout německé noviny Ordinari Postzeitungen, Extraordinari Zeitungen, Prager Postzeitungen a další. V roce 1719 vydává Karel František Rosenmüller první české noviny Sobotní (Outerní) pražské poštovské noviny. Již zde můžeme najít zprávy, které mají charakter předchůdců inzerátu. Od ledna 1786 vychází české noviny Jana Ferdinanda Schonfelda, kde je již velké množství předchůdců inzerátu. První český inzerát se však objevuje v Krameriových C.K. vlasteneckých novinách vydávaných Václavem Matějem Krameriem od roku 1789. Zde byl roku 1790 důkaz placené inzerce a to v podobě inzertní části Závěsek, kde řemeslníci a obchodníci mohli za malý poplatek zveřejňovat svá oznámení. Inzertní části novin jsou od svého vzniku místem grafických experimentů. Až teprve koncem devatenáctého století se inzerce stabilizuje po obsahové i formální stránce. Je uváděna na poslední stránce novin, je výrazně oddělena od obsahu např. linkou, předešlé experimenty s grafickou podobou se zklidnily, inzerce se začala dělit do jednotlivých rubrik, na nabídku a poptávku a na plošnou a řádkovou inzerci, umístěné inzeráty mají titulky, platba je stanovena dle rozsahu, nikoliv za kus.

Počátkem dvacátého století se v moderní společnosti začaly rozšiřovat nové komunikační prostředky, které přinesly další revoluci v marketingové komunikaci. V prvních letech tohoto století vznikl film, který postupem času vstoupil do každodenního života lidí. Tentýž osud potkal ve dvacátých letech rozhlas a ve čtyřicátých a padesátých letech televizi. Na konci století se přidal internet a mobilní elektronická komunikace. Marketingové komunikace se tak staly neodmyslitelnou součástí našeho života.

(přednášky FMK UTB, 2002-2004)

## 1.2 Současné marketingové komunikace

V dnešní době působí marketingové komunikace v zásadě ve třech sférách společnosti. Můžeme je tedy rozdělit na komerční marketingové komunikace, sociální marketingové komunikace a marketingové komunikace v politické sféře. Marketingové komunikace zahrnují šest nástrojů komunikace. Jsou jimi reklama, podpora prodeje, přímý marketing, osobní prodej, public relations a sponzoring.

Reklamu definujeme jako placenou formu neosobní prezentace, která prostřednictvím komunikačního média informuje a přesvědčuje uživatele zboží, služeb nebo myšlenek o jejich výhodách a kvalitách. Mezi subjektem a příjemcem propagační informace není přímý kontakt. Reklama neumožňuje zpětnou vazbu a je jednoznačně neosobní formou komunikace. Obecné požadavky na reklamu jsou pravdivost, důvěryhodnost, srozumitelnost a v neposlední řadě vtipnost. Její specifickými vlastnostmi jsou veřejná prezentace, komunikační pronikavost, zesílená působivost a neosobnost. Mezi reklamní prostředky řadíme inzerci v tisku, televizní a rozhlasové spoty, reklamu v kinech a na internetu, venkovní reklamu, tiskové materiály a audiovizuální snímky.

Dalším komunikačním nástrojem marketingových komunikací je podpora prodeje neboli sales promotion. Podpora prodeje využívá různých aktivit, které vedou k prodeji výrobků či služeb. Většinou probíhají bez účasti médií masové komunikace a realizují se často za fyzické přítomnosti cílové skupiny. Hlavními prostředky podpory prodeje jsou soutěže, loterie, ochutnávky, předvádění produktu, sampling, prémie, dary, spotřebitelské kupóny a slevy, rabaty, bonusové programy, cenové balíčky a jiné. Sales promotion dosahuje obvykle rychlé prodejní odezvy, je velmi efektivní při zavádění nových produktů a má lepší měřitelnost svého efektu než například klasická reklama nebo public relations. Možností sales promotions je i takzvaná společná podpora prodeje. V tomto případě se na nákladech a výnosech podpůrných akcí podílí více subjektů. Je nasazována v případech, kdy výrobky navzájem doplňují své užitné hodnoty, nebo mají stejnou skupinu spotřebitelů či stejnou příležitost ke spotřebě. Nevýhodou podpory prodeje je stimulace k pouze jednorázovému nákupu a fakt, že nebude image značky.

Přímý marketing neboli direct marketing je forma propagace tvořená kompletním systémem využívajícím různá média. Účelem je vyvolat dialog se spotřebitelem a získat tak od něj přímou a měřitelnou odezvu. Mezi subjektem a spotřebitelem je kontakt i zpětná vazba zprostředkována médii. Direct marketing je uskutečňován prostřednictvím pošty,

telefonu, televizního a rozhlasového vysílání, novin, časopisů a internetu. Je založen na oboustranné komunikaci a nezbytnou součástí této formy marketingové komunikace je vytváření databází osobních dat. Nástroji direct marketingu jsou především direct mail, neadresná distribuce, telemarketing, teleshopping, e-mail a další. Příkladem distribuované informace může být dopis, prospekt, leták, brožura, katalog, adresář, časopisy pro zákazníky či ceník.

Osobní prodej je vlastně nejstarší formou propagace vůbec. Jeho největší předností je osobní setkání mezi prodávajícím a kupujícím s možností pěstování vzájemného vztahu a přítomností skutečně existující reakce zákazníka. Hlavní formy osobního prodeje jsou různá prodejní setkání, prezentace při prodeji, telemarketing s personální účastí a stimulační programy.

Public relations neboli práce s veřejností jsou sociálně komunikační aktivitou, jejímž prostřednictvím subjekt působí na veřejnost se záměrem vytvářet a udržovat s ní pozitivní vztahy a dosáhnout tak vzájemného porozumění. Zabývá se především komunikací mezi organizací a zákazníky, organizací a veřejností, uvnitř organizace a mezi organizacemi navzájem. PR má za úkol budovat jméno společnosti, zajišťovat povědomí veřejnosti o aktivitě společnosti, budovat a následně posilovat vztahy a zvládat krizovou komunikaci společnosti. Rozlišujeme press, government, investor, community, employee, industry a minority relations. Public relations využívá komunikační kanály osobní i neosobní komunikace, prostředky individuálního a skupinového působení a spolupráci s médii.

Sponzoring je příspěvek finančního či nefinančního charakteru různým společenským aktivitám s cílem podpořit jméno organizace, obchodní značku, image, aktivitu společnosti atd. Sponzoring dělíme na kulturní, sportovní, sociální, politický a společenský. V americkém pohledu na klasifikaci marketingových komunikací se sponzoring chápe jako součást PR nikoli jako samostatný nástroj komunikace.

V oboru výstav a veletrhů můžeme najít prvky většiny marketingových nástrojů. Proto není jednoduché výstavnictví jednoznačně zařadit do jednoho z nich. Některé názory přistupují k výstavám a veletrhům jako k samostatnému nástroji marketingových komunikací, jiné jej zařazují pod osobní prodej či jako formu podpory prodeje.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 2 VÝSTAVY A VELETRHY

Výstavy a veletrhy jsou důležitým marketingovým nástrojem většiny společností. Slouží především k nabídce a prezentaci výrobků či služeb, uzavírání kontraktů, získávání nových kontaktů, budování vztahu se zákazníkem, získání povědomí o konkurenci v oboru, posilování image firmy, atd.

Veletržní akce mají svá specifika, která je činí unikátní formou komunikace. Jsou jimi například koncentrace cílové skupiny v jednom místě a čase, recipient přichází sám za sdělením, může komunikovat i samotný umělý výstavní prostor (subjektivní dojem, barvy, design...), kombinace různých prvků komunikace a tím komplexní zapojení lidských smyslů, možnost dialogu a zpětné vazby, nenahraditelná osobní komunikace podpořená autentickým zážitkem z expozice a jiné.

### 2.1 Vývoj výstav a veletrhů

Vystavování prošlo za dobu svého vývoje různými etapami a Výstaviště Praha – Holešovice sehrálo důležitou roli při jeho postupném utváření. Udály se zde mnohé z významných událostí, které vedly ke změnám ve formě komunikace na veletrhu.

Právě vystavování bylo jednou z prvních forem komerční nabídky, která se ve své historii formovala a vyvíjela podle aktuálních potřeb a možností. V průběhu vývoje veletrhů a výstav jako specifické formy sociální a komerční komunikace se formovaly čtyři základní generace. Pojem generace můžeme vysvětlit jako syntetickou kategorii pro převládající formu komunikace vystavovatele s příjemcem informací, které jsou spjaty s produktem a jeho nabídkou.

První generaci výstav a veletrhů datujeme zhruba od jedenáctého do šestnáctého století. Jedná se o dobu, kdy jediným dostupným komunikačním prostředkem pro většinu obyvatelstva jednotlivých zemí byla pouze mateřská řeč, právě tehdy bylo nezbytné nabídku doprovázet prezentací těch produktů, které byly předmětem nabídky. Nedílnou součástí prezentace výrobku a jeho užitné hodnoty byla slovní nabídka, doporučení a vychvalování. Jelikož byly výrobky výsledkem rukodělné práce, a každý z výrobků byl jednoznačným originálem, bylo potřeba vystavovat všechny produkty, které vzešly z řemeslné dílny. Místem nabídky zboží byly primitivní stánky s přístřeším a pultem zvané

kotce. Pro tuto generaci je typická naturální směna kus za kus, později směna za peníze. Tržiště vznikala přirozenou cestou na místech s největší koncentrací poptávky, tedy na místech, kde se protínaly obchodní stezky, u vodních cest a brodů, kde byly zakládány osady a později i města. Začala se formovat pravidelná kupcovská setkání, stavěli se skladiště pro uskladnění zboží, z místních trhů se začínaly vytvářet veletrhy.

Druhá generace výstav a veletrhů se formuje v šestnáctém století a trvá až do konce osmnáctého století. Nazýváme ji také obdobím vzorkových veletrhů. Dochází k rozvoji specializace, dělby práce a manufakturní výroby, vlivem hromadné výroby mají výrobky stejnorodé vlastnosti a užitnou hodnotu, přichází vznik vzorků a nastupuje vzorková prezentace zboží. Prodejní veletrh se mění na kontraktační, budují se veletržní zařízení, vytvářejí se specializované veletrhy, roste počet vystavovatelů i návštěvníků z řad obchodníků. První vzorkový veletrh byl Velký trh tovarů království českého, který se konal roku 1754 ve Veltrusech. Uspořádal ho tehdy Rudolf Chotek v parkových prostorách svého zámku. Další významnou událostí této generace je konání první průmyslové výstavy v Čechách a na evropském kontinentě vůbec, která se uskutečnila v pražském Klementinu v roce 1791 (od 21.srpna do 24.září) u příležitosti korunovace císaře Leopolda II. českým králem. Dále byly v roce 1828 a 1829 v Praze uspořádány výstavy českých průmyslových výrobků a v roce 1891 na pražském Výstavišti Všeobecná zemská výstava.

