

STRATEŠKI NAČRT

JAVNEGA ZAVODA
CENTER URBANE KULTURE KINO ŠIŠKA

za obdobje 2012–2015

Ljubljana, februar 2012

proračunski uporabnik: JAVNI ZAVOD
CENTER URBANE KULTURE KINO ŠIŠKA

sedež: Trg prekomorskih brigad 3,
Ljubljana

šifra proračunskega uporabnika: 38490
šifra dejavnosti: 90.040
matična številka: 3313069000

odgovorna oseba: Simon KARDUM, direktor

strateški načrt pripravil: Simon KARDUM, direktor
s sodelavkami in sodelavci

KAZALO:

1. UVOD

- 1.1. Nagovor
- 1.2. Vizija
- 1.3. Pravna podlaga
- 1.4. Poslanstvo in dejavnosti

2. STRATEGIJA

Povzetek strateškega načrta Kina Šiška

- 2.1. STRATEŠKI CILJI: PROGRAM
 - 2.1.1. GLASBENE DEJAVNOSTI
 - 2.1.2. SCENSKE DEJAVNOSTI
 - 2.1.3. RAZSTAVNE, INTERMEDIJSKE IN FILMSKE DEJAVNOSTI
 - 2.1.4. DEJAVNOSTI KULTURNE VZGOJE
- 2.2. STRATEŠKI CILJ: POSLOVNO-FINANČNE DEJAVNOSTI
- 2.3. STRATEŠKI CILJI: ORGANIZACIJA IN KADRI
- 2.4. STRATEŠKI CILJI: INVESTICIJE IN VZDRŽEVANJE
- 2.5. STRATEŠKI CILJI: POVEZOVANJE Z OKOLJEM IN MEDNARODNO MREŽENJE
- 2.6. STRATEŠKI CILJI: PROMOCIJA IN ODNOSI Z JAVNOSTMI

1. UVOD

1.1. NAGOVOR

Kolektiv Kino Šiška je trenutno na polovici mandata in pričujoči strateški zapis je posledica percepcije dosedanjega dela in kombinatorike bodočih, štiriletnih, vpogledov v prihodnost. Ob tej priliki poudarjam, da bo do leta 2015 morda ta na trenutke trdo in surovo zasnovan zapis doživljal mehke spremembe- pač v skladu z odprtim in fleksibilnim modelom upravljanja in delovanja naše ustanove. Objektivne in naglo spreminjajoče okoliščine nas silijo v gibke odločitve in stalna prilagajanja, ki jih narekuje nezanesljiv in nepredvidljiv kulturni trg. Eden od razlogov tiči seveda tudi v tem, da je Center urbane kulture Kino Šiška edini javni kulturni zavod v Sloveniji, kjer so vsi zaposleni vezani na mandat spodaj podpisanega. S to unikatno delovnopravno potezo v bistvu vzorčimo primer drugačnega prijema zaposlovanja v kulturi in dajemo naslednikom možnost kadrovanja, skladnega s programsko vizijo vodstva in, bistveno, možnost zaposlovanja mladih, večših kadrov. Če že govorim o drugačnosti- v strategiji boste našli kar nekaj takih premislekov- naj navedem še nekaj razločevalnih potez, ki Šiško po mojem mnenju (in mnenju kolektiva) dela drugačno od ostalih kulturnih institucij. Dotaknil sem se že načina organizacije, ki je zasnovan na horizontalnem vodenju in vključevanju zaposlenih in ostalih zunanjih sodelavcev v posamezne projektne zgodbe. Demokratična kultura z jasnimi in različnimi delovnimi zadolžitvami je vidna tudi navzven, predvsem v občutljivih stikih z ustvarjalci, partnerji in občinstvom. Organizacija, ki deluje kot mala prireditvena manufaktura ob malem številu zaposlenih vključuje še trikratnik zunanjih stalnih sodelavk in sodelavcev in, kar je nenavadno za siceršnje ustroje v ustanovah, vsi ostali servisi, ki so bistveni za delovanje hiše, so po izpeljanih predpisanih postopkih vezani na triletno pogodbeno razmerje (varovanje, čiščenje, računovodstvo, pravna pomoč, gostinstvo, blagajna).

V programskem smislu se je odločitev o odprtem programiranju vsebin izkazala kot optimalna rešitev. O tem priča tako žanrska raznovrstnost programa in že kar čudaško kontrastiranje posameznih vsebin. V Šiški lahko najdete kakovostne in vrhunske dogodke tako iz underground scene, pa vse do modne fensijade, mainstream popa in odbitih eksperimentov. Na kratko: Kino Šiška noče staviti na ciljno občinstvo, raje občinstvo generacijsko, estetsko in tudi sicer premeša in gnete med sabo. Odprtost je vidna tudi navzven, pa najsi mislim na socializacijo prostora (kavarniški sistem, odpiralni čas, Kiosk, wi-fi, jam sessioni, delavnice, debate,...), saj objekt z letnim vrtom živi tudi čez dan (in v noč); odprti smo za zunanje pobude in predloge (stalno internetno povabilo k sodelovanju, družbena omrežja); odprti smo za programsko in poslovno sodelovanje z vladnimi, nevladnimi in zasebnimi organizacijami in promotorji (več kot 60% odstotkov programa nastane v različnih sodelovalnih razmerjih); odprti smo za komunikacijo z javnostmi (dostopnost zaposlenih praktično 24 ur na dan, javnost podatkov) in mediji.

