

Podpora malých a středních soukromých galerií

Bc. Florian Kitzberger

Diplomová práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Arts Management

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Bc. Florian Kitzberger
Osobní číslo:	K22445
Studijní program:	N0288P310001 Arts Management
Forma studia:	Kombinovaná
Téma práce:	Podpora malých a středních soukromých galerií

Zásady pro vypracování

Zpracujte reflexi dosavadního stavu poznání a prozkoumejte finanční výzvy, kterým čelí soukromé galerie. Analyzujte dlouhodobou finanční náročnost managementu galerie zaměřené na současné umění. Popište dostupné dotační programy pro kulturní instituce. Aplikujte poznatky získané z výsledků výzkumu a připravte projektový záměr pro konkrétní dotační výzvu, který může sloužit jako vzor pro malé a střední soukromé galerie současného umění.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace. Expert*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4487-2.
JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]. Manažer*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2724-0.
ŠEDIVÝ, Marek a MEDLÍKOVÁ, Olga. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace: [art marketing v praxi]. Management*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4040-9.
TOWSE, Ruth. *A textbook of cultural economics*. Cambridge University Press, 2019. ISBN 978-1-108-43200-9.
VARBANOVA, Lidia. *Strategic management in the arts*. New York: Routledge, 2013. ISBN 978-0-415-53003-3.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Eva Šviráková, Ph.D.**
Kabinet teoretických studií

Datum zadání diplomové práce: **2. prosince 2024**

Termín odevzdání diplomové práce: **23. května 2025**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

Mgr. Jana Ovčáčková, Ph.D.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 2. prosince 2024

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení diplomové práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na diplomové práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá problematikou financování malých a středních soukromých galerií současného umění v České republice. Zaměřuje se na analýzu jejich specifických potřeb, identifikaci hlavních překážek udržitelného provozu a zmapování dostupných možností finanční podpory z veřejných i soukromých zdrojů. V první části této práce jsou představeny základní charakteristiky těchto institucí a jejich zařazení do kulturní ekonomiky, včetně přehledu grantových programů. Druhá část přináší doporučení pro zlepšení jejich situace – konkrétní návrhy opatření, strategií a forem spolupráce s veřejným i soukromým sektorem. Součástí práce jsou také případové studie dvou konkrétních galerií, které umožňují srovnání českého a zahraničního kontextu.

Klíčová slova: soukromé galerie, současné umění, financování kultury, veřejná podpora, kulturní politika, dotace, granty, spolupráce, strategie

ABSTRACT

This thesis focuses on the issue of funding for small and medium-sized private contemporary art galleries in the Czech Republic. It analyzes their specific needs, identifies key obstacles to sustainable operation, and maps the available forms of financial support from both public and private sources. The first part of the thesis introduces the fundamental characteristics of these institutions and their role within the cultural economy, including an overview of relevant grant programs. The second part offers recommendations for improving their situation – including concrete proposals for measures, strategies, and models of cooperation with both the public and private sectors. The thesis also includes two case studies of selected galleries, allowing for a comparison between the Czech and international contexts.

Keywords: private galleries, contemporary art, culture financing, public support, cultural policy, subsidies, grants, cooperation, strategies

Rád bych touto cestou vyjádřil poděkování své vedoucí diplomové práce, paní doc. Ing. Evě Švirákové, Ph.D., za odborné vedení, cenné metodologické a obsahové podněty, důslednou zpětnou vazbu a vstřícný přístup během celého procesu tvorby práce. Její odborné znalosti, profesní zkušenosti a podpora významně přispěly ke kvalitě i odborné úrovni této práce.

OBSAH

ÚVOD.....	11
1 DEFINICE ZÁKLADNÍCH POJMŮ.....	12
1.1 SOUKROMÉ GALERIE	12
1.2 MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY	13
2 ZAŘAZENÍ STŘEDNÍCH A MALÝCH SOUKROMÝCH GALERIÍ DO KULTURNÍHO ODVĚTVÍ.....	14
2.1 KREATIVNÍ EKONOMIKA.....	14
2.2 TROJSEKTOROVÉ ČLENĚNÍ KULTURY	15
2.3 KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL JAKO FAKTOR EKONOMICKÉHO A SOCIÁLNÍHO ROZVOJE REGIONŮ.....	16
3 HISTORIE A VÝVOJ SOUKROMÝCH GALERIÍ	18
4 ROLE MALÝCH A STŘEDNÍCH SOUKROMÝCH GALERIÍ V KULTURNÍM A EKONOMICKÉM KONTEXTU	20
5 PŘEHLED LEGISLATIVY A REGULACÍ TÝKAJÍCÍCH SE SOUKROMÝCH GALERIÍ.....	22
6 SOUČASNÝ STAV MALÝCH A STŘEDNÍCH SOUKROMÝCH GALERIÍ V ČR.....	24
7 SWOT ANALÝZA	26
7.1 SWOT ANALÝZA PRO SOUKROMÉ KOMERČNÍ GALERIE V ČR.....	27
8 ANALÝZA POTŘEB A PROBLÉMŮ MALÝCH A STŘEDNÍCH SOUKROMÝCH GALERIÍ.....	29
8.1 PROČ POTŘEBUJE SOUKROMÁ GALERIE PODPORU	29
8.2 PODPORA UPLATŇOVANÁ V JINÝCH STÁTECH.....	30
9 PŘÍPADOVÉ STUDIE VYBRANÝCH GALERIÍ.....	33
9.1 PŘÍPADOVÁ STUDIE Č. 1 – STAGE GARDEN GALLERY CREARS	33
9.2 PŘÍPADOVÁ STUDIE Č. 2 – CURVA PURA GALLERY (IT)	35
9.3 SHRUTÍ A ZÁVĚR PŘÍPADOVÝCH STUDIÍ.....	38
10 MOŽNOSTI FINANČNÍ PODPORY MALÝCH A STŘEDNÍCH GALERIÍ Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ	40
10.1 DOTAČNÍ VÝZVY MINISTERSTVA KULTURY	40
10.2 DOTAČNÍ VÝZVY STÁTNÍHO FONDU KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY.....	42
10.3 DOTAČNÍ VÝZVY TECHNOLOGICKÉ AGENTURY ČR TÝKAJÍCÍ SE KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ.....	44
10.4 DOTACE ÚZEMNĚ SPRÁVNÍCH CELKŮ A JEJICH VÝZNAM PRO SOUKROMÉ GALERIE	45
10.5 PRAKTICKÉ VYUŽITÍ V SOUKROMÝCH GALERIÍCH.....	47

10.6	AKTUÁLNÍ MOŽNOSTI PODPORY PRO SOUKROMÉ GALERIE V ČR	48
11	NÁVRH KONKRÉTNÍCH OPATŘENÍ A STRATEGIÍ PRO SOUKROMÉ GALERIE	49
12	DOPORUČENÍ PRO ZLEPŠENÍ SITUACE GALERIÍ.....	51
12.1	ZAVEDENÍ SYSTÉMOVÉ VEŘEJNÉ PODPORY PRO NEZISKOVĚ ORIENTOVANÉ SOUKROMÉ GALERIE	51
12.2	POSÍLENÍ GRANTOVÉ GRAMOTNOSTI A PROFESIONALIZACE ŘÍZENÍ.....	51
12.3	VYTVÁŘENÍ SÍTÍ A SDÍLENÍ KNOW-HOW.....	51
12.4	PODPORA SPOLUPRÁCE SE SOUKROMÝM SEKTOREM A MECENÁŠTVÍM.....	52
12.5	PODPORA REZIDENČNÍCH, VZDĚLÁVACÍCH A KOMUNITNÍCH PROGRAMŮ	52
12.6	VĚTŠÍ ZAPOJENÍ GALERIÍ DO KULTURNÍ POLITIKY	52
13	MOŽNOSTI SPOLUPRÁCE S VEŘEJNÝM SEKTOREM NEJEN V OBLASTI GRANTŮ A DOTACÍ	53
13.1	PARTNERSTVÍ S MĚSTY A OBCEMI V OBLASTI KULTURNÍCH PROJEKTŮ.....	53
13.2	KURÁTORSKÉ SPOLUPRÁCE S VEŘEJNÝMI INSTITUCEMI.....	53
13.3	UMĚNÍ VE VEŘEJNÉM PROSTORU	53
14	MOŽNOSTI SPOLUPRÁCE SE SOUKROMÝM SEKTOREM	55
14.1	DOPORUČENÍ PRO NAVÁZÁNÍ PARTNERSTVÍ S FIRMAMI	55
14.2	FIREMNÍ GALERIE NA MÍRU JAKO FORMA SPOLUPRÁCE	57
	ZÁVĚR.....	58
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	61
	SEZNAM OBRÁZKŮ	65
	SEZNAM TABULEK.....	66

ÚVOD

Vizuální umění a jeho prezentace prostřednictvím galerií představují nepostradatelnou součást kulturní infrastruktury každé vyspělé společnosti. V kontextu současné české kulturní scény sehrávají důležitou roli zejména malé a střední soukromé galerie, které se zaměřují na prezentaci současného výtvarného umění. Tyto instituce se často pohybují na pomezí kulturní mise a podnikatelské aktivity – usilují o objevování a podporu nových umělců, o rozvíjení odborného diskurzu i o zpřístupnění umění širší veřejnosti. Na rozdíl od státních a neziskových institucí však fungují bez systematické a předvídatelné veřejné podpory, což výrazně ovlivňuje jejich provozní stabilitu a schopnost dlouhodobého plánování.

Diplomová práce se zaměřuje na problematiku financování těchto galerií a klade si za cíl identifikovat jejich specifické potřeby, mapovat dostupné nástroje veřejné i soukromé podpory a navrhnout možná opatření, která by přispěla k jejich udržitelnému rozvoji. V první části práce jsou teoreticky ukotveny pojmy jako kulturní a kreativní průmysly, definovány soukromé galerie v rámci malých a středních podniků a analyzována jejich historická role i současná funkce v kulturním a ekonomickém prostředí České republiky. Práce se také věnuje přehledu legislativního rámce a grantových výzev, které jsou těmito institucím dostupné.

Druhá část práce má aplikační charakter a nabízí konkrétní doporučení a strategie, jak posílit pozici malých a středních galerií. Vychází z analýzy potřeb těchto institucí, inspiruje se příklady ze zahraničí a představuje také dvě případové studie – české galerie stage garden Gallery CREARS a římské Curva Pura Gallery. Tyto příklady umožňují nahlédnout do každodenní praxe provozu galerie, ilustrují různé modely financování a ukazují, jak důležitou roli může sehrávat mezinárodní kontext i lokální kulturní prostředí.

Výsledkem této práce není jeden univerzální návod, ale soubor nástrojů, přístupů a doporučení, které mohou být inspirací pro galeristy, kulturní manažery i tvůrce kulturní politiky. Téma je aktuální nejen v souvislosti s proměnami vnímání role kultury ve společnosti, ale také v kontextu hledání efektivního využívání veřejných prostředků, podpory kulturní diverzity a vytváření kvalitního kulturního prostředí napříč regiony.

1 DEFINICE ZÁKLADNÍCH POJMŮ

1.1 Soukromé galerie

Soukromé komerční galerie hrají klíčovou roli v počáteční fázi etablování umělce na domácím i zahraničním trhu. Jejich hlavním cílem je objevovat a podporovat mladé talenty v oblasti současného umění (contemporary a emerging art) a prostřednictvím dlouhodobé spolupráce usilovat o jejich úspěšné začlenění do širšího uměleckého kontextu. Profesionální galerie tohoto typu představují zásadní odrazový můstek pro další rozvoj umělcovy tvorby v kulturním prostředí.

Je však důležité rozlišovat mezi různými typy galerií, které v českém prostředí působí. Vedle nekomerčních výstavních institucí, tzv. non-profit space, které se zaměřují především na prezentaci současného umění bez přímého obchodního záměru, se v posledních desetiletích stále častěji objevují také soukromé komerční galerie. Tyto galerie dlouhodobě zastupují vybrané umělce, systematicky s nimi spolupracují a obchodují s jejich díly. Často se rovněž účastní mezinárodních veletrhů umění a aktivně se podílejí na budování kariér zastupovaných autorů. Naproti tomu nekomerční galerie fungují spíše na základě kurátorských výběrů, realizují menší autorské či tematické výstavy a jejich činnost je zpravidla financována z veřejných zdrojů a grantů. Oba typy galerií představují důležité složky kulturní infrastruktury a společně přispívají k rozvoji a pluralitě současné výtvarné scény v České republice. Pojem galerie se také často nesprávně používá pro kamenné obchody nabízející umělecké předměty včetně děl různých autorů, avšak bez navázání jakéhokoli hlubšího vztahu mezi majitelem a umělcem, který by přispíval k budování umělcova renomé. Jako další definici můžeme uvést, že soukromá komerční galerie je umělecká instituce vlastněná převážně soukromým subjektem, jejímž hlavním cílem je obchod s výtvarným uměním. Funguje na principu dlouhodobé spolupráce s vybranými umělci, jejichž díla aktivně prezentuje, propaguje a prodává sběratelům, investorům nebo muzeím. Financování soukromých komerčních galerií je primárně založeno na provizích z prodeje uměleckých děl, ale může zahrnovat i další zdroje, jako jsou sponzorské příspěvky, granty nebo partnerské spolupráce.¹

¹ SKŘIVÁNEK, *Podpora trhu se současným výtvarným uměním*, 2010, s. 34.

1.2 Malé a střední podniky

Malé a střední podniky (MSP) jsou definovány podle Doporučení Komise 2003/361 jako společnosti, jejichž počet zaměstnanců a ekonomická síla nepřekračují stanovené limity. Střední podnik zaměstnává méně než 250 osob, má roční obrat nepřesahující 50 milionů EUR nebo bilanční sumu do 43 milionů EUR. Malý podnik má méně než 50 zaměstnanců a roční obrat či bilanční sumu do 10 milionů EUR. Mikropodnik zaměstnává méně než 10 osob, jeho roční obrat nebo bilanční suma nepřesahuje 2 miliony EUR. V Evropské unii tvoří MSP více než 99 % všech podniků a poskytují dvě ze tří pracovních míst v soukromém sektoru, čímž se stávají klíčovým motorem hospodářství celé EU.

Definici malých a středních podniků (MSP) lze aplikovat i na soukromé komerční galerie, jelikož mnoho z nich spadá do této kategorie podle počtu zaměstnanců a finančních ukazatelů. Většinu soukromých galerií v České republice lze považovat za mikropodniky (méně než 10 zaměstnanců, obrat nebo bilanční suma do 2 milionů EUR) nebo malé podniky (méně než 50 zaměstnanců, obrat či bilanční suma do 10 milionů EUR). Pouze několik větších galerií, které mají rozsáhlejší tým a vyšší obrat by mohlo být klasifikováno jako střední podniky (méně než 250 zaměstnanců, obrat do 50 milionů EUR).²

² EUROPEAN UNION, *Doporučení Komise 2003/361 Malé a střední podniky*, 2003.