Třetí generaci výstav a veletrhů datujeme od konce 19. do 20. století. Výstavy začínají být obohacovány o doprovodné programy, které probíhají souběžně s výstavou a poskytují veřejnosti, odborníkům i novinářům doplňující informace o vystavovaných exponátech a vystavujících firmách. Jsou to například konference, přednášky, sympozia, besedy, soutěže, módní přehlídky, oceňování exponátů atd. Výstavy přechází od univerzálních k monotematickým. Významné události třetí generace: 1895 - Národopisná výstava Československá, 1898 - Výstava architektury a inženýrství (Český kinematograf Jana Kříženeckého), 1908 - Výstava Obchodní a živnostenské komory, 1928 - Výstava soudobé kultury, pro kterou bylo vystavěno Brněnské výstaviště. Ve 30. letech 20. stol. se výstavnictví oddělilo jako samostatný obor. V letech 1920-1951 se pravidelně konaly Pražské vzorkové veletrhy, pro které byl postaven Veletržní palác. Od poloviny 20. století vyrůstají další výstavní areály (Bratislava, České Budějovice, Jablonec nad Nisou, Liberec, Litoměřice, Olomouc, Ostrava a Plzeň). V roce 1955 se uskutečnila Výstava Československého strojírenství, rok na to vznikají Brněnské

vzorkové veletrhy BVV, v roce 1959 se koná Mezinárodní strojírenský veletrh s 2,4 miliony návštěvníků a se 432 vystavovateli z 29 zemí světa.

Čtvrtá generace výstav a veletrhů je někdy nazývána veletrhy idejí a systémů. Rozmáhá se na konci dvacátého století a nachází uplatnění jen pro úzce vymezené cílové skupiny v oblasti vědeckotechnické. Dynamický rozvoj vědy a techniky vede ke stále větším specializacím veletrhů. Exponát je nahrazen informací o něm samotném za pomoci moderních sdělovacích prostředků jako jsou např. film, video, elektronické prezentace a soubory přednášek. Převrácení významu a důrazu složek výstava a doprovodný program. Hlavní důraz je kladen na doprovodný program např. sympozium, vedlejší roli hraje samotná výstava. Příkladem takové výstavy jsou odborné konference v lékařské praxi. Důležitým prvkem jsou přednášky, sympozia a školení cíleně pozvané odborné veřejnosti, vedlejším aspektem je většinou imageová prezentace farmaceutických a zdravotnických společností s absencí konkrétních, fyzicky přítomných, produktů.

(přednášky FMK UTB, 2002-2004)

## 2.2 Analýza českého výstavního trhu

Výstav a veletrhů se na území České republiky, ostatně stejně jako v ostatních postkomunistických zemích, po pádu komunismu v roce devětaosmdesát zrodilo velké množství. Mnoho z nich průběžně vznikalo a zase zanikalo. Dnes se situace stabilizovala, byť by si pravděpodobně organizátoři přáli ještě více veletržních akcí, je jich v současné době na trhu přiměřené množství.

Důležitým prvkem veletržního průmyslu, pomocí něhož můžeme sledovat jeho postupný vývoj a aktuální situaci, je analýza celkového českého veletržního a výstavního trhu. Ta nás informuje například o počtu uspořádaných výstavních akcí, o celkovém počtu vystavovatelů, výstavní plochy a návštěvnosti. Zprávy o celkovém veletržním trhu vycházejí ze dvou velkých skupin údajů. Jedná se jednak o data věrohodná a relevantní, získaná z oblasti auditovaných veletržních a výstavních akcí. A jednak o data z neauditovaných veletrhů, které je třeba sledovat s určitou rezervou. Jde totiž o data, které poskytují organizátoři sami a nelze tedy vyloučit případné úpravy výchozích hodnot ve prospěch organizátorů a jejich veletrhů.

Analýzy každoročně porovnávají nově získaná data s daty z předešlých let, čímž mapují výstavnický trh v dlouhodobějším pohledu. Z dostupných analýz je zřejmý trend

snižování počtu uspořádaných akcí. Například v roce 1997 bylo skutečně realizováno přes 360 analyzovaných akcí. V uplynulých letech se tento trend zastavil. Oproti roku 2002, kdy bylo realizováno 201 akcí, jejich počet dokonce stoupl na konečných 203.

Součástí analýzy je také porovnávání dat auditovaných s daty neauditovanými, přehled mezinárodních veletrhů podle kritérií UFI, přehled nejvýznamnějších veletržních a výstavních organizátorů na českém trhu z hlediska výstavní plochy, počtu vystavovatelů a návštěvnosti, atd.

Který veletrh je pro danou společnost efektivním marketingovým nástrojem, je mnohdy dáno nejen oborovým členěním, ale také pozicí veletrhu v daném regionu či oboru, jeho strukturou, kvalitou, počtem konkurenčních vystavovatelů a v neposlední řadě také návštěvností. Předpokladem tohoto rozhodování je právě kvalitní a nezávislý audit. Ten zaručuje, aby informace, které jsou o každém veletrhu zveřejňovány, a podle nichž se mnohdy společnosti rozhodují o své účasti na výstavě či veletrhu, měly svoji platnost, byly dostatečně věrohodné a dalo se na ně spolehnout a byly tudíž porovnatelné.

Již v roce 1996 pověřila SOVA – Sdružení organizátorů výstavních akcí v ČR a SR společnost AMASIA EXPO, s.r.o. – agenturu pro výzkum efektivnosti veletrhů a výstav zahájením auditů veletržních dat v ČR. Zpočátku se však nesetkávala s přílišným ohlasem. Ovšem zanedlouho se ukázalo, že ověřování deklarovaných údajů nezávislou auditorskou společností je významnou referenční informací na výstavním a veletržním trhu. Na rozdíl od prvního „auditního“ roku 1996, kdy auditované akce tvořily jen něco přes 6%, bylo v roce 2003 auditováno již kolem 50% akcí z celkového počtu analyzovaných akcí. AMASIA EXPO, s.r.o. spolu se společností BDO CS s.r.o. jsou jedinými subjekty na trhu, které v současné době provádí audity veletržních dat v České republice, a jejichž výsledkové protokoly jsou uznávány Hospodářskou komorou ČR, Mezinárodní unií pro veletržní statistiku - CENTREX a Mezinárodní výstavnickou unií - UFI.

([www.czechfairs.cz](http://www.czechfairs.cz), [www.amasia.cz](http://www.amasia.cz))

## 2.3 Budoucnost výstav a veletrhů

V současné době, kdy se tak jako jinde i v marketingových komunikacích rozmáhá komunikace prostřednictvím nových médií, se naskytá otázka pokračování výstav a veletrhů v budoucnosti. Obstojí veletrhy vedle mobilní, interaktivní a především internetové komunikace?

Je zřejmé, že výstavy a veletrhy jsou specifickým marketingovým nástrojem, který se bude muset s nástupem internetu smířit, ať chce či ne. Veletrhy mají své nesporné výhody v oblasti koncentrace cílové skupiny v jednom místě a čase, umožňují interpersonální komunikaci, působení na všechny lidské smysly vnímání, zpětnou vazbu a další. Hlavní výhodou internetu oproti veletrhu při získávání informací a případném nákupu je pohodlí, libovolný čas a hlavně místo přístupu a možnost kdykoliv se k informacím vrátit.

Veletrhy a výstavy svou budoucnost rozhodně mají. Internetem budou pravděpodobně doprovázeny ve formě kompletních informací o výstavě, jejích vystavovatelích, produktech a trendech v oboru. Potenciální návštěvník si tak bude moci nejprve „projít“ veletrh interaktivně, porovnat nabízené výrobky či služby prostřednictvím internetu, stáhnout si informace o vystavovateli a zjistit informace o výstavě samotné. I přesto bude mít jedinečnou možnost jít si prohlédnout a vyzkoušet vybrané produkty osobně, porovnat je s konkurenčními výrobky na jednom místě a případně využít i veletržní slevy při koupi.

Samotné výstavy by měly být doplňovány doprovodnými programy, atraktivními pro odborníky a veřejnost. Například odbornými sympozii, konferencemi, přednáškami, workshopy, školeními a všeobecnými soutěžemi, přehlídkami, kulturními vystoupeními atd.

## 2.4 Světové výstavy

Vedle klasických výstav a veletrhů, ať již národních či mezinárodních, prodejních či kontraktačních, pro odbornou či širokou veřejnost, které jsou určeny pro prezentaci nebo přímo k prodeji výrobků a služeb, si našly své uplatnění také takzvané výstavy světové.

I světové výstavy můžeme rozdělit na univerzální neboli všeobecné a specializované. Aby mohla být výstava prohlášena za světovou, musí splňovat některé předpoklady – téma velkého dosahu v hlavních odvětvích lidské činnosti, velký počet zahraničních vystavovatelů, podmínky pro návštěvnost minimálně pěti milionů lidí. Všeobecné světové výstavy se pořádají v delším časovém rozmezí, ty specializované, které se zaměřují pouze na jeden vědní obor nebo kategorii lidské činnosti, častěji a počítá se u nich s o něco menší návštěvností.

Základní podmínkou pro uspořádání světové výstavy a získání oficiálního statutu je registrace Mezinárodním úřadem pro výstavy B.I.E. – Bureau International des Expositions, který byl založen v roce 1928 v Paříži spolu s přijetím diplomatické koncepce, která měla zaručovat vysokou kvalitu a určitou frekvenci světových výstav. Konvence dosáhla mezinárodní platnosti v lednu 1931 a od té doby existovala kritéria, která přesně definovala konání, organizaci a průběh světové výstavy.

Světové výstavy jsou svérázným fenoménem průmyslové společnosti, který odráží trendy vývoje lidské civilizace. Podoba, do jaké vykryštovaly ve 20. století, nemá v historickém vývoji lidstva obdobu. Světové výstavy během 150 let své existence vždy přinášely nové poznatky v rámci dané éry a odrážely trendy vývoje lidské civilizace. Od prostého vystavování artefaktů v 19. století dospělo výstavnictví v průběhu 20. století ke stále dokonalejšímu a komplexnějšímu představování exponátů se všemi vazbami a souvislostmi. Do koncepce světových výstav vstoupily nové formy komunikace – pořadatelé začali organizovat doprovodné akce, tj. kongresy, semináře, koncerty, festivaly, interaktivní projekty apod. Globalizační tendence a převratný rozvoj v oblasti nových technologií zapříčinil stále rostoucí důraz na interaktivní pojetí. Výstava se stává místem setkání lidí a kultur.

V první polovině 20. století sledujeme ve výstavnictví stále trend dob minulých, kdy poroty udělovaly vystavovatelům množství cen. Tento proces byl ukončen v Bruselu 1958, kdy nejvyšší ocenění obdržel právě československý pavilon. V Montrealu již ceny předávány nebyly.

Výstavy byly postupem času rozděleny do více kategorií:

1. kategorie: od pozvaných zemí je požadováno, aby postavily národní pavilon na pozemku pronajatém od výstavní společnosti. Po skončení výstavy zúčastněné země pavilon zbouraly a pozemek uvedly do původního stavu.
2. kategorie: pozvané země k vystavení svých exponátů použily stávajících výstavních hal.

Vybrané definice světové výstavy podle B.I.E.: Zúčastněné státy musejí být k účasti pozvány diplomatickou cestou, všechny akce B.I.E. nesmějí sledovat žádné komerční cíle, pořádající stát nesmí požadovat příspěvky od oficiálně vystavujících zahraničních vlád, nejkratší možná délka 3 týdny, nejdéle 6 měsíců.