Specifika Šiške je tudi v tem, da se je ekipa že od otvoritve objekta odločila za evropsko zgodbo. Da torej svojega poslanstva ne razume lokalno, temveč mednarodno. Zato tudi rezultati: večina

produkcij, predvsem koncertnih, prihaja iz tujine; v porastu je tudi število obiskovalcev (ekskluzivnih) dogodkov iz sosednjih držav. V KŠ se preizkušamo tudi v organizaciji večjih koncertov izven objekta. Doslej nam je uspevalo in prepričan sem, da bo tako tudi v bodoče. Z vizualnimi (urbanimi) intervencijami v javnem prostoru (poslikave, stalna fotografska razstava na pročelju bivše občine), spreminjamo tudi širšo okolico in rušimo predsodke o suburbanem, da ne rečem podeželskem miljeju. Šiška je v zadnjem letu postala prostor, kjer ljudje (in z njimi kreativci) hočejo živeti. V tem smislu bo zabavno videti, kako bo k živahnejšemu utripu v tem delu metropole pripomogla tudi Kulturna četrt Šiška (Center kulture Šiška). Čeravno se včasih zazdi, da so naše programske odločitve (še raje projektne) »elitistične«, »alter-šminkerske« in ne vem kakšne še, naj povem, da so plod zavestnih odločitev. Zanima nas vznemirljiva in potentna vsebina in ne »kar nekaj«. In priznam, lepo je brati in slišati pohvale z vseh strani. Laska in hkrati zavezuje. Da ne bo nesporazuma, načrtno podpiramo mlade kreativce in naslavljamo pretežno mlade obiskovalce. Ne brez razloga. Ker smo prilagodljivi, se širimo tudi v virtualne prostore novih tehnoloških orodij. Še posebej skrbimo za ranljive skupine prebivalstva (s cenovno dostopnostjo). Posebno mesto v tem smislu pripada hendikepiranim (instrumentarij za gluhe ter slepe in slabovidne, prost vstop na prireditve). Včasih pa smo celo angažirani. V mejah dopustnega, torej tistega, kar nam narekujejo ostali, predvsem politični in kapitalski konteksti, vključno s strateškimi dokumenti na mestni in državni ravni. Toliko. Bralcu lahko zaželim le še uspešno pretikanje skozi besedilo, ekipi pa vztrajnost, čimveč ustvarjalnih popadkov in profesionalno realizacijo zapisanega.

Simon Kardum,
direktor

1.2. VIZIJA

Center urbane kulture bo v naslednjem štiriletnem obdobju postal središče urbane tvornosti v Ljubljani, v slovenskem prostoru in širši evropski regiji. Namen projekta, ki je bil v letu 2009 v fazi vzpostavitve, v letu 2010 v fazi preizkusa, v letu 2011 pa fazi utrjevanja programskega koncepta, je kakovostna kulturna ponudba, ki temelji na urbani, živi kulturi, medgeneracijskem druženju, žanrski večplastnosti in izvedbenih standardih. Z novo namembnostjo Kino Šiška je MOL že po uspešnem štartu, predvsem pa v prvih dveh polnih koledarskih letih, učvrstila pozicijo Ljubljane kot kulturno živega, živahnega in senzibilnega mesta srednje Evrope in obenem zasidrila in institucionalizirala novo, drugačno, sodobno kulturo v širši in mednarodni javnosti. Center (nekje med klubom in klasičnimi kapacitetami) je pretežno namenjen koncertnim dogodkom, gledališkimi, plesnim, eksperimentalnim (intermedijskim) in ostalim dogodkom pa v manjši meri. Zavezan je (in bo) programski odprtosti, dostopnosti in javnosti delovanja. Po dostopnih cenah bo nudil infrastrukturo primerljivim kulturnim operaterjem z domicilom v Ljubljani, Sloveniji in EU. Naš strateški načrt temelji tudi na institucionalnem mreženju (Zahodni Balkan, EU) in pridobivanju sredstev na evropski ravni. Eden glavnih dolgoročnih ciljev je, da Kino Šiška ob redni dejavnosti postane resen akter pri soorganizaciji večjih in velikih koncertnih dogodkov in festivalov na drugih prizoriščih v Ljubljani. Kino Šiška premore tudi potencial, da postane organizator in producent slovenske glasbene scene in mladih kreativnih skupin z drugih področij ter poskrbi za postprodukcijo dogodkov po celi Evropi. Da bi razpoložljivo infrastrukturo še dodatno optimirali, je potrebno v naslednjih štirih letih investirati v izboljšanje zvočne slike (in akustike) v Katedrali in preurediti Komuno.

