



WORLD
OF FREDDIE

Freddie Mercury

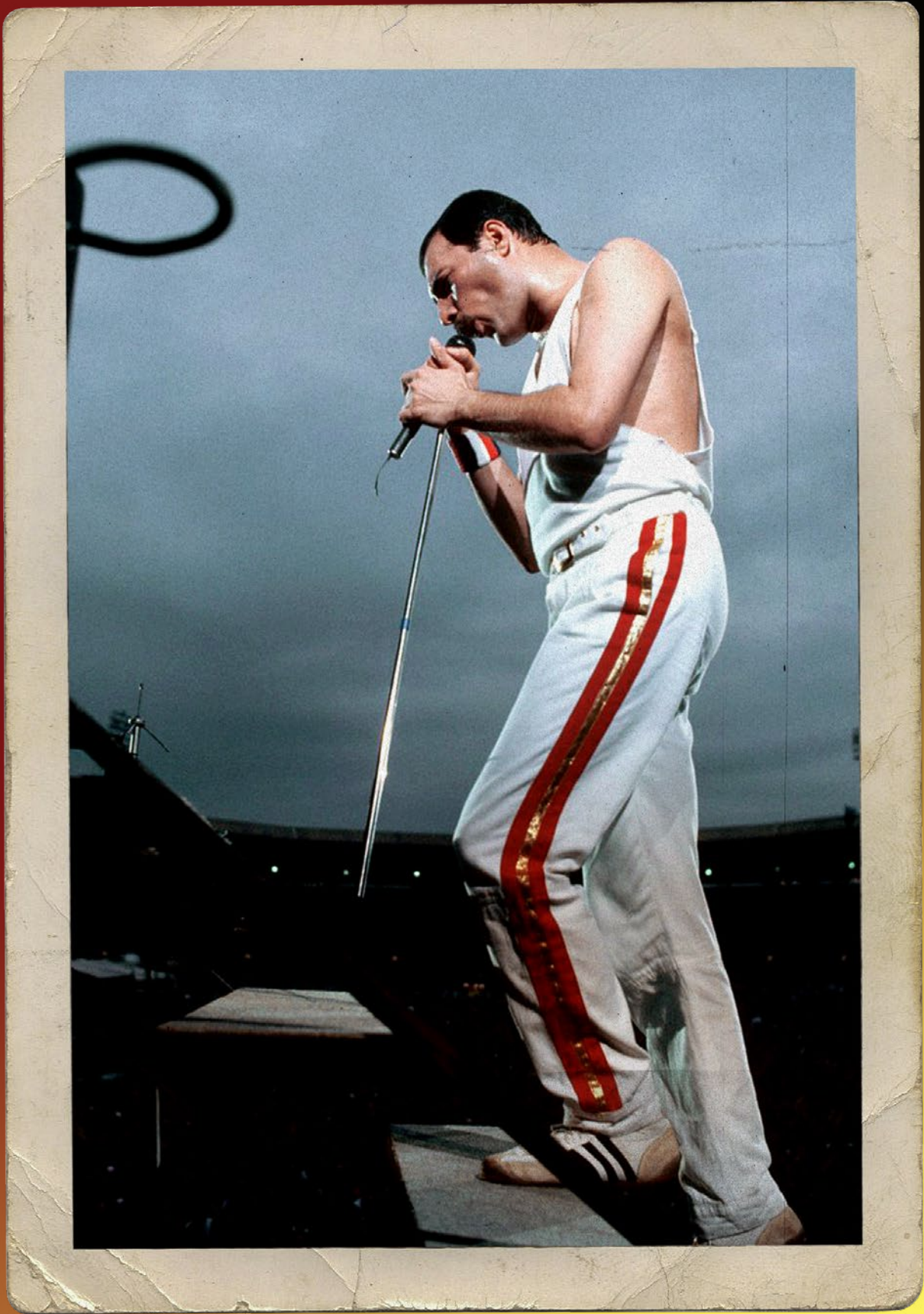
01

Shrnutí

Předmětem podnikání bude **výstava osobních věcí** zpěváka skupiny Queen, **Freddieho Mercuryho**, získaná výkupem jeho dědictví. Tato neobyčejná výstava bude spojena s jedinečným zážitkem v podobě reálného příběhu jednotlivých položek, který zažil Freddieho osobní asistent a jeden z nejbližších přátel, pan **Peter Freestone**. V audiovizuální podobě Vás vezme do let 1979-1991, které téměř nepřetržitě strávil po boku tohoto hudebního génia. Každý návštěvník se tak i pomocí nejmodernějších technologií stane součástí míst a doby, kdy vznikaly nejpopulárnější písně rockové historie. Projekt je určen pro dlouholeté fanoušky Queen, milovníky rockové hudby, hudební nadšence, sběratele memorabilií, širokou veřejnost.

Jedinečnost výstavy spočívá v unikátní sbírce hudebníkem vlastněných předmětů, osobních i uměleckých děl, jedinečných pódiových kostýmů, vlastnoručně psaných textů a mnoha dalších. Cílem je zpřístupnit tyto předměty co možná nejširšímu spektru návštěvníků a zamezit tím rozprodeji těchto artefaktů do soukromých sbírek. V současnosti je domluvená spolupráce s Peterem Freestonem, Mercury Phoenix Trust, Sotheby's. Vymyšlena koncepce výstavy, probíhají jednání o spolupráci s velkými evropskými muzei. Benefity pro investory jsou: Možnost participovat na jedinečném mezinárodním projektu, prezentace vlastních aktivit v rámci obrovského mediálního zájmu o expozici, **zhodnocení investovaných prostředků do aktiv**, které neustále narůstají na hodnotě a vysoká transparentnost projektu s možností užší spolupráce.





Wembley 1986

02

Popis projektu

> MYŠLENKA

Hlavní myšlenkou tohoto projektu je shromáždit unikátní sbírku veřejnosti dosud nikdy nezpřístupných osobních předmětů jednoho z největších rockových zpěváků všech dob Freddieho Mercuryho. Zpřístupnit ji tak vytvořením exkluzivní výstavy nejen jeho fanouškům, ale všem, kteří se zajímají o hudbu, kulturu a historii. Tato jedinečná sbírka pochází přímo z Freddieho milovaného domova v Londýně, viktoriánského sídla Garden Lodge, obsahuje dekorativní umění, pódiové kostýmy, ručně psané texty, milované starožitné japonské umění a mnohé další osobní věci, které nikdy dříve nebyly veřejnosti jakkoli představeny. Po celých 32 let od Mercuryho smrti zůstal jeho domov zcela nedotčen, až nyní se naskytla příležitost, díky mým dlouhodobým kontaktům se skupinou Queen a nejbližšími přáteli Freddieho Mercuryho, danou sbírku získat. Exhibici chceme otevřít všem, kteří hudbu skupiny Queen a životní příběh Freddieho Mercuryho milují.

Garden Lodge zůstal ve vlastnictví Freddieho dlouholeté přítelkyně Mary Austin, která se z osobních důvodů rozhodla dědictví prodat. Na základě mého dlouholetého přátelství s Peterem Freestonem, bývalým osobním asistentem Freddieho, který po jeho boku strávil posledních 12 let života, jsme se rozhodli využít této jedinečné příležitosti a vytvořit unikátní výstavu složenou z předmětů, které mají nevyčísitelnou sběratelskou i uměleckou hodnotu. Sám se ve sběratelství artefaktů a memorabilií skupiny Queen a Freddieho Mercuryho pohybuji již přes 10 let a znám přesně vývoj cen a hodnot jednotlivých položek, které vlastním. Tato hodnota neustále roste, po uvedení Oscarového snímku Bohemian Rhapsody se ještě několikanásobně navýšila. Předpoklad růstu hodnoty těchto unikátních osobních věcí je zde v čase velký, obzvláště s ohledem na dobu, kdy postupně přestanou být aktivní i zbývající členové kapely v koncertování s novým zpěvákem Adamem Lambertem.

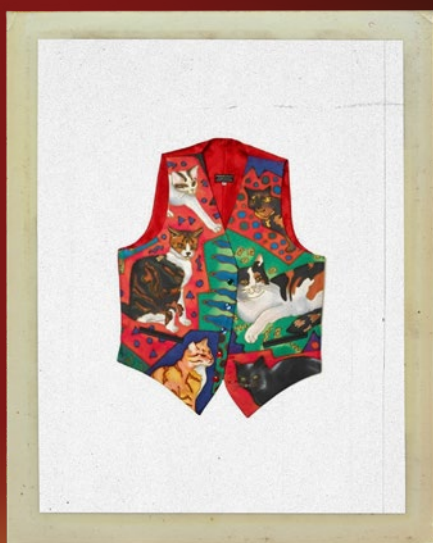
> CÍL

Cílem tohoto projektu je **vykoupit a vydražit** předem domluvené cílové položky a zamezit tak tomu, aby se **tyto cenné předměty** dostaly do soukromých sbírek sběratelů po celém světě, čímž by došlo k nenávratnému rozdělení těchto unikátních artefaktů, které by již nikdo nedokázal dát znovu dohromady. Plánovaná výstava získaných exponátů bude tak **jedinou možností na celém světě**, jak na vlastní kůži pocítit dědictví tohoto hudebního génia. Vzhledem k dlouhodobé celosvětové popularitě skupiny Queen a samotného Freddieho Mercuryho, považuji tento projekt za **mimořádně atraktivní** a lákavý nejen pro fanoušky tohoto fenomenálního zpěváka, ale pro všechny, kdo chtějí objevit unikátní talent obyčejného muže pocházejícího ze Zanzibaru a jeho nekonečnou vášeň pro hudbu. Troufám si tvrdit, že na světě existuje jen hrstka lidí, kteří by neznali nesmrtelné skladby jako jsou **We are the Champions**, Bohemian Rhapsody nebo We Will Rock You, pocházející od tohoto legendárního hudebního genia, jehož umění oslovuje a **inspiruje miliony lidí** po celém světě dodnes. Projdete se po stopách tohoto ikonického umělce a objevíte jeho hluboký vliv na svět hudby. **Každý exponát** vám poví svůj **vlastní příběh**, od slavných kostýmů, které Freddie nosil na pódiu, přes originální texty písní, osobní věci a fotografie z jeho života až po vzácné nahrávky, které odhalují jeho tvůrčí proces