Přehled jednotlivých epoch v historii pořádání světových výstav:

1851 – 1867 prezentace anglo-francouzského dominantního postavení v průmyslu  
ostatnímu světu,

1873 – 1902 rozšíření světových výstav do ostatních vyspělých států a na další kontinenty,

1902 – 1928 snahy o vnesení řádu do pořádání výstav korunované založením B.I.E. a  
přijetím diplomatické konvence o světových výstavách, jenž platí od roku 1931  
až dodnes (částečně pozměněna přijatými protokoly)

1946 B.I.E. se stává součástí Společnosti národů

1958 – 1988 bipolární rozštěpení světa, soupeření v rámci studené války

od 1992 globalizace nosným tématem světových výstav

([http://www.expo2005.cz/cs/expo\\_2005/history\\_expo.shtml](http://www.expo2005.cz/cs/expo_2005/history_expo.shtml))

### 3 VELETRŽNÍ AREÁLY

K celkové úspěšnosti výstav a veletrhů z pohledu vystavovatele, k jejich všeobecné spokojenosti a tedy i ochoty účastnit se i příštího ročníku, přispívá kromě hlavních aspektů, jakými jsou například počet kontaktů a kontraktů získaných na veletrhu nebo počet návštěvníků z řad cílové skupiny vystavovatele, také prostředí veletrhu či výstavy.

Veletržní areál musí splňovat určité požadavky jak ze strany vystavovatele, tak i z řad veřejnosti a novinářů, popřípadě i subdodavatelských společností. Měl by uspokojovat jejich potřeby. Z pohledu vystavovatele jsou takovými požadavky např. dopravní dostupnost, možnost parkování v areálu či jeho bezprostřední blízkosti, sociální zázemí, občerstvovací a restaurační zařízení v prostorách výstaviště, možnosti přívodu el. energie, vody a odpadu a internetu, bankomat v dostupné vzdálenosti popř. přímo ve výstavních prostorách, zabezpečení expozice v době uzavření veletrhu a tak dále a tak dále. Potřeby návštěvníků se v mnohých případech shodují s potřebami vystavovatele. Asi více klade návštěvník důraz na možnost relaxace a odpočinku v areálu a dále je výhodou snadná orientace ve výstavních prostorách a kvalitní informační systém výstaviště. Novináři a mediální partneři vítají zázemí v podobě tzv. press center, kde by měli mít možnost akreditace, získání informačních materiálů včetně katalogu a průběžných tiskových informací o veletrhu, samozřejmě tiskového střediska by měl být přístup k internetu.

#### 3.1 Organizátoři výstav a veletrhů

V České republice působí v oboru výstav a veletrhů opravdu velké množství firem. Jsou jimi především organizátoři veletrhů, zastupující agentury a subdodavatelské společnosti. Subdodavatelé nabízejí vystavujícím firmám například služby v oblasti realizace výstavní expozice, pronájmu audiovizuální techniky, personálního zabezpečení veletrhu – pronájem hostesek, tlumočnic a promotérů, cateringu, spedičních služeb, reklamní grafiky a designérství. Dalšími společnostmi na poli veletržních aktivit jsou zastupující agentury. Ty se zaměřují na kompletní zajištění účasti klienta na daném veletrhu, při přípravě a konání veletrhu jednájí jménem vystavovatele.

Dalším a velmi důležitým subjektem v tomto oboru je organizátor výstav a veletrhů, jehož cílem je zorganizování úspěšného veletrhu. Organizaci veletrhu bychom mohli popsat ve třech fázích. Příprava veletrhu, samotná organizace veletrhu a činnosti

po zakončení veletrhu. Činnosti veletržního organizátora jsou velice obsáhlé a různorodé. Zkusme si přiblížit alespoň některé z nich. V první přípravné fázi jsou hlavními činnostmi organizátora stanovení termínu konání veletrhu, zajištění výstavních prostor, příprava a výroba propagačních a akvizičních materiálů (příhláškové dokumentace), vytvoření či aktualizace databáze potenciálních vystavovatelů, distribuce propagačních a příhláškových materiálů zainteresovaným společnostem, komunikace se zájemci o prezentaci na veletrhu, tvorba mediálního plánu veletrhu, realizace mediální kampaně, organizování tiskových konferencí, komunikace s mediálními partnery akce, příprava a realizace veletržních materiálů (katalog výstavy, vstupenky, pozvánky...), příprava doprovodných programů veletrhu, komunikace s přihlášenými vystavovateli, případné návrhy jejich výstavních expozic a jejich umístování na výstavní ploše a další.

Samotná organizace veletrhu přináší mnoho dalších aktivit organizátora. Tyto aktivity mohou být v jeho vlastní režii či formou subdodavatelských služeb. Hlavními činnostmi jsou registrace vystavovatelů, přidělení výstavní plochy, případné zajištění stavby stánků, tvorba informačního systému, komunikace s vystavovateli a návštěvníky veletrhu, příprava a následný provoz pokladen, tiskového střediska a informačních center pro návštěvníky, zajištění ostrahy, požární ochrany a pořadatelské služby, tvorba průběžných tiskových zpráv, organizace doprovodných programů a mnoho dalších. K nejvýznamnějším činnostem po zakončení veletrhu patří tvorba závěrečné tiskové zprávy veletrhu a případná příprava dat k auditu.

Organizátoři pořádají veletrhy v prostorách výstavních areálů, které jsou jejich vlastním majetkem, mají je v dlouhodobém pronájmu a nebo na základě krátkodobého pronájmu výstavních prostor, které jsou majetkem jiné společnosti.

V následujícím přehledu jsou uvedeny názvy organizátorů, nejvýznamnější pořádané akce a veletržní prostory, ve kterých výstavy pořádají.

ABF, a. s.

pořádané akce: For Arch, For Habitat, Eco City, Bazény, sauny a solária, Auto Praha  
výstavní prostory: Pražský veletržní areál Letňany (PVA)

AC Expo s.r.o.

pořádané akce: Office&Life, Art&interior, Hudební veletrh, HoReCa, Art&decoration

výstavní prostory: Veletržní palác Praha

Aldis, a.s.

pořádané akce: Internet ve státní správě a samosprávě, Svaz měst a obcí ČR, Bytová show, Infotour a cykloturistika, Silniční konference

výstavní prostory: Kongresové centrum Aldis, Hradec Králové

Eurocentrum Jablonec nad Nisou s.r.o.

pořádané akce: Euroregion Tour, Velikonoční trhy, Vánoční trhy

výstavní prostory: Veletržní areál Eurocentrum.

Exposale

pořádané akce: Vodovody - kanalizace

výstavní prostory: převážně na Výstavišti v Praze-Holešovicích.

Incheba Praha spol. s r.o.

pořádané akce: Pragomedica, Pragointerier - New Design, Living fair, Motocykl, Autoshow Praha a mnoho jiných akcí

výstavní prostory: Výstaviště v Praze-Holešovicích

Liberecké výstavní trhy, a.s.

pořádané akce: Contec, Veletrh dětské knihy, Výstava loveckých trofejí, Dům a zahrada, Velké slavnosti piva

výstavní prostory: Výstaviště Liberec

Kongresové centrum Praha

pořádané akce: především doprovodné výstavy ke kongresům, konferencím či sympoziím

výstavní prostory: Kongresové centrum Praha

M.I.P. Group

pořádané akce: Reklama, Polygraf, Bydlení, Antik

výstavní prostory: Výstaviště v Praze-Holešovicích

Omnis Olomouc

pořádané akce: Stavotech Olomouc, Autosalon Olomouc, Moderní žena Olomouc

výstavní prostory: Výstaviště Olomouc

Ostravské výstavy, a. s.

pořádané akce: Střechy, Pláště, Izolace, Domov, Dovolená, Průmyslový veletrh

výstavní prostory: Výstaviště Černá louka, Ostrava

Progres Partners Advertising

pořádané akce: Aqua-Therm Praha, Aqua-Therm Nitra, Sběratel (Praha)

Terinvest

pořádané akce: Sport Prague, Nový byt a dům, Amper, Mach, Tendence

výstavní prostory: Pražský veletržní areál Letňany (PVA)

BVV - Veletrhy Brno, a.s.

pořádané akce: Techagro, Stavební veletrhy Brno (IBF, SHK, Urbis, Elektro, Envibrno, New Simet), Autotec, Mezinárodní strojírenský veletrh, Mezinárodní veletrh obráběcích a tvářecích strojů, Invex

výstavní prostory: Výstaviště Veletrhy Brno, a.s.

Výstaviště České Budějovice, a. s.

pořádané akce: Hobby, Země živitelka, Mobil salon, Vzdělání a řemeslo

výstavní prostory: Výstaviště České Budějovice

Výstaviště Lysá nad Labem

pořádané akce: Zemědělec, Natura Viva, Květy, Ligna Bohemia, Stavitel

výstavní prostory: Výstaviště v Lysé nad Labem

Výstavy spol. s r. o.

pořádané akce: Zahrada Čech, Můj dům, můj hrad, Tempo, Bydlení a interiér

výstavní prostory: areál výstaviště Zahrada Čech Litoměřice.

([http://mam.ihned.cz/index.php?p=100000\\_d&&article\[id\]=15275900&article\[what\]=veletr%9En%ED+org+aniz%E1to%F8i](http://mam.ihned.cz/index.php?p=100000_d&&article[id]=15275900&article[what]=veletr%9En%ED+org+aniz%E1to%F8i))

### 3.2 Veletržní areály, jejich historie a současnost

Dnešní moderní výstavní a veletržní areály nabízejí široké množství možností a služeb při veletržní prezentaci jakéhokoli odvětví lidské činnosti. Prvotní výstavy neměli takové zázemí jako dnes. Místem nabídky zboží byly primitivní stánky s přístřeším a pultem zvané kotce. Ve 13. století se trhy zvětšují a začínají přesahovat hranice měst. Na trzích se tak budují obchodní skladiště. V Praze jsou to například Havelské tržiště, Ungelt, Masné krámy - specializované tržiště.

První stálý výstavní areál v českých zemích vznikl v Praze pro konání Všeobecné zemské výstavy v roce 1891. Areál Výstaviště prožil ve své historii důležité změny jak architektonického vzhledu tak své funkčnosti. Do dnešních dnů funguje jako plně využívaný výstavní a veletržní areál.

Následuje stručný přehled současných nejvýznamnějších výstavních a veletržních areálů v ČR s informacemi o jejich vlastníkově, pronajímatelovi a výstavní ploše.