1.3. PRAVNA PODLAGA

Javni zavod CENTER URBANE KULTURE KINO ŠIŠKA je z odlokom številka 032-12/08-13 z dne 4. 2. 2008 ustanovila Mestna občina Ljubljana. Namen ustanovitve zavoda je bil ustanoviti multikulturni center, ki bo deloval na področju sodobne urbane kulture tako na območju Mestne občine Ljubljana kot tudi v širšem slovenskem in mednarodnem okolju.

Zakonske in druge podlage, ki pojasnjujejo delovno področje javnega zavoda

- Zakon o javnih financah (UL RS 79/99 in spremembe),
- Zakon o zavodih (UL RS 12/91 in spremembe),
- Zakon o delovnih razmerjih (UL RS 42/02 in spremembe),
- Zakon o javnih uslužbencih (UL RS 56/02 in spremembe),
- Zakon o sistemu plač v javnem sektorju (UL RS 56/02 in spremembe),
- Zakon o računovodstvu (UL RS, št. 23/99 in spremembe),

- Pravilnik o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (UL RS, št. 46/03),
- Kolektivna pogodba za javni sektor (UL RS, št. 57/08 in spremembe),
- Kolektivna pogodba za kulturne dejavnosti v RS (UL RS, št. 45/94 in spremembe),
- Odlok o ustanovitvi javnega zavoda Centra urbane kulture Kino Šiška (UL RS, št. 18/2008 z dne 22.2.2008)

1.3.1. Organi zavoda in vodstvo

Nadzorni organ zavoda je:

Svet zavoda v sestavi:

Predsednik sveta zavoda: **dr. Gregor TOMC** (predstavnik MOL)

Namestnica predsednika Sveta zavoda: **Piera RAVNIKAR** (predstavnica zaposlenih)

Člani:

Eva STRMLJAN KRESLIN (predstavnica MOL)

Vanda STRAKA VRHOVNIK (predstavnica MOL)

Jerica MRZEL (predstavnica MOL)

dr. Aleš ČRNIČ (predstavnik Fakultete za družbene vede – zainteresirane javnosti)

Goran BOGDANOVSKI (predstavnik Asociacije – Društvo nevladnih organizacij in samostojnih ustvarjalcev na področju umetnosti in kulture – zainteresirane javnosti)

Vodstvo zavoda

Direktor zavoda je **Simon Kardum**.

Direktor zavoda ima dva pomočnika:

- za menedžment in finance, **Mitja Bravhar** in
- za glasbeni program **Matjaž Manček**.

1.3.2. Zaposleni

Zavod ima v decembru 2011 devet (9) redno zaposlenih:

- Simon Kardum, direktor
- Mitja Bravhar, pomočnik direktorja za menedžment in finance
- Matjaž Manček, pomočnik direktorja za glasbeni program
- Mina Špiler, koordinatorica programa
- Piera Ravnikar, vodja projektov
- Uroš Bonšek, vodja za stike z javnostjo
- Matej Bobič, tehnični vodja
- Darinka Jurečič, poslovna sekretarka VI

- Roman Škraba, glavni vzdrževalec V

Poleg zaposlenih pri delovanju zavoda v letu 2011 redno sodeluje še 36 zunanjih sodelavcev, predvsem v tehničnem korpusu.

1.4. POSLANSTVO IN DEJAVNOSTI

Zavod, katerega ustanoviteljica je Mestna občina Ljubljana, je v splošni določbi ustanovitvenega akta: »multikulturni center, ki deluje na področju sodobne urbane kulture tako na območju Mestne občine Ljubljane kot tudi v širšem slovenskem in mednarodnem okolju kot večnamenski prireditveni in produkcijski prostor. Deluje zlasti na področjih glasbene in uprizoritvene ustvarjalnosti, vključuje pa tudi druge oblike ustvarjanja na področju kulture. Javnosti predstavlja domače in tuje umetnike in skupine, produkcije in koprodukcije. Na področju sodobne urbane kulture spodbuja participacijo, demokratičnost, pluralnost, mednarodno sodelovanje in kvaliteto ustvarjanja, predstavljanja in poustvarjanja«.

Zavod opravlja pod enakimi pogoji in na način, ki velja za javno službo, naslednje dejavnosti s področja sodobne urbane kulture: predstavitve, produkcije in koprodukcije na področju sodobnih glasbenih in uprizoritvenih umetnosti ter na drugih področjih kulture, kot so intermedijska, vizualna, filmska in likovna. Poleg osnovnih dejavnosti zavod opravlja tudi naslednje druge dejavnosti:

- izdaja in posreduje uporabnikom zavoda študijsko gradivo s področij kulturno-izobraževalnega, kulturno-vzgojnega in znanstveno-raziskovalnega dela svojih dejavnosti,
- pripravlja in izvaja strokovna posvetovanja, predavanja, kongrese, sejemske in druge razstave, seminarje in delavnice,
- povezuje se s sorodnimi institucijami doma in v tujini,
- koordinira in izvaja programe oddajanja vadbenih prostorov za umetnike in skupine,
- v prostih terminih organizira in posreduje komercialne prireditve v prostorih, s katerimi zavod upravljanja, ter
- izvaja izobraževalno dejavnost (predavanja, delavnice, seminarji).