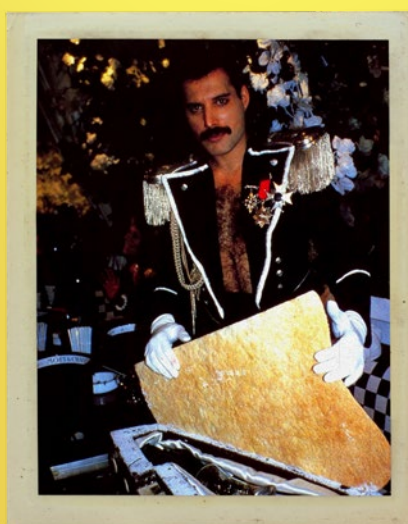
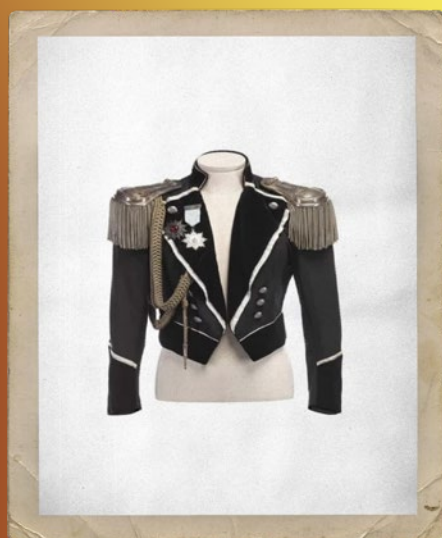
Garden Lodge, Londýn
rezidence Freddieho Mercuryho



Vesta z videoklipu These are the days of our lives (1991)



Plášť a koruna pro Magic tour (1986)



Sako z Freddieho oslavy 39. narozenin v Mnichově (1985)

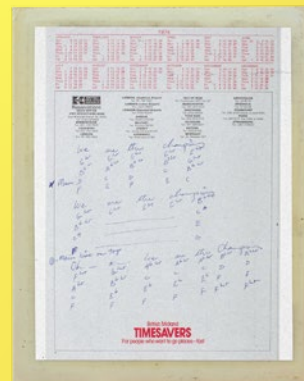
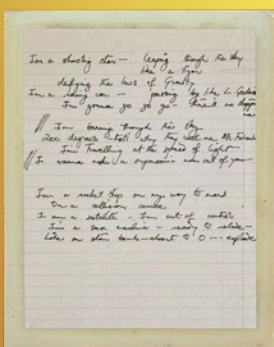


Jedny z nejcennějších kusů umění v Mercuryho sbírce:
Picassův portrét jeho ženy a portrét od Jacquese Tissota



Mezi 1 500 draženými předměty nechybí
nábytek a sbírka japonského umění,
které Mercury tolik miloval

Mercuryho kytara a piano - nástroje
na kterých komponoval největší hity skupiny Queen



Kresby, ručně psané texty a notové zápisy - artefakty,
po kterých touží každý sběratel.

> VIZE

Zavést návštěvníky do světa, kde se snoubí extravagance, umění a svoboda. Poskytnout nezapomenutelný zážitek, který jim umožní dostat se do místa, kde Freddie Mercury žil a doby, kdy nahrával svá největší umělecká díla tak, jako by toho byli součástí.

> JEDINEČNOST

Na světě existuje mnoho sběratelů osobních věcí tohoto genia i celé skupiny Queen, kteří mají ve svých sbírkách získané či darované předměty s podpisy, nicméně nikdo na světě se dosud nemůže pyšnit tím, že by otevřel lidem bránu do osobního světa člověka s tak výjimečným uměleckým vkusem. Freddie si střežil svoje soukromí natolik, že nikdy nezpřístupnil veřejnosti jakýkoli náhled do svého osobního života. Vzhledem k mým úzkým kontaktům na Petera Freestona, management skupiny Queen a Mercury Phoenix Trust¹ jsme schopni se k části z nabízených 1500 položek dostat mimo veřejnou nabídku a navíc zaštitit celý projekt výstavy celosvětově uznávaným jménem organizace Mercury Phoenix Trust. Veřejnou nabídkou se rozumí aukce některých předmětů přes aukční portál Sotheby's, jíž se budeme s realizačním týmem projektu účastnit.

¹ Mercury Phoenix Trust je charitativní organizace založená členy skupiny Queen na počest jejich zesnulého frontmana Freddieho Mercuryho, založená v roce 1992 s cílem bojovat proti HIV/AIDS a podporovat vzdělávání a informovanost v této oblasti prostřednictvím informačních kampaní a dalších aktivit. Organizace se zaměřuje na shromažďování finančních prostředků a jejich přerozdělování organizacím a projektům, které se zabývají prevencí, léčbou a zlepšováním životních podmínek lidí postižených HIV/AIDS. Tato charitativní organizace je založena na hodnotách a dědictví Freddieho Mercuryho, který sám byl ovlivněn HIV/AIDS a nakonec zemřel na komplikace související s touto nemocí. Mercury Phoenix Trust tak pokračuje v jeho odkazu a snaží se udělat reálný rozdíl v boji proti HIV/AIDS a podpoře postižených lidí. Díky svému závazku a úsilí přináší Mercury Phoenix Trust naději a pomoc těm, kteří jsou postiženi touto závažnou nemocí. Jako jeden z hlavních partnerů projektu poskytne obrovský marketingový dosah a umožní lidem vstupem na výstavu přispět k tomu, aby se podíleli na celosvětovém boji proti této zákeřné chorobě.



Tato již sama o sobě zcela jedinečná výstava bude představovat nezaměnitelný hlas skupiny Queen i Freddieho Mercuryho. Tematicky bude výstava rozdělena do jednotlivých částí Freddieho života:

1. Stage: Vystavení slavných kostýmů, které Freddie nosil na pódiu.

2. Studio: Originální texty písní, vzácné nahrávky, které odhalují samotný nezaměnitelný tvůrčí proces.

3. Private life: Nezveřejněné fotky, osobní předměty, nahlédnutí do přísně střeženého osobního života hvězdy.

4. In love with Japan: Sbíрка jeho milovaného japonského umění, zde se setkává vášeň Freddieho Mercuryho s láskou k Japonsku. Tato část zavede návštěvníky do nitra tohoto hudebního titána a předvede jeho neuvěřitelný vztah k této fascinující zemi, kde čerpal novou inspiraci, sílu a kde se rovněž stal ikonou a získal si srdce japonských fanoušků.

5. Crazy little things: Milované umělecké předměty a osobní věci.



Celou výstavou bude návštěvníky audiovizuálně provádět Freddieho osobní asistent a blízký přítel **Peter Freestone**, který mezi těmito unikátními exponáty 12 let žil, zná jejich historii a poví Vám jejich skutečný příběh.

> UMÍSTĚNÍ

V současné době jednáme o umístění výstavy na třech milovaných Freddieho místech, která jsou silně spojena s jeho jménem.

BUDAPEŠŤ

Obrovský zájem budapeštského muzea House of Music o pořádání naší výstavy nabízí výbornou spolupráci k vytvoření celé výstavy s profesionálním a zkušeným partnerem. Queen byli 1. západní rockovou kapelou, která odehrála stadionový koncert pro 80.000 místních fanoušků za tehdejší železnou oponou. Díky tomu je dodnes v Maďarsku velmi silná fanouškovská základna ve vztahu k Freddiemu a celé kapele.

MONTREUX

Zde skupina Queen vlastnila nahrávací studio a vznikla zde celá řada legendárních hitů. Montreux je dodnes památným místem, kde se setkávají fanoušci z celého světa, aby měli možnost zažít atmosféru tohoto místa, kde Freddie tvořil, strávil zde část svého života. Místa, které ke konci svého života tolik miloval.

LONDÝN

Místo jeho bydliště a části jeho tvorby. Freddieho domov od roku 1964 do roku 1991.

Rozhodnutí, kde bude výstava finálně umístěna, závisí na porovnání aktuálních nabídek jednaných prostor, vyčíslení nákladů a potenciálu daného místa pro předpokládanou návštěvnost.



> BUDOUCNOST

Do budoucna se nabízí i varianta, že bude výstava po určitou část roku mobilní a navštíví tak obrovské fanouškovské základny v zemích Asie a Jižní Ameriky, kde je o skupinu Queen i tohoto mimořádného zpěváka stále obrovský zájem.

Dalším zdrojem příjmů bude možnost vyzkoušení si Freddieho zcela nenapodobitelných stage kostýmů přímo na místě a pořízení fotografií pro uchování této památky na celý život. Součástí výstavy bude také vosková figurína ve Freddieho životní velikosti, se kterou se budou moci návštěvníci rovněž vyfotit.