Aldis - Kongresové, výstavní a společenské centrum, Hradec Králové

vlastník areálu: Aldis,

krytá výstavní plocha 5 000 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 6 000 m<sup>2</sup>

Brněnské výstaviště, Brno

vlastník areálu: Brněnské veletrhy a výstavy,

krytá výstavní plocha 107 000 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 89 000 m<sup>2</sup>

Ideon Pardubice, Pardubice

vlastník areálu: město Pardubice, provozovatel: Pardubická výstavní a veletržní,

krytá výstavní plocha 2 000 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 1 200 m<sup>2</sup>

Kongresové centrum Praha, Praha 4

vlastník areálu: Hl. m. Praha,

krytá výstavní plocha 28 798 m<sup>2</sup>

Kulturní dům Sidia, Olomouc

vlastník areálu: Sidia, provozovatel: hotel Sigma Olomouc,

krytá výstavní plocha 600 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 400 m<sup>2</sup>

Veletržní palác, Praha 7

vlastník areálu: Národní galerie, provozovatel: AC EXPO s.r.o.,

krytá výstavní plocha 3 700 m<sup>2</sup>

Výstaviště Černá Louka, Ostrava

vlastník areálu: statutární město Ostrava, provozovatel: Ostravské výstavy,

krytá výstavní plocha 7 000 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 60 000 m<sup>2</sup>

Výstaviště České Budějovice, České Budějovice

vlastník areálu: Výstaviště České Budějovice,

krytá výstavní plocha 7 000 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 17 000 m<sup>2</sup>

Výstaviště Flora Olomouc, Olomouc

vlastník areálu: statutární město Olomouc,

krytá výstavní plocha 4 395 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 30 589 m<sup>2</sup>

Výstaviště Lysá nad Labem, Lysá nad Labem

vlastník areálu: Výstaviště Lysá nad Labem,

krytá výstavní plocha 20 000 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 5 100 m<sup>2</sup>

Výstaviště Plzeň, Plzeň

vlastník areálu: Výstaviště Plzeň

Výstaviště Praha, Praha 7

vlastník areálu: Hl. m. Praha, provozovatel: Incheba Praha spol. s r.o.

krytá výstavní plocha 15 219 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 6 000 m<sup>2</sup>

Výstaviště PVA Letňany, Praha 9

vlastník areálu: PVA, provozovatel: ABF,

krytá výstavní plocha 70 000 m<sup>2</sup>

Výstaviště Zahrada Čech Litoměřice, Litoměřice

vlastník areálu: MÚ Litoměřice, provozovatel: Výstavy Litoměřice

krytá výstavní plocha 5 200 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 4 000 m<sup>2</sup>

Výstaviště Liberec, Liberec

vlastník areálu: Liberecké výstavní trhy,

krytá výstavní plocha 3 920 m<sup>2</sup>, volná výstavní plocha 3 000m<sup>2</sup>

(Výstavnictví, vychází jako příloha časopisu Strategie, 4. 6. 2001, MK ČR E 6251, ISSN 1210-3756)

### 3.3 Veletržní areály v Evropě

Jednou z nejvýznamnějších veletržních zemí je bez diskuse Německo, a to jak v evropském, tak i ve světovém měřítku. Na evropském kontinentu je největším veletržním areálem Hannover, který se může pyšnit svým přibližně půlmilionem metrů čtverečních kryté výstavní plochy. V Hannoveru se koná 5 z 10 největších veletrhů světa. Díky Světové výstavě Expo 2000 patří rovněž k nejmodernějším na světě. Nejvýznamnější veletrhy konané na výstavišti v Hannoveru jsou Hannover Messe (veletrh průmyslu, automatizace a inovací), CeBIT (veletrh kancelářské, informační a telekomunikační techniky), LIGNA (veletrh dřevozpracujícího průmyslu a lesního hospodářství) a Domotex (veletrh koberec a podlahových krytin). Dále jsou v Německu kromě Hannoveru i jiná veletržní města, například Frankfurt nad Mohanem, kde se konají následující veletrhy: Ambiente a Tendence (veletrh kultury stolování a bydlení, veletrh dárkových předmětů), Heimtextil (veletrh bytových textilií), Musikmesse (veletrh hudebních nástrojů) a Automechanika (veletrh dodavatelů automobilového průmyslu). V Düsseldorfu se pořádají Drupa (veletrh pro tisk a papír), K (veletrh plastu a kaučuku), Glasstec (veletrh zařízení pro sklářský průmysl), Interpack (veletrh balicích strojů, obalů a zařízení na výrobu cukrovinek) a Wire/Tube (veletrh drátu a kabelu a mezinárodní odborný veletrh trubek), v Mnichově zase IHM (veletrh řemesel), BAUMA (veletrh stavebních strojů), Ispo (veletrh sportovních potřeb a sportovní módy), IFAT (veletrh odpadového hospodářství), Electronica (veletrh elektronických součástek) a v Lipsku například AMI + AMITEC (automobilový veletrh a veletrh autodílů a vybavení autodílů a čerpacích stanic) nebo Fashion Look! (veletrh módy). Dalšími veletržními městy v Německu jsou Kolín nad Rýnem, Stuttgart, Berlin a Nürnberg. Na německé veletrhy ročně zamíří asi 10 milionů návštěvníků, z čehož asi 2 miliony přicestují ze zahraničí.

K důležitým evropským veletržním centrům patří rovněž Miláno, Paříž, Lyon, Birmingham, Valencie, Barcelona, Moskva a řada dalších měst.

([http://mam.ihned.cz/index.php?p=100000\\_d&&article\[id\]=10510730&article\[what\]=v%FDstavnictv%ED](http://mam.ihned.cz/index.php?p=100000_d&&article[id]=10510730&article[what]=v%FDstavnictv%ED))

## 4 VÝSTAVIŠTĚ PRAHA - HOLEŠOVICE

### 4.1 Důležité mezníky v historii Výstaviště

Výstaviště v Praze Holešovicích se může pochlubit pestrou historií, významnými událostmi, většími úspěchy i menšími neúspěchy, útlumem své funkce v dobách komunismu a následnou znovu obnovou a návratu k funkci veletržního a kulturního areálu.

#### 4.1.1 Královská obora

Mocný středoevropský panovnický rod, za jehož vlády se královské město Praha rychle rozrůstalo, chtěl v blízkosti svého opevněného sídla zřídit území vhodné k chovu lovné zvěře a ptactva a především k oblíbenému lovu a honitbě. A tak byl za vlády Přemysla Otakara II. roku 1268 na území osady Ovenec ohrazen rozlehlý lužní les a založena tak Královská lovecká obora. První písemná zmínka o Královské oboře pochází z roku 1319, kdy Jan Lucemburský nechal postavit tribunu pro zamýšlené rytířské turnaje a rozšířil tak oboru, která sahala až k břehům Vltavy a patřila k loveckému hájemství Pražského hradu. O oboru se zpočátku starali královští lovci, později písaři a inspektoři Pražského hradu.

V období husitských válek byla obora znatelně vypleněna a poničena. Následně obnovena byla za krále Ferdinanda I. a to v letech 1536 – 1548. Období renesance zasáhlo i Královskou oboru, kde se ve 40. letech 16. století změnila její vizuální kompozice. Začali se zde prohánět nejen srnčí zvěř, jeleni, daňci, divoká prasata, lišky, tetřevi, jeřábi, ale i buvoli, zubři a po krátký čas dokonce i velbloudi.

V roce 1583 se Praha stala sídelním městem římského císaře a českého krále Rudolfa II., který nechal v dolní části Ovence založit velký rybník, do kterého byla přiváděna voda z nedaleké Vltavy zvláštní tzv. Rudolfovou štolou. Jednalo se o velice důmyslné a technicky náročné dílo, na jehož návrhu se pravděpodobně podílel i dánský astronom a fyzik Tycho de Brahe, jenž na dvoře císaře Rudolfa II. působil.

V období třicetileté války (v letech 1618 – 1648) došlo ke zpusťování většiny porostů i staveb obory. Po utichnutí válečných bouří byla obnovena vegetace, stavby i obvodové oborní zdi. Od Pražského mostu vedla k oboře přímá alej původně vysázená lípami, doplněna okrasnými stromy jírovcem a později kaštany.

Vzhled Královské obory ovlivnilo i barokní pojetí života a kultury. Na hrázi velkého rybníka byly vysázeny duby, uprostřed vodní plochy byl uměle vytvořen ostrov, na kterém vyrost malý letohrádek s dřevěným mostkem vedoucím na břeh rybníka.

V letech 1689 – 1691 nechal Kryštof Vratislav z Mitrovic, tehdejší prezident České komory, zbudovat Královskou dvoranu s velkým sálem, zdobeným freskami Jana Jakuba Stenifelse, představujícími boha Apollona na slunečném voze a další mytologické výjevy.

Počátkem 18. století se i u nás projevovala kultura vzhledově upravených anglických parků, a tak se i Královská obora začala zušlechťovat podle zásad krajinářských parků v Anglii. Při korunovaci Františka I. českým králem roku 1792 zde probíhala dožínková slavnost, na které se představily svatební obřady v národních krojích podle krajových zvyklostí. Z téhož období je i dochovalá zmínka o vypuštění rybníka, na jehož dně byl zřízen taneční parket a přestavba Královské dvorany na zahradní restauraci.

Podstatnou změnu zažila Královská obora v roce 1804, kdy na popud purkrabího hraběte Jana Rudolfa Chotka došlo ke zpřístupnění obory v Ovenci pro veřejnost. Od tohoto roku se obora stala jedním z nejnavštěvovanějších pražských míst, jak pro místní, tak pro návštěvníky města. Krátce po sobě se zde konaly nejrůznější společenské akce jako např. lety balonem, představení parního stroje J. Brožka, v roce 1835 se na dráze dlouhé jednu míli uskutečnily první moderní dostihy v Praze. Také se zde často pořádali poutě, jarmarky i zábavy.

Po sloučení obory a štěpnice v roce 1845 je používán název Královská obora – Stromovka. Později zlidovělý krátký název Stromovka. V devatenáctém století byla Stromovka několikrát sadově upravena a byla ohrazena na severním i jižním okraji železnicí. V roce 1891 došlo ke značnému úbytku plochy Královské obory díky výstavbě výstavních prostor a pavilonů pro Všeobecnou zemskou jubilejní výstavu, čímž se započala samotná historie Výstaviště.

([http://www.stromovka.cz/stromovka/strom\\_hist.htm](http://www.stromovka.cz/stromovka/strom_hist.htm))

#### **4.1.2 Přípravy zemské výstavy**

V průběhu 2. poloviny 19. století se ve světě uspořádala pěkná řádka výstav. Bylo to především potřebou rozvoje hospodářství, průmyslu a vlastní výroby a obchodu. Úspěšné a velké výstavy, které se navzájem trumfovaly, jak prezentovanými výrobky, tak počty návštěvníků, byly pořádány v sousedních zemích, avšak v českých zemích panoval

jakýsi útlum. Iniciátoři Všeobecné zemské výstavy hovořili dokonce o půlstoletí marného úsilí o uspořádání reprezentativní zemské výstavy.

Úspěch budapeštské výstavy z roku 1885 byl bezprostředním podnětem pro vytvoření komise, která by vážně zkoumala otázku vybudování stálé výstavní budovy v Praze. Komise, jejímiž členy byli čeští i němečtí podnikatelé, vypracovala v roce 1887 tzv. Pamětní spis v příčině zřízení stálé výstavní budovy v parku bubenečském, který byl předložen obchodní komoře a českému sněmu k projednání. Ten se po roce zkoumání a vedení sporů mezi Čechy a Němci postavil k tomuto memorandu negativně a odmítl o výstavbě výstaviště jednat. Převážně díky argumentu německé strany – proč stavět výstavní budovu, když v dohlednu není žádná výstava.