Zavod opravlja dejavnosti v obsegu in na način, ki je določen z letnim programom dela in finančnim načrtom in so v skladu s srednjeročni strateškim načrtom.

Kino Šiška mora v naslednjih letih učvrstiti svoj položaj na slovenskem in evropskem kulturnem trgu. Za to obstajata več dobrih razlogov: kakovosten in raznovrsten program, visoka obiskanost dogodkov (tudi tujcev), obsežno sodelovalno omrežje z domačimi in tujimi producenti in promotorji, medijska umeščenost in pozicioniranje, izvrstna logistika ter razpoložljiva (še ne optimalna) infrastruktura. Že po kratkem časovnem obdobju je jasno, da se je Šiška s svojimi vsebinami umestila v okvir prepoznavnosti na mednarodni ravni. Kino Šiška in z njo ustanoviteljica MOL morata ob tem premisliti tudi o tistih programskih segmentih, ki bodo infrastrukturo tudi dodatno osmislili in profilirali. Glede na novoodprte prostore v Ljubljani je jasno, da sta to na prvem mestu glasba in na drugem eksperimentalni program na vizualnem, intermedijskem, uprizoritvenem in filmskem polju. Poseben poudarek bo v Kinu Šiška ostal na koncertni dejavnosti, kjer si bo zavod prizadeval tudi za gostovanjsko in festivalsko politiko na

drugih prizoriščih in v tujini. Čaka nas torej večletna profilacija programa, ki bo stavila na vrhunske glasbene dogodke vseh zvrsti (s povečevanjem glasbene kvote v okviru vseh dejavnosti) ter na tiste oblike sodobne umetnosti, ki s svojimi konceptualnimi zastavki prebijajo ustaljene okvire. Posebno skrb bo Kino Šiška posvetil ranljivim skupinam (z vsebinami in cenovno dostopnostjo), izobraževanju mladostnikov (delavnice in ostali javni dogodki) in angažiranim premislekom o fenomenu »urbane kulture«.

2. STRATEGIJA

Povzetek strateškega načrta Kina Šiška

Kino Šiška bo nadaljeval z visoko zastavljenimi cilji tako na domači kot na tuji sceni. Naši ključni cilji so: profilacija programske ponudbe; poudarki na izjemnih in vrhunskih dosežkih urbane kulture. Zaradi nekaterih produkcijsko in finančno zahtevnih projektov (npr. UF! Festival), inflacije dogodkov v ljubljanskem bazenu in zaradi objektivnih okoliščin, ki jih narekujejo krizne razmere (manjše povpraševanje, zmanjšana kupna moč prebivalstva, racionalizacija javnofinančnih virov in zmanjšanje interesa gospodarstva za vlaganje v kulturo) ostajamo realisti. Zato napovedujemo v prvih dveh letih na letni ravni okrog 220 dogodkov, 65.000 obiskovalcev in 70- odstotno zasedenost prizorišč in postopno rast kazalcev v letih 2014 in 2015. Nadaljevali bomo z mreženjem v evropskem okviru; s socializacijo prostora in odprto komunikacijo z javnostmi; s širjenjem blagovne znamke izven Ljubljane in Slovenije (spletni mediji, družabni mediji,...) ter z optimizacijo infrastrukturnih potencialov.

Osnovni program Kina Šiška bodo tudi v bodoče sestavljali program za glasbo, uprizoritvene dejavnosti in intermedijo. Glasbene dejavnosti skupaj s festivalskim programom predstavljajo predvidenih 76 % celotnega programa, uprizoritvene dejavnosti 6 %, ostale dejavnosti (intermedija, razstave, film, literatura, delavnice, pogovori, modne revije, oblikovanje, vizualne intervencije ...) pa 18 %.

Kot je že bilo predočeno v uvodnih besedah, so posamezni projekti in letni programi močno odvisni ne le od lokalnih razmer, temveč tudi od globalnih trendov- predvsem na področju glasbene industrije. Že v letu 2012 nas čaka finančno tvegan, a nujni investicijski projekt: nakup novega, zmogljivejšega ozvočenja.

V strateškem načrtu smo upoštevali pripombe in predloge, ki jih je po preučitvi osnutka na naslov Kina Šiška poslala ustanoviteljica oz. Oddelek za kulturo MOL.