Jako další možnost zvýšení zisku z tohoto projektu, chci do výstavy zakomponovat merchandising a zapojení nejmodernějších technologických zařízení virtuální reality, aby si návštěvníci mohli na vlastní kůži prožít atmosféru koncertu se svou oblíbenou skupinou. Každý návštěvník tak prožije nezapomenutelný zážitek, kdy jej bude čekat velkolepé setkání s jednou z největších legend hudebního světa.



Socha Freddieho Mercuryho v Montreux

03

Rozbor trhu

Rozbor trhu je pro podnikatelský plán výstavy osobních věcí z Garden Lodge Freddieho Mercuryho klíčovým krokem k úspěchu. V následujících řádcích Vám představím stručný rozbor trhu, který může pomoci porozumět příležitostem a výzvam spojeným s touto specifickou výstavou.

Pro správné začlenění trhu je vhodné si nejdříve specifikovat cílovou skupinu: Freddie Mercury je ikonou hudby a jeho fanoušci jsou, stejně jako byl i jeho samotný život, velmi různorodí. Jedná se o dlouholeté fanoušky skupiny Queen, milovníky rockové hudby, hudební nadšence, sběratele memorabilií. Mladší publikum nyní oslovuje aktuální zpěvák skupiny Queen Adam Lambert. Dále nesmíme opomenout širokou veřejnost s obecným zájmem o život Freddieho Mercuryho a jeho odkaz. V neposlední řadě zahrnujeme i turisty, kteří hledají možnost jakéhokoliv obohacujícího zážitku v dané lokalitě.

Dalším bodem nutným pro správné začlenění na trh je stručné vymezení konkurence a s tím spojeného tržního prostředí. Existuje několik podobných výstav a projektů, které se zaměřují na osobní věci Freddieho Mercuryho a jeho životní odkaz. Některé z těchto projektů jsou:

1. „Freddie For A Day“: Tato mezinárodní charitativní akce se koná každoročně na počest Freddieho Mercuryho. Zahrnuje různé události, koncerty a výstavy po celém světě, které slouží k uctění jeho památky, oslavě jeho nedožitého narozenin v Montreux a získávání prostředků na výzkum a léčbu HIV/AIDS.

2. „Queen: The Studio Experience“: Tato výstava se nachází ve Švýcarsku a umožňuje návštěvníkům prozkoumat legendární hudební studio Queen - The Mountain Studios. Nabízí záznamy, exponáty a interaktivní zážitky, které odhalují proces tvorby hudby Queen.

3. „Bohemian Rhapsody: The Queen Exhibition“: Tato výstava, která se konala v různých městech po celém světě, představuje širokou škálu exponátů, včetně osobních věcí Freddieho Mercuryho, kostýmů, nástrojů, artefaktů a archivních materiálů souvisejících s Queen. Již není aktuální.

4. „The Freddie Mercury Museum“: Nachází se v rodném městě Freddieho Mercuryho na Zanzibaru, poblíž místa, kde Freddie žil. Tato muzejní expozice nabízí pohled na jeho život, hudební dědictví a osobní předměty, včetně nahrávek, kostýmů a dopisů.

Vzhledem k tomu, že první dva uvedené projekty jsou v režii MPT, který bude partnerem naší výstavy, budeme využívat jejich zkušenosti s těmito projekty, stávající marketingové síly MPT* a jeho celosvětového dosahu.

* Mercury Phoenix Trust

Při hledání konkurence pro projekt výstavy Freddieho Mercuryho osobních věcí z Garden Lodge je důležité zaměřit se i na podobné výstavy, které se zabývají životem a odkazem slavných hudebníků. Díky tomuto srovnání jsme schopni určit budoucí potenciál a rozsah trhu. Zde jsou některé příklady konkurenčních výstav, které jsou velice atraktivní pro návštěvníky:

1. **„The Rolling Stones Exhibitionism“**: Tato výstava se zaměřuje na legendární britskou rockovou kapelu The Rolling Stones. Nabízí pohled do historie kapely, včetně osobních předmětů, kostýmů, nástrojů a interaktivních prvků.

2. **„David Bowie Is“**: Tato výstava se věnuje ikonickému britskému hudebníkovi Davidu Bowie. Zahrnuje jeho kostýmy, předměty, texty písní a další artefakty, které přibližují jeho umělecký vývoj a kreativitu.

3. **„The Beatles Story“**: Tato výstava je věnována legendární britské skupině The Beatles. Poskytuje komplexní pohled na historii kapely, od počátků až po rozpad, a obsahuje autentické předměty, fotografie a zvukové záznamy.

4. **„Elvis Presley’s Graceland“**: Tato výstava je umístěna v domě Elvise Presleyho v Gracelandu a poskytuje prohlídku jeho osobního prostoru. Návštěvníci si mohou prohlédnout jeho oblečení, nástroje, vyznamenání a další předměty spojené s jeho kariérou.

5. **„The Pink Floyd Exhibition: Their Mortal Remains“** - Tato výstava je věnována britské progresivní rockové skupině Pink Floyd. Zahrnuje vizuální a zvukové zážitky, které přibližují tvorbu kapely, včetně kostýmů, nástrojů, animací a koncertních záznamů.

Z výše uvedených konkurenčních výstav bychom se chtěli zaměřit na bližší specifikaci a porovnání s druhým uvedeným projektem oslavujícím zpěváka Davida Bowieho. Výstava vznikla ve spolupráci s partnerem, kterého sami chceme a se kterým aktuálně jednáme - VA Museum London. Jednalo se o jednu z nejúspěšnějších výstav všech dob, dle oficiálních záznamů navštívily výstavu 2 miliony lidí. Více v odkaze uvedeném níže. Stejný potenciál, ne-li větší má i tato plánovaná výstava.

² <https://www.deseret.com/2023/2/23/23611979/david-bowie-museum-exhibit-london>

> VÝVOJ_TRHU

Za posledních 10 let jsem se účastnil všech akcí konaných MPT ve švýcarském Montreux a objektivně musím vyhodnotit silný nárůst fanouškovské základny skupiny Queen a FM. Je to dáno stále pokračujícím projektem zakládajících členů kapely bubeníka Rogera Taylora a kytaristy Briana Maye, kteří stále nesou odkaz legendy Freddieho Mercuryho a dodnes koncertují po celém světě. Společně se zpěvákem Adamem Lambertem přináší do Queen fanouškovské základny mladé publikum, které se takto zajímá stále hlouběji o Freddieho příběh. Za obrovským nárůstem popularity Freddieho Mercuryho a celé skupiny Queen v posledních letech stojí i vydání oscarového snímku *Bohemian Rhapsody*, produkovaného Brianem Mayem a Rogerem Taylorem. Tento snímek se stal komerčně nejúspěšnějším hudebním filmem historie a proměnil 4 z 5 nominací na Oscary. Pro další zvýšení atraktivity výstavy plánujeme využít našich kontaktů mezi světovými sběrateli s možností propůjčení jejich top sběratelských předmětů.





Skupina Queen před 95 000 fanoušků na festivalu Slane v Irsku
(1986)

04

Zákazník

Jak jsem již uvedl v předchozí části plánu cílová skupina zahrnuje:

- dlouholeté fanoušky Queen,
- milovníky rockové hudby,
- hudební nadšence,
- sběratele memorabilií,
- mladší publikum, které oslovuje aktuální zpěvák Queen Adam Lambert.

Dále je to široká veřejnost s obecným zájmem o Freddieho Mercuryho život a odkaz a turisté, kteří hledají možnost jakéhokoli zážitku v dané lokalitě.

> PŘEDPOKLÁDANÉ POČTY

V případě spolupráce s Londýnským VA Museum je možná kapacita až 2 milionu návštěvníků ročně. Vycházíme tak z oficiálně uváděných počtů návštěvníků i návštěvnosti podobných projektů posledních let³.

Pokud bychom uvažovali umístění v Montreux, je zde předpokládaný potenciál nižší, Jazz festival, Freddie celebration days a FM birthday Party a další akce MPT mají hromadně návštěvnost cca 260 tisíc lidí ročně. Zároveň bychom zde mohli počítat s plným ziskem bez nutnosti se dělit s muzeem.

V případě Budapešti je odhadovaný potenciál stanovený na základě reálných informací ze stávajících okolo 300 tis. lidí za rok.

> OSLOVENÍ

Pro oslovení potenciálních zákazníků použijeme online i offline kanály, jako jsou sociální média, webové stránky, tiskové zprávy, billboardy, partnerské dohody s médii a další. Zvažujeme také spolupráci s hudebními komunitami, blogery a influencery, sběratelskými skupinami, fankluby, kteří mají zájem o skupinu Queen a Freddieho Mercuryho.

Využijeme i aktuálního velmi negativního ohlasu na rozhodnutí Mary Austin o rozprodeji memorabilií. Většina fanoušků Queen si sama žádá o vytvoření muzea Freddieho Mercuryho a tím zachování sbírky pro jeho věrné fanoušky. Dáme jim tedy to, co si žádají a to v té nejlepší možné formě tak, aby se z obyčejné výstavy stal nezapomenutelný zážitek

³ https://cs.wikipedia.org/wiki/Victoria_and_Albert_Museum



05

Konkurence

Přímou konkurenci, v podobě aktuálních výstav a projektů, které se taktéž zaměřují na osobní věci Freddieho Mercuryho a jeho životní odkaz, jsem již uvedl v bodě 3. Zároveň jsem zde zmínil i naši nepřímou konkurenci spočívající v obdobných projektech, které se stejně jako naše plánovaná výstava zaměřují na život a tvorbu dalších světoznámých osobností a hudebníků.

V této části bych se rád věnoval především tomu, v čem budeme oproti konkurenci jedineční.

