

Proč potřebuje Svítání mecenáše?

Zdá se to snadné – kapela přijede, odehraje koncert před vyprodaným sálem, vstupné si rozdělí a pak může týden popíjet, zatímco návštěvníci koncertu poctivě chodí do práce. Také jsem v mládí míval podobné názory. Nic není dále od pravdy. Chcete-li udělat koncert na úrovni, platíte pronájem prostor, ozvučení, autorské poplatky, cestování, pořadatelskou službu, provize online prodejcům vstupenek... Tyto náklady v případě menších koncertů dosahují mnoha desítek tisíc korun, u velkých koncertů jdou do statisíců. Už toto samo o sobě představuje velké riziko.

A hádejte – na kterou položku jsem (záměrně) zapomněl? Na propagaci, která je nezbytná, nemá-li hlediště zet prázdnotou. To je totiž zcela suverénně nejvyšší položka v rozpočtu, tedy pokud nejste legendou, kterou lidé vyhledávají aktivně sami. Ceníky výlepových služeb je snadné najít na

internetu, přičemž dnes již plakátování nemá moc smysl – všichni koukají do mobilů a plakáty míjejí bez povšimnutí. Tudíž přicházejí na řadu sociální sítě. I tam se jejich majitelé snaží na tomto novodobém fenoménu co nejvíce vydělat. A tak na Facebooku platíte a platíte – za to, že zobrazujete obsah svým fanouškům (jinak počet oslovených Facebook výrazně omezuje), že aktivně hledáte nové, že se staráte o své příznivce... A největší horou ke zdolání jsou velká média. Televizní a rozhlasová reklama i spolupráce (včetně veřejnoprávních médií) se pohybuje v takových částkách, že je to pro nás naprosto nedostupné. Aby si vás média zvala sama, musíte být slavní. A jak se stát slavnými? Tak, že budete v médiích. Tento ďábelsky začarovaný kruh bezvýznamnosti je téměř nemožné rozetnout. Důsledky jsou velmi prosté – všichni neustále naříkají, že nevzniká nová, dobrá česká hudba, a uchylují se k prověřeným legendám, které si jméno vybudovaly v úplně jiném režimu, nebo sledují ten

nejjednodušší pop, který jim přinášejí komerční rádia a televize.

A proto potřebujeme vaši pomoc – abychom mohli více hrát, oslovovat posluchače i jinde než v největších městech, abychom mohli navazovat spolupráci s významnými institucemi, orchestry, muzikanty a médii. I velké, štědře dotované instituce jako divadla a orchestry mají své mecenášské kluby a „fundraiser“ je v nich standardní pracovní pozice.

Pokud vám výše uvedené dává smysl, věříte, že hudba Svítání si zaslouží větší okruh posluchačů, a chcete nám pomoci, obraťte se na naše fundraiserky. Nejde jen o peníze, jde o vzájemný vztah. Uděláme vše pro to, aby pro vás tento vztah s kapelou byl obohacující a povznášející 😊.

Jiří Fadrný Damian, umělecký vedoucí Svítání