2 ZAŘAZENÍ STŘEDNÍCH A MALÝCH SOUKROMÝCH GALERIÍ DO KULTURNÍHO ODVĚTVÍ

Tato kapitola se zaměřuje na zařazení malých a středních soukromých galerií do širšího kontextu kulturní ekonomiky a na jejich roli v jednotlivých sektorech kulturního odvětví. Kulturní a kreativní odvětví tvoří rozsáhlý ekosystém, ve kterém se prolínají různé formy umělecké produkce, mediálního obsahu a kreativních služeb. Pro lepší orientaci v tomto prostředí se často využívá trojsektorové členění kultury, které rozděluje kulturní oblast do tří hlavních sektorů – tradičního kulturního sektoru, kulturních průmyslů a kreativních průmyslů. Každý z těchto sektorů se vyznačuje specifickým způsobem tvorby, distribuce a spotřeby kulturních produktů.

Soukromé komerční galerie, zejména ty spadající do kategorie malých a středních podniků (MSP), se v rámci tohoto členění řadí primárně do tradičního kulturního sektoru. Jejich hlavní činností je prezentace, podpora a prodej výtvarného umění, což odpovídá charakteristice neprůmyslových kulturních odvětví. Nicméně s rozvojem nových technologií a interdisciplinárních přístupů činnost některých galerií částečně zasahuje i do dalších sektorů, například kreativního průmyslu nebo kulturních průmyslů.

2.1 Kreativní ekonomika

Kreativní průmysly představují jeden z nejdynamičtějších sektorů v Evropě. Jejich význam dokládá i fakt, že přispívají 2,6 % k hrubému domácímu produktu Evropské unie a zaměstnávají přibližně 5 milionů lidí ve všech 27 členských státech EU. Tento sektor má zároveň vysoký potenciál růstu a nabízí kvalitní pracovní příležitosti. V kontextu rostoucí konkurence mezi regiony a městy je klíčové, aby si dokázaly udržet a přilákat kvalifikované lidské zdroje, tzv. kreativní třídu. Ta je charakteristická tím, že její pracovníci využívají především tvořivost a kreativní myšlení. Díky tomu přinášejí nové podněty, inovativní pohledy a podílejí se na vzniku nových produktů. Kreativní firmy se od běžných podniků liší zejména vyšším podílem kreativních pracovníků. Dalším rysem těchto firem je zaměření na specifický produkt, který je výsledkem lidské činnosti s vysokým podílem kreativity. Lidská kreativita je přitom schopnost přicházet s novými nápady a inovacemi, což je projevem inteligence ve spojení se znalostmi a tvořivým myšlením. Kreativní produkty mohou mít hmotnou i nehmotnou podobu a jejich hodnota je určena především zájmem uživatelů a tržní poptávkou, nikoli jen mírou kreativity obsaženou v produktu. Z hlediska systematického přístupu lze kulturu rozdělit do tří sektorů. Kulturní sektor zahrnuje instituce

jako divadla, muzea, knihovny a galerie. Kulturní průmysly se soustředí na oblasti jako film a video, knihy či videohry. Do kreativních průmyslů pak spadají obory jako architektura, reklama a design. Toto rozdělení reflektuje širší pojetí kultury, které zahrnuje jak tradiční umělecké a kulturní formy, tak i moderní kreativní odvětví s ekonomickým přesahem.³

2.2 Trojsektorové členění kultury

Trojsektorové členění kultury podle Institutu umění — Divadelního ústavu⁴ rozděluje kulturní oblast do tří hlavních sektorů:

Tradiční odvětví (kulturní sektor): Tento sektor zahrnuje neprůmyslová odvětví, jejichž produkty a služby nelze reprodukovat a jsou obvykle konzumovány na místě. Patří sem například výtvarné umění, divadlo, tanec a kulturní dědictví.

Kulturní průmysly (audiovizuální a mediální sektor): Zde se řadí průmyslová odvětví, kde je kulturní zboží určeno k reprodukci a hromadnému užití. Příkladem jsou film a video, knihy a tisk, televize, rozhlas, hudba a videohry.

Kreativní průmysly (tvůrčí sektor): Tento sektor zahrnuje odvětví, ve kterých jsou kulturní prostředky a myšlenky využívány k tvorbě výstupů i mimo tradiční kulturní oblast. Patří sem například architektura, reklama a design.

Toto členění vychází z dokumentu "Ekonomika kultury v Evropě" z roku 2006, který pro Evropskou komisi vypracovala společnost KEA.

Malé a střední podniky (MSP) v oblasti soukromých komerčních galerií lze v rámci trojsektorového členění kultury zařadit především do kulturního sektoru (tradiční odvětví), protože jejich hlavní činností je prezentace, podpora a prodej výtvarného umění. Tento sektor zahrnuje neprůmyslová kulturní odvětví, kde jsou produkty obvykle jedinečné a nejsou určeny k masové reprodukci, což odpovídá fungování většiny galerií.

Zároveň však může činnost soukromé galerie částečně zasahovat i do kreativních průmyslů, pokud například propojuje umění s designem, architekturou nebo reklamou, případně vytváří nové formy umělecké prezentace využívající digitální technologie. Některé galerie se také mohou podílet na kulturních průmyslech, pokud produkují publikace, katalogy nebo videoobsah o umění.

³ ŠVIRÁKOVÁ, *Kreativní projektový management*, 2013, s. 13.

⁴ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Vymezení kulturních průmyslů*, 2020, s. 5.

V kontextu financování a podpory lze MSP v galerijním sektoru vnímat jako klíčové aktéry kulturní ekonomiky, kteří fungují na pomezí umění a podnikání.⁵

2.3 Kulturní a kreativní průmysl jako faktor ekonomického a sociálního rozvoje regionů

Aktivní kulturní dění v určité lokalitě přispívá k jejímu hospodářskému růstu, posiluje její identitu a zvyšuje atraktivitu pro jednotlivce i organizace, které zde mohou realizovat nové projekty a podněcovat kreativní činnost. V celé Evropě lze pozorovat trend, kdy dochází k revitalizaci bývalých průmyslových areálů a jiných nevyužitých prostor, jež jsou transformovány na kulturní centra, podnikatelské klastry či vzdělávací instituce. Tyto procesy jsou často součástí širších městských a regionálních strategií, jejichž cílem je snížení odlivu obyvatel za pracovními příležitostmi, a naopak přilákání talentovaných odborníků, kreativců a kulturních aktérů.

Příkladem takového přístupu v českém prostředí je město Zlín, které navazuje na průmyslové a urbanistické dědictví Tomáše Bati a hledá nové způsoby, jak podporovat kulturní a kreativní průmysly. Zlín je zapojen do evropského programu URBACT a v rámci mezinárodní sítě Welcoming International Talent – Přijímání mezinárodních talentů zkoumá, jak může zlepšit podmínky pro příchod, udržení a integraci zahraničních profesionálů a kreativních pracovníků ve městě. Cílem této iniciativy je vytvoření podpůrného prostředí, které bude atraktivní pro kvalifikované jednotlivce ze zahraničí – včetně umělců, výzkumníků či podnikatelů – a pomůže posílit lokální ekonomiku, inovace a kulturní diverzitu.⁶

Kulturní a kreativní průmysl představuje významný faktor hospodářského růstu, avšak jeho rozvoj je podmíněn existencí efektivní lokální a regionální strategie. Tento sektor zahrnuje široké spektrum aktivit spojených s tvorbou, uchováváním, šířením a podporou umění a kultury, čímž se stává klíčovým nástrojem pro ekonomickou diverzifikaci regionu. Organizace kulturních událostí pak představuje dynamický ekonomický segment, který vytváří pracovní příležitosti v různých profesních oblastech, včetně projektového managementu, technické podpory, grafického designu, žurnalistiky, marketingu či audiovizuální produkce. Investice do kulturní infrastruktury navíc přispívají k posílení identity města a jeho image, přičemž budování kulturních center podporuje koncentraci

⁵ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Vymezení kulturních průmyslů*, 2020, s. 5.

⁶ DOTACEEU.CZ, *Město Zlín navazuje na tradici Tomáše Bati a hledá mezinárodní talenty*, 2019.

subjektů působících v kulturním a kreativním odvětví, což dále rozšiřuje nabídku pracovních míst a přispívá k celkovému rozvoji dané lokality.⁷

⁷ ŠVIRÁKOVÁ, *Kreativní projektový management*, 2013, s. 14.

3 HISTORIE A VÝVOJ SOUKROMÝCH GALERIÍ

Moderní galerijní systém se začal formovat koncem 19. století ve Francii. Galeristé jako Georges Petit či Paul Durand-Ruel se proslavili obchodováním s díly francouzských impresionistů. Na začátku 20. století pokračovali ve formování uměleckého trhu Ambroise Vollard, který podporoval Cézanna, Gauguina či Picassa, a Daniel-Henry Kahnweiler, který se stal hlavním galeristou nastupující generace kubistických umělců. Po druhé světové válce se New York, kde našla azyl řada významných evropských umělců, etabloval jako nové centrum současného umění. Tento vývoj předznamenal Pierre Matisse, syn slavného Henriho Matisse, který v roce 1931 otevřel galerii v New Yorku a stal se zprostředkovatelem pařížské avantgardy pro americké publikum. Mezi jeho oblíbené umělce patřili Balthus, Giacometti či Miró.⁸

V poválečné Evropě byla situace odlišná. V Německu byl obchod s uměním dlouho obtížný a obnovil se až v 50. letech, přičemž jedním z klíčových momentů byl vznik výstavy Documenta v Kasselu v roce 1955, která se etablovala jako jedno z nejdůležitějších světových setkání současného umění. Documenta také významně ovlivnila ceny uměleckých děl, která byla na výstavě prezentována. 60. léta byla obdobím ekonomického růstu, který se promítl i do světa umění. Vzniklo mnoho komerčních galerií a trh pro nové umění, přičemž pop art se stal hlavním směrem umělecké produkce. Toto období zároveň přivedlo na scénu fenomén galerijních veletrhů. V roce 1967 se v Kolíně nad Rýnem otevřel první veletrh umění, který měl za cíl propagovat německé umění v mezinárodním kontextu. O tři roky později, v roce 1970, se uskutečnil první ročník veletrhu Art Basel ve švýcarské Basileji, který se postupně stal nejvýznamnější mezinárodní akcí svého druhu na světě. Na konci 60. let se obchod se současným uměním stal populárním a začal se internacionalizovat, přičemž galerijní veletrhy a spolupráce mezi galeriemi z různých metropolí přispěly k propojování uměleckých trhů. Počátek 80. let přinesl hospodářský rozvoj v západní Evropě a Spojených státech, což mělo vliv i na trh s uměním. Umělecký trh se otevřel široké veřejnosti, která začala nakupovat umělecká díla ve větším objemu, což vedlo k růstu cen na trhu.⁹

V Československu byl vývoj soukromých galerií silně ovlivněn politickým režimem. Do konce 80. let byla kulturní a umělecká scéna přísně kontrolována komunistickým režimem, což znemožnilo vznik soukromých galerií. Všechno umělecké dění bylo

⁸ DRDOVÁ, *Komerční není sprosté slovo*, 2012.

⁹ Tamtéž

centralizováno a pod kontrolou státních institucí, jako byla Národní galerie, a různých státem podporovaných muzeí a galerií. I přesto se někteří umělci a sběratelé pokusili o nezávislé výstavy v neformálních prostorách, jako byly ateliéry nebo byty, což bylo vnímáno jako forma kulturního odporu.

Po sametové revoluci v roce 1989 a pádu komunistického režimu došlo k rozmachu soukromých galerií. Díky nově nabyté svobodě se umělecký trh otevřel a jednotlivci, umělci i sběratelé začali zakládat soukromé galerie. Tento proces byl podporován rostoucím zájmem o moderní umění a snahou o rehabilitaci české kulturní identity. Soukromé galerie se staly nejen obchodními místy pro prodej umění, ale také centry nových forem výstav a kulturních aktivit. V 90. letech se začaly rozvíjet galerie zaměřené na širší veřejnost a zároveň na profesionální umělecký trh. Galerie působily nejen v Praze, ale i v dalších městech, jako jsou Brno, Ostrava a Plzeň. Součástí tohoto období byla i organizace aukcí a vytváření sběratelské kultury. Důležitou součástí tohoto rozmachu byla spolupráce s mezinárodními uměleckými trhy, což vedlo k propojování české umělecké scény se světovými trhy. Mezi významné galerie vzniklé v 90. letech patří například galerie Jiří Švestka Gallery. Po roce 2000 se trh s uměním v České republice stále více profesionalizoval. Galerie se začaly specializovat na konkrétní oblasti umění – například moderní nebo současné umění, či na konkrétní autory. V tomto období se také zvýšil zájem o podporu mladých a nezávislých umělců, což vedlo k rozvoji alternativního umění a experimentálních výstavních formátů. Mezi významné galerie, které vznikly po roce 2000, patří například galerie Hunt Kastner Gallery, která svou činnost zahájila první výstavou v roce 2006.¹⁰

V současnosti jsou soukromé galerie v České republice etablovanou součástí kulturního života. Většina galerií se zaměřuje na výstavy současného umění a některé se specializují na konkrétní oblasti, jako je malba, socha, fotografie, design nebo digitální umění. Mnohé galerie se rovněž zaměřují na výstavy reflektující aktuální společenské a kulturní problémy. Tato rozmanitost nabídky, spolu s aktivním zapojením do mezinárodního uměleckého trhu, činí soukromé galerie klíčovými aktéry české kulturní a umělecké scény. Mezi nejvýznamnější soukromé galerie v současnosti patří Lucie Drdova Gallery, DSC Gallery, Hunt Kastner Gallery, Polansky Gallery, The Chemistry Gallery, Trafo Gallery, Jiří Švestka Gallery a další.¹¹

¹⁰ DRDOVÁ, *Institute privátní galerie ... a budování uměleckého jména*, 2017, s. 11.

¹¹ Tamtéž

4 ROLE MALÝCH A STŘEDNÍCH SOUKROMÝCH GALERIÍ V KULTURNÍM A EKONOMICKÉM KONTEXTU

Soukromé galerie sehrávají v kulturním kontextu zásadní roli. Jsou významnými aktéry v prezentaci, propagaci i podpoře současného výtvarného umění a fungují jako most mezi umělci, sběrateli, odbornou veřejností i širší společností. V první řadě zajišťují prostor pro vystavování uměleckých děl, čímž přispívají k veřejné prezentaci současné tvorby a utvářejí estetické i tematické trendy na umělecké scéně. Jako kurátorsky vedené instituce vybírají, jaká díla a umělci budou prezentováni, a tím aktivně ovlivňují kulturní diskurz a hodnotové vnímání současného umění. V mnoha případech se také podílejí na objevování a podpoře mladých a začínajících umělců, kteří prostřednictvím výstav v soukromých galeriích často získávají první odborné i veřejné uznání. Soukromé galerie zároveň sehrávají roli zprostředkovatele mezi umělcem a trhem. Podporují umělce nejen prodejní činností, ale také budováním jejich kariéry, například účastí na mezinárodních veletrzích umění, vydáváním publikací, spoluprací s institucemi nebo zapojením do odborných sítí. Z tohoto hlediska přispívají ke kulturní profesionalizaci a internacionalizaci české výtvarné scény.¹²

Dalším důležitým faktorem je jejich vzdělávací a společenská funkce. Řada galerií pořádá přednášky, komentované prohlídky, diskuse a jiné doprovodné programy, které rozšiřují povědomí veřejnosti o současném umění a posilují kulturní gramotnost společnosti. Soukromé galerie tak napomáhají tomu, aby se umění stalo přirozenou součástí veřejného prostoru i běžného života.