Odlišuje nás aktivní zapojení a podpora Mercury Phoenix Trust i osobního asistenta Freddieho Mercuryho Petera Freestona⁴. Peter prožil s Freddiem jako jeden z nejbližších přátel v Garden Lodge 12 let života a byl u něj i tehdy, když 24.11.1991 odešel. Všechny plánované položky, které chceme na výstavě uvést byly součástí jeho života. Oproti všem ostatním jsme schopni nabídnout exkluzivní dříve nepublikované fotky a příběhy, které se vážou k jednotlivým memorabiliím z výstavy, a to od člověka, který měl vše doslova z první ruky.

Dále nás bude odlišovat interaktivita výstavy, chceme lidi vtáhnout do děje výstavy, cílíme na celkový zážitek. Návštěvníci budou mít možnost vyzkoušet si kostýmy i osobní věci Freddieho Mercuryho (pouze geniální duplikáty samozřejmě). Využijme nejmodernější technologie a formou virtuální reality přeneseme návštěvníky přímo do děje. Ocitnou se na stage nebo v backstage s kapelou při největších koncertech a nejlepších rockových vystoupeních všech dob.

⁴ <https://www.peterfreestone.com/>

06

Marketingová strategie

Primárně musíme správně nastavit a zvolit marketingovou strategii. Správné zacílení a efektivní komunikace nám zajistí oslovení jak cílové skupiny fanoušků Queen, tak přilákání širší veřejnosti. V současné době je podcenění marketingu a s tím související propagace jednou z částých příčin neúspěchu. Proto využijeme veškerých stávajících zkušeností, kontaktů a zvolíme hned několik forem marketingových taktik.

> DIGITÁLNÍ MARKETING

Využijeme aktuální sílu online kanálů a sociálních médií. Vytvoříme atraktivní webové stránky věnované výstavě, kde bude zveřejněn obsah, který přitáhne pozornost fanoušků Queen, jako jsou historické fotografie, unikátní předměty nebo příběhy spojené s Freddieho životem. Důraz kládeme i na aktivní komunikaci na sociálních sítích, kde zapojíme i samotné fanoušky, zároveň zde budou probíhat interaktivní soutěže o upomínkové předměty z plánovaného merche. Rovněž využijeme obrovského komerčního úspěchu oscarového filmu Bohemian Rhapsody a zacílíme na jeho diváky.

> EMAILOVÝ MARKETING

Použijeme vytvořenou celosvětovou databázi kontaktů ze současných aktivit Petera Freestona, které obsahují talkshow, vzdělávací projekty v boji proti AIDS, muzikální projekty a mnohé další⁵.

> **PUBLICITA A TISKOVÁ MEDIA**

Navážeme spolupraci s novináři, magazíny a hudebními médii, abychom získali dostatečné mediální pokrytí pro výstavu. Všechna uvedená média mají o příběhy, události a zajímavé informace spojené s Freddie Mercuryem veliký zájem. Mediální zájem podpoří i Peter Freestone účinkováním v různých talkshow a televizním zpravodajství, kde je stále velice aktivní. Počítáme i se spoluprací s vhodně vybranými influencery, bloggery a YouTubery s hudební tematikou.

⁵ <https://www.peterfreestone.com/>



> PARTNERSTVÍ A SPONZORSTVÍ

Hlavními partnery, kteří jsou neodmyslitelně spojeni se jménem Freddieho Mercuryho, jsou Peter Freestone a Mercury Phoenix Trust, využijeme i jejich databázi sledujících na sociálních sítích. Využijeme také oficiální fancluby, které jsou založené po celém světě a mají výrazný dosah na sociálních sítích. Svoji účast již předběžně přislíbili lidé z nejbližšího okolí Freddieho Mercuryho: Kashmira Cook - sestra FM, která je ochotná se účastnit nejrůznějších akcí. Neal Preston - oficiální fotograf skupiny Queen, Mike Moran - producent a skladatel, spolupracoval s Freddiem na albu Barcelona, Peter Straker - nejbližší Freddieho přítel, Greg Brooks - sběratel, můžeme využít jeho sbírky pro další možné oživení výstavy.

Dále zkusíme navázat strategická partnerství s dalšími příbuznými organizacemi, hudebními institucemi, muzei, hudebními festivaly a dalšími relevantními subjekty. Spolupráce může zahrnovat sdílení zdrojů, společné akce, cross-promoci nebo sponzorství.

> ZÁKULISNÍ SDÍLENÍ

Vytvoříme pro fanoušky zákulisní zážitky prostřednictvím videí, fotografií nebo online živých přenosů, které ukazují přípravy na výstavu, přípravy předmětů, rozhovory s osobnostmi a další. Vytvoříme tím předvídatelnost a napětí mezi fanoušky, které v nich vyvolává další zájem a očekávání.

> LIMITOVANÁ EDICE A MERCHANDISING

Zajistíme limitované edice suvenýrů, které budou exkluzivní pro tuto výstavu. Merchandising bude zahrnovat trička, plakáty, magnetky, knihy, reprodukce Freddieho Mercuryho artefaktů a další. Tímto můžeme generovat dodatečné příjmy a zároveň podporovat zájem o výstavu.



Hudební legenda jménem Freddie Mercury



07

Způsob uvedení na trh

> PŘEDPŘÍPRAVNÁ KAMPAŇ

Tato fáze uvedení bude probíhat mezi všemi fanoušky na sociálních sítích a v online prostoru budeme pracovat s vyvoláním zájmu, přirozenou zvědavostí každého z nás a touhou dozvědět se více. Oznámíme, že se něco velkého chystá, postupně budou přidávány další kusé informace, ať jsou fanoušci připraveni, až po uvolňování jednotlivých trailerů a to vše, aniž bychom vyradili o co přesně se jedná. Finále bude uspořádání tiskové konference, zajištění dostatečného mediálního zájmu (přes mediální partnery projektu) a oznámení projektu veřejnosti.

> GRAND OPENING

Slavnostní otevření výstavy za účasti médií a slavných osobností spojených s Queen a Freddie Mercury jako jsou Peter Freestone, Kashmira Cooke, zástupci Mercury Phoenix Trust, Mike Moran, případně Brian May a Roger Taylor. VIP Guests budou pozváni ve stylu red carpet na filmovém festivalu. S každou z těchto osobností by proběhlo interview a dopředu by byly natočeny jejich osobní video pozvánky na výstavu. Samotná účast těchto osobností vzbudí obrovský zájem o tuto akci. Tím odstartujeme. Plánované spuštění výstavy je na konci roku 2025/začátek roku 2026.

> ROZVOJ PROJEKTU

Další rozvoj projektu si představuji ve 3 základních směrech:

1. **Rozvoj portfolia vystavovaných memorabilií:** spolupráce se sběrateli po celém světě - zapůjčení cenných artefaktů z jejich soukromých sbírek.
2. **Expanze na trhy v jiných státech:** myšlenka je jednou nebo dvakrát v roce v rámci zkontaktování promotérů v daném státě na měsíc převést výstavu do států a měst, kde se těší Queen a FM obrovské popularitě (NY, Tokyo, Melbourne, Buenos Aires, Oakland, LA).
3. **Rozvoj sítě partnerů (promotéři, mediální partneři, VIP hosté):** kteří budou pomáhat s propagací daného projektu. Variantou je i spolupráce s muzei v různých velkých městech, které by tímto mohly získat nové téma své stálé expozice a přitáhnout k sobě nové návštěvníky napříč všemi kontinenty.

Cílem je v 1. etapě do roku 2036 vrátit investorům jejich investované prostředky a tím získat do přímého vlastnictví celou sbírku v kompletní šíři, se kterou se poté rozhodneme, jak naložíme v rámci celého byznys modelu do další etapy.

08

Partneři projektu

Za myšlenkou vytvoření tohoto projektu stojím přímo já, Tomáš Hykel. Za více než 20 let, kdy se věnuji podnikání, mám bohaté zkušenosti s nejrůznějšími projekty, jejich uvedením na trh a řízením. Tento projekt má pro mě však daleko větší přesah než pouze ten businessový. Sám patřím mezi věrné fanoušky Freddieho Mercuryho a skupiny Queen a troufám si říct ve světovém měřítku i mezi největší sběratele raritních položek spojených s Freddie Mercuryem a skupinou Queen. Díky tomu se velice podrobně orientuji ve vývoji cen a hodnot memorabilií jakkoli spojených s kapelou. Z dříve formálních známostí s lidmi z okolí tohoto umělce se stala dlouholetá přátelství a společně jsme schopni zajistit jedinečné přiblížení se této hudební hvězdy i všem návštěvníkům a ostatním zájemcům. Jak již bylo zmíněno v předchozí části, hlavními partnery výstavy budou Peter Freestone a Mercury Phoenix Trust.

Dalším partnerem projektu bude pan Martin Skála, který patří mezi top 5 odborníků na skupinu Queen a celosvětových sběratelů memorabilií, specializuje se na odhad cen a určení originality v aukcích memorabilií a má cenné kontakty na sběratele, kteří by byli ochotni poskytnout jejich předměty pro další rozšíření a oživení výstavy. Mediální partneři nejsou zatím přesně stanoveni. Sponzorství je také zatím stále v jednání.



09

Organizace projektu

> PERSONÁLNÍ_ZAJIŠTĚNÍ_A_PROVOZ

Za zajištění bezproblémového chodu a provozu výstavy bude zodpovědný projektový manažer výstavy, dále počítáme s personálem potřebným pro zajištění chodu a služeb výstavy - konkrétní počty a pozice se budou odvíjet od stanoveného místa výstavy, počítáme s externím zajištěním služeb typu ochranka, úklid, technická podpora, tvorba fotek, obsluha VR, apod.