Predvidena dinamika obsega programa, načina sodelovanja, finančnih virov in zaposlovanja

leto	2010	2011	2012	2013	2014	2015
št. vseh dogodkov	243	248	220	220	230	240
št. koncertov	105	104	90	90	95	100
št. dogodkov v lastni produkciji	53	99	100	90	90	90
št. dogodkov v koprodukciji	154	111	90	100	100	110
št. dogodkov zunanjih izvajalcev	36	38	30	30	40	40
% dohodka od prodanih vstopnic	17,6	21,1				
povprečna cena vstopnice (predprodaja/na dan), v EUR	14/16	12/14	12/14	11/13	12/14	13/15
št. prodanih vstopnic	36.722	40.703	36.000	35.000	37.000	38.000
št. javnih zavodov, sodelovanje (SLO)	9	8	10	10	10	10
št. nevladnih organizacij, sodelovanje (SLO)	40	36	40	40	45	45
višina lastnih sredstev, v EUR	835.603	720.906	1.038.773	930.000	940.000	950.000
višina sredstev iz EU, v EUR*	977	9.428	18.000	22.000	22.000	32.000
višina sredstev MOL, v EUR*	857.100	843.260	836.500	840.000	840.00	850.000
višina sredstev MK, v EUR*	0	16.500	24.000	18.000	18.000	24.000
št. zaposlenih	8	9	9	9	10	12
št. zunanjih sodelavcev	41	35	35	35	35	35

- (Predvidene) pogodbene vrednosti.

2.1. STRATEŠKI CILJI: PROGRAM

2.1.1. GLASBENE DEJAVNOSTI

Strateške usmeritve:

- **Raznolikost in intenzivnost sodobne koncertne ponudbe,**
- **Intenzivna sodelovanja z domačimi koncertnimi promoterji, festivali in agencijami,**
- **Intenzivna sodelovanja z regijskimi in mednarodnimi festivali, agencijami in koncertnimi producenti,**
- **Omogočanje nevladnim organizacijam izvedbo koncertnih dogodkov, v kolikor je kompatibilen s smernicami glasbenega programa Kina Šiška,**
- **Povezovanja z drugimi javnimi zavodi in izvajalci nevladnega sektorja,**
- **Organizacija dogodkov izven Kina Šiška (koncerti, festival UF!),**
- **Vzpostavitev internetnega radia, kot nujna kanala za kvalitativno edukativno lansiranje aktualnih glasbenih vsebin v medijski prostor.**

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Koncertni cikel YU GO! (cikel koncertnih dogodkov s področja nekdanje Jugoslavije).	2012 – 2015	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Koncertni cikel JAZZ, BLUES & ETNO.	2012– 2015	Pomočnik direktorja za glasbo
Koncertni cikel ALT POP.	2012 – 2015	Pomočnik direktorja za glasbo
Cikel Heavy metal, alter rock, noise rock, punk, hardcore, industrial rock.	2012 – 2015	Pomočnik direktorja za glasbo
Koncertni cikel AVANTGARDNA ELEKTRONIKA (indie-rock).	2012 – 2015	Pomočnik direktorja za glasbo
Koncertni cikel NAŠI (samostojni promocijski koncerti domačih izvajalcev).	2012 – 2015	Pomočnik direktorja za glasbo
Vzpostavitev rednega poletnega »open-air« festivala v Ljubljani.	2012/2013 – 2015	Vodstvo KŠ
Vzpostavitev internetnega radia, kot nujna kanala za kvalitativno edukativno lansiranje aktualnih glasbenih vsebin v medijski prostor.	2012 - 2015	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa, vodja odnosov z javnostmi
Gostovanje Kina Šiška na drugih prizoriščih v Sloveniji (Križanke, Kongresni trg, Stožice, Metelkova mesto, ...)	2012 - 2015	Pomočnik direktorja za glasbo in koordinator programa
Promocija SLO- bendov v Srednji Evropi.	2013 - 2015	Pomočnik direktorja za glasbo

Pričakovani učinki:

- Okrepitev kontinuirane ponudbe aktualnih kvalitetnih koncertnih dogodkov v Ljubljani
- Okrepitev pozicije Ljubljane na evropskem in svetovnem zemljevidu.
- Progresivno dvigovanje aktualnosti, kvalitete in ekskluzivnosti koncertnih dogodkov, v kombinaciji s stabiliziranjem kvantitete ponudbe na gornji rob absorpcijske sposobnosti slovenske koncertne publike.
- Višanje števila obiskovalcev iz drugih držav – pritegnitev vse večjega dela obiskovalcev iz Italije, Hrvaške in Avstrije.
- Dvig ravni domače koncertne ponudbe in prezentacije (promocijski koncerti).
- Vzpostavitev mednarodnih mrež profilno sorodnih koncertnih organizatorjev in posledično izboljšanje možnosti za organizacijo težje dosegljivih izvajalcev.
- Spodbuden vpliv na slovensko medijsko sceno. Neposreden prispevek z lastnimi (hišnimi) mediji – mesečni časopis, internetni mediji – ter posreden vpliv zaradi večje prisotnosti aktualnih glasbenih vsebin v programu Kina Šiška.