Soukromé galerie v kulturním kontextu významně přispívají k formování kulturní identity společnosti, rozvíjejí kritické myšlení a svým nezávislým postavením obohacují kulturní rozmanitost.

Z ekonomického úhlu pohledu se kulturní instituce pohybují mezi třemi základními sektory – obchodním, vládním a nezávislým. To, ve kterém z těchto sektorů bude většina z nich primárně působit, závisí na konkrétním politickém systému a specifikách daného kulturního segmentu.¹³

V ekonomickém kontextu hrají soukromé galerie důležitou a často podceňovanou roli, která přesahuje samotný prodej umění. Jsou nedílnou součástí kulturních a kreativních průmyslů, které v rámci Evropské unie tvoří významný podíl HDP a zaměstnávají miliony

¹² DRDOVÁ, *Instituce privátní galerie ... a budování uměleckého jména*, 2017, s. 10.

¹³ SVOBODA a ŠKARABELOVÁ, *Ekonomika kultury*, 2024, s. 14.

lidí. Soukromé galerie se tak podílejí nejen na ekonomické hodnotě kulturního sektoru, ale i na tvorbě pracovních míst a stimulaci lokálních ekonomik.

Jedním z klíčových ekonomických přínosů soukromých galerií je vytváření prostoru pro obchod s uměním. Galerie zajišťují ekonomické zázemí pro umělce, kterým poskytují platformu pro prodej jejich děl, čímž přispívají k jejich finanční stabilitě a dalšímu rozvoji. Zároveň fungují jako zprostředkovatelé mezi umělci a kupujícími – sběrateli, investory, institucemi nebo korporátní klientelou. Ve své podstatě tak galerie fungují jako malé podniky, které přispívají k oběhu kapitálu v oblasti vizuálního umění. Soukromé galerie rovněž podporují rozvoj sekundárního trhu s uměním – aukcí a sběratelství – čímž stimulují investiční zájem o umělecká díla. Umění je vnímané jako alternativní investiční komodita a dobře zavedené galerie mají potenciál zvyšovat tržní hodnotu zastupovaných umělců, čímž vytvářejí ekonomickou přidanou hodnotu nejen pro umělce samotné, ale i pro investory a sběratele.¹⁴

Ekonomický přínos galerií je však patrný i v jejich multiplikačním efektu. Podporují řadu návazných profesí – od grafiků, kurátorů, technických pracovníků, přes architekty a designéry, až po IT specialisty a pracovníky v oblasti PR a marketingu. Výstavy a kulturní akce pořádané galeriemi často přivádějí návštěvníky do měst a obcí, čímž přispívají k rozvoji místní ekonomiky, turismu a služeb. Galerijní činnost rovněž zvyšuje kulturní kapitál daného místa a tím i jeho atraktivitu pro investory, obyvatele a tvůrčí profese.

Souhrnně lze říci, že malé a střední soukromé galerie mají nezastupitelné postavení v kulturním i ekonomickém systému. Představují významný nástroj podpory umělců, šíření současného umění, formování kulturní identity a zároveň napomáhají ekonomickému růstu a udržitelnému rozvoji kreativních měst a regionů.

¹⁴ DRDOVÁ, *Institute privátní galerie ... a budování uměleckého jména*, 2017, s. 10.

5 PŘEHLED LEGISLATIVY A REGULACÍ TÝKAJÍCÍCH SE SOUKROMÝCH GALERIÍ

Právní rámec upravující činnost soukromých galerií v České republice je poměrně rozsáhlý a zahrnuje několik klíčových oblastí legislativy. Tyto právní normy se týkají jak samotného podnikání v oblasti umění, tak i ochrany kulturního dědictví a autorských práv. Soukromé galerie tak musí splňovat řadu požadavků spojených s obchodní regulací, daněmi, licencemi a mezinárodním obchodováním s uměleckými díly.

Vzhledem k tomu, že galerie fungují na pomezí kulturního sektoru a trhu s uměním, je důležité porozumět specifickým legislativním podmínkám, které se na ně vztahují. Tato kapitola poskytne přehled základních zákonů a regulací, které ovlivňují provoz soukromých galerií, a zaměří se na čtyři hlavní oblasti: obchodní a daňovou regulaci, právní aspekty obchodování s uměleckými díly a ochranu kulturního dědictví.

Obchodní a daňová regulace

Soukromé galerie jsou obvykle registrovány jako živnostníci (OSVČ) nebo obchodní společnosti (nejčastěji s.r.o.).

Pro jejich fungování platí:

Živnostenský zákon (zákon č. 455/1991 Sb.) – pro provoz galerie je nutná volná živnost „Maloobchod s uměleckými předměty“.

Zákon o dani z přidané hodnoty (zákon č. 235/2004 Sb.) – galerie mohou podléhat DPH, přičemž pro umělecká díla platí základní sazba DPH 21 %.

Zákon o účetnictví (zákon č. 563/1991 Sb.) – povinnost vést účetnictví v případě obchodních společností.

Obchodování s uměleckými díly a autorské právo

Autorský zákon (zákon č. 121/2000 Sb.) – galerie musí dodržovat pravidla týkající se prodeje děl chráněných autorskými právy. To zahrnuje právo resale right (právo na opětovný prodej), kdy musí autorovi nebo jeho dědicům být vyplacena částka z dalšího prodeje díla. Tímto autorským zákonem se v České republice zabývá GESTOR – ochranný svaz autorský, který je kolektivním správcem autorských práv, specializujícím se na správu práva na odměnu při opětovném prodeji originálů výtvarných děl.¹⁵

¹⁵ GESTOR, *Co je to právo na odměnu za opětovný prodej autorského díla*, 2008.

Zákon o ochraně spotřebitele (zákon č. 634/1992 Sb.) – vztahuje se na prodej umění koncovým zákazníkům.

Ochrana kulturního dědictví

Zákon o státní památkové péči (zákon č. 20/1987 Sb.) – pokud galerie obchoduje s díly, která jsou kulturními památkami nebo spadají pod ochranu UNESCO, musí splňovat zvláštní podmínky.

Zákon o prodeji a vývozu předmětů kulturní hodnoty (zákon č. 71/1994 Sb.) – galerie, které obchodují s uměním starším než 50 let a hodnotnějším než stanovený limit, musí získat povolení pro vývoz z ČR.

6 SOUČASNÝ STAV MALÝCH A STŘEDNÍCH SOUKROMÝCH GALERIÍ V ČR

Současná podoba galerijní scény v České republice se výrazně proměnila po roce 2000 v návaznosti na celospolečenské, ekonomické i kulturní změny. Vznikla řada nových galerijních subjektů, které se etablovaly jako významní aktéři ve sféře současného vizuálního umění. Mezi nimi hrají důležitou roli zejména malé a střední soukromé galerie. Ty lze charakterizovat především jejich nezávislostí na veřejné správě, menším organizačním týmem, omezenou kapacitou výstavních prostor a úzkým programovým zaměřením. Jejich činnost často osciluje mezi ryze komerčními cíli a kulturní misí, která zahrnuje podporu současného umění a jeho začleňování do veřejného diskurzu.

Typologicky lze tyto galerie rozlišit podle velikosti, struktury provozu i podle způsobu financování. Zatímco některé fungují na bázi komerční galerie, která systematicky zastupuje vybrané umělce a zajišťuje obchod s jejich díly, jiné spíše naplňují model tzv. independent art spaces – tedy galerijních prostorů, které fungují na neziskovém principu a realizují výstavní program bez přímé vazby na trh s uměním. V obou případech se však jedná o důležitou součást kulturní infrastruktury, která přispívá k rozvoji výtvarné scény i k ekonomickému oživení kulturních průmyslů.

Podle údajů Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (NIPOS) působilo v roce 2023 v České republice 477 muzeí a galerií, které byly přístupné veřejnosti.¹⁶ Je však důležité zdůraznit, že tento údaj nezahrnuje všechny existující soukromé galerie v České republice, neboť jejich evidence není povinná a mnohé z nich se v oficiálních statistikách neobjevují. Reálný počet aktivních soukromých galerií, zejména těch komerčně zaměřených, tak není přesně znám. Přesto lze konstatovat, že v posledních letech došlo k významnému nárůstu počtu soukromých galerií.

V České republice má tento segment galerií nejvyšší koncentraci v hlavním městě Praze, která nabízí největší tržní potenciál, kulturní zázemí i mezinárodní návaznosti. V posledních letech však dochází k mírnému rozšíření i do dalších krajských měst, zejména do Brna, Ostravy nebo Plzně. Regionální galerie se zpravidla potýkají s nižší kupní silou

¹⁶ NOVÁKOVÁ, *Základní statistické údaje o kultuře v ČR 2023, 2024.*

a menší koncentrací kulturního publika, o to více však kladou důraz na komunitní přesah a spolupráci s místním prostředím.

Programově se malé a střední soukromé galerie často zaměřují na současné české i zahraniční autory s důrazem na mladou scénu, konceptuální tvorbu, intermediální přístupy nebo přesahy do nových médií. Výběr prezentovaných autorů je často výsledkem kurátorských strategií, které reflektují aktuální vývoj v oblasti současného umění. Tyto galerie jsou tak nejen výstavními prostory, ale také místy intelektuálního a kulturního dialogu. Jejich provoz je zpravidla zajišťován kombinací příjmů z prodeje uměleckých děl, veřejných grantových prostředků (Ministerstvo kultury, Magistrát hl. m. Prahy, krajské úřady), mezinárodních kulturních fondů a v některých případech i soukromého mecenášství či partnerství s korporátní sférou.

Mezi výrazné představitele této scény v ČR patří například DSC Gallery, která se zaměřuje na prezentaci současných umělců v komerčním i mezinárodním kontextu, dále Lucie Drdova Gallery, která se profiluje na konceptuální a výzkumně orientované autory, nebo Hunt Kastner Gallery, která se soustředí na dlouhodobou spolupráci s vybranými umělci a na aktivní účast na mezinárodních veletrzích. Polansky Gallery s pobočkami v Praze a v Brně přispívá k propojování české a zahraniční scény. Vedle nich existuje řada menších subjektů, jako je například Galerie SPZ, Galerie Jelení nebo Berlinskej model, které reprezentují nezávislé formáty výstavních prostorů často s experimentálním nebo intermediálním zaměřením.

Tento segment galerií však čelí celé řadě výzev. Patří mezi ně především ekonomická nestabilita – vysoká závislost na grantových prostředcích, omezený trh s uměním a malá kupní síla sběratelů v českém prostředí. Provozovatelé často balancují mezi kulturní vizí a potřebou ekonomické udržitelnosti. Zároveň se potýkají s konkurenčním prostředím a nedostatečně rozvinutou podporou kulturního podnikání.

Na druhé straně zde existuje i řada příležitostí. Rostoucí zájem o současné umění mezi mladší generací, digitalizace kulturní nabídky, mezinárodní spolupráce a možnost zapojení do evropských kulturních sítí představují potenciál pro další rozvoj. Malé a střední soukromé galerie tak i přes své omezené kapacity zůstávají důležitým pilířem kulturní krajiny v České republice – jak v rovině umělecké, tak ekonomické.

7 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza je nástroj strategického řízení, který slouží k identifikaci a vyhodnocení silných a slabých stránek určité organizace nebo odvětví a zároveň příležitostí a hrozeb, které na něj působí z vnějšího prostředí. Je často využívána při plánování rozvoje, při rozhodovacích procesech a při tvorbě strategií v podnikání, veřejné správě i v kultuře.

SWOT je zkratka pro čtyři anglické pojmy:

- S – Strengths (silné stránky)
- W – Weaknesses (slabé stránky)
- O – Opportunities (příležitosti)
- T – Threats (hrozby)

Analýza silných a slabých stránek se týká vnitřního prostředí organizace, analýza příležitostí a hrozeb se týká vnějšího prostředí.¹⁷

Silné a slabé stránky

Silné stránky jsou interní faktory, které organizaci dávají konkurenční výhodu. Např.: prestižní značka, síť kontaktů, unikátní know-how, kvalitní tým, umístění v kulturně aktivní lokalitě.

Slabé stránky jsou interní nedostatky nebo slabiny, které mohou bránit růstu nebo snižovat konkurenceschopnost. Např.: nedostatek financí, slabý marketing, omezená návštěvnost, malý tým.

Příležitosti a hrozby

Příležitosti jsou externí faktory, které mohou přinést rozvoj nebo růst. Např.: nové dotační programy, rostoucí zájem o současné umění, digitalizace a online prodej.

Hrozby nebo také ohrožení jsou externí vlivy, které mohou negativně ovlivnit činnost nebo existenci organizace. Např.: ekonomická krize, nestabilní legislativa, nízký zájem veřejnosti, konkurence.

¹⁷ JOHNOVÁ, *Marketing kulturního dědictví a umění*, 2008, s. 258.

7.1 SWOT analýza pro soukromé komerční galerie v ČR

SWOT analýza soukromých komerčních galerií v České republice přináší ucelený pohled na jejich aktuální pozici v kulturním a ekonomickém prostředí. Interní i externí faktory, které tuto oblast ovlivňují, ukazují na potenciál dalšího rozvoje, ale i na překážky, které mohou omezit jejich udržitelnost a růst.

SWOT analýza soukromých komerčních galerií v ČR

Následující SWOT analýza vychází z praktických zkušeností získaných během mé odborné praxe v soukromé galerii a z teoretických poznatků nabytých v rámci vysokoškolského studia. Cílem této analýzy je identifikovat klíčové interní a externí faktory, které ovlivňují fungování malých a středních soukromých galerií v současném kulturním a ekonomickém kontextu.

Tabulka 1 SWOT analýza soukromých komerčních galerií v ČR¹⁸

	Pozitivní	Negativní
Interní faktory	Silné stránky - flexibilita v programech a kurátorském vedení - nezávislost na státní správě - přímý kontakt s umělci a sběrateli - možnost rychle reagovat na trendy - vysoká profesionalizace	Slabé stránky - finanční závislost na prodeji - nízká institucionální podpora - omezená kapacita lidských i materiálních zdrojů - slabší zázemí pro edukační programy
Externí faktory	Příležitosti - zvýšený zájem o investice do umění - mezinárodní spolupráce a veletrhy - digitalizace trhu (aukční platformy)	Hrozby - hospodářská nejistota, krize, výkyvy trhu - nízká kulturní gramotnost části veřejnosti - konkurence ze strany online galerií - slabá daňová podpora mecenášství

Silné stránky soukromých galerií spočívají zejména v jejich flexibilitě a schopnosti rychle reagovat na aktuální umělecké trendy a proměny trhu. Díky tomu, že nejsou závislé na státní správě, si mohou zachovat autonomii v dramaturgii i provozu, což jim umožňuje svobodněji volit vystavující umělce a témata výstav. Významným faktorem je také přímý kontakt s umělci a sběrateli, který umožňuje budovat pevné profesionální vztahy a přispívá ke kvalitnímu servisu jak směrem k umělcům, tak ke klientům. V neposlední řadě je třeba zmínit vysokou profesionalizaci některých galerií, které pracují na mezinárodní úrovni a reprezentují českou uměleckou scénu i v zahraničí.