Hlavním hlasem výstavy, který zprostředkuje návštěvníkům příběhy spojené s jednotlivými exponáty bude Peter Freestone. Za dozor nad jednotlivými předměty, kontrolou jejich hodnoty a kontakt s dalšími sběrateli bude odpovědný Martin Skála.

Manažer výstavy: Tomáš Hykel nebo jím pověřená osoba

Mediální tvář výstavy: Peter Freestone

**Expert na sledování vývoje hodnot memorabilií
a dodavatel nových artefaktů od sběratelů:** Martin Skála

Předpokládané další pozice k obsazení: zajistí obchodní partneři - muzea.

Prodej vstupenek: 2 lidé (směny)

**Technická podpora, kamerový systém, bezpečnostní opatření,
internet, chod audiovizuální techniky, VR:** 2 lidé

Security: externě najatá agentura

Fotografie: obsluha fotosystému a vyvolání fotek pro zákazníky 2 lidé (možno externě)

Osoba zajišťující zkoušení kostýmů a fotky s nimi: 2 lidé (možno externě)

Úklid: externě najatá služba

IT expert: externí firma zajišťující dohled nad nepřetržitým chodem IT technologií (vstupenky, objednávky, e-shop, mobilní aplikace)

Marketing: zajištění v rámci externí spolupráce

Právní a účetní servis: zajištění v rámci externí spolupráce

> STRUKTURA PODNIKÁNÍ

Pro účely tohoto projektu byly založeny společnosti World of Freddie s.r.o. a World of Freddie Project s.r.o. Externím investorům se otevírá možnost investice do podílu společnosti World of Freddie Project s.r.o., představovaným kmenovými listy společnosti. Každému majiteli podílu bude společnost vyplácet podíl na zisku ze všech výstav a dalších doprovodných příjmů, viz. merchandising, zážitky, prodej fotek, atd.



10

Financování

> VSTUPNÍ NÁKLADY

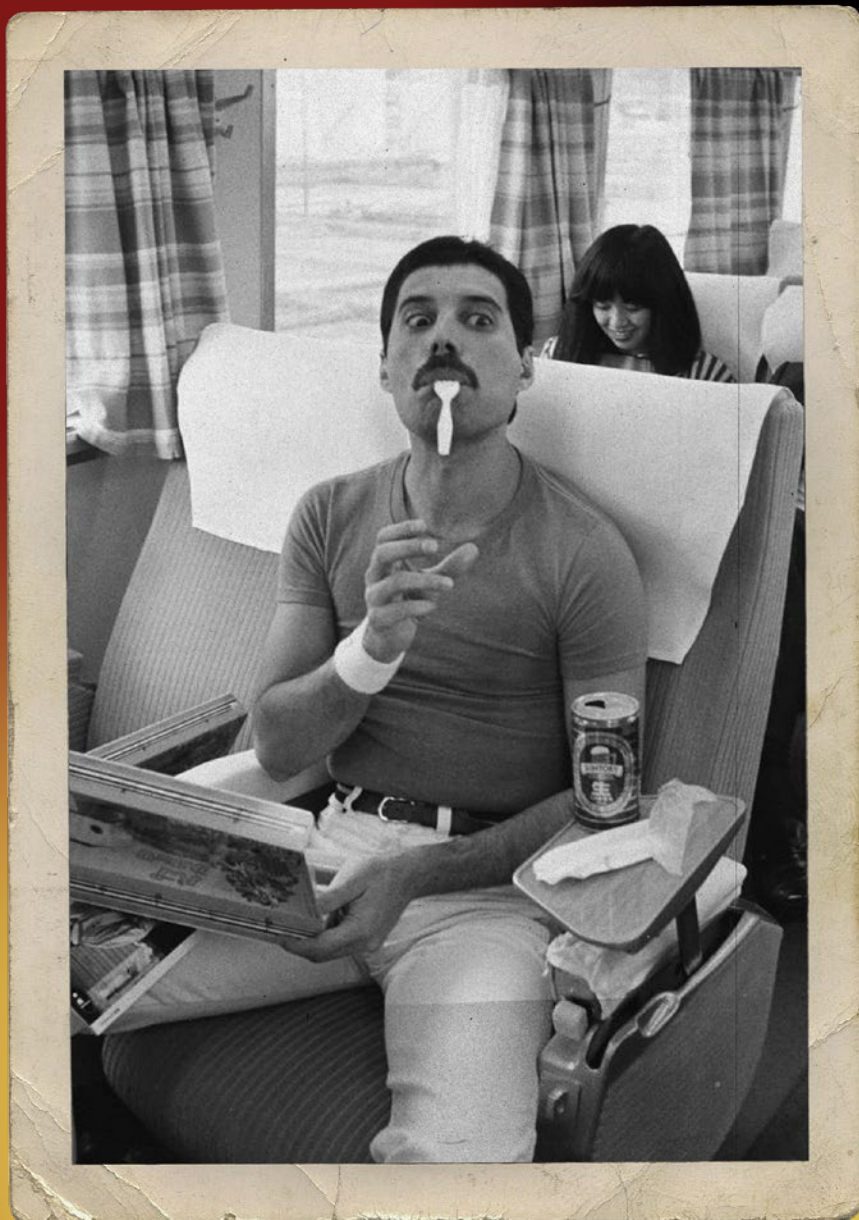
Pro přehlednou kalkulaci vstupních nákladů byla použita následující tabulka:

POČÁTEČNÍ NÁKLADY

NÁKLADOVÉ POLOŽKY	JEDNORÁZOVÉ NÁKLADY	CELKOVÉ NÁKLADY
Vykoupení memorabilií	1 000 000,00 €	1 000 000,00 €
Nákup technického vybavení	100 000,00 €	100 000,00 €
Marketing / reklama	100 000,00 €	100 000,00 €
Tvorba webu / e-shopu	25 000,00 €	25 000,00 €
Náklady na vytvoření replik	50 000,00 €	50 000,00 €
Logistické náklady	200 000,00 €	200 000,00 €
ODHADOVANÝ ROZPOČET PRO ZAHÁJENÍ		1 475 000,00 €

> ODHAD FINANČNÍHO PLÁNU

Vzhledem ke stále probíhajícím jednáním ohledně umístění výstavy byly odhadované finanční plány propočteny pro všechny uvažované varianty.



Svačinka během jízdy japonským rychlovlakem (1984)

> VARIANTA PRO UMÍSTĚNÍ VÝSTAVY V BUDAPEŠTI A NÁSLEDNÉM PŘESUNU DO MONTREUX

Vstupní data:

- **Začátek výstavy:** 09/25 - 01/26 . Na základě intenzivních jednání v Budapešti s House of Music Budapest je v oboustranném zájmu a plánu otevřít výstavu v jejich prostorách na 1 rok. Jejich návštěvnost se pohybuje okolo 270.000 lidí ročně. Posléze existuje varianta s přesunem do Montreux ihned, nebo mít „touring exhibition“ po Asii, Austrálii, Americe a pak návrat do Montreux.

Vhodnou variantu vybereme až na základě upesnění časové osy s Montreux.

- **Cenový model:** Cena v librách bude jiná, nicméně zůstáváme u ekvivaletní hodnoty v Eurech, zbylé položky zůstaly zachovány pro předpokládaný přesun do Montreux. Pro výstavu v Londýně je předpokládaný zisk z jedné vstupenky 10 eur.

Základní vstupné: 30-35 eur

Snížené vstupné (6-15 let): 19 eur

Rodinné vstupné (2 dospělí + 2 děti): 89 eur

Děti do 6 let: zdarma

Zisk v poměru s muzeem 50/50.

Fotky s Freddieem (pár typových na výběr): 15 eur/fotka

Virtuální realita: 20 eur/osoba

Položky merchandisingu: průměrný zisk 15 eur/osoba

Prodej „zážitku“ po zakoupení vstupného předpokládám cca u 1/3 lidí (pesimistická varianta) průměr na osobu je 20 euro, dle poskytnutých informací z oficiálního Queen fanshopu, je průměrná útrata za merchandising až 40 euro/osoba. Marže na těchto položkách je 100 %, takže předpoklad je 20 euro zisk, při pesimistické variantě lze počítat, že si něco z merchandisingu zakoupí jen 1/4 lidí.

Shrnutí:

Tohle řešení volíme kvůli obrovskému zájmu našeho partnera - House of Music Budapest. Jsou schopni nejen umístit výstavu do jejich nádherných prostor v nově vzniklém muzeu v Budapešti, ale hlavně ji po technologické stránce nachystat tak, aby bylo možné ji v budoucnu celou včetně instalace přesunout na jiná místa. Pro nás je to tudíž klíčový partner pro technickou, multimedialní, interaktivní a instalační výrobu celé expozice. Navíc ve městě, které dodnes žije z památného koncertu Queen v Budapešti v rámci Magic Tour 1986.