Kazalci uspešnosti:

- Večja koncentracija ekskluzivnih koncertov aktualno »vročih« glasbenih izvajalcev s področja pop/rocka, jazza, elektronike, etna.
- Dvig kvalitete koncertnih predstavitev uveljavljenih domačih izvajalcev.
- Angažiranje novih segmentov domače koncertne publike – predvsem mlajše generacije.
- Občutno povečan interes mednarodne publike, akterjev koncertnega tržišča ter medijev za koncertno in glasbeno dogajanje nasploh v Sloveniji.

2.1.2. SCENSKE DEJAVNOSTI

Strateške usmeritve:

- Raznolikost in intenzivnost sodobne gledališke in plesne postprodukcije,
- Intenzivna sodelovanja z regijskimi in mednarodnimi festivali in producenti uprizoritvenih umetnosti,
- Omogočanje nevladnim organizacijam izvedbo programa sodobnega gledališkega in plesnega izraza.
- Povezovanja z drugimi javnimi zavodi in izvajalci nevladnega sektorja,
- Širjenje mednarodnih povezav, predvsem gostovanj tujih ustvarjalcev na odru Kina Šiška.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Vključevanje v mednarodno mrežo producentov in ponudnikov gledaliških in plesnih predstav ter performansov.	2012-2015	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment, vodja projekta
Soorganizacija evropskega projekta Modul-dance, ki je namenjen zagotavljanju podpore umetnikom in spodbujanju njihove strokovne neodvisnosti pri ustvarjanju predstav od zasnove do produkcije, izvedbe in promocije.	2012-2013	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment
Organizacija Modul-dance festivala.	2012	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment
Vključitev v domače festivale sodobnega gledališča in plesa (Ex-ponto, Gibanica, Ples.kavica, Exodos, Mesto žensk, Prelet...)	2012-2015	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment
Sodelovanje z domačimi producenti pri produkciji predstav (Zavod Aksioma, Fičo balet, SMG Ljubljana, MGL, Glej, PTL, ...)	2012-2015	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment

Pričakovani učinki:

- Izvedba produkcij in največ ene postprodukcije ter gostovanj.
- Naraščajoče število ambicioznih, obsežnejših in visoko kakovostnih domačih in tujih predstav.
- Večja kakovost predstav, več odzivov v medijih in strokovna javnost.
- Pozicioniranje, oziroma okrepitev pozicije Ljubljane na evropskem in svetovnem, predvsem plesnem glasbeno-gledališkem zemljevidu.
- Vpetost v domače festivale uprizoritvenih umetnosti.

Kazalci uspešnosti:

- večje število obiskovalcev,
- večje število mednarodnih produkcij/koprodukcij in gostovanj,
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti.

2.1.3. RAZSTAVNE, INTERMEDIJSKE, FILMSKE DEJAVNOSTI IN DRUGO

Strateške usmeritve:

- **Lokalna, nacionalna in mednarodna uveljavitev produkcije, koprodukcije in postprodukcije vsebin sodobne vizualne kulture in umetnosti,**
- **Zagotovitev tehničnih in prostorskih možnosti za kvalitetno predstavitev programa razstav in novih, tehnološko zahtevnejših medijev,**
- **Aktivnejša sodelovanja in povezovanja z društvi, zavodi in skupinami, ki delujejo na področju vizualnih dejavnosti doma in v tujini ter urbanih dejavnosti,**
- **Promocija sodobne neodvisne filmske produkcije,**
- **Večja lokalna, nacionalna in mednarodna prepoznavnost na področju razstavnih, intermedijskih in filmskih dejavnosti (sodobna fotografija in ilustracija, strip, video, film, animacija, novi mediji ter digitalna tehnologija).**

Ukrepi:

Nadgradnja razstavnega sistema v zgornjem predverju; aktivnejša promocija razstavnega programa v domačih in tujih medijih; objava javnega poziva za izbor (letnih) razstavnih projektov; do leta 2013 zagotoviti vso potrebno tehnično opremo za video in avdio sistem; produkcija letnega projekta: *Teden intermedijskih umetnosti*; vključitev Kina Šiška v mednarodno kulturno središče *WallART Residency* dogajanja; Coworking kot sodoben način komunikacije ustvarjalcev na področju kreativnih industrij; promocija lokalne kot tudi transnacionalne filmske produkcije; organizacija filmskih večerov, seminarjev in delavnic s ciljem strokovne izboljšave mladih filmskih avtorjev in filmskih delavcev; povezovanja in sodelovanja s festivali neodvisne filmske produkcije; premierno prikazovanje glasbenih dokumentarcev; aktivno sodelovanje in povezovanje s producenti, ki delujejo na področju neodvisne produkcije sodobne vizualne kulture in umetnosti.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
WallART : Mednarodne umetniške rezidence	2012 – 2015	Vodja projektov
Links: Visiting Arts in Contemporarv Art Society v sodelovanju z British Council (kulturna izmenjava)	2012 – 2015	Vodja projektov / Visiting Arts UK
Fotografija na kavču: Javni pogovori na temo sodobne fotografije	2012 – 2015	Vodja projektov / Revija Fotografija
Nadgradnja razstavnega sistema	2012 – 2013	Vodja projekta / Rompom
Promocija sodobne neodvisne filmske produkcije	2012 – 2015	Vodja projektov
Teden intermedijske umetnosti: Novi mediji in digitalna tehnologija	2012 – 2015	Vodja projektov / vŠUM
Katedrala na prostem (Fasada UE Šiška)	2012 – 2015	Vodja projektov
Bienale neodvisne ilustracije in Marmelada (JamSession): vizualno-zvočno-vsebinski izdelki	2012-2015	Vodja projektov / Društvo Tretaroka
Produkcija samostojnih razstav mladih ustvarjalcev	2012 - 2015	Vodja projektov
Digitalizacija video arhiva	2012 - 2015	Vodja projektov