Na druhé straně slabé stránky vycházejí především z ekonomické a institucionální nejistoty. Galerie jsou často finančně závislé na prodeji děl, což může být problematické zejména v období ekonomických krizí nebo sníženého zájmu o investice do umění. Dále jim

¹⁸ Zdroj: Vlastní

často chybí silnější institucionální zázemí – nemají například přístup k systematické podpoře ze strany veřejných institucí. Mnohé galerie rovněž fungují s omezenou kapacitou personálu a technického vybavení, což limituje jejich možnosti v oblasti propagace, edukačních aktivit nebo dlouhodobého plánování.

Příležitosti se nabízejí především v rostoucím zájmu o investice do umění, který je patrný zejména mezi mladší generací sběratelů a investorů. Umění je vnímáno jako stabilní a kulturně hodnotná investice. Dále se otevírá prostor pro mezinárodní spolupráci, účast na veletrzích či projektech v zahraničí, což přináší možnosti pro větší zviditelnění a obchodní expanzi. Velkým potenciálem je také digitalizace trhu – zejména prostřednictvím aukčních a online prodejních platforem, které umožňují galerii oslovit nové publikum i mimo fyzické prostory.

Naproti tomu mezi hrozby patří především hospodářská nejistota, inflace a výkyvy trhu, které mohou negativně ovlivnit kupní sílu sběratelů a investorů. Kulturní gramotnost části veřejnosti zůstává nízká, což komplikuje šíření povědomí o současném umění mimo úzce vymezený okruh znalců. Výzvu představuje rovněž konkurence ze strany online galerií a digitálních tržišť s uměním, které mohou přetáhnout zákazníky díky nižším nákladům a širšímu dosahu. Z dlouhodobého hlediska pak představuje problém i nedostatečně motivující systém daňových úlev pro mecenášství, který brání rozvoji soukromého podporování kultury.

Tato analýza poukazuje na složitou a zároveň dynamickou pozici, ve které se malé a střední soukromé galerie nacházejí. Pro jejich další rozvoj bude klíčové efektivně využívat příležitosti, které současný kulturní trh nabízí, a současně hledat cesty, jak minimalizovat vnější hrozby a překonat vnitřní slabiny – například skrze spolupráci, profesní sítě, fundraising nebo větší zapojení do kulturní politiky a grantových schémat.

8 ANALÝZA POTŘEB A PROBLÉMU MALÝCH A STŘEDNÍCH SOUKROMÝCH GALERIÍ

Malé a střední soukromé galerie představují důležitý segment kulturní infrastruktury, který se podílí na formování uměleckého trhu, objevování nových talentů a zprostředkování současného umění široké veřejnosti. Přestože jejich přínos pro kulturní život je nepopíratelný, jejich každodenní fungování je zatíženo celou řadou strukturálních problémů a výzev. Tyto instituce často operují bez systematické veřejné podpory a čelí nejistému ekonomickému prostředí, proměnlivé poptávce i omezené institucionální stabilitě.

Cílem této kapitoly je analyzovat klíčové potřeby malých a středních soukromých galerií v České republice a poukázat na překážky, které brání jejich udržitelnému rozvoji. Analýza vychází z širšího kulturně-politického a ekonomického kontextu, který ovlivňuje jejich fungování, a zároveň zohledňuje srovnání se zahraničím. V rámci kapitoly bude nejprve diskutováno, proč soukromé galerie potřebují specifickou formu podpory, následně budou představeny modely podpory ze zahraničí jako inspirativní příklady dobré praxe, které mohou být impulsem pro tvorbu efektivnějších strategií v českém prostředí.

8.1 Proč potřebuje soukromá galerie podporu

Soukromé galerie čelí řadě finančních a provozních výzev, které z nich činí zranitelné subjekty v kulturním sektoru. Na rozdíl od státních institucí nemají přístup k pravidelným dotacím, a proto musí hledat alternativní způsoby financování, jako jsou soukromí investoři, granty nebo sponzorské spolupráce. Provoz galerie je spojen s vysokými náklady na pronájem prostor, zaměstnance, propagaci a logistiku výstav, přičemž jejich příjmy závisí na prodeji uměleckých děl, což je vzhledem k nestabilitě trhu s uměním značně nejisté.

Navzdory těmto obtížím hrají soukromé galerie zásadní roli v kulturním ekosystému. Podporují začínající umělce, přinášejí inovativní výstavní koncepty a obohacují umělecký trh. Jejich udržitelnost je však ohrožena nejen ekonomickými faktory, ale také silnou konkurencí a nutností neustále inovovat. Zajištění finanční stability těchto institucí je proto klíčové pro rozvoj a diverzifikaci umělecké scény.

Podpora soukromých galerií může mít různé podoby – od grantů a dotací poskytovaných státními institucemi či fondy Evropské unie, přes sponzoring a mecenášství, až po daňové úlevy pro investory do umění. Významným faktorem je také budování strategických partnerství s institucemi či korporacemi, které mohou přispět ke stabilizaci

jejich financování. Vzhledem k významu soukromých galerií pro kulturní život je proto nezbytné hledat efektivní modely podpory, které umožní jejich dlouhodobou existenci a rozvoj.

8.2 Podpora uplatňovaná v jiných státech

Zkušenosti ze zahraničí ukazují, že podpora soukromých galerií a vizuálního umění je běžnou součástí kulturní politiky mnoha vyspělých států. Veřejné i soukromé instituce v těchto zemích vytvářejí stabilní a systematická opatření, která přispívají k udržitelnosti a profesionalizaci kulturních subjektů včetně soukromých galerií. Následující přehled shrnuje vybrané příklady dobré praxe z Francie, Německa, Rakouska.

Francie

Francouzská kulturní politika je charakteristická silnou mírou centralizace a vysokou mírou institucionální podpory napříč celým kulturním spektrem. Klíčovou roli v systému podpory vizuálního umění hraje Ministerstvo kultury (Ministère de la Culture) prostřednictvím svých specializovaných organizačních složek, mezi něž patří zejména *Centre national des arts plastiques* (CNAP). Tato instituce realizuje rozmanité programy určené nejen jednotlivým profesionálům působícím v oblasti současného umění – umělcům, teoretikům, restaurátorům, kurátorům či dokumentárním fotografům – ale také soukromým subjektům, jako jsou nezávislé galerie, vydavatelství nebo produkční společnosti zaměřené na audiovizuální tvorbu.¹⁹

Podpora ze strany CNAP má formu přímých finančních grantů, které mohou být využity na výstavní činnost, akvizice uměleckých děl, mezinárodní mobilitu umělců a odborníků, jakož i na publikační nebo výzkumné aktivity. Zvláštní důraz je kladen na zviditelnění současného francouzského umění nejen v rámci domácí scény, ale především v mezinárodním kontextu. Tento komplexní přístup posiluje kulturní infrastrukturu a umožňuje zapojení i ziskově orientovaných aktérů, včetně komerčních galerií, do systémové podpory kultury.²⁰

Jedním z příkladů cílené podpory soukromých výstavních institucí je program *Soutien à l'exposition pour les galeries d'art*, který poskytuje prostředky na realizaci výstav profesionálních umělců žijících ve Francii, jejichž díla jsou prezentována v mezinárodním

¹⁹ CNAP, *Přehled grantů CNAP*, 2021.

²⁰ Tamtéž

prostředí. Tento grant pokrývá nejen náklady spojené s výrobou a instalací výstavy, ale rovněž výdaje na propagaci, transport uměleckých děl a organizační doprovodné aktivity. Cílem programu je posílení profesního statusu umělců a podpora jejich dlouhodobé prezentace na zahraničních trzích, čímž se přispívá k rozvoji exportního potenciálu francouzské výtvarné scény. Program je přístupný galeriím s kontinuální činností a prokazatelnou spoluprací s umělci prostřednictvím výstavní a zastupitelské činnosti – jak ve Francii, tak v zahraničí.²¹

Německo

Německý systém podpory kultury je naopak decentralizovaný, přičemž významnou roli hrají spolkové země. Tyto země disponují samostatnými rozpočty i grantovými programy, které reflektují specifické kulturní potřeby jednotlivých regionů. Významnou roli však sehrávají také celoněmecké instituce, které působí nad rámec regionální úrovně a podporují kulturní projekty v celonárodním a mezinárodním měřítku.

Jednou z nejvýznamnějších institucí je *Kulturstiftung des Bundes* (Spolková kulturní nadace), která se zaměřuje na podporu inovativních a interdisciplinárních projektů, jež mají potenciál oslovit široké publikum a přispívají k posílení kulturní rozmanitosti. Tato nadace podporuje mimo jiné výstavní aktivity, mezinárodní spolupráci a kulturní výměny, a to včetně projektů realizovaných nezávislými či soukromými výstavními institucemi, pokud jsou veřejně přístupné a kulturně relevantní.²²

Dalším významným subjektem je *Stiftung Kunstfonds*, který se specializuje na podporu současného vizuálního umění. Tato nadace poskytuje přímé granty umělcům, ale také finanční prostředky galeriím a dalším organizacím na realizaci výstav, ediční činnost nebo dokumentaci tvorby. Cílem je nejen podpora jednotlivých autorů, ale také stabilizace profesionální infrastruktury, která jejich činnost dlouhodobě umožňuje.²³

Podpora soukromých galerií v Německu je tedy možná za předpokladu, že tyto instituce realizují projekty s kulturním přesahem, přístupné veřejnosti a orientované na umělecký výzkum, prezentaci nebo mezinárodní spolupráci. Tímto způsobem je v Německu dlouhodobě podporována kulturní infrastruktura v celé její šíři, včetně ziskově orientovaných aktérů, kteří se aktivně podílejí na utváření současné umělecké scény.

²¹ SOUTIEN À L'EXPOSITION POUR LES GALERIES D'ART, *Podpora výstav pro umělecké galerie*, 2022.

²² KULTURSTIFTUNG DES BUNDES, *Představení nadace*, 2025.

²³ STIFTUNG KUNSTFONDS, *Podpora během pandemie koronaviru*, 2023.

Rakousko

Rakousko představuje příklad státu s vysoce propracovaným systémem veřejné podpory vizuálního umění, včetně cílené podpory soukromých a komerčních galerií. Tento systém je řízen Spolkovým ministerstvem pro bydlení, umění, kulturu, média a sport (Bundesministerium Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport)²⁴ a zahrnuje roční i víceleté grantové programy. Tyto granty mohou být využity na produkci výstav, provozní náklady, odborný personál, doprovodné programy, mezinárodní spolupráci a také na účast galerií na zahraničních veletrzích umění, které jsou klíčové pro prezentaci rakouských umělců na globální scéně.

Při hodnocení žádostí o podporu se zohledňuje nejen kvalita výstavního programu, ale také dlouhodobý přínos galerie pro rakouskou kulturní scénu a její schopnost navazovat mezinárodní vazby. Celý systém je charakterizován transparentními výzvami a jasnými hodnoticími kritérii, které přispívají k větší profesionalizaci a stabilizaci činnosti galerií. Podpora je navíc otevřená i menším a středním subjektům, které vykazují kurátorskou kvalitu a kontinuální činnost.

Nepřímou, avšak významnou formou podpory je akviziční politika veřejných muzeí, která systematicky nakupují díla současných umělců přímo od galerií. Tím přispívají nejen k jejich finanční stabilitě, ale také k rozvoji domácího trhu s uměním a k začleňování kvalitní současné tvorby do národního kulturního dědictví.

Významným aktérem v oblasti zájmů galerijního sektoru je profesní sdružení Die Galerien, které prosazuje zásady spravedlivého a rovnoměrného rozdělování veřejných prostředků mezi různé typy galerií a podporuje diverzitu a pluralitu rakouské umělecké scény.²⁵

²⁴BUNDESMINISTERIUM WOHNEN, KUNST, KULTUR, MEDIEN UND SPORT, *Podpora galerie prostřednictvím muzejních nákupů*, 2024.

²⁵ DIE GALERIEN, *Průvodce galeriemi*, 2025.

9 PŘÍPADOVÉ STUDIE VYBRANÝCH GALERIÍ

Cílem této kapitoly je představit konkrétní příklady malých a středních soukromých galerií a jejich fungování v praxi prostřednictvím případové studie. Na základě analýzy dvou vybraných subjektů – jedné české a jedné zahraniční galerie – bude zkoumán jejich provozní model, ekonomická struktura, výstavní strategie a způsob, jakým čelí aktuálním výzvám spojeným s provozováním galerie v současném kulturním a ekonomickém kontextu.

První z analyzovaných galerií je stage garden Gallery CREARS – rodinná galerie, ve které autor této práce dlouhodobě působí. Díky této přímé zkušenosti má detailní přehled o každodenním chodu instituce, jejích provozních výzvách i dlouhodobém směřování. Tento osobní vztah umožňuje hlubší porozumění specifikům fungování menší soukromé galerie v českém prostředí.

Druhou zkoumanou institucí je římská galerie Curva Pura Gallery, kde autor absolvoval odbornou stáž. Tato zkušenost přinesla možnost nahlédnout do fungování nezávislé galerie v odlišném kulturním a institucionálním kontextu. Porovnání obou galerií umožňuje reflektovat rozdíly i společné znaky v přístupu k financování, dramaturgii a provoznímu zajištění těchto výstavních prostor.

Pro tuto část práce byly uskutečněny rozhovory s majiteli obou galerií. Cílem bylo zjistit, s jakými konkrétními situacemi se v praxi setkávají, jak galerie fungují, jaké mají potřeby, co jim pomáhá v rozvoji a jaké překážky musí překonávat. Na základě těchto rozhovorů vznikla analýza, která přibližuje fungování malých a středních soukromých galerií a umožňuje srovnání českého a zahraničního kontextu.

Rozhovory s provozovateli obou galerií sloužily jako hlavní zdroj informací pro tuto případovou studii. Díky osobní zkušenosti s fungováním jedné galerie a absolvované stáži v druhé bylo možné získat přímé a otevřené výpovědi o každodenním provozu, výzvách, financování, i dlouhodobých cílech obou institucí. Tyto rozhovory pak posloužily jako základ pro srovnání obou galerií a pro lepší pochopení situace malých a středních soukromých galerií v odlišných kulturních kontextech.