VÝNOSY	2025/2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Odhadované výnosy z prodeje vstupenek	4 500 000,00 €	1 127 000,00 €	1 568 000,00 €	1 697 850,00 €	2 376 500,00 €	2 266 250,00 €	2 167 025,00 €
Výnosy z prodejů merche	1 000 000,00 €	115 000,00 €	160 000,00 €	173 240,00 €	242 500,00 €	231 240,00 €	221 120,00 €
Výnosy z extra služeb (zážitky)	1 000 000,00 €	153 320,00 €	213 320,00 €	231 000,00 €	323 320,00 €	308 320,00 €	294 820,00 €
Výnosy sponzorství	100 000,00 €	50 000,00 €	75 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €
Další výnosy - e-shop	20 000,00 €	10 000,00 €	15 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €
ČISTÝ PRODEJ	6 620 000,00 €	1 455 320,00 €	2 031 320,00 €	2 222 090,00 €	3 062 320,00 €	2 925 810,00 €	2 802 965,00 €
VÝDAJE	2025/2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Pronájem prostor	0,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €
Marketing / Reklama	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €
Pojištění	200 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €
Mzdové náklady	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €
Služby (security, úklid, technologická podpora)	0,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €
Provozní náklady (tisk, spotřeba)	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €
Ostatní náklady - Travelling + rent	15 000,00 €	1 000,00 €	1 000,00 €	1 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €
CELKOVÉ VÝDAJE	600 000,00 €	558 000,00 €	558 000,00 €	558 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €
PŘÍJEM PŘED ZDANĚNÍM	6 020 000,00 €	897 320,00 €	1 473 320,00 €	1 664 090,00 €	2 205 320,00 €	2 068 810,00 €	1 945 965,00 €
DAŇOVÉ NÁKLADY - DAŇ Z PŘÍJMU	1 204 000,00 €	134 598,00 €	220 998,00 €	249 613,50 €	330 798,00 €	310 321,50 €	291 894,75 €
ČISTÝ PŘÍJEM	4 816 000,00 €	762 722,00 €	1 338 722,00 €	1 529 492,00 €	2 070 722,00 €	1 934 212,00 €	1 811 367,00 €
VÝNOSY	2033	2034	2035	2036	2037	2038	Od začátku součet
Odhadované výnosy z prodeje vstupenek	2 167 025,00 €	2 167 025,00 €	2 048 396,00 €	2 048 396,00 €	2 048 396,00 €	2 048 396,00 €	28 230 259,00 €
Výnosy z prodejů merche	221 120,00 €	221 120,00 €	209 020,00 €	209 020,00 €	209 020,00 €	209 020,00 €	3 421 420,00 €
Výnosy z extra služeb (zážitky)	294 820,00 €	294 820,00 €	278 680,00 €	278 680,00 €	278 680,00 €	278 680,00 €	4 228 440,00 €
Výnosy sponzorství	100 000,00 €	100 000,00 €	75 000,00 €	75 000,00 €	75 000,00 €	75 000,00 €	1 125 000,00 €
Další výnosy - e-shop	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	245 000,00 €
ČISTÝ PRODEJ	2 802 965,00 €	2 802 965,00 €	2 631 096,00 €	2 631 096,00 €	2 631 096,00 €	2 631 096,00 €	37 250 139,00 €
VÝDAJE	2033	2034	2035	2036	2037	2038	Od začátku součet
Pronájem prostor	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	576 000,00 €
Marketing / Reklama	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	1 560 000,00 €
Pojištění	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	488 000,00 €
Mzdové náklady	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	3 250 000,00 €
Služby (security, úklid, technologická podpora)	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	1 200 000,00 €
Provozní náklady (tisk, spotřeba)	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	195 000,00 €
Ostatní náklady - Travelling + rent	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	2 718 000,00 €
CELKOVÉ VÝDAJE	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	9 987 000,00 €
PŘÍJEM PŘED ZDANĚNÍM	1 945 965,00 €	1 945 965,00 €	1 774 096,00 €	1 774 096,00 €	1 774 096,00 €	1 774 096,00 €	27 263 139,00 €
DAŇOVÉ NÁKLADY - DAŇ Z PŘÍJMU	291 894,75 €	291 894,75 €	266 114,40 €	266 114,40 €	266 114,40 €	266 114,40 €	4 390 470,85 €
ČISTÝ PŘÍJEM	1 811 367,00 €	1 811 367,00 €	1 639 498,00 €	1 639 498,00 €	1 639 498,00 €	1 639 498,00 €	22 872 668,15 €

Přepokládaná návstěvnost a rozpozd jednotlivých položek za kalkulované roky je uveden v příloze č. 2

> VARIANTA PRO UMÍSTĚNÍ VÝSTAVY V MONTREUX

Vstupní data:

- **Začátek výstavy:** leden 2027, v letních měsících je v Montreux vysoká návštěvnost díky každoročně se opakujícím akcím (Jazz Festival, Freddie Tours), našim cílem je tedy stihnout tuto nejlepší část sezony a využít tak vysokého potenciálu návštěvnosti v tomto období. Současně předpokládáme veliký zájem fanoušků ihned po otevření výstavy, napomáhat tomu bude i cílený marketing, mediální kampaň k otevření výstavy a grand opening.

- **Cenový model:**

Základní vstupné: 49 eur

Snížené vstupné (6-18 let): 39 eur

Rodinné vstupné (2 dospělí + 2 děti): 119 eur

Děti do 6 let: zdarma

Fotky s Freddiem (pár typových na výběr): 15 eur/fotka

Fotka se stage kostýmem: 19 eur/fotka

Virtuální realita: 29 eur/osoba

Položky merchandisingu: průměrný zisk 20 eur/osoba

Prodej „zážitku“ po zakoupení vstupného předpokládám cca u 1/3 lidí (pesimistická varianta) průměr na osobu je 20 euro, dle poskytnutých informací z oficiálního Queen fanshopu, je průměrná útrata za merchandising až 40 euro/osoba. Marže na těchto položkách je 100 %, takže předpoklad je 20 euro zisk. Při pesimistické variantě lze počítat, že si něco z merchandisingu zakoupí jen 1/4 lidí.

Shrnutí:

Předpoklad 10% meziročního nárůstu návštěvnosti po první 3 roky od uvedení výstavy, následná klesající tendence mezi 4. - 5. rokem také o přibližných 10 % ročně. Cílem je vyvážit tento pokles inovacemi a travelling exhibition.

Abychom zamezili klesajícímu trendu návštěvnosti pro každou novou sezonu připravíme předem naplánovanou obměnu s alespoň 5 inovativními prvky, zajistíme tím stálou atraktivitu.

Zařazení travelling exhibition od 4. roku na 2 nejslabší měsíce v roce, ideálně tedy na zimní měsíce, přesunout výstavu na opačnou polokouli (Austrálie, Nový Zéland, Jižní Amerika, Japonsko, USA). Již před uvedením výstavy v roce 2027 bude vytvořen seznam promotérů se zájmem o výstavu ve velkých světových městech na celých 8 let, počínaje 4. rokem výstavy. S dostatečným předstihem tak naplánujeme podrobný tour programme na všechny uvažované travelling exhibition, kde zvážíme nákladovou náročnost a zajištění logistiky celé akce.

VÝNOSY	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Odhadované výnosy z prodeje vstupenek	1 127 000,00 €	1 568 000,00 €	1 697 850,00 €	2 376 500,00 €	2 266 250,00 €	2 167 025,00 €	2 167 025,00 €
Výnosy z prodejů merche	115 000,00 €	160 000,00 €	173 240,00 €	242 500,00 €	231 240,00 €	221 120,00 €	221 120,00 €
Výnosy z extra služeb (zážitky)	153 320,00 €	213 320,00 €	231 000,00 €	323 320,00 €	308 320,00 €	294 820,00 €	294 820,00 €
Výnosy sponzorství	50 000,00 €	75 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €
Další výnosy - e-shop	10 000,00 €	15 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €
ČISTÝ PRODEJ	1 455 320,00 €	2 031 320,00 €	2 222 090,00 €	3 062 320,00 €	2 925 810,00 €	2 802 965,00 €	2 802 965,00 €
VÝDAJE	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Pronájem prostor	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €
Marketing / Reklama	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €
Pojištění	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €
Mzdové náklady	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €
Služby (security, úklid, technologická podpora)	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €
Provozní náklady (tisk, spotřeba)	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €
Ostatní náklady - Travelling + rent	1 000,00 €	1 000,00 €	1 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €
CELKOVÉ VÝDAJE	558 000,00 €	558 000,00 €	558 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €
PŘÍJEM PŘED ZDANĚNÍM	897 320,00 €	1 473 320,00 €	1 664 090,00 €	2 205 320,00 €	2 068 810,00 €	1 945 965,00 €	1 945 965,00 €
DAŇOVÉ NÁKLADY - DAŇ Z PŘÍJMU	134 598,00 €	220 998,00 €	249 613,50 €	330 798,00 €	310 321,50 €	291 894,75 €	291 894,75 €
ČISTÝ PŘÍJEM	762 722,00 €	1 338 722,00 €	1 529 492,00 €	2 070 722,00 €	1 934 212,00 €	1 811 367,00 €	1 811 367,00 €
VÝNOSY	2034	2035	2036	2037	2038	2039	Od začátku součet
Odhadované výnosy z prodeje vstupenek	2 167 025,00 €	2 048 396,00 €	2 048 396,00 €	2 048 396,00 €	2 048 396,00 €	2 048 396,00 €	25 778 655,00 €
Výnosy z prodejů merche	221 120,00 €	209 020,00 €	209 020,00 €	209 020,00 €	209 020,00 €	209 020,00 €	2 630 440,00 €
Výnosy z extra služeb (zážitky)	294 820,00 €	278 680,00 €	278 680,00 €	278 680,00 €	278 680,00 €	278 680,00 €	3 507 140,00 €
Výnosy sponzorství	100 000,00 €	75 000,00 €	75 000,00 €	75 000,00 €	75 000,00 €	75 000,00 €	1 100 000,00 €
Další výnosy - e-shop	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €	245 000,00 €
ČISTÝ PRODEJ	2 802 965,00 €	2 631 096,00 €	2 631 096,00 €	2 631 096,00 €	2 631 096,00 €	2 631 096,00 €	33 261 235,00 €
VÝDAJE	2034	2035	2036	2037	2038	2039	Od začátku součet
Pronájem prostor	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	48 000,00 €	624 000,00 €
Marketing / Reklama	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	120 000,00 €	1 560 000,00 €
Pojištění	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €	312 000,00 €
Mzdové náklady	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	250 000,00 €	3 250 000,00 €
Služby (security, úklid, technologická podpora)	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	100 000,00 €	1 300 000,00 €
Provozní náklady (tisk, spotřeba)	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	195 000,00 €
Ostatní náklady - Travelling + rent	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	300 000,00 €	3 003 000,00 €
CELKOVÉ VÝDAJE	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	857 000,00 €	10 244 000,00 €
PŘÍJEM PŘED ZDANĚNÍM	1 945 965,00 €	1 774 096,00 €	1 774 096,00 €	1 774 096,00 €	1 774 096,00 €	1 774 096,00 €	23 017 235,00 €
DAŇOVÉ NÁKLADY - DAŇ Z PŘÍJMU	291 894,75 €	266 114,40 €	266 114,40 €	266 114,40 €	266 114,40 €	266 114,40 €	3 452 585,25 €
ČISTÝ PŘÍJEM	1 811 367,00 €	1 639 498,00 €	1 639 498,00 €	1 639 498,00 €	1 639 498,00 €	1 639 498,00 €	21 267 461,00 €