KIOSK artist: Cikel mesečnih razstavnih intervencij	2012 - 2015	Vodja projektov / Vodja KIOSKa
LIFFe: Ljubljanski filmski festival	2012 – 2015	Pomočnik direktorja za kulturni management / Vodja projektov / CD
Art Dialog: Cikel pogovor o sodobni vizualni in urbani kulturi	2012 – 2015	Vodja projektov / Vodja KIOSKa
FOLLOW : Festival o družabnih omrežjih (v sklopu glasbenega festivala v KŠ)	2013 – 2015	Vodja projekta / Vodja za stike z javnostjo
Premierne projekcije glasbenih tujih in domačih dokumentarcev	2012 - 2015	Pomočnik direktorja za glasbeni program / Vodja projektov
Umetniške (urbane) intervencije v javnem prostoru, DIY	2013 - 2015	Vodja projektov / Vodstvo
Jelly v Šiški!	2012 - 2015	Vodja projektov / Vodstvo

Pričakovani učinki:

Celostno dovršen razstavni sistem, ki omogoča predstavitev različnih medijev vizualne kulture in umetnosti; večja lokalna, nacionalna in mednarodna prepoznavnost na področju razstavnega programa; izobraževanje splošne in strokovne javnosti o sodobni vizualni in urbani kulturi; brezplačna dostopnost (vseh) lokalnih, nacionalnih in mednarodnih projektov; predstavitev sodobnih načinov razmišljanja o digitalni umetnosti in novih metodah pristopa; razvoj mednarodne platforme v smeri večje pretočnosti mladih ustvarjalcev; predstavitev novih oblik razmišljanja o sodobnih trendih in problematiki na področju intermedijskih umetnosti; vzpodbujanje novih, lokalnih in mednarodnih odnosov z umetniki, kustosi, programskimi vodji festivalov, financerji, sodelavci in producenti; večje število projektov, ki temeljijo na uporabi digitalne tehnologije in novih medijev; pomoč pri razvoju mednarodnega središča (urbanih) umetniških rezidenc na področju MOL; kvalitetna ponudba in promocija neodvisne filmske produkcije; izobraževanje širše javnosti o neodvisni filmski produkciji; koprodukcijska sodelovanja s filmskimi festivali in mladimi (neodvisnimi) filmskimi producenti; urbane intervencije v prostoru; realizacija prve samostojne razstave video posnetkov Kina Šiška; digitalizacija video arhiva.

Kazalci uspešnosti:

- večje število obiskovalcev,
- večji odziv in zanimanje strokovne javnosti, splošne javnosti in medijev,
- večje število mednarodnih produkcij/koprodukcij in gostovanj,
- povečan obseg zahtevnejših projektov,
- aktualna predstavitev novih medijev, digitalnih praks in dogajanj po svetu,
- mednarodna prepoznavnost Kina Šiške kot središča urbane sodobne kulture,
- odzivi nastopajočih in (so)organizatorjev, ki sodelujejo v okviru programa Kino Šiška,
- aktualna predstavitev novih medijev, digitalnih praks in dogajanj po svetu,
- mednarodna prepoznavnost Kina Šiške kot središča sodobne urbane kulture,
- Kino Šiška bo prevzela vlogo liderja na področju izobraževanja o sodobnih tehnologij,

- večje število sledilcev na družbenih omrežjih Kina Šiška,
- povezovanje in mreženje z domačimi in tujimi partnerji, ki delujejo na podobnih področjih.

2.1.4. DEJAVNOSTI KULTURNE VZGOJE

Strateške usmeritve:

- Uveljavitev produkcije in postprodukcije različnih umetniških vsebin za otroke in mlade,
- Krepitev sodobne in kakovostne kulturne vzgoje kot vzgoje za ustvarjalnost, dialog in strpnost,
- Izvajanje dejavnosti kulturne vzgoje kot skupni interes Kina Šiška in MOL, s poudarkom na glasbenih vsebinah,
- Z različnimi cilji in dejavnostmi obseči zapostavljene starostne skupine, ki so dojemljive za kakovostne kulturne vsebine, zlasti mladi po dvanajstem letu starosti.