Celé záležitosti se posléze ujali karlíňští podnikatelé v čele s Františkem Křížíkem a stavitelem Václavem Nekvapilem, který působil jakožto komorní poslanec v českém sněmu. Začátkem listopadu 1888 navrhli vytvořit výstavní výbor a budoucí výstavu financovat z dobrovolných úpisů a záloh na losy z plánované výstavní loterie pro návštěvníky. V kavárně U české koruny, kde se podnikatelé pravidelně scházeli, bylo na výstavu tehdy vybráno hodně přes 3000 zlatých. Datum uspořádání Všeobecné zemské výstavy bylo naplánováno ke stému výročí konání první průmyslové výstavy v Čechách a na evropském kontinentě vůbec, která se uskutečnila v roce 1791 u příležitosti korunovace císaře Leopolda II. českým králem.

Začátkem roku 1890 se na staroměstské radnici za předsednictví knížete Karla Schwarzenberka konalo zasedání výstavního výboru, který schválil program a vyrovnaný rozpočet plánované výstavy ve výši 1 132 000 zlatých. V dubnu téhož roku se na Jihovýchodním cípu Královské obory rozjely práce na stavbě výstavních pavilonů a celého prostoru výstaviště. Výstavbu výstaviště v druhé polovině roku zpomalily dvě zásadní události. V září zaplavila spodní část areálu rozvodněná řeka Vltava a tzv. stoletá voda způsobila, že se na mnohých místech muselo začít úplně od začátku. A nejen to. Díky dlouhotrvajícím deštům se zřítila dokonce i část kovové konstrukce Průmyslového paláce, dominanty celého výstaviště. V listopadu téhož roku demonstrativně odešli ze všech příprav němečtí zástupci, čímž se práce na výstavbě částečně zpomalily. Avšak výstava se tak stala výlučně českou záležitostí a bylo otázkou, zda a jak Češi obstojí.

Zima na přelomu let 1890 a 1891 byla velmi krutá a některé práce tak musely být na čas pozastaveny. Na jaře začaly rapidně přibývat žádosti o přidělení výstavních prostor,

jejichž plánování a výstavbu měli na starosti architekti Bedřich Münzberger a Antonín Wiehl.

Nakonec byla jihovýchodní část Královské obory zaplněna 126 pavilony postavených z různých materiálů a povětšinou v soukromém vlastnictví. Již od počátku roku 1891 informovaly české deníky o průběhu výstavby výstaviště v obavách o její osud. Celá země a především Praha žila touto jedinečnou událostí. Otevření výstavy doprovázely velkolepé ohně na okrajích Prahy, famózní ohňostroj a střelba světelných raket.

(Hlavačka, M.: Jubilejní výstava 1891), (Halada, J.: Výstaviště v srdci Evropy)

#### **4.1.3 Všeobecná zemská jubilejní výstava 1891**

V pátek 15.5.1891 byla slavnostně zahájena Všeobecná zemská výstava v Praze arcivévodou Karlem Ludvíkem a arcivévodkyní Marií Terezií za doprovodu ministrů rakouské vlády, pražského kardinála, zemských a říšských poslanců, členů výstavního generálního komitétu a zemského maršálka Jiřího z Lobkovic a celou slávu doprovázela slavnostní fanfára skladatele Antonína Dvořáka.

Vstup na Výstaviště s velkolepou zahradní úpravou, tvořila 18 metrů vysoká dřevěná vstupní brána Antonína Wiehla, která nesla na oblouku znaky čtyřiceti českých měst. Na výstavu se vcházelo doposud neznámým technickým vynálezem – turniketem, jenž přesně spočítal všechny návštěvníky a pomohl zredukovat počty pořadatelů. Hned za vstupní branou, která stála na místě dnešních vodních fontán před hlavním vstupem do areálu, se rozprostírala obdélníková travnatá plocha, které na začátku vévodil heraldický český lev, a na konci ji uzavírala socha krále Jiřího z Poděbrad. Bezprostředně za branou vlevo stála budova pošty, telegrafu a telefonu, vpravo pak administrativní budova - tyto budovy tvoří součást vstupu na Výstaviště dodnes. Po levé straně lemovala prostor budova umělecké výstavy, protilehlá budova patřila retrospektivní výstavě, která v roce 1908 byla upravena do nebarokní podoby a dnes slouží jako Lapidárium Národního muzea.

Celý vstupní prostor si zachoval původní půdorys, i když některé budovy postupem času mizely. Jako například pavilon zemského výboru Království českého, na jehož místě později vznikl objekt restaurace Pražan, nestojí tu ani pavilon města Prahy, kde byl vystaven Langweilův model Prahy z roku 1820 ani oblíbená Hlavova kavárna. Doposud

však plní svůj účel budova měšťanského pivovaru v Plzni (nyní restaurace Bohemia), která patřila k největším a nejvybranějším svého druhu na Výstavišti.

Průmyslový palác, který ztělesňoval vládu železa a nástup elektřiny, se stal spolu s Křižíkovou fontánou dominantou horní části výstaviště. Střední část paláce je oddělena od obou křídel a je ukotvena na osmi železných obloukových nosnících. Nad nimi se vypíná do výše padesáti jedna metrů železná věž s točitými schody, kupolí a galerií. Návštěvníci výstavy se za dvacet krejcarů mohli pokochat pohledem na Výstaviště a okolí. To inspirovalo vynálezce Františka Křižíka, aby sem umístil výkonný reflektor, jehož parabolické sklo odráželo paprsky elektrického světla do vzdálenosti nejprve osmi, později až třiceti kilometrů. Tuto nejimpozantnější, nejnádhernější i nejnákladnější stavbu navrhl architekt Bedřich Münzberger.

Snad ještě obdivovanějším klenotem výstavy byla Křižíkova světelná fontána. Proudý tryskající vody, osvětlované elektrickým světlem s barevnými skly skrze skleněné dno vodojemu, vytvářely okouzlující podívanou. Vodu do vodotrysku vháněl parní stroj pomocí pumpy a rychloběžných čerpadel. Před fontánou byl nejen dřevěný altán, kde hráli neustále hudebníci, jako na mnoha dalších místech, ale i 62 ochutnáváren, které lemovaly celou délku severního průčelí Průmyslového paláce. Jejich majitelé s úspěchem bořili všechny stavovské, národnostní a sociální bariéry, neboť tu své zboží nabízeli jak kníže Lobkovic a hrabě Thun-Hohenstein, tak Společenstvo uzenářů, pražských sládků, obchodníci z Krakova a Vídně, ale i místní hokynáři. Poblíž stály ještě dvě pivnice a další budovy lákající návštěvníky nabídkou nejrozličnějších pochoutek. Fontána byla umístěna v dolní části výstavního prostoru, podobně jako dnes. Podnikatelem a dodavatelem byl sám Křižík a jeho firma, avšak autorem projektu fontány a nádrží byl Antonín Wiehl.

Jednou z nejnavštěvovanějších atrakcí byla Česká chalupa, která stála uprostřed zeleně v horní části Výstaviště. Na jejím návrhu se podílel i spisovatel Alois Jirásek. Jednotlivé části chalupy byly věrnou napodobeninou hospodářských stavení v severovýchodních Čechách.

Po celém dolním Výstavišti bylo roztroušeno několik pavilonů. Na západní straně to byly pavilony rybářství, lesnictví a dalších soukromníků, firem, továren a společností. Na východní straně stál například pavilon papírnictví a cukrovarnický. V zadní části se usídlilo zemědělství s chovem dobytka a především balonová aréna s francouzskými vzduchoplavci L. Godardem a E. Surcoufem, kteří vynášeli návštěvníky výstavy do výšky

a později s nimi pořádali i vyhlídkové lety za hranice města. Uprostřed celého prostranství byla postavena kotelna a strojovna, která se tak osvědčila, že byla po skončení výstavy prodána do Innsbrucku a tam ještě koncem čtyřicátých let 20. století fungovala.

Na výstavě se prezentoval především český průmysl, technický um a dovednost i vyspělost domácích firem. Své vynálezy tu předváděl nejen František Křižík, k vidění byl například i patentovaný vynález hlubotisku grafika K. Klíče a vodotisku J. Husníka. Pro návštěvníky byly také připraveny nejrůznější atrakce, počínaje Americkým barem s ledovými nápoji, hostince, které tu nabízely 51 druhů pív, vinárny, ochutnávárny, cukrárny a kavárny, umělecké soutěže a sportovní podniky, skluzavka dlouhá sto metrů, až po balonovou arénu. Miliontý návštěvník výstavy byl očekáván již koncem srpna. Když se dostavil, obdržel zlaté hodinky, permanentní vstupenku na výstavu a šest metrů dlouhý párek. Jubilejní výstavy se účastnil i pamětník první průmyslové výstavy, 114 let starý Kajetán Kostkuba. Císař František Josef I. navštívil výstavu celkem třikrát, vypil pohár Plzeňského piva, viděl čarovnou fontánu, některé pavilony i strojovnu.

V neděli večer 15. října 1891 výstava skončila. Vidělo ji necelých dva a půl milionu návštěvníků, měla výrazný finanční, komerční i vystavovatelský úspěch. Přinesla hodnotu vybudovaných výstavních ploch a budov, inspirovala Křižíka k stavbě elektrické tramvaje na Výstaviště, zanechala po sobě Petřínskou rozhlednu s lanovkou, a další architektonické památky a národu dodala sebevědomí a vytvořila tradici českého výstavnictví na pražském Výstavišti.

(Hlavačka, M.: Jubilejní výstava 1891), (Halada, J.: Výstaviště v srdci Evropy)

#### **4.1.4 Národopisná výstava československá 1895**

Nápad uspořádat Národopisnou výstavu československou se zrodil již během Všeobecné zemské výstavy v roce 1891. Tehdejší ředitel Národního divadla F. A. Šubrt, kterého k této myšlence inspirovala Česká chalupa, obeslal velký počet podobně nadšených lidí a ještě koncem července téhož roku se na pražské Staroměstské radnici konala poradní schůze přátel českého národopisu. Výstava se sice konala až v roce 1895, avšak účast nejen Čech, ale už i Moravy a Slezska znamenala další krok k politické a hospodářské jednotě země.

Národopisná výstava československá byla vrcholem národopisné činnosti, z níž pak vyšla Národopisná společnost s Národopisným muzeem. Stály tu nejen celé vesnice i s kostelem, zvonicí a studnou, s ohradami a stáji pro koně a dobytek, ale i valašská

dědina, horácký grunt, chodská jízda, pokojík dramaturga J. K. Tyla, a dokonce i hrad Kokořín. Předváděla se tu krojovaná moravská Jízda králů, Národní divadlo tu popularizovalo operu Bedřicha Smetany Libuše a to vše ještě doprovázely literární, divadelní a národopisné přehlídky. K potěšení návštěvníků opět sloužily mnohé restaurace a kavárny a stejně jako v roce 1891 tryskala Křižíkova fontána. Celou výstavu vybavil elektrickým osvětlením František Křižík. Národopisná výstava trvala od 15. 5. do 23. 10. 1895 a zhlédlo ji více než dva miliony návštěvníků. Během její existence se v pražských ulicích objevil nový dopravní prostředek - automobil a o rok později zahájil František Křižík dopravu elektrickou tramvají z Karlína do Libně.