Přepokládaná návštevnost a rozpaz jednotlivých položek za kalkulované roky je uveden v příloze č. 2

> VARIANTA PRO UMÍSTĚNÍ VÝSTAVY V LONDÝNĚ

Vstupní data:

• **Začátek výstavy:** Zahájení výstavy až dle jednání s V.A Museum. Londýnské muzeum má konstantní návštěvnost po covidu 2 mil. lidí ročně. Výstavu na téma David Bowie, uvedenou v tomto muzeu, navštívilo v roce 2013 2 mil. lidí. Dle dosud dostupných informací, není zatím jasné, jak dlouho by zde výstavu ponechali. Předpoklad je zatím 1 rok, pak by následoval návrat do Montreux, případně jiného muzea ve světových metropolích. Zde je počítána varianta zahájení výstavy v Londýně na 1 rok a následný přesun do švýcarského Montreux.

V Londýně, kde by byla výstava součástí muzea, nejspíše nebude možné prodávat merch a zážitky, tudíž zde předpokládáme pouze zisk ze vstupného. Zároveň tímto odpadají veškeré náklady na ostatní služby, kromě transportu. Půjde jen o expozici.

• **Cenový model:** Cena v librách bude jiná, nicméně zůstáváme u ekvivaletní hodnoty v Eurech, zbylé položky zůstaly zachovány pro předpokládaný přesun do Montreux. Pro výstavu v Londýně je předpokládaný zisk z jedné vstupenky 10 £.

Základní vstupné: 30 £

Snížené vstupné (6-18 let): 20 £

Rodinné vstupné (2 dospělí + 2 děti): 90 £

Děti do 6 let: zdarma

Shrnutí:

Londýn je pro nás nejatraktivnější lokalita z pohledu byznysu, díky tomu, že je to jedno z největších turistických měst na světě.

Z pohledu návštěvnosti je nejzajímavější, protože vycházíme ze zkušeností z minulých výstav Davida Bowieho a Eltona Johna, které již ve VICTORIA ALBERT MUSEUM proběhly a měly obrovský úspěch. Počet návštěvníků v jednom roce se vyšplhal ke dvěma milionům.

Náš výhled pro Londýn sahá k roku 2028, protože do té doby je dle prozatímních jednání s muzeem kapacita pro externí výstavy naplněna. Rádi bychom s výstavou WORLD OF FREDDIE ještě tuto návštěvnost překročili, vzhledem k tomu, že vnímáme Freddieho Mercuryho z pohledu atraktivity ještě na vyšším stupni oproti těmto dvěma zpěvákům.

VÝNOSY	2028
Odhadované výnosy z prodeje vstupenek	20 000 000,00 £
Výnosy z prodeje merche	- £
Výnosy z extra služeb (zážitky)	- £
Výnosy sponzorství	- £
Další výnosy - e-shop	- £
ČISTÝ PRODEJ	20 000 000,00 £

VÝDAJE	2028
Pronájem prostor	- £
Marketing / Reklama	120 000,00 £
Pojištění	- £
Mzdové náklady	250 000,00 £
Služby (security, úklid, technologická podpora)	- £
Provozní náklady (tisk, spotřeba)	15 000,00 £
Ostatní náklady - Travelling + rent	1 000,00 £
CELKOVÉ VÝDAJE	386 000,00 £
PŘÍJEM PŘED ZDANĚNÍM	19 614 000,00 £
DAŇOVÉ NÁKLADY - DAŇ Z PŘÍJMU	2 942 100,00 £
ČISTÝ PŘÍJEM	16 671 900,00 £

11

Analýza rizik

V rámci analýzy rizik pro uspořádání a otevření výstavy osobních věcí Freddieho Mercuryho jsme identifikovali potenciální nebezpečí a možné nežádoucí události, které by mohly ovlivnit úspěšnost a celkový průběh výstavy. Zde uvádíme definovaná rizika:

> SEZÓNŇÍ_VLIVY

Závislost na sezónní návštěvnosti může ovlivnit příjmy a ziskovost výstavy. Je důležité zvážit období, ve kterém bude výstava probíhat a připravit si strategie na přilákání návštěvníků období s nižší poptávkou.

> KONKURENCE

Existence konkurenčních výstav nebo podobných událostí zaměřených na slavné hudebníky může snížit zájem veřejnosti o výstavu. Je důležité provést analýzu konkurence a najít způsoby, jak se odlišit a přilákat fanoušky Queen.

> NEDOSTATEČNÝ_ZÁJEM_VEŘEJNOSTI

Existuje možnost, že zájem veřejnosti o výstavu nemusí dosáhnout očekávaných úrovní. Je nutné provést marketingový výzkum, komunikovat a budovat povědomí o výstavě prostřednictvím vhodných marketingových strategií.

> TECHNICKÉ_PROBLÉMY

Technické problémy jako poruchy audiovizuálního vybavení, interaktivních prvků nebo elektronických systémů mohou ovlivnit zážitek návštěvníků a průběh výstavy. Je nutné investovat do kvalitního technického vybavení a zabezpečit záložní plány a technickou podporu

> PRÁVNÍ A AUTORSKÁ OMEZENÍ

Musíme dodržovat a dbát na autorská práva, licence a smlouvy týkající se použití materiálů a obsahu spojeného s FM a Queen. Nedodržení právních omezení by mohlo vést k právním sporům a negativnímu dopadu na pověst výstavy.

> BEZPEČNOSTNÍ RIZIKA

Je nutné zabezpečit výstavní prostory a artefakty před krádežemi, poškozením a dalšími bezpečnostními riziky. To zahrnuje použití bezpečnostních systémů, monitorování, profesionální ostrahu a pojištění.

> FINANČNÍ RIZIKA

Zajištění a uspořádání výstavy je velmi finančně náročné. Existuje riziko, že příjmy z prodeje vstupenek, merchandisingu a sponzorských příspěvků nemusí pokrýt náklady. Je důležité provést pečlivý finanční plán a zvažovat rizika spojená s investicemi, náklady na marketing a provoz výstavy.

Pro každé identifikované riziko je identifikován plán řízení rizik, který obsahuje opatření na minimalizaci rizik a zajištění pružnosti při případných nežádoucích událostech. Smaozřejmostí je pravidelné monitorování a aktualizace analýzy rizik během celého procesu uspořádání výstavy.

> ELIMINACE RIZIKA SEZÓNŇCH VLIVŮ

1. Diversifikace nabídky: Rozšíření atrakce a programu výstavy tak, aby byla atraktivní pro návštěvníky i mimo hlavní sezónu. Doprovodné akce, koncerty, workshopy nebo přednášky s tematikou Freddieho Mercuryho nebo Queen, které přitáhnou fanoušky nejen během letních měsíců, ale i v jiných obdobích.

2. Cílený marketing: Zaměření se na různé cílové skupiny a propagace výstavy tak, aby zaujala širší publikum. Nejen fanoušky Queen, ale hudební nadšence, turisty nebo lidi se zájmem o hudební historii. Oslovíme tyto skupiny pomocí vhodných marketingových kanálů a komunikačních strategií.

3. Spolupráce s místními atrakcemi: Navázání spolupráce s místními turistickými atrakcemi, muzei nebo festivaly, abychom vytvořili balíčky, které kombinují různé zážitky pro návštěvníky. Například společný lístek na výstavu Freddieho Mercuryho a na místní památky nebo akce, které přilákají turisty i mimo hlavní sezónu. Konkrétně bude navázána spolupráce mezi akcemi MPT, Freddie Tours, tak aby se vstupenka na výstavu objevila i v jejich nabídkách.

4. Slevy a speciální nabídky: Nabídneme speciální slevy na vstupenky, skupinové slevy nebo kombinované lístky pro rodiny, aby se zvýšila atraktivita výstavy pro různé skupiny návštěvníků. Umožníme také online nákup vstupenek, aby bylo snadné a pohodlné je získat.