9.1 Případová studie č. 1 – stage garden Gallery CREARS

Tato případová studie se zaměřuje na fungování soukromé galerie CREARS a galerie stage garden Gallery CREARS sídlící v Rožnově pod Radhoštěm. Galerie je rodinného charakteru a autor této práce je do jejího provozu dlouhodobě zapojen. Klíčovou metodou zkoumání

byl rozhovor s majitelkou galerie, akademickou architektkou Ingrid Kitzbergerovou (osobní rozhovor dne 20. 4. 2025). Cílem bylo získat autentický pohled na každodenní provoz, strategická rozhodnutí, způsoby financování i konkrétní překážky, se kterými se galerie potýká. Tento osobní a přímý přístup umožňuje hlubší pochopení reality, v níž malé soukromé galerie v České republice působí. Získané poznatky slouží jako základ pro analýzu specifík tohoto typu institucí a jejich potřeb v kulturně-ekonomickém kontextu.



Obrázek 1 Výstavní pavilón stage garden Gallery CREARS²⁶

Jak vznikla galerie CREARS a co bylo impulzem pro její založení?

„Galerii jsme založili s manželem v roce 2010. Od začátku pro nás byla výtvarná kultura důležitá – chtěli jsme vytvořit prostor, který by žil uměním, a který by umožňoval prezentaci českých i zahraničních autorů v prostředí mimo velká města. Šlo nám o spojení profesionální výstavní činnosti s osobním a přívětivým přístupem k návštěvníkům. Galerie funguje dodnes a jsme rádi, že si našla své publikum.”

V roce 2019 jste otevřeli novou budovu. Můžete ji blíže představit?

„Ano, to byl další zásadní krok. Podařilo se nám vybudovat nový výstavní pavilón – stage garden Gallery CREARS – na adrese Na Zahradách 2186, kousek od rožnovského náměstí. Je to moderní budova navržená speciálně pro výstavní účely. Díky tomu máme nyní

²⁶ STAGE GARDEN GALLERY CREARS, *Nový výstavní pavilón stage garden Gallery CREARS*, 2021

dvě aktivní galerie: starší vilu, kde nabízíme široký výběr výtvarného umění, a nový pavilon, kde každý rok pořádáme několik autorských nebo skupinových výstav. Vzájemně se doplňují – vila slouží spíš jako stálý prodejní prostor, zatímco pavilon má kurátorský charakter a zaměřuje se na výstavní program.”

Jaké jsou podle vás největší výzvy, kterým jako soukromá galerie čelíte?

„Jednoznačně financování. Jako soukromá instituce bez pravidelného příspěvku z veřejných zdrojů jsme závislí na prodeji umění, občasné podpoře formou grantů a spolupráci se sponzory. Výdaje spojené s provozem dvou galerií a výstavní činností jsou vysoké. Náklady na produkci, energie, propagaci, honoráře, dopravu děl a výstavní techniku jsou značné a návratnost z prodeje děl nebývá jistá. Také konkurence na trhu s uměním je velká, a přestože jsme v menším městě, snažíme se držet profesionální standard. Důležité je být neustále aktivní a hledat nové cesty, jak galerii profilovat a udržet si návštěvnost.”

V čem vidíte přínos soukromých galerií pro českou kulturní scénu?

„Soukromé galerie fungují velmi flexibilně. Můžeme si dovolit reagovat rychle na nové podněty, objevovat mladé autory, zkoušet netradiční formáty. Myslím, že právě menší galerie jako ta naše přinášejí do kulturní krajiny pestrost a svobodný prostor pro experiment i dialog. Často supluje roli veřejných institucí v regionech, kde těch příležitostí pro setkávání s výtvarným uměním není tolik.”

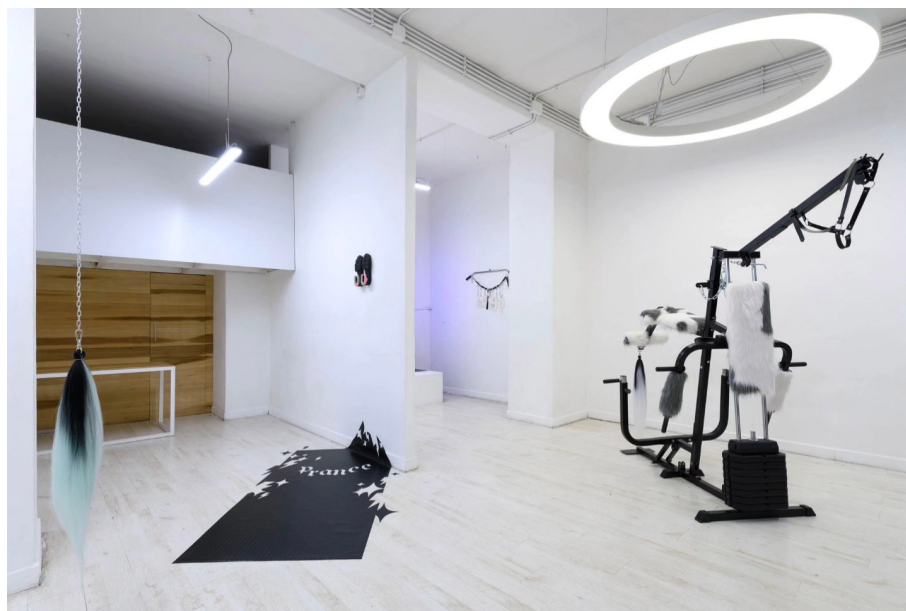
Plánujete do budoucna nějaké změny nebo nové projekty?

„Ano, neustále pracujeme na tom, aby galerie žila. Chceme pokračovat v kurátorské činnosti v pavilonu, chystáme výstavy nejen českých, ale i zahraničních autorů. Do budoucna bychom rádi rozšířili spolupráci s místními školami a institucemi, protože vnímáme potřebu budovat vztah k umění už u mladé generace. A samozřejmě – pokud by se otevřely nové možnosti financování, třeba přes stabilnější grantovou podporu, bylo by to pro nás velkou úlevou.”

9.2 Případová studie č. 2 – Curva Pura Gallery (IT)

Druhou z analyzovaných institucí je galerie Curva Pura, která sídlí v italském Římě. Autor této práce zde absolvoval odbornou stáž, díky níž získal přímou zkušenost s fungováním galerie a jejího provozního zázemí. Tato případová studie umožňuje nahlédnout do odlišného kulturního a institucionálního kontextu, ve kterém galerie působí, a porovnat přístupy k financování, organizování výstav i každodenním výzvám v prostředí nezávislého

galerijního provozu. Na základě rozhovoru s majiteli galerie, Vittoriem Beltramim a Andreasem Romagnolim (osobní rozhovor dne 14. 12. 2023 v Curva Pura Gallery v Římě) jsou v následující části představeny klíčové aspekty činnosti této galerie a jejich srovnání s českým prostředím.



Obrázek 2 Výstava Ponyboy v galerii Curva Pura v Římě²⁷

Můžete stručně představit galerii Curva Pura a její zaměření?

Vittorio Beltrami: Curva Pura vznikla v roce 2012 jako malý nezávislý výstavní prostor pro současné umění, design a nová média. Nacházíme se v římské čtvrti Ostiense, v industriální části Říma kousek od Gazometra, což je působivá válcovitá železná konstrukce ze 30. let 20. století, kde se dnes konají festivaly a výstavy umění. Od začátku jsme chtěli vytvořit místo, které propojuje umění s experimentem a otevřeností vůči publiku.

Andreas Romagnoli: Důraz klademe na interdisciplinaritu a spolupráci – spolupracujeme s umělci, architekty, designéry, ale také s univerzitami nebo kulturními centry. Vystavujeme jak italské, tak zahraniční umělce a často pracujeme s tématy, která mají společenský přesah – od ekologie po vztah mezi prostorem a tělem.

Jaké typy výstav nebo aktivit pořádáte?

²⁷ CURVA PURA GALLERY, *Ponyboy*, 2025

Vittorio Beltrami: Vedle klasických výstav se zaměřujeme i na performativní umění, zvukové instalace nebo digitální projekty. Kurátorská činnost je pro nás způsobem, jak klást otázky a vytvářet prostor pro dialog. Každý projekt vzniká v úzké spolupráci s umělcem a kurátory, často i s komunitou.

Jaký je hlavní model financování galerie a jaké s tím máte zkušenosti?

Vittorio Beltrami: Jsme plně nezávislí – nemáme pravidelné dotace a většinu prostředků získáváme z vlastních zdrojů, z prodeje umění a z občasné podpory formou grantů, především na specifické projekty. Významnou roli hraje i spolupráce s partnery – kulturními institucemi nebo soukromými mecenáši. Výzvou je samozřejmě udržet kontinuitu, aniž by to negativně ovlivnilo kvalitu programu.

Andreas Romagnoli: V Itálii je systém veřejné podpory pro malé galerie dost omezený a silně decentralizovaný. Často záleží na regionu nebo městě. V Římě je výhodou silná kulturní tradice, ale zároveň zde panuje velká konkurence. Snažíme se proto hledat vlastní cesty – například formou spolupráce s ambasádami.

Jaká je podle vás role nezávislých galerií ve městě jako je Řím?

Andreas Romagnoli: Nezávislé galerie hrají zásadní roli – fungují jako laboratoře současnosti, jako místa experimentu. Ve městě, kde dominuje historické dědictví, je důležité ukazovat, že současné umění tu má své pevné místo. Navíc jsme často první, kdo dá šanci mladým umělcům – bez nutnosti komerčního tlaku.

Vnímáte nějaké rozdíly mezi fungováním galerie v Itálii a třeba v České republice?

Andreas Romagnoli: Určitě. Já sám mám kořeny i v Česku, takže to mohu trochu porovnat. V Česku je sice menší trh, ale v posledních letech vidím silnou komunitu a zajímavou kurátorskou scénu. V Itálii je kulturní sektor tradičně podhodnocený, a to i přesto, že tu máme obrovský potenciál. Často se spoléhá na osobní vztahy a improvizaci. V Česku je větší snaha o systémovou podporu, i když to také není ideální.

Jaké máte plány do budoucna?

Vittorio Beltrami: Pokračovat ve vytváření smysluplného prostoru pro umění. Plánujeme rozšířit spolupráci se zahraničím, chceme se pravidelně účastnit veletrhů s uměním, kterých je v Itálii mnoho a více se zaměřit na komunitní projekty. Taky se snažíme hledat cesty k větší finanční stabilitě – bez toho je dlouhodobé fungování velmi náročné.

9.3 Shrnutí a závěr případových studií

Analýza dvou případových studií – české galerie CREARS / stage garden Gallery CREARS a římské galerie Curva Pura – poskytla cenný vhled do fungování malých a středních soukromých galerií v odlišných kulturních, geografických a institucionálních kontextech. Přestože obě instituce vycházejí z rozdílných podmínek, lze mezi nimi nalézt řadu podobností. Všimli jsme si však i zásadních rozdílů.

Obě galerie jsou výsledkem iniciativy silných osobností – u galerie CREARS jde o manželský pár Kitzbergerových, zatímco za vznikem Curva Pura stojí dvojice majitelů Beltrami a Romagnoli. V obou případech jde o projekty motivované vnitřní potřebou vytvořit prostor pro svobodné umělecké vyjádření a sdílení současného umění s publikem mimo tradiční instituce.

Financování představuje pro obě galerie jednu z hlavních výzev. Ani jedna instituce nemá zajištěný pravidelný příspěvek z veřejných zdrojů, a tak jsou odkázány na kombinaci vlastních zdrojů, příležitostných grantů, mecenášství a občasných prodejů děl. Zatímco galerie CREARS se nachází v regionálním prostředí, kde je menší konkurence, ale i menší publikum, Curva Pura působí v centru kulturně bohatého města s vysokou koncentrací institucí, ale i velkou konkurencí a nižší mírou systémové podpory.

Programová náplň obou galerií je kurátorsky silná a důraz je kladen na kvalitu prezentovaných děl. CREARS se zaměřuje na prezentaci výtvarného umění v klasickém i současném duchu, přičemž využívá dva výstavní prostory – starší vilu a nově vybudovaný pavilon. Curva Pura naopak inklinuje k interdisciplinárním projektům často s performativní nebo digitální složkou a s důrazem na společenské přesahy.

Co se týče role galerií, obě instituce shodně vnímají svou činnost jako důležitý přínos kulturnímu ekosystému – ať už jde o regionální oživení kulturní scény (CREARS), nebo o nabídku alternativního prostoru pro současné experimentální umění v metropoli (Curva Pura). Důležitým aspektem je také podpora začínajících umělců a vytváření prostoru pro dialog, kterému obě galerie přikládají zásadní význam.

Z rozhovorů vyplynulo, že klíčovými faktory pro dlouhodobé přežití a rozvoj malých soukromých galerií jsou:

- osobní angažovanost zakladatelů,
- flexibilita a otevřenost vůči spolupráci,

- schopnost kombinovat různé zdroje financování,
- aktivní budování vztahu s publikem i komunitou.

Obě galerie, byť odlišné svou lokalitou i dramaturgickým zaměřením, tak ukazují, že malé a střední soukromé galerie představují důležitý a živý segment kulturní infrastruktury. Jejich podpora – ať už formální, finanční, nebo komunitní – je klíčová pro zachování diverzity kulturní nabídky a pro rozvoj současného výtvarného umění.

10 MOŽNOSTI FINANČNÍ PODPORY MALÝCH A STŘEDNÍCH GALERIÍ Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

Malé a střední soukromé galerie hrají důležitou roli v rozvoji kulturního života, podpoře současného umění a vytváření prostoru pro svobodnou tvůrčí činnost. Přestože často fungují nezávisle a s omezenými prostředky, jejich přínos pro kulturní diverzitu, podporu mladých autorů a kulturní decentralizaci je nezanedbatelný. Pro mnohé z těchto subjektů je však dlouhodobá udržitelnost zásadně závislá na vnější podpoře – především na možnostech financování z veřejných zdrojů.

Tato kapitola se zaměřuje na přehled a analýzu dostupných forem finanční podpory, které mohou malé a střední galerie v České republice čerpat z veřejných rozpočtů – ať už na úrovni státní, krajské nebo městské. Cílem je zmapovat konkrétní grantové programy, dotační tituly a další nástroje, které mají galerie k dispozici, a zároveň upozornit na jejich limity, podmínky a dostupnost.

10.1 Dotační výzvy Ministerstva kultury

Většina dotačních a podpůrných programů Ministerstva kultury ČR je určena především pro neziskové organizace, příspěvkové organizace nebo instituce, které nejsou založené za účelem zisku – typicky tedy muzea, galerie zřizované obcemi nebo kraji, případně spolky a obecně prospěšné společnosti. Tyto subjekty se zpravidla nezaměřují na komerční prodej umění, ale na jeho uchovávání, výzkum a prezentaci veřejnosti. Pro malé a střední soukromé galerie, které často fungují jako podnikatelské subjekty a generují část svých příjmů z prodeje uměleckých děl, je tak nabídka veřejné finanční podpory značně omezená.

Jedním z mála dotačních nástrojů, které mohou využít i komerčně orientované galerie, jsou kreativní vouchery.