(Halada, J.: Výstaviště v srdci Evropy)

#### 4.1.5 Výstava architektury a inženýrství 1898

Třetí velkolepá akce na pražském Výstavišti, při všech technických pokrocích, na sebe nenechala dlouho čekat. V polovině června roku 1898 byla odstartována Výstava architektury a inženýrství.

Expozice v Průmyslovém paláci, s přehlídkou prací českých architektů a stavitelů, ukázkami historických staveb, asanací i přestaveb, se stala hlavní náplní výstavy. Modely různých továren doprovázely například vzorové obydlí dělníka a úředníka i výstavy hornictví a hutnictví. Vystaveny byly technické exponáty, architektonické projekty, ale i motory či pomocné stroje pro živnostníky. Celou výstavu ovládl i nový umělecký směr - secese. Byla postavena dřevěná secesní budova tzv. Technického divadla Uránie, která sloužila přednáškám a přehlídce technických vynálezů i jako divadelní scéna. Výrazný podíl na pořádání výstavy měli nejen architekti a stavitelé, ale i malíři a sochaři. Příkladem byla pověstná krčma umělců „U Nesmysla“, která byla pojata jako parafráze právě na nový umělecký styl secesi. Tehdy také bylo založeno Lapidárium Národního muzea v Praze, které tu instalovalo své sbírky a prvně je předvedlo veřejnosti v roce 1905.

K Československé vesnice přibýly různé kuriozity i atrakce, zejména pro děti. Opět se létalo balonem, znovu se rozzářila Křižíkova fontána a nechyběly ani restaurace a ochutnávárny. Velkými událostmi výstavy byli kinematograf Jana Kříženeckého, jenž zde předváděl první „oživené fotografie“ a panoramatický obraz bitvy u Lipan mistra Ludka Marolda, který je po zrekonstruování k vidění na Výstavišti dodnes.

(Halada, J.: Výstaviště v srdci Evropy)

#### 4.1.6 Vývoj v letech 1900 až 1948

U příležitosti šedesátého výročí panování Františka Josefa I., se v roce 1908 konala na Výstavišti Jubilejní výstava Obchodní a živnostenské komory, kterou 14. května zahájil následník habsburského trůnu František Ferdinand d'Este.

Jelikož se pořadatelé této výstavy rozhodli sjednotit architektonickou podobu celého prostoru Výstaviště i jednotlivých pavilonů, vypsali soutěž na urbanistickou přeměnu celého Výstaviště, kterou vyhrál architekt Rudolf Kříženecký. Kromě přeměny již postavených budov je I autorem několika nových pavilonů. Na Výstavišti tedy vyrostl Pavilon obchodu, Pavilon školství a Pavilon poživatin. Výstava měla opět velký ohlas a také dala impuls k založení Národního technického muzea.

O tři roky později, v roce 1911, se ještě konala na Výstavišti zahradnicko-ovocnářská výstava. Avšak období první světové války jakoukoliv vystavovatelskou činnost vylučovalo a tak se výstavní prostory změnily v jakési skladiště.

Nový rozkvět začíná až se vznikem Československé republiky v roce 1918. V září roku 1920 se konaly na Výstavišti první Pražské vzorkové veletrhy. Posléze byly pořádány dvakrát ročně a roku 1925 se přemístily do nového funkcionalistického Veletržního paláce, jenž byl k tomuto účelu i postaven. V té době jezdily ve městě první autobusy a také začala elektrifikace pražských nádraží.

I nadále se pořádaly hospodářské výstavy, veletržní akce různých spolků, organizací a institucí, především v Průmyslovém paláci se konalo mnoho tematických výstav, jako byly aerosalony, mezinárodní veletrhy průmyslového zboží a výrobků a tak podobně.

(Halada, J.: Výstaviště v srdci Evropy)

#### 4.1.7 Léta 1948 - 1989

Po skončení druhé světové války, která opět přinesla podstatné omezení činnosti, byly v roce 1947 prostory Výstaviště upraveny pro účely Slovanské zemědělské výstavy, která následovala rok poté. Tehdy byla také zbourána Wiehlova vstupní brána. Rok 1948 byl však také rozkoem politických změn, které určily Československu na dlouhou dobu místo v socialistickém táboře, vlivu Sovětského svazu vlády jedné politické strany. Tentýž rok bylo Výstaviště pro veřejnost uzavřeno.

Výstaviště v duchu socialistického chápání kultury a potřeb svých občanů bylo znovu slavnostně pro veřejnost otevřeno 21. září 1953 pod názvem Park kultury a oddechu Julia Fučíka, o rok později se změnil Průmyslový palác ve Sjezdový palác. Na jeho věži se objevila rudá hvězda a v jeho prostorách se s velkou pompou odehrávaly sjezdy komunistické strany. V zájmu spravedlnosti dodejme, že se Průmyslový palác zapsal znovu do historie v březnu 1968 setkáním tehdejších představitelů tzv. Pražského jara s Pražany

a že dva dny poté rezignoval na svou funkci prezident Antonín Novotný. Další generální oprava paláce se uskutečnila v roce 1976, palác si však naštěstí dokázal zachovat svoji historickou podobu. Výstaviště se tehdy pojmenovalo po Juliu Fučíkovi, komunistickém novináři, jenž byl popraven nacisty za války a jehož osud je dodnes předmětem ideologických i literárních sporů. V září 1979 v období tzv. normalizace byla před Výstavištěm odhalena Fučíkova socha.

Na rozdíl od skutečných i mytologických hrdinů žilo však Výstaviště dál svým životem. Konaly se tu sice povinné velkolepé a jásavé májové veselice, či slavnosti míru a přátelství, které se stereotypně opakovaly od roku 1954 až do roku 1989, stejně tak i nejrůznější akce, které si kladly do vínku zásadní převýchovné a vysoce ideové cíle. Park kultury a oddechu Julia Fučíka se však postupně stával také centrem nejrůznějších aktivit bez tíhy ideologické zátěže. Přeměna Výstaviště v Park kultury a oddechu Julia Fučíka zároveň přinesla na dlouhou dobu i přerušení tradice pořádání hospodářských výstav a veletrhů v tomto prostoru. Centrum jejich konání v celostátním a mezinárodním měřítku bylo přeneseno do Brna. Ostatně funkce veletrhů v období socialistického hospodářství byly velmi omezené a tak hospodářské výstavy, pokud na Výstavišti proběhly, měly spíše charakter přehlídek úspěchu socialistického hospodářství a společenských akcí, vedených v duchu socialistického internacionalismu.

Konec padesátých a zejména šedesátá léta znamenala jisté uvolnění v rigidní ideologii, a tak po úspěchu československé expozice na Světové výstavě EXPO 58 sem byl instalován Československý výstavní pavilon, dílo architektů F. Zubra, J. Hrubého a Z. Pokorného. Tzv. Bruselský pavilon byl slavnostně otevřen v roce 1960. Určitou dobu sloužil jako stálá výstavní síň, potom v důsledku nedostatku finančních prostředků chátral, aby na přelomu 80. a 90. let byl nákladně restaurován a v průběhu Všeobecné československé výstavy roku 1991 vyhořel.

V tomtéž roce bylo v prostorách Parku kultury a oddechu Julia Fučíka otevřeno kruhové panoramatické kino, tehdy čtvrté svého druhu na světě. Návštěvníci tu mohli sledovat film z kruhových sedadel po obvodu sálu s pocitem, že jsou účastníky děje. A v bezprostřední blízkosti výstavního areálu bylo ve stejném roce otevřeno Planetárium. Kontakt s jiným než jen socialistickým světem natrvalo zprostředkovávaly například světové výstavy poštovních známek, které se zde konaly vždy po deseti letech, první v roce 1968. Provázel je nejen zájem domácích filatelistů, ale i velká návštěvnost a zajímavé doprovodné společenské a umělecké programy či lety balonem a jízdy historických vozidel.

Rovněž sportovní události se staly trvalou součástí programové náplně volného času Pražanů i všech mimopražských návštěvníků Výstaviště. Probíhaly tu motoristické soutěže, pražské sportovní dny, mezinárodní maratón, a zejména od roku 1950 Běh Rudého práva. V březnu roku 1962, v souvislosti s mistrovstvím světa v krasobruslení, byla ve východní části výstavních prostor otevřena nová sportovní hala, která zimním sportům slouží dodnes a byla i svědkem několika dalších mistrovství světa. Vznikla tu také nová Hala zimních sportů, a to v předvečer zahájení mistrovství světa v hokeji v roce 1985, postaven byl i Plavecký stadion a další sportoviště.

Po vzniku Parku kultury a oddechu Julia Fučíka v roce 1953 bylo jen otázkou času, kdy do tradičních výstavních prostor pronikne i lidovější zábava, jako například lunaparky, poutě či estrádní programy. Byť i velmi často nevalné úrovně, staly se i ty nedílnou součástí Výstaviště. Můžeme však uvést i skutečné umělecké zážitky, které potvrzovaly dobrou úroveň pražského kulturního života. Například vystupování Národního divadla, Semaforu, Černého divadla, i mimopražských a zahraničních umělců. Zejména v druhé polovině 80. let zde často nacházely útočiště i soubory tzv. alternativní kultury. Největší oblibě návštěvníků se však těšila jarní Matějská pouť, s tradicí v Praze již od roku 1595, která se z Dejvic přestěhovala na Výstaviště v roce 1964, a která dodnes stále novými a zajímavými atrakcemi baví především děti. V létě ji doprovází od roku 1981 ještě Anenská pouť a na podzim Václavská pouť.

V podmínkách Parku kultury a oddechu Julia Fučíka měla postupně od 70. let své nové počátky i celá řada různých akcí, například spotřební trhy, tématické mezinárodní výstavy jako Interkamera, Pragomedica a Pragoregula. Vznikla tu tradice uměleckých přehlídek, zejména Salonu mladých výtvarníků, užitého umění, fotografie, tradičního

jazzu, pořádaly se zde výstavy studentů uměleckých škol, fungoval tu Klub přátel výtvarného umění, fotoklub, kurzy strečinku a aerobiku, filmová představení uvádělo Letní kino, velký zájem vykazovalo pravidelné Pražské kulturní léto a pochopitelně široká nabídka dětských kulturních a zábavných programů.

(Halada, J.: Výstaviště v srdci Evropy)

#### **4.1.8 Všeobecná československá výstava 1991**

Po sametové revoluci v listopadu 1989 prošla změnou nejen politická situace země, ale také samotný Park kultury a oddechu Jilja Fučíka, který se od 1. května 1990 vrátil k původnímu názvu Výstaviště Praha.

Již od roku 1986 nabývají na síle hlasy nadšenců z řad historiků, kulturních pracovníků i žurnalistů, které upozorňují na blížící se výročí dvou stoletých výstav a na možnost uspořádání další jubilejní výstavy. Od roku 1988 se rozjíždějí částečné rekonstrukce Parku kultury a oddechu Julia Fučíka s termínem dokončení v roce 1991. V této době se začíná pracovat i na moderní analogii Křížíkovy fontány. V myšlenkách lidí se objevuje možnost uspořádat podobný podnik jako v roce 1891 a prezentovat tak znovunabytou svobodu a sebevědomí.