> ELIMINACE RIZIK KONKURENCE A NEDOSTATEČNÉHO ZÁJMU VEŘEJNOSTI

Eliminace rizika konkurence při uspořádání výstavy osobních věcí Freddieho Mercuryho může být obtížné, ale existují strategie, které mohou pomoci minimalizovat i tento faktor:

1. Unikátní obsah a zážitek: Zaměříme se na vytvoření unikátního a neopakovatelného obsahu výstavy. Představíme artefakty, příběhy a aspekty života a kariéry Freddieho Mercuryho, které se nedají nalézt na jiných výstavách. Poskytneme návštěvníkům autentický a nezapomenutelný zážitek, který nás odliší od konkurence.

2. Inovativní prezentace: Využijem moderní technologie a inovativní přístupy k prezentaci výstavy. Využití virtuální reality, rozšířené reality, interaktivních prvků nebo multimediálních instalací přinese nový a originální zážitek návštěvníkům.

3. Silná marketingová strategie: Vybudujeme silnou a efektivní marketingovou strategii, která osloví správné cílové skupiny. Důkladně mapujeme konkurenci a máme způsoby, jak se odlišit a vystoupit z davu. Zaměříme se na výhody a unikátnost výstavy, ať už jde o exkluzivní artefakty, autentické příběhy nebo vzácné materiály.

4. Spolupráce a partnerství: Navazujeme spolupráci s příbuznými organizacemi, institucemi, fanouškovskými kluby nebo osobnostmi, které jsou spojené s Freddiem nebo skupinou Queen. Společnými silami vytvoříme silnější síť podpory a oslovíme širší publikum.

5. Přidaná hodnota pro návštěvníky: Přidáme do výstavy prvky, které jdou nad rámec pouhé expozice. doprovodné akce, jako jsou živá vystoupení kapel předvádějících hudbu Queen, přednášky o historii a dědictví Freddieho Mercuryho, nebo setkání s lidmi, kteří měli osobní vztah k Mercuryho tvorbě. Tímto způsobem poskytneme návštěvníkům více než jen obyčejnou výstavu a přilákáme je k nám.

6. Kontinuální inovace: Technologie, portfolio nabízených artefaktů.

> ELIMINACE FINANČNÍCH RIZIK

Eliminace finančního rizika vyžaduje především pečlivé plánování a řízení financí.

1. Detailní finanční plánování: Je vytvořen detailní finanční plán, který zahrnuje všechny náklady spojené s výstavou, včetně pronájmu prostor, pojištění, marketingu, personálu, technického vybavení, dopravy a dalších potřebných položek.

2. Diverzifikace příjmů: Diverzifikujeme zdroje příjmů spojené s výstavou. Prodej vstupenek, merchandising, sponzorské příspěvky, prodej suvenýrů, digitálního obsahu nebo dalších produktů a služeb spojených s výstavou Freddieho Mercuryho. Tím minimalizujeme riziko závislosti na jednom zdroji příjmů. Online shop na webových stránkách výstavy bude umožňovat koupit merchandising i bez nutnosti navštívit výstavu (bude dražší než na místě pro návštěvníka).

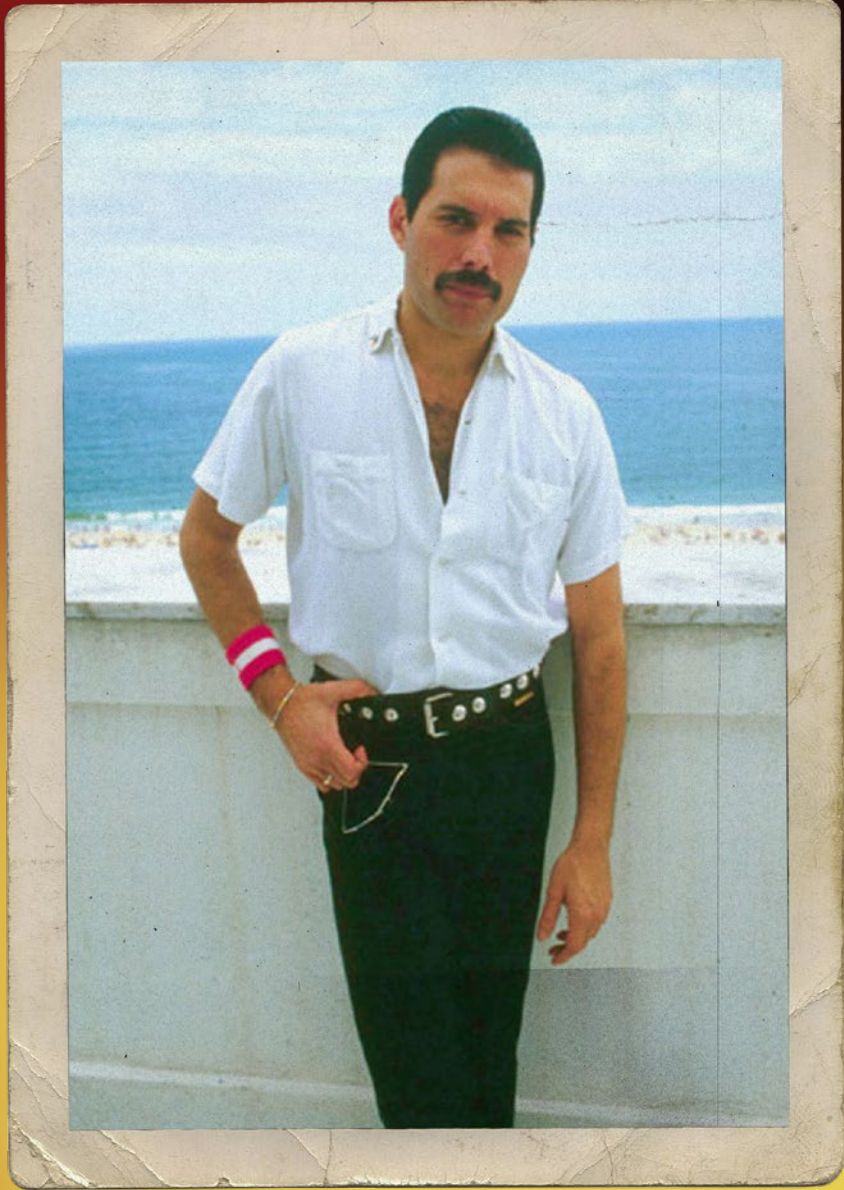
3. Kontrola nákladů: Průběžně budeme monitorovat a řídit náklady spojené s výstavou. Sledovat každou položku nákladů a hledat možnosti úspor a efektivity.

4. Sponzorství a partnerství: Hledáme další možnosti spolupráce se sponzory a partnery, kteří by mohli finančně přispět nebo poskytnout materiální podporu pro výstavu. To může zahrnovat spolupráci s místními firmami, hudebními společnostmi, médii nebo kulturními institucemi. Sponzorská podpora může pomoci pokrýt část nákladů a snížit finanční riziko.

5. Online prodej a marketing: Využijeme online platformy a sociální média pro prodej vstupenek a propagaci výstavy, které umožní snížit náklady spojené s tradičním prodejem. Společně s cílevýznamným marketingem tak oslovíme širší publikum.

6. Pojištění: Nutné pojištění výstavy, které pokryje případné nežádoucí události, jako je poškození exponátů, ztráta příjmů nebo odpovědnost za zničení či krádež. To nám poskytne ochranu před finančními ztrátami.

7. Rezervní fond: Vytvoříme rezervní fond, který bude sloužit jako finanční polštář pro případná nečekaná vydání nebo nedostatek příjmů.



12

Postup realizace

- POČÁTEK PŘÍPRAV PROJEKTU – BŘEZEN 2023
- VÝBĚR POLOŽEK PRO NÁKUPY + PŘÍPRAVA BYZNYS PLÁNU – KVĚTEN, ČERVEN 2023
- TVORBA STORY LINE VÝSTAVY – ČERVENEC 2023
- AUKCE FREDDIEHO POZŮSTALOSTI – ZÁŘÍ 2023
- JEDNÁNÍ SE ZÁJEMCI O VÝSTAVU – ŘÍJEN 2023 – KVĚTEN 2024
- SPOLUPRÁCE SE SBĚRATELI, KTERÍ ZAPŮJČUJÍ POLOŽKY – ZÁŘÍ 2023 – SOUČASNOST
- VÝBĚR DODAVATELŮ NA VÝSTAVU – LÉTO 2024
- SPUŠTĚNÍ WEBOVÝCH STRÁNEK PRO INVESTORY A SBĚRATELE – KVĚTEN 2024
- PŘÍPRAVNÁ FÁZE KONKRÉTNÍ PODOBY VÝSTAVY KVĚTEN 2024 – ŘÍJEN 2025
- VIP OPENING PARTY PŘED SPUŠTĚNÍM VÝSTAVY – PODZIM 2025/ZAČÁTEK ROKU 2026
- SPUŠTĚNÍ VÝSTAVY V BUDAPEŠTI PODZIM 2025/LEDEN 2026
- PŘESUN NA SVĚTOVOU TOUR NEBO PŘÍMO DO MONTREUX – PROSINEC 2026
- OTEVŘENÍ VÝSTAVY V MONTREUX – LEDEN 2027/ KVŮLI SVĚTOVÉ TOUR LEDEN 2028
- LONDÝN – 2028 NEBO 2029 (ZÁLEŽÍ NA DÉLCE SVĚTOVÉ TOUR)
- VYPLÁCENÍ VÝNOSŮ PROBĚHNE PO PRVNÍM ROCE VÝSTAV PRAVIDELNĚ PO UZAVŘENÍ ÚČETNÍ UZÁVĚRKY A ODSOUHLASENÍ NA VALNÉ HROMADĚ