CILJ 1: USTVARJALNE DELAVNICE IN RAZSTAVE

Ukrepi:

Sistematični pristop k uveljavitvi ustvarjalnih delavnic za otroke in mlade; vključevanje čim večjega števila otrok in mladine v programe kulturne vzgoje; sodelovanje z mladinskimi četrtinimi skupnostmi in institucijami, zavodi, društvi, posamezniki za izvajanje kulturne vzgoje; s ciljnim projekti vključevati socialno šibke družine, ranljive skupine in tudi invalidne skupine mladih; vzpostaviti trajnejše oblike sodelovanja s šolami in mladimi skupinami znotraj in izven regije.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Izvedba delavnic za otroke od 10 leta starosti dalje, s poudarkom na urbanih zvokih, glasbi (npr. The Stroj).	2012 - 2015	Vodja projektov, zunanji izvajalci
Redno sodelovanje s Četrtnim mladinskim centrom Šiška.	2012 - 2015	Kolektiv
Ustvarjalna RE:ciklarnica. Mesečne delavnice za mlade in vse ostale.	2012 – 2015	Vodja projektov / Vodja KIOSKa
DJ in VJ delavnice za mladostnike.	2012 – 2015	Vodja projekta
Sodelovanje s šolami, »ranljivimi skupinami« pri izvedbi delavnic in obiski občasnih dogodkov.	2012 - 2015	Kolektiv, vodja projekta, zunanji izvajalci
Festival Bobri- zaključni glasbeni dogodek.	2012 – 2015	Kolektiv, zunanji izvajalci

Pričakovani učinki:

Stalni program ustvarjalnih delavnic; spoznanje otrok in mladine o novem prostoru za druženje; pospešeno sodelovanje s šolami in skupnostmi mladih; spoznanje socialno šibkih družin, ranljivih skupin in invalidnih skupin o prijaznem in dostopnem prostoru in brezplačni storitvi; spodbujanje otrok in mladine k ustvarjalnosti in inovativnosti; večje zanimanje otrok za ustvarjanost na področju kulture.

Kazalci uspešnosti:

- Delež vključenih inštitucij v program delavnic,
- Udeležba delavnic in obisk razstav,
- Obseg nabora kakovostnih vsebin,
- Število šol, ki sodelujejo v delavnicah.

CILJ 2: OTROŠKI IN MLADINSKI PROGRAM

Ukrepi:

Ciklično izvajanja programa za otroke in mladino; ustvarjanje izvirnega glasbenega in gledališkega programa, primernega za vse starostne skupine otrok, v navezavi o ostalih kulturnih dejavnostmi (razstava, film...); spodbuditi in združiti avtorje in ustvarjalce za nastope oziroma ustvarjanje za otroke.

aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Izvedba serije glasbenih dogodkov namenjenih srednješolski populaciji – ŠPIL LIGA.	2012 - 2015	Pom. direktorja z glasbeni program, vodja projektov
Uveljavitev KUL abonmaja za mlade, v sodelovanju z mestnimi inštitucijami.	2011-2012	Kolektiv, partnerji
Pisni program priporočenih koncertov in dodatnih dejavnosti, na podlagi katerega šole načrtujejo kulturno vzgojo.	2012-2015	Kolektiv, vodja projektov

Pričakovani učinki:

Stalni program glasbene vzgoje; povezava z inštitucijami pri naboru raznovrstnih dogodkov; nabor kvalitetnih avtorjev in ustvarjalcev z inovativnimi projekti; večje zanimanje otrok in mladostnikov za ustvarjalnost na področju glasbe.

Kazalci uspešnosti:

- Delež vključenih avtorjev v program,
- Število obiskovalcev,
- Obseg nabora kakovostnih vsebin,
- Stopnja sodelovanja z zunanjimi izvajalci in inštitucijami,
- Izvedba koncertov ŠPIL LIGA.

2.2. STRATEŠKI CILJ: POSLOVNO-FINANČNE DEJAVNOSTI

Strateške usmeritve:

- Zagotavljanje nejavnih sredstev (lastna sredstva iz osnovne in sredstva iz dejavnosti, ki niso osnovna, sredstva sponzorjev in donatorjev, tuji viri – mednarodni skladi),
- Delovanje po zakonskih in drugi pravnih podlagah, ki pojasnjujejo in opredeljujejo delovno področje javnega zavoda- s prakticiranjem reformnih potez (pilotski način),
- Izvedba ciljev in ukrepov skladnimi z razvojnimi dokumenti Mestne občine Ljubljana in države (*Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2012-2015, Nacionalni program za kulturo Ministrstva za kulturo RS*) in dosledno upoštevanje javnega interesa na področju kulture s predlaganjem reformnih normativnih rešitev,
- Zagotavljanje javnih sredstev (MOL, Ministrstvo za kulturo, EU),
- Zagotavljanje sponzorskih in donatorskih sredstev,
- Izvajanje postopkov javnega naročanja (racionalizacija poslovanja),
- Sledenje finančnim zahtevam in spremembam umetniške oz. kulturne produkcije.

Ukrepi:

Zagotoviti stabilne finančne pogoje za delovanje in