Kreativní vouchery

Jak už bylo zmíněno v úvodu této kapitoly, v rámci veřejné podpory kulturního sektoru v České republice převažují dotační programy zaměřené na neziskové a příspěvkové organizace. Tyto programy bývají určeny především muzeím, galeriím zřizovaným obcemi nebo kraji, případně spolkům a obecně prospěšným společnostem, jejichž činnost není zaměřena na generování zisku z prodeje umění. Malé a střední soukromé galerie, které často fungují jako podnikatelské subjekty, se tak potýkají s omezenými možnostmi získání

podpory z veřejných rozpočtů. Výjimku tvoří zejména programy, které nejsou vázány výhradně na neziskový status žadatele – mezi ně patří například tzv. kreativní vouchery.

Co jsou kreativní vouchery

Podle definice, kterou najdeme na webových stránkách Kreativní Česko, „Kreativní vouchery jsou nástrojem, který pomáhá řešit nedostatečnou provázanost mezi malými a středními podniky a kulturními a kreativními odvětvími. Kreativní řešení nebo zefektivnění prezentace, vzhledu i funkčnosti produktu, procesu nebo služby žadatele směrem k jeho klientům zvyšuje přidanou hodnotu produktů a služeb a přináší pozitivní dopady na podnikání týkající se např. oslovení nového segmentu klientů.”²⁸

Kreativní vouchery představují specifickou formu finanční podpory, jejímž cílem je propojit malé a střední podniky s profesionály z oblasti kulturních a kreativních odvětví (KKO). Tyto vouchery umožňují podnikatelům – včetně soukromých galerií – navázat spolupráci s kreativci (například designéry, grafiky, kurátory, architekty, odborníky na digitální média nebo marketing) s cílem inovovat jejich činnost, posílit značku a zvýšit konkurenceschopnost na trhu.

Na rozdíl od většiny dotačních programů Ministerstva kultury nejsou kreativní vouchery určeny pouze pro neziskový sektor. To je činí atraktivními právě pro malé a střední podnikatelské subjekty v oblasti kultury, které jinak na klasické kulturní dotace dosáhnou jen výjimečně.

Jak vouchery fungují

Princip kreativních voucherů spočívá v tom, že podnik (např. galerie) získá finanční příspěvek na spolupráci s kreativním profesionálem, jehož služby by za běžných podmínek mohly být pro malý subjekt finančně nedostupné. Podnik si sám vybere konkrétního kreativce a společně definují projekt – může se jednat například o nový vizuální styl galerie, redesign webu, zpracování propagační kampaně nebo vytvoření interaktivní výstavy.

Podle výzvy vyhlášené Ministerstvem kultury v roce 2025 mají kreativní vouchery následující parametry:

- Výše podpory: až 100 000 Kč na jeden projekt.
- Spoluúcast žadatele: minimálně 20 % z celkových nákladů.

²⁸ KREATIVNÍ ČESKO, *Kreativní vouchery*, 2025.

- Forma podpory: nevratný finanční příspěvek.
- Způsob podání žádosti: elektronicky prostřednictvím Dotačního portálu MK ČR.
- Podporované aktivity: grafický design, produktový nebo prostorový design, branding, digitální inovace, marketingová strategie, audiovizuální produkce, kulturní kurátorství a další.

Díky relativní otevřenosti a zaměření na podporu inovací představují kreativní vouchery jednu z mála cest, jak mohou soukromé galerie získat finanční podporu z veřejných zdrojů. V praxi mohou prostřednictvím voucherů financovat:

- redesign vizuální identity galerie (loga, tiskoviny, online vizuály),
- profesionální úpravu výstavních prostor,
- tvorbu kvalitního obsahu pro web a sociální sítě,
- spolupráci s kurátory a produkčními týmy na výstavních projektech,
- audiovizuální dokumentaci nebo interaktivní doprovodné programy.

Podpora formou voucherů přitom nejen zvyšuje profesionalizaci galerií, ale zároveň přispívá k rozvoji kulturního a kreativního sektoru jako celku, jelikož propojuje jednotlivé segmenty tohoto odvětví a vytváří nové příležitosti pro udržitelný růst.

10.2 Dotační výzvy Státního fondu kultury České republiky

Vedle kreativních voucherů existuje ještě jedna možnost, jak mohou malé a střední soukromé galerie v České republice usilovat o finanční podporu ze státních prostředků – prostřednictvím Státního fondu kultury České republiky (SFK ČR). Tento fond představuje samostatnou právnickou osobu, která hospodáří s vlastními prostředky odděleně od rozpočtu Ministerstva kultury. Každoročně vyhlašuje dotační řízení na podporu kulturních aktivit napříč uměleckými obory a formami činnosti, přičemž jeho grantové výzvy jsou přístupné i právnickým osobám podnikatelského typu.²⁹

Možnosti pro malé a střední galerie

Jedním z významných aspektů dotačního řízení SFK ČR je skutečnost, že se neomezuje výhradně na neziskové subjekty. O podporu se tedy mohou ucházet i soukromé galerie, které

²⁹ MINISTERSTVO KULTURY, *Žádosti o dotace SFK na rok 2025*, 2024.

mají právní formu společnosti s ručením omezeným nebo živnostenského podnikání, pokud splní základní podmínky výzvy a realizují kulturní projekt s veřejným dopadem. To představuje poměrně vzácnou příležitost v českém dotačním systému, kde je podpora soukromých podnikatelských subjektů v oblasti kultury jinak spíše výjimečná.

Podpora je určena zejména na:

- realizaci výstavních projektů, včetně doprovodných edukačních či odborných programů,
- vydavatelskou činnost, například katalogy, publikace k výstavám či odborné knihy,
- rekonstrukci a úpravu kulturní infrastruktury,
- prezentaci české kultury v zahraničí,
- další kulturní akce se zaměřením na výtvarné umění, design a mezioborové projekty.

Pro rok 2025 Státní fond kultury vyhlásil tři výzvy k podávání žádostí s termíny v srpnu, prosinci 2024 a dubnu 2025.³⁰ Účelové dotace z fondu lze poskytnout jen do výše 2/3 žadatelem plánovaných nákladů, na záchranu kulturních památek lze poskytnout dotaci do výše 9/10 plánovaných nákladů. Podpora je poskytována formou nevratné dotace a je třeba počítat s povinnou spoluúčastí žadatele, která činí minimálně 30 % z celkových nákladů projektu.

Význam pro soukromé galerie

Z pohledu soukromých galerií představuje SFK ČR jeden z mála státních nástrojů podpory, které jsou otevřeny i podnikatelským subjektům v oblasti výtvarného umění. Díky této možnosti lze financovat nejen samotné výstavní programy, ale také důležité edukační nebo publikační aktivity, které by galerie jinak realizovala obtížně bez externích zdrojů. Přestože je konkurence v zájmu o podporu značná a prostředky fondu omezené, jedná se o důležitý doplněk jinak velmi omezených finančních nástrojů dostupných pro soukromý výstavní sektor.

³⁰ CULTURENET, *Státní fond kultury – tři výzvy na r. 2025, 2024*.

Nové legislativní změny posilující financování Státního fondu kultury ČR

Dne 9. dubna 2025 Senát Parlamentu České republiky schválil tzv. velkou mediální novelu, kterou předložil ministr kultury Mgr. Martin Baxa. Tento legislativní krok představuje nejen naplnění vládního programového prohlášení, ale především výrazné posílení ochrany a stability veřejnoprávních médií – České televize a Českého rozhlasu – jako klíčových institucí veřejné služby a pilířů demokratického systému.

Jedním z významných dopadů této novely je také nové ustanovení týkající se financování Státního fondu kultury (SFK). Na základě této legislativní změny bude Česká televize povinna každoročně odvádět do SFK 25 % svého výnosu ze sponzoringu. Tato úprava zajišťuje fondu dlouhodobější a stabilnější příjmy.³¹

10.3 Dotační výzvy Technologické agentury ČR týkající se kulturních průmyslů

Technologická agentura České republiky (TA ČR) představuje jeden z mála veřejných zdrojů financování, který je otevřený také subjektům působícím v oblasti kulturních a kreativních průmyslů, včetně soukromých galerií. Programy TA ČR se zaměřují především na aplikovaný výzkum a inovace a jejich cílem je podpořit rozvoj projektů s přidanou hodnotou pro společnost či hospodářství. Pro oblast kultury je klíčový zejména program SIGMA, jehož struktura umožňuje zapojení kulturních institucí, pokud přicházejí s inovativními koncepty a jsou schopny spolupracovat například s výzkumnými pracovišti nebo technologickými partnery. Program SIGMA podporuje mezioborovou spolupráci a klade důraz na společenskou relevanci projektů. V kontextu soukromých galerií může jít například o rozvoj nových digitálních nástrojů, které zvyšují dostupnost a atraktivitu umění pro veřejnost, nebo o inovace zaměřené na návštěvnickou zkušenost, propagaci, environmentální udržitelnost či nové formy spolupráce s komunitou.³²

Možné inovativní projekty, které by mohly být vhodné pro dotační podporu v rámci TA ČR:

- Vývoj interaktivní mobilní aplikace pro návštěvníky galerie, která by pomocí rozšířené reality (AR) doplňovala výstavy o audiovizuální nebo textové informace.

³¹ MINISTERSTVO KULTURY, *Prohlášení rady Státního fondu kultury*, 2025.

³² TA ČR, *Program na podporu aplikovaného výzkumu a inovací SIGMA*, 2025.

- Digitalizace výstavního archivu s cílem vytvořit přístupnou online databázi děl a výstav (včetně např. kurátorských komentářů, rozhovorů s autory).
- Výzkum a pilotní zavedení ekologicky šetrného provozu galerie, například ve spolupráci s odborníky na udržitelný design a energetické úspory v galerijním provozu.
- Sociální výzkum publika zaměřený na zpřístupnění výtvarného umění znevýhodněným skupinám obyvatel (senioři, studenti, osoby s hendikepem), zakončený konkrétními opatřeními v galerijním programu.
- Vývoj nových formátů výstav propojujících umění a technologie – např. audiovizuální instalace, výstavy s prvky umělé inteligence nebo interaktivního zapojení diváků.

Pro podání žádosti je obvykle nutné partnerství s výzkumnou organizací nebo technologickým subjektem, přičemž důraz je kladen na odbornou úroveň projektu a jeho potenciál k aplikaci v praxi. Ačkoli podání žádosti vyžaduje pečlivou přípravu a administrativní náročnost je vyšší než u klasických kulturních grantů, úspěšné projekty mají možnost získat významnou finanční podporu pro dlouhodobý rozvoj galerie. Možnost čerpání podpory z programů TA ČR tak představuje alternativní cestu pro soukromé galerie, které hledají nové způsoby práce, chtějí inovovat své služby a otevřít se mezioborové spolupráci. Přesah do oblasti výzkumu či technologického vývoje může přinést nejen nové publikum, ale i větší stabilitu a viditelnost galerie v širším kulturním i společenském kontextu.³³

10.4 Dotace územně správních celků a jejich význam pro soukromé galerie

V podpoře kulturního sektoru hrají důležitou roli také územně správní celky, tedy obce, města, městské části, kraje a jejich kulturní odbory či grantové systémy. Tyto samosprávy mají možnost přizpůsobit své programy potřebám místní kulturní infrastruktury a často tak reagují pružněji a cíleněji než celostátní instituce.

³³ TAČR, *Program na podporu aplikovaného výzkumu a inovací SIGMA*, 2025.

Pro soukromé malé a střední galerie, které působí často lokálně a mají přímý kontakt s komunitou, představují tyto dotace reálnou možnost podpory aktivit, které by jinak nebyly finančně udržitelné. Mezi časté oblasti podpory patří například:

- realizace výstavních projektů s komunitním nebo edukačním přesahem,
- kulturní akce přístupné veřejnosti zdarma nebo za snížené vstupné,
- umělecké rezidence, zapojení lokálních umělců nebo studentů,
- intervence do veřejného prostoru, např. site-specific instalace nebo mural art,
- projekty zaměřené na práci s mládeží a seniory, znevýhodněnými skupinami či participativní umění.

Podmínky se liší dle jednotlivých krajů a měst, přičemž některé obce umožňují podání žádosti i fyzickým osobám podnikajícím či subjektům s komerční právní formou (např. s.r.o.), pokud projekt splňuje veřejně prospěšné cíle a není primárně výdělečný. Příkladem dobré praxe mohou být grantové programy hlavního města Prahy, Jihomoravského kraje nebo města Brna, které pravidelně vypisují výzvy pro kulturní a kreativní sektor bez ohledu na právní formu žadatele, pokud splňuje kulturní a umělecký přínos.

Význam těchto dotací spočívá nejen v samotné finanční podpoře, ale také ve zvyšování kredibility galerie v očích dalších partnerů a grantových agentur. Získaná dotace může fungovat jako potvrzení kvality projektu i schopnosti organizace jej realizovat, což je klíčové při žádostech o vyšší a náročnější formy financování.

Dotace Zlínského kraje

Zlínský kraj každoročně vyhlašuje několik dotačních programů v oblasti kultury, které mohou využít i soukromé galerie, mezi které patří:

- **KUL01 – Program na podporu klubové scény, kulturních aktivit a akcí místního významu:** Tento program je zaměřen na podporu kulturních aktivit a akcí, které mají význam pro místní komunitu. Je vhodný pro galerie pořádající výstavy, workshopy nebo jiné kulturní akce.³⁴
- **KUL06 – Program na podporu kulturních aktivit a akcí nadregionálního významu:** Tento program podporuje kulturní akce, které přesahují regionální

³⁴ ZLÍNSKÝ KRAJ, *KUL01-25 Program na podporu klub... a akcí regionálního významu*, 2024.

rámec a mají širší dopad. Je určen pro projekty s větším rozsahem a významem.³⁵

Dotace města Rožnov pod Radhoštěm

Město Rožnov pod Radhoštěm nabízí v rámci podpory kultury pro rok 2025 program VI.

Program VI – Podpora aktivit a akcí v oblasti kultury: Tento program je zaměřen na podporu kulturních aktivit a akcí pořádaných na území města. Je vhodný pro galerie, které plánují výstavy, koncerty, divadelní představení nebo jiné kulturní akce.³⁶

Příjem žádostí probíhá každoročně v prosinci daného roku. Celkový objem financí na podporu kulturních, vzdělávacích a sportovních akcí, stejně jako na podporu talentovaných osob do 21 let, v roce 2025 činí téměř 10,5 milionu Kč.

Soukromé galerie tak mohou dotace od územně správních celků využít jako startovací impuls pro pilotní projekty, jako doplňkový zdroj financování k jiným formám podpory, nebo jako prostředek ke zviditelnění v rámci lokální kulturní krajiny.

10.5 Praktické využití v soukromých galeriích

Veřejné granty a dotace představují důležitý doplňkový zdroj financování pro malé a střední soukromé galerie, které často fungují bez stabilního zázemí zřizovatele. V praxi jsou tyto finanční nástroje využívány především k pokrytí nákladů spojených s výstavní činností, provozem, odbornými službami (např. kurátorská práce) a rozvojem publikačních a edukačních aktivit.

Soukromé galerie mohou žádat o podporu z prostředků Státního fondu kultury ČR, který cílí na kulturní projekty s veřejným přesahem. Možnosti podpory však přesahují kulturní sektor – některé galerie mohou využívat i programy Technologické agentury ČR (např. program SIGMA), pokud jejich projekty mají výzkumný nebo inovační rozměr.