V dubnu 1990 se poprvé schází výstavní výbor Společnosti pro Všeobecnou československou výstavu, setkává se bohužel s menším ohlasem než před sto lety. Čas neúprosně utíkal, k realizaci výstavy chyběly peníze, dodavatelé i vystavovatelé. Podobně jako před sto lety se organizátoři potýkali s problémy po celou dobu příprav a před zahájením výstavy.

Všeobecná československá výstava byla otevřena symbolicky opět 15. května a trvala až do 28. října, výročí vzniku Československa. V budově Lapidária Národního muzea byla stálá expozice retrospektivní výstavy 1791-1891, v Průmyslovém paláci se na společné výstavě představily města Praha a Bratislava, vývoj architektury a umění, 100let českého plakátu a slovenské fotografie a každodenní kultura a životní styl. Marodovo panorama bylo v rekonstrukci, na Bruselské cestě byla expozice zemědělství a potravinářství. Dále následoval pavilon Subterry s ukázkou výstavby pozemních zařízení a Dětský svět s mnoha příležitostmi pro nejrůznější hry. K stálým expozicím patřila i výstava historie poštovníctví v pavilonu Historické pošty a ekologický pavilon s tématem Příroda a civilizace. Nejzajímavější programy byly k vidění na znovuzrozené Křížíkově

fontáně. Která se nachází prakticky na stejném místě původní fontány. V jejímž okolí vyrostly nově čtyři univerzální výstavní pavilony architekta M. Brixe, které po výstavě nikdo nenazval jinak než Křížíkovy pavilony. Dále byl postaven další univerzální výstavní pavilon architekta J. Matyáše nazvaný podle svého tvaru Pyramida.

V průběhu výstavy se ukázalo, že Společnost pro Všeobecnou československou výstavu svou roli organizátora nezvládlo. Chyběly návštěvy významných osobností, výstavu navštívilo relativně málo návštěvníků. Po výstavě zůstaly nevyřešené majetkové vztahy a velké finanční dluhy.

(Halada, J.: Výstaviště v srdci Evropy)

#### **4.1.9 Povodeň 2002**

Pětisetletá voda zasáhla i areál Výstaviště v Praze Holešovicích, který výrazně poznamenala. Jeho dolní část se stala prakticky součástí toku řeky Vltavy. Hladina vody místy dosahovala výšky přes šest metrů. Povodeň zaplavila tenisové kurty, střelnici, Křížíkovu fontánu, Křížíkovy pavilony, Maroldovo panorama a některé další objekty. Dále se pod vodou částečně ocitlo divadlo Globe, Pyramida a Spirála, zábavní atrakce, plavecký stadion i administrativní budova. Do horní části Výstaviště, kde se nachází hlavní veletržní budova Průmyslový palác, Lapidárium Národního muzea, expozice Mořský svět a restaurace, voda nepronikla. Bylo zalito zhruba dvacet z třiceti šesti hektarů celkové plochy areálu. I přes citelné zasažení areálu proběhly veškeré výstavní akce roku 2002 podle plánu a bez větších potíží.

### **4.2 Současnost Výstaviště**

#### **4.2.1 Majetkové poměry**

Vlastníkem areálu Výstaviště je od jeho výstavby v roce 1891 Hlavní město Praha. V minulosti jej spravovala společnost Výstaviště a.s., která ukončila svou činnost v listopadu roku 2001. Téhož roku uzavřelo Hlavní město Praha nájemní smlouvu se společností Incheba Praha spol. s r.o. o pronájmu Výstaviště na dobu 15 let s možností jejího prodloužení o 5 let, při ročním nájemném 60 mil. korun. Pátým dodatkem nájemní smlouvy byla posléze smlouva pozměněna. Doba nájmu byla prodloužena na šedesát let s průměrným nájemným 20 milionů korun ročně. Incheba Praha na sebe na základě dohody

přebírá náklady na obnovu a rozvoj areálu ve výši jedné miliardy korun, veškeré takto vložené investice následně převede bezplatně darovací smlouvou hlavnímu městu.

([http://www.praha-mesto.cz/\(wnra0xus5xpl0u45esqkn3vq\)/default.aspx?Id=16089&ido=5074&sh=-848154664](http://www.praha-mesto.cz/(wnra0xus5xpl0u45esqkn3vq)/default.aspx?Id=16089&ido=5074&sh=-848154664))

#### 4.2.2 Současné možnosti areálu Výstaviště

Na pražském Výstavišti v Holešovicích se koná ročně více než padesát výstavních a veletržních akcí, plochu areálu tvoří zhruba 320 000 metrů čtverečních. Vzhledem k polyfunkčnosti areálu se zde konají nejen výstavní akce, ale Výstaviště se stává rovněž hostitelem kulturních, zábavních a sportovních akcí.

Areál Výstaviště prochází dlouhodobou rekonstrukcí. Jedná se o rekonstrukci jak výstavních prostor a infrastruktury tak i dalších částí areálu. V posledních letech k rozvoji výstavnictví v těchto prostorách přispělo jak vybudování zázemí pro vystavovatele a návštěvníky, například v podobě nových sociálních zařízení ve většině budov areálu, nové šatny, podpora restauračních zařízení v místě konání veletrhů, propojení Průmyslového paláce s Křižíkovými pavilony proskleným koridorem, tak i zlepšení dopravní situace a parkování v areálu Výstaviště, nebo navrácení Průmyslovému paláci jeho původní tvář, tak jak si jej pamatují pamětníci před příchodem totalitního režimu, avšak s novými topnými rozvody a instalací.

Dále se během posledních let podařilo obnovit činnost pavilonu Pyramida – Goja Music Hall, kde se pravidelně konají úspěšná muzikálová představení, a divadla Spirála. Dále je v horní části areálu umístěna stálá expozice mořské fauny a flory – Mořského světa, probíhají občasné představení v shakespearovském divadle Globe a pravidelná produkce Křižíkovi fontány. V provozu je i plavecký bazén a stálé pouťové atrakce umístěné

ve spodní části areálu. Návštěvníky areálu lákají v době svého konání i Matějská a Podzimní pouť, stálá muzejní expozice v Lapidáriu Národního muzea a místní restaurace. V činnosti je i Malá sportovní hala, ve které se konají koncerty, výstavy a firemní prezentace a v zimním období je zde možnost veřejného bruslení.

Výstaviště Praha se stalo vyhledávaným místem nejen kvůli konání více jak padesáti veletržních akcí ročně ale i díky svému ostatnímu kulturnímu, sportovnímu a zábavnímu dění.

### 4.2.3 Současné konkurenční areály

V současné době jsou z hlediska konání výstav a veletrhů hlavními konkurenty pražského Výstaviště prostory Veletržního paláce, Kongresového Centra a především Pražského veletržního areálu v Letňanech. Z celorepublikového pohledu pak i výstaviště v Brně.

Veletržní palác v Praze postaven v letech 1925 – 1929 podle projektu Oldřicha Tyla a Josefa Fuchse sloužil od svého vzniku až do roku 1951 k pořádání Pražských vzorkových veletrhů. Později se stal sídlem několika podniků zahraničního obchodu, velkorysé výstavní prostory byly dřevěnými přepážkami rozděleny na desítky kanceláří. A právě to byla jedna z příčin velikého požáru, který 14. srpna 1974 Veletržní palác znatelně poničil. Ve druhé polovině 80. let byla zahájena rekonstrukce Veletržního paláce pro potřeby Národní galerie. V současné době slouží budova ke stálé prezentaci Národní galerie, k pořádání výstav a veletrhů a příležitostným komerčním pronájmům.

([www.acexpo.cz](http://www.acexpo.cz))

V roce 1998 (na dobu 5 let) byla postavena tzv. nultá etapa veletržního areálu v Praze Letňanech (Pražského veletržního areálu - PVA). Ta představuje maximální kapacitu 70 000 m<sup>2</sup> výstavní plochy (první úspěšnou akcí zde byl 9. mezinárodní stavební veletrh FOR ARCH, který se konal v září 1998). Výstavními pavilony jsou prozatím mobilní veletržní haly. Urbanistická a architektonická koncepce, která je zde realizována, splňuje požadavky na flexibilitu výstavních prostor.

([www.pva.cz](http://www.pva.cz), [www.abf.cz](http://www.abf.cz))

Společnosti ABF, a.s., která veletržní areál provozuje, se v posledních letech podařilo soustředit více než polovinu pražského trhu do Letňan. PVA Letňany navštívilo v roce 2003 téměř půl milionu návštěvníků, kteří měli možnost zhlédnout 41 výstavních a veletržních akcí, na nichž se představilo 8,5 tisíce vystavovatelů.

(<http://www.estav.cz/zpravy/clanek171.asp>)

Dalším místem pro pořádání výstav menších rozměrů v Praze je Kongresové centrum Praha. To bylo postaveno na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let minulého století. Palác kultury, jak se tehdy stavba nazývala, byl slavnostně otevřen dne 2.dubna 1981 u příležitosti XVI. sjezdu Komunistické strany Československa, který zde byl zahájen o čtyři dny později. Kromě stranických zasedání a politických jednání se palác stal rovněž místem společenského a kulturního dění. Dnes se zde konají výstavy, kongresy, konference a jiné.

(www.kcp.cz)

Brno navrhovalo stavbu mezinárodního výstaviště již od roku 1918. Potýkalo se však s upřednostňováním Prahy mimo jiné kvůli již postavenému výstavišti z roku 1891. Výstavba brněnského výstaviště se začala až o několik let později a dokončena byla při příležitosti konání Výstavy soudobé kultury v Československu jako oslavy 10. výročí založení republiky. Ta se uskutečnila v roce 1928. Brno tak získalo moderní a největší výstaviště v předválečném Československu o rozloze 360 000 m<sup>2</sup> (s hrubou výstavní plochou v pavilonech 30 355 m<sup>2</sup>). Výstavu tehdy navštívilo 2 700 000 návštěvníků. V předválečném období zde bylo organizováno na 50 národních výstavních akcí. Rozvoj veletržního života začíná v polovině padesátých let, v roce 1959 je uspořádán první ročník Mezinárodního veletrhu Brno, zaměřen na strojírenství. V současnosti se areál brněnského výstaviště rozkládá na celkové ploše 65 ha a nabízí 196 000 m<sup>2</sup> hrubé výstavní plochy, z toho je 107 000 m<sup>2</sup> kryté plochy a 89.000 m<sup>2</sup> na volné ploše výstaviště.

(www.bvv.cz)

### 4.3 Budoucnost Výstaviště

Společnost Incheba Praha by chtěla vybavit výstavní pavilony tak, aby odpovídaly veletržním standardům dvacátého prvního století a aby poskytovaly kvalitní služby jak vystavovatelům tak návštěvníkům. Vzhledem k historii Průmyslového paláce a areálu vůbec se však musí veškeré úpravy projednávat s památkáři a jejich cesta je pak poněkud zdoluhavější.

(Výstavnictví, vychází jako příloha časopisu Strategie, 24.06.2002, MK ČR E 6251, ISSN 1210-3756)

#### 4.3.1 Plány vývoje areálu

V dohledné době má vyrůst na Bruselské cestě v areálu Výstaviště zcela nový polyfunkční objekt s plaveckým bazénem. Sloužit má především pro zábavu a sportovní vyžití. Dále je plánováno zastřešení Křížíkových pavilonů a tím vytvoření nového výstavního pavilonu. V oblasti infrastruktury se počítá s vybudováním nové příjezdové komunikace pro celkové zlepšení dopravní situace.

Dalším objektem, který v prostorách areálu vznikne, bude pavilon pro Slovanskou epopej. O umístění cyklu dvaceti monumentálních obrazů Alfonse Muchy právě

na pražském Výstavišti rozhodl Magistrát hlavního města Prahy. Novostavba bude umístěna na rozhraní Stromovky a Výstaviště u Bruselské cesty.

([http://www.praha-mesto.cz/\(cfsdelabwzjwtx55mqcbq2qq\)/default.aspx?Id=62474&ido=5074&sh=1623016536](http://www.praha-mesto.cz/(cfsdelabwzjwtx55mqcbq2qq)/default.aspx?Id=62474&ido=5074&sh=1623016536))

#### **4.3.2 Konkurenční plány**

Budoucnost areálu Výstaviště v Praze Holešovicích významně ovlivní dostavba nového „kamenného“ veletržního areálu na místě dnešního Pražského veletržního areálu v Letňanech. Ten je v dnešní době v takzvané nulté etapě svého vývoje a výstavy a veletrhy se konají v provizorních montovaných veletržních halách. V budoucích letech je v plánu dostavba tohoto areálu a vytvoření tak moderního multifunkčního výstaviště. Ve fázi výstavby je již projekt prodloužení trasy metra C z Ládví právě do Letňan. Konečnou stanicí bude prosklená hala těsně sousedící s veletržním areálem. Kromě toho by zde mělo být postaveno i vlakové nádraží Praha-sever. Plán dokončení celého projektu je v roce 2008. V současné době se stále (již od roku 1996) hledá vhodný investor, který umožní přeměnu veletržního areálu na moderní výstaviště. Konečné rozhodnutí by mělo padnout v průběhu letošního roku.

(<http://archiv.newton.cz/mf/2004/09/18/a9fc8038c593a929d09d6f185340825b.asp>)

## ZÁVĚR

Výstaviště v Praze – Holešovicích se může pochlubit od doby svého vzniku až doposud různými fázemi svého vývoje. V celé své historii hrálo v oboru výstavnictví významnou roli. Odehrály se zde mezní události, které částečně vedly k přeměně chápání výstav a veletrhů jako komunikačního nástroje. Výstaviště Praha – Holešovice je nejstarším veletržním areálem na našem území.

V současné době je Výstaviště jedním z nejvytíženějších veletržních areálů v Praze i v České republice. Každoročně se zde koná na 50 veletržních akcí, které jsou pořádány různými veletržními organizátory. Nejvíce akcí uskutečňuje Incheba Praha spol. s r.o. (organizované výstavy a veletrhy: Pragointerier&Newdesign, Móda Praha, Autoshow Praha, Pragomedica, Pragoregula, Pragothem/Frigothem, prostřednictvím Agentury Triumf i Holiday World a mnoho dalších), dále jsou zastoupeny společnosti M.I.P. Group (Reklama&Polygraf, Bydlení, Antik), Progres Partners Advertising (Aquatherm, Sběratel), Arrow Trade (Intergas), Svět Knihy (Svět Knihy), Střechy Praha (Střechy Praha) a další.

Budoucnost tohoto veletržního areálu částečně závisí na konkurenčních plánech a možnostech, avšak své místo si bezpochyby najde. Ať už pro konání výstav a veletrhů či firemních prezentací, tak i pro společensko kulturní vyžití a sportovní akce.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] HALADA, J. Výstaviště v srdci Evropy. 1. vydání. Praha: Epoque, 1997. 72 s. ISBN-80-902129-66-4
- [2] HLAVAČKA, M. Jubilejní výstava 1891. 1. vydání. Praha: TECHKOM, 1991. 152 s. ISBN 80-901016-0-7
- [3] PAVLŮ, D. Výstavy veletrhy – historie, teorie, praxe, komunikační specifika. Praha: Merkur, 1988. 178 s. ISBN 51-582-88
- [4] PELSMACKER, P. a kol. Marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing, 2003. 600 s. ISBN 80-247-0254-1
- [5] přednášky FMK UTB, 2002-2004
- [6] Výstavnictví, vychází jako příloha časopisu Strategie, 4. 6. 2001, MK ČR E 6251, ISSN 1210-3756
- [7] Výstavnictví, vychází jako příloha časopisu Strategie, 24.06.2002, MK ČR E 6251, ISSN 1210-3756
- [8] <http://archiv.newton.cz/mf/2004/09/18/a9fc8038c593a929d09d6f185340825b.asp>
- [9] [http://www.expo2005.cz/cs/expo\\_2005/history\\_expo.shtml](http://www.expo2005.cz/cs/expo_2005/history_expo.shtml)
- [10] <http://www.estav.cz/zpravy/clanek171.asp>
- [11] [http://mam.ihned.cz/index.php?p=100000\\_d&&article\[id\]=15275900&article\[what\]=veletr%9En%ED+organiz%E1to%F8i](http://mam.ihned.cz/index.php?p=100000_d&&article[id]=15275900&article[what]=veletr%9En%ED+organiz%E1to%F8i)
- [12] [http://www.praha-mesto.cz/\(cfsdelabwzjwtx55mqcbq2qq\)/default.aspx?Id=62474&ido=5074&sh=1623016536](http://www.praha-mesto.cz/(cfsdelabwzjwtx55mqcbq2qq)/default.aspx?Id=62474&ido=5074&sh=1623016536)
- [13] [http://www.praha-mesto.cz/\(wnra0xus5xpl0u45esqkn3vq\)/default.aspx?Id=16089&ido=5074&sh=-848154664](http://www.praha-mesto.cz/(wnra0xus5xpl0u45esqkn3vq)/default.aspx?Id=16089&ido=5074&sh=-848154664)
- [14] [http://www.stromovka.cz/stromovka/strom\\_hist.htm](http://www.stromovka.cz/stromovka/strom_hist.htm)
- [15] [www.abf.cz](http://www.abf.cz)
- [16] [www.acexpo.cz](http://www.acexpo.cz)
- [17] [www.amasia.cz](http://www.amasia.cz)
- [18] [www.bvv.cz](http://www.bvv.cz)

[19] [www.czechfairs.cz](http://www.czechfairs.cz)

[20] [www.incheba.cz](http://www.incheba.cz)

[21] [www.kcp.cz](http://www.kcp.cz)

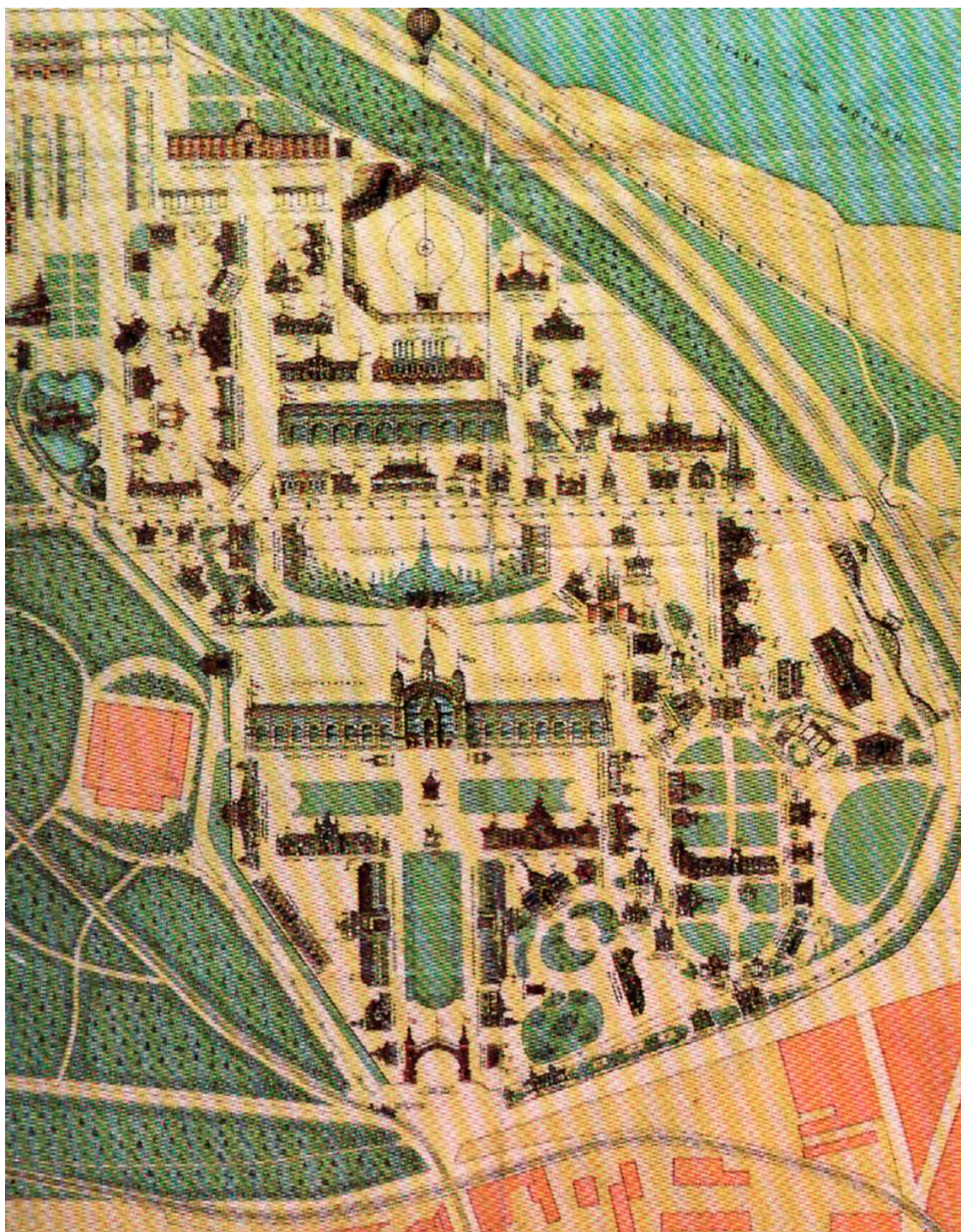
[22] [www.pva.cz](http://www.pva.cz)

## SEZNAM PŘÍLOH

- P I Plán areálu při konání Všeobecné zemské výstavě v roce 1891.
- P II Plán areálu Výstaviště v současné době.

**PŘÍLOHA P I:**

**PLÁN AREÁLU PŘI KONÁNÍ VŠEOBECNÉ ZEMSKÉ VÝSTAVĚ  
V ROCE 1891.**



## PŘÍLOHA P II:

### PLÁN AREÁLU VÝSTAVIŠTĚ V SOUČASNÉ DOBĚ.