Na lokální úrovni sehrávají klíčovou roli krajské a obecní dotace, které reflektují specifické potřeby daného regionu. Městské a krajské programy často umožňují financovat provozní náklady nebo jednotlivé výstavní a kulturní akce. Praktické využití těchto zdrojů je však závislé na administrativní kapacitě galerií, schopnosti zpracovat žádost a míře zkušeností s grantovým systémem.

³⁵ ZLÍNSKÝ KRAJ, *KUL06-25 Program na podporu kulturních ... a akcí nadregionálního významu*, 2024.

³⁶ MĚSTO ROŽNOV POD RADHOŠTĚM, *Program VI – Podpora aktivit a akcí v oblasti kultury*, 2024.

10.6 Aktuální možnosti podpory pro soukromé galerie v ČR

K roku 2025 mají malé a střední soukromé galerie v České republice k dispozici několik zdrojů veřejné finanční podpory, a to na národní i regionální úrovni:

- Státní fond kultury ČR pravidelně vypisuje výběrová řízení na podporu kulturních projektů, mezi které spadají i výtvarné rezidence, vzdělávací programy nebo výstavy v galeriích.
- Technologická agentura ČR, ačkoliv primárně nespadá pod kulturní sektor, umožňuje v některých svých programech (zejména program SIGMA) financování mezioborových projektů na pomezí umění, výzkumu a inovací.
- Krajské a obecní dotace jsou dostupné prostřednictvím samospráv a často cílí na podporu nezřizované kultury, včetně provozu galerií, kulturních akcí, komunitních projektů nebo mezinárodní spolupráce. Významná je například podpora z Magistrátu hlavního města Prahy či jednotlivých krajských úřadů.

Tyto možnosti umožňují galeriím nejen zajistit stabilitu provozu, ale také rozvíjet nové aktivity, posilovat spolupráci se zahraničními partnery a zvyšovat dostupnost kultury pro širší veřejnost.

11 NÁVRH KONKRÉTNÍCH OPATŘENÍ A STRATEGIÍ PRO SOUKROMÉ GALERIE

Na základě provedené analýzy současného stavu malých a středních soukromých galerií v České republice a zjištěných potřeb těchto institucí lze formulovat několik konkrétních opatření a strategií, které by mohly přispět k jejich udržitelnosti, větší profesionalizaci a lepšímu zapojení do širšího kulturního i ekonomického kontextu.

Diverzifikace finančních zdrojů

Jedním z hlavních doporučení je aktivní diverzifikace zdrojů financování. Galerie se nemohou spoléhat výhradně na příjmy z prodeje umění, ale musí cíleně usilovat o kombinaci veřejných grantů, soukromých darů, partnerství s podnikatelským sektorem a vlastních doplňkových aktivit. Za zvážení stojí zavedení členských klubů, rezidenčních programů, edukativních workshopů či pronájmů prostor, které mohou přinášet další finanční prostředky.

Využití dostupné veřejné podpory

Vzhledem k existenci vícezdrojového systému veřejné podpory je důležité, aby galerie systematicky sledovaly aktuální výzvy a grantové programy na všech úrovních – od Ministerstva kultury až po místní samosprávy. Pro malé týmy může být přínosné navázat spolupráci s externími grantovými specialisty nebo sdílet know-how v rámci profesních sítí.

Profesionalizace řízení a budování kapacit

Malé galerie často trpí nedostatkem personálních i organizačních kapacit. Klíčová je proto investice do profesionalizace – ať už formou školení v oblasti kulturního managementu, strategického plánování, komunikace nebo fundraisingu. Významnou roli zde může sehrát i univerzitní vzdělání zaměstnanců v oborech zaměřených na řízení kultury, jako je například studijní program Arts Management, který propojuje teoretické znalosti s praktickými dovednostmi potřebnými pro efektivní chod kulturních institucí. Vhodným řešením může být i částečná externalizace některých činností (např. účetnictví, marketing) a budování dobrovolnické základny.

Strategická komunikace a budování publika

K udržitelnosti galerií přispívá i schopnost efektivně komunikovat s veřejností. Galerie musí vytvářet dlouhodobé komunikační strategie, rozvíjet vztahy s publikem, zviditelňovat svou

činnost prostřednictvím sociálních sítí, médií. Důležité je také oslovování nových cílových skupin, včetně dětí, seniorů či cizinců, a vytváření otevřeného a přívětivého prostoru.

12 DOPORUČENÍ PRO ZLEPŠENÍ SITUACE GALERIÍ

Na základě provedeného výzkumu, analýzy aktuální situace malých a středních soukromých galerií v České republice a komparace se zahraničními modely lze formulovat několik klíčových doporučení, jejichž realizace přispěje ke zlepšení podmínek fungování těchto kulturních institucí. Tato doporučení se týkají jak samotných galerií a jejich vnitřního fungování, tak i systémové úrovně, tedy vztahu galerií k veřejným institucím, donátorům a dalším aktérům kulturního ekosystému.

12.1 Zavedení systémové veřejné podpory pro neziskově orientované soukromé galerie

V současnosti nejsou malé a střední soukromé galerie v České republice systematicky zahrnovány do nástrojů veřejné podpory určených pro neziskový sektor, přestože mnohé z nich vykonávají veřejně prospěšnou činnost. Doporučuje se vytvořit specifickou dotační linii na úrovni Ministerstva kultury ČR, která by zohledňovala specifika neziskového modelu provozu soukromých galerií. Zároveň je vhodné usilovat o větší transparentnost a srozumitelnost grantových řízení, včetně metodického vedení žadatelů.

12.2 Posílení grantové gramotnosti a profesionalizace řízení

Řada galerií disponuje omezenými zkušenostmi s přípravou žádostí o podporu či s dlouhodobým plánováním. Doporučuje se zavedení školení, mentoringu a poradenských služeb zaměřených na grantový management, fundraising a kulturní management. Tyto služby by mohly být poskytovány nezávislými platformami (např. Kreativní Česko).

12.3 Vytváření sítí a sdílení know-how

Jedním z účinných nástrojů podpory je budování profesních sítí, které umožňují sdílení informací, zkušeností a materiálních i lidských zdrojů. Doporučuje se podpora vzniku asociace či platformy sdružující malé a střední galerie v ČR, podobně jako je tomu například u Asociace nezávislých divadel nebo Die Galerien – Asociace rakouských galerií.³⁷ Tato síť by mohla sloužit jako komunikační kanál s veřejnou správou, ale i jako nástroj k mapování a artikulaci společných potřeb.

³⁷ DIE GALERIEN, *Průvodce galeriemi*, 2025.

12.4 Podpora spolupráce se soukromým sektorem a mecenášstvím

Dlouhodobou perspektivu rozvoje galerií může podpořit také navazování vztahů s podnikatelskou sférou, a to nejen ve formě sponzoringu, ale také prostřednictvím strategického partnerství či podpory ze strany jednotlivých mecenášů. Doporučuje se vytvořit metodiku nebo platformu pro zprostředkování kontaktů mezi kulturním a podnikatelským sektorem, včetně vzorových modelů spolupráce. Zároveň je žádoucí otevřít diskuzi o systémových pobídkách pro soukromé dárce (např. rozšíření daňových úlev).

12.5 Podpora rezidenčních, vzdělávacích a komunitních programů

Rozvoj doprovodných programů přispívá nejen k větší návštěvnosti, ale také k hlubšímu zapojení veřejnosti a budování komunitního charakteru galerie. Doporučuje se větší důraz na mezioborové a participativní formáty, včetně spolupráce se školami, seniory či lokálními iniciativami. Zahraniční příklady ukazují, že galerie fungující jako otevřený prostor pro komunitu získávají silnější legitimitu i širší spektrum podporovatelů.

12.6 Větší zapojení galerií do kulturní politiky

Soukromé galerie by měly aktivně vstupovat do veřejné debaty o kulturní politice na lokální i celostátní úrovni. Jejich hlas by měl být slyšet při tvorbě strategií rozvoje kultury, alokaci veřejných prostředků i při definování kulturních priorit. Doporučuje se zapojení galerií do participativních procesů, kulturních plánování měst a krajů a posilování jejich role jako relevantních aktérů kulturního života.

Výše uvedená doporučení mají sloužit jako rámec pro strategické směřování jak samotných galerií, tak kulturní politiky vůči tomuto typu subjektů. Jejich realizace vyžaduje koordinovanou spolupráci mezi kulturními institucemi, státní správou, samosprávami, odbornou veřejností i občanskou společností. Cílem není pouze stabilizace provozu jednotlivých galerií, ale posílení jejich role jako důležitých aktérů kulturní infrastruktury a tvůrců hodnoty, jež přesahuje ekonomický rámec.

13 MOŽNOSTI SPOLUPRÁCE S VEŘEJNÝM SEKTOREM NEJEN V OBLASTI GRANTŮ A DOTACÍ

Ačkoli jsou ziskově orientované soukromé galerie z podstaty svého fungování primárně závislé na příjmech z prodeje uměleckých děl a dalších podnikatelských aktivit, jejich působení se často prolíná s oblastí veřejného zájmu – ať už jde o podporu umělců, vzdělávání veřejnosti nebo péči o kulturní dědictví. To otevírá prostor pro různé formy spolupráce s veřejným sektorem, které přesahují rámec tradičního čerpání grantů a dotací. Tyto formy partnerství mohou být přínosné nejen pro samotné galerie, ale i pro obce, regiony a veřejné instituce, kterým galerie mohou pomoci naplňovat kulturní politiku a strategické cíle v oblasti rozvoje kultury.

13.1 Partnerství s městy a obcemi v oblasti kulturních projektů

Soukromé galerie mohou s obcemi spolupracovat na realizaci výstavních nebo vzdělávacích projektů, které mají veřejný dopad – například zapojením do místních kulturních festivalů, komunitních akcí nebo edukačních programů pro školy. Příkladem může být účast galerií na akcích typu „Noc galerií“, kde galerie poskytují své prostory a odborné zázemí v rámci širší kulturní nabídky města.

13.2 Kurátorské spolupráce s veřejnými institucemi

Veřejné instituce často disponují odbornými kapacitami a kontakty v oblasti současného umění, které mohou komerční galerie využít při tvorbě výstavních projektů. Spolupráce může probíhat na bázi odborného kurátorství nebo spolupořádání tematických výstav. Tímto způsobem dochází k výměně know-how mezi komerčním a veřejným sektorem.

13.3 Umění ve veřejném prostoru

Rostoucím trendem je umísťování uměleckých děl do veřejného prostoru, na jehož realizaci se mohou soukromé galerie podílet ve spolupráci s městy, architekty či developerskými firmami. Tyto projekty nejen kultivují veřejný prostor, ale také zvyšují viditelnost umělců zastupovaných galeriemi. Například v Praze byly realizovány projekty soch a instalací financované z rozpočtů městských částí, ve kterých byly do procesu zapojeny i soukromé subjekty z kulturní sféry. Program „Umění pro město“, iniciovaný Galerií hlavního města Prahy (GHMP), podporuje systematické začleňování současného umění do veřejného prostoru. Tento program spolupracuje s městskými organizacemi a investory na financování

a realizaci uměleckých děl ve veřejném prostoru.³⁸ Příkladem může být projekt LCL, který vznikl ve spolupráci GHMP a Dopravního podniku a jehož cílem je instalace trvalých uměleckých děl ve stanicích metra.³⁹ Dalším příkladem je projekt SOKL, který umožňuje dočasné instalace nebo expozice vybraných uměleckých děl ve veřejném prostoru, čímž přispívá ke každodennímu kontaktu obyvatel města se současným uměním.⁴⁰

Tyto iniciativy ukazují, že spolupráce mezi galeriemi a veřejným sektorem může být oboustranně přínosná — galerie tím získávají nové platformy pro prezentaci svých umělců a města obohacují svůj veřejný prostor o kvalitní umělecká díla.

³⁸ UMĚNÍ PRO MĚSTO, *O programu*, 2020.

³⁹ PESTRÁ PRAHA, *Projekt programu Umění pro město GHMP a Dopravního podniku*, 2024.

⁴⁰ UMĚNÍ PRO MĚSTO, *Sokl*, 2020.

14 MOŽNOSTI SPOLUPRÁCE SE SOUKROMÝM SEKTOREM

Vedle grantových schémat a veřejné podpory představuje spolupráce se soukromým sektorem zásadní pilíř ekonomické udržitelnosti soukromých prodejních galerií. Tento typ spolupráce může nabývat různých forem – od klasického sponzorství a mecenášství, přes strategická partnerství a zakázkové výstavy, až po firemní sběratelství nebo využití prostor galerie k firemním účelům.

Spolupráce s korporátní sférou může být výhodná pro obě strany. Firmy se skrze podporu umění mohou profilovat jako společensky odpovědné subjekty (CSR – Corporate Social Responsibility), posilují svou značku a vytvářejí kulturní hodnotu pro své zaměstnance i veřejnost. Galerie mohou získat stabilního finančního partnera a možnost rozšířit svůj dosah mimo okruh tradičního publika. Příkladem takového typu spolupráce může být například forma firemního sběratelství, kdy společnosti investují do nákupu děl současných umělců prezentovaných v galeriích, případně si díla dlouhodobě zapůjčují do svých prostor.

Pro korporátní sektor může být atraktivní nejen samotné umění, ale i kulturní kapitál, který galerie reprezentuje – její odborné zázemí, schopnost komunikace s uměleckou scénou a přístup k aktuálním trendům v kultuře. Společné projekty tak mohou zahrnovat například také klientské eventy, edukační programy pro zaměstnance nebo aktivity spojené s podporou mladých umělců.

Vzhledem k omezeným veřejným rozpočtům a rostoucí konkurenci na trhu s uměním představuje orientace na spolupráci se soukromým sektorem strategický krok, který může významně přispět k profesionalizaci a ekonomické stabilitě soukromých prodejních galerií.

14.1 Doporučení pro navázání partnerství s firmami

Navázání spolupráce se soukromým sektorem by mělo být vnímáno nejen jako finanční příležitost, ale také jako způsob, jak rozšířit publikum galerie, zvýšit společenskou relevanci výtvarného umění a přispět k posilování kulturního ekosystému mimo rámec státní podpory.

Jasně definovaná identita galerie

Galerie by měla mít srozumitelný kurátorský profil, definovanou cílovou skupinu a profesionálně zpracovanou prezentaci (web, portfolio umělců, přehled realizovaných výstav), která bude pro firemní partnery srozumitelná a důvěryhodná.

Vytváření produktových balíčků pro firmy

Příprava možností konkrétní nabídky spolupráce: např. firemní akce v prostorách galerie, kurátorské komentáře, exkluzivní výstavy pro klienty, tvorba dárkových uměleckých předmětů nebo zapůjčení uměleckých děl do kancelářských prostor.

Proaktivní oslovování firem v souladu s hodnotami galerie

Namísto pasivního čekání na nabídky je vhodné vyhledávat firmy, jejichž hodnoty nebo oblast podnikání souzní s estetikou a zaměřením galerie (např. designové firmy, architektonické ateliéry, technologické startupy nebo firmy podporující udržitelnost a kreativitu).

Zapojení galerijních umělců do firemních projektů

Tato nabídka spolupráce může zahrnovat zakázkové tvorby umělců pro firemní prostředí, realizace murálů či instalací ve veřejně přístupných prostorách firem, případně společné tematické výstavy.

Monitoring a měření přínosů spolupráce

Pro dlouhodobé partnerství je důležité nastavit měřitelné cíle spolupráce (návštěvnost, mediální výstupy, znalost a povědomí o daných značkách, firmách), které umožní oběma stranám vyhodnotit efektivitu společného projektu.

Spolupráce soukromé galerie s developerskou firmou

Jednou z perspektivních forem partnerství mezi ziskově orientovanými galeriemi a podnikatelským sektorem je spolupráce při realizaci uměleckých intervencí do veřejného prostoru. Tento typ spolupráce umožňuje oběma stranám naplňovat jejich strategické cíle – soukromým firmám nabízí nástroj pro budování značky a společenské odpovědnosti, zatímco galerii poskytuje příležitost pro prezentaci umělců mimo tradiční výstavní rámec a rozšíření jejího publika. Následující fiktivní příklad ilustruje, jak by taková spolupráce mohla vypadat v praxi.

Soukromá galerie (např. Galerie X) navázala spolupráci s developerskou společností, která připravovala nový bytový komplex s důrazem na architektonickou kvalitu a komunitní rozměr. Cílem spolupráce bylo obohatit veřejný prostor komplexu o trvalou uměleckou instalaci a současně propojit budoucí obyvatele s kulturním děním v dané lokalitě.

Galerie X navrhla několik umělců ze svého portfolia, z nichž byl vybrán jeden autor k vytvoření sochařské instalace. Finanční náklady projektu hradil developer jako součást svého CSR rozpočtu. Galerie zajistila kurátorský dohled, produkci díla a jeho mediální prezentaci.

Výsledkem byla instalace trvalého charakteru ve vstupním parku obytného komplexu, která současně sloužila jako komunikační nástroj pro obě strany: developer posílil svou image kultivovaného investora, galerie rozšířila publikum a portfolio realizací a umělec získal referenční projekt ve veřejném prostoru.

Tento model lze označit za příklad tzv. „win-win“ spolupráce, která ukazuje potenciál synergie mezi soukromou kulturní a komerční sférou.

14.2 Firemní galerie na míru jako forma spolupráce

Další formou spolupráce mezi soukromými prodejními galeriemi a podnikatelským sektorem může být koncept firemní galerie vytvořené na míru konkrétní společnosti. Tento model umožňuje firmám začlenit umění do vlastních reprezentativních prostor (např. sídlo firmy, showroomy či klientské zóny), čímž posilují svou vizuální identitu, podporují kreativní prostředí a deklarují vztah k hodnotám spojeným s kulturou a estetikou. Soukromá galerie v tomto kontextu může poskytovat odborné kurátorské služby, dlouhodobě vybírat díla odpovídající firemnímu profilu a zajišťovat jejich pravidelnou obměnu, případně organizaci doprovodných akcí. Tento typ spolupráce tak může vytvořit oboustranně výhodný vztah – firmám nabízí kulturní rozměr a diferenciaci značky, galerii pak stabilní příjmový zdroj a širší publikum.

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce je analyzovat situaci malých a středních soukromých galerií v České republice se zaměřením na jejich financování, potřeby a možnosti podpory. Tyto instituce, ačkoli nejsou součástí státní sítě kulturních zařízení, hrají v oblasti současného vizuálního umění zásadní roli. Fungují jako prostředníci mezi umělci, sběrateli, institucemi a veřejností. Přispívají k objevování nových talentů, podporují kritické a aktuální umělecké projevy a spoluvytvářejí rozmanitou kulturní krajinu. Přestože se jedná často o malé týmy s omezenými prostředky, jejich dopad na kulturní a ekonomický život regionů je nezanedbatelný.

Z provedené analýzy vyplývá, že malé a střední galerie se potýkají s celou řadou výzev. Mezi ty nejvýznamnější výzvy patří finanční nejistota, závislost na nepravidelných příjmech z prodeje uměleckých děl, složitost grantových procesů, omezené personální kapacity a nízká míra institucionální podpory ze strany státu. Zásadní bariérou je rovněž nedostatečná daňová motivace pro rozvoj mecenášství a sponzorství v kultuře. Mnohé galerie tak balancují na hraně ekonomické udržitelnosti, což negativně ovlivňuje kontinuitu jejich výstavních programů, možnost dlouhodobého plánování či zapojení do mezinárodních sítí.

V práci jsou představeny různé nástroje, které mají potenciál tuto situaci zlepšit. Patří mezi ně zejména cílená veřejná podpora ve formě grantů a dotací – ať už ze strany Ministerstva kultury, Státního fondu kultury, krajů, obcí nebo mezinárodních fondů. Dále je klíčové rozšiřovat tzv. grantovou gramotnost a schopnost galeristů orientovat se v dotačních výzvách, což lze podpořit skrze vzdělávací a poradenské aktivity. Vedle finančních nástrojů jsou významné také návrhy systémových opatření, jako je zavedení pravidelných a transparentních výzev pro soukromé subjekty, uznání jejich přínosu v rámci kulturní politiky, či otevřenější přístup k veřejnému prostoru a možnostem kurátorské spolupráce s institucemi.

Součástí práce bylo rovněž představení případových studií dvou galerií – stage garden Gallery CREARS v Rožnově pod Radhoštěm a Curva Pura Gallery v Římě. Tyto studie umožnily porovnat dvě různé kulturní reality a poukázat na podobnosti i rozdíly v jejich fungování. Ukázalo se, že ačkoli se obě instituce pohybují v odlišném institucionálním prostředí, čelí podobným výzvám: hledání udržitelného modelu financování, budování publika, kombinování prodejní a kurátorské činnosti, či potřeba větší profesionalizace

a strategického řízení. Zároveň však obě představují příklady inspirativních přístupů – od osobního nasazení a flexibility po schopnost navazovat mezisektorovou spolupráci.

Závěry této diplomové práce potvrzují, že pokud má být kulturní krajina České republiky dlouhodobě rozmanitá, otevřená a inkluzivní, je nezbytné posílit roli nezávislých subjektů, jako jsou malé a střední soukromé galerie. Jejich podpora nesmí být vnímána pouze jako dotace na provoz, ale jako strategická investice do kulturní infrastruktury, která má zásadní dopad na kvalitu života, kulturní gramotnost obyvatel i ekonomický rozvoj regionů. Kultura není výdaj, ale hodnotová investice – a právě tyto galerie mohou být jedním z jejích nejdynamičtějších a nejcitlivějších nositelů.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BUNDESMINISTERIUM WOHNEN, KUNST, KULTUR, MEDIEN UND SPORT. *Podpora galerie prostřednictvím muzejních nákupů*. Online. In: Bundesministerium Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport. 2024. Dostupné z: <https://www.bmwkms.gv.at/themen/kunst-und-kultur/sparten/bildende-kunst-design-mode-fotografie-medienkunst/foerderungen/galerien.html>. [cit. 2025-05-16].
- CNAP. *Přehled grantů CNAP*. Online. In: CNAP 2021. Dostupné z: <https://www.cnap.fr/en/overview-cnap-creation-grants>. [cit. 2025-05-16].
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Vymezení kulturních průmyslů*. Online. In: Český statistický úřad. 2020. Dostupné z: <https://csu.gov.cz/docs/107508/78daa725-1774-f3e6-fe0a-2bf56dc04431/09000421k2.pdf>. [cit. 2025-05-07].
- DIE GALERIEN. *Průvodce galeriemi*. Online. In: Die Galerien. 2025. Dostupné z: <https://www.diegalerien.at/>. [cit. 2025-05-14].
- DOTACEEU.CZ. *Město Zlín navazuje na tradici Tomáše Bati a hledá mezinárodní talenty*. Online. In: DotaceEU.cz 2019. Dostupné z: <https://www.dotaceeu.cz/cs/microsites/urbact-iv/novinky/mesto-zlin-navazuje-na-tradici-tomase-bati-a-hleda>. [cit. 2025-05-15].
- DRDOVÁ, Lucie. *Komerční není sprosté slovo*. Online. In: ArtAntiques. 2012. Dostupné z: <https://www.artantiques.cz/komercni-neni-sproste-slovo>. [cit. 2025-05-07].
- DRDOVÁ, Lucie. *Institute privátní galerie v České republice Strategie galerijní prezentace a budování uměleckého jména*. Online, disertační práce. Brno: Masarykova univerzita. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/t75id/disertacni_prace_Lucie_Drdova_Institute_privatni_galerie_v_Ceske_republice.pdf. [cit. 2025-05-07].
- CULTURENET. *Státní fond kultury – tři výzvy na r. 2025*. Online. In: Culturenet. 2024. Dostupné z: <https://www.culturenet.cz/granty-a-stipendia/statni-fond-kultury-tri-vyzvy-na-r-2025/>. [cit. 2025-05-14].
- CURVA PURA GALLERY, *Ponyboy*. Online, obrázek. In: Curva Pura. 2025. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1233446805452912&set=pcb.1233446928786233> [cit. 2025-05-16].

EUROPEAN UNION. *Doporučení Komise 2003/361 Malé a střední podniky*. Online. In: European Union. 2023. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/CS/legal-content/glossary/small-and-medium-sized-enterprises.html>. [cit. 2025-05-07].

GESTOR. *Co je to právo na odměnu za opětovný prodej autorského díla*. Online. In: Gestor. 2008. Dostupné z: <http://www.gestor.cz/cs/zakladni-informace-1/>. [cit. 2025-05-07].

JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Online. Grada, 2008. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/marketing-kulturniho-dedictvi-a-umeni-171/>. [cit. 2025-05-14].

KREATIVNÍ ČESKO, *Kreativní vouchery*. Online. In: Kreativní Česko. 2025. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/kreativni-vouchery>. [cit. 2025-05-14].

KULTURSTIFTUNG DES BUNDES. *Představení nadace*. Online. In: Kulturstiftung des Bundes 2025. Dostupné z: <https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/stiftung.html#c202609>. [cit. 2025-05-16].

MĚSTO ROŽNOV POD RADHOŠTĚM. *Program VI – Podpora aktivit a akcí v oblasti kultury*. Online. In: Rožnov. 2024. Dostupné z: <https://www.roznov.cz/filemanager/files/3904598.pdf>. [cit. 2025-05-14].

MINISTERSTVO KULTURY. *Prohlášení rady Státního fondu kultury*. Online. In: Ministerstvo kultury. 2025. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/prohlaseni-rady-statniho-fondu-kultury>. [cit. 2025-05-14].

MINISTERSTVO KULTURY. *Žádosti o dotace SFK na rok 2025*. Online. In: Ministerstvo kultury. 2024. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/zadosti-o-dotace-sfk-na-rok-2025>. [cit. 2025-05-15].

NOVÁKOVÁ, Eliška. *Základní statistické údaje o kultuře v ČR 2023*. Online. In: Statistika kultury. 2024. Dostupné z: <https://www.statistikakultury.cz/>. [cit. 2025-05-07].

PESTRÁ PRAHA. *Projekt programu Umění pro město Galerie hlavního města Prahy a Dopravního podniku*. Online. In: Pestrá Praha. 2024. Dostupné z: <https://pestrapraha.cz/2024/07/projekt-programu-umeni-pro-mesto-galerie-hlavniho-mesta-prahy-a-dopravniho-podniku/>. [cit. 2025-05-14].

SKŘIVÁNEK, Jan. *Podpora trhu se současným výtvarným uměním: Analýza a návrhy opatření podporujících sbírkotvornou činnost, aktivity soukromých galerií, vzdělávání a*

propagaci umění v ČR a propagaci českého umění v zahraničí. Online. In: Ministerstvo kultury. 2010, s. 56. Dostupné z: https://mk.gov.cz/doc/cms_library/podpora-trhu-se-soucasnym-vytvarnym-umenim-1926.pdf. [cit. 2025-05-07].

SOUTIEN À L'EXPOSITION POUR LES GALERIES D'ART. *Podpora výstav pro umělecké galerie*. Online. In: Soutien à l'exposition pour les galleries d'art. 2022. Dostupné z: <https://les-aides.fr/aide/JIYv3w/cnap/soutien-a-l-exposition-pour-les-galleries-d-art.html>. [cit. 2025-05-16].

STAGE GARDEN GALLERY CREARS, *Nový výstavní pavilón stage garden Gallery CREARS*. Online, obrázek. In: Galerie CREARS. 2021. Dostupné z: <https://www.galeriecrears.cz/stagegarden>. [cit. 2025-05-16].

STIFTUNG KUNSTFONDS. *Podpora během pandemie koronaviru*. Online. In: Stiftung Kunstfonds. 2023. Dostupné z: <https://www.kunstfonds.de/neustart-kultur/aufgaben>. [cit. 2025-05-16].

SVOBODA, František a ŠKARABELOVÁ, Simona. *Ekonomika kultury*. Masarykova univerzita, 2024. ISBN 978-80-280-0530-6. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/kniha/ekonomika-kultury-14094/>.

ŠVIRÁKOVÁ, Eva. *Kreativní projektový management*. Zlín: VeRBuM, 2014. ISBN 978-80-87500-58-3.

TA ČR. *Znění programu – Program na podporu aplikovaného výzkumu a inovací SIGMA – s účinností od 8. 5. 2025*. Online. In: TA ČR. 2025. Dostupné z: <https://tacr.gov.cz/program/program-sigma/>. [cit. 2025-05-14].

UMĚNÍ PRO MĚSTO. *O programu*. Online. In: Umění pro město. 2020. Dostupné z: <https://umenipromesto.eu/>. [cit. 2025-05-14].

UMĚNÍ PRO MĚSTO. *Sokl*. Online. In: Umění pro město. 2020. Dostupné z: <https://umenipromesto.eu/prispevky/3-sokl>. [cit. 2025-05-14].

ZLÍNSKÝ KRAJ. *KUL01-25 Program na podporu klubové scény, kulturních aktivit a akcí regionálního významu*. Online. In: Zlínský kraj. 2024. Dostupné z: <https://zlinskykraj.cz/dotace/kul01-25-program-na-podporu-klubove-sceny-kulturnich-aktivit-a-akci-regionalniho-vyznamu>. [cit. 2025-05-14].

ZLÍNSKÝ KRAJ. *KUL06-25 Program na podporu kulturních aktivit a akcí nadregionálního významu*. Online. In: Zlínský kraj. 2024. Dostupné z: <https://zlinskykraj.cz/dotace/kul06-25-program-na-podporu-kulturnich-aktivit-a-akci-nadregionalniho-vyznamu>. [cit. 2025-05-14].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Výstavní pavilón stage garden Gallery CREARS.....	34
Obrázek 2 Výstava Ponyboy v galerii Curva Pura v Římě.....	36

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 SWOT analýza soukromých komerčních galerií v ČR.....	27
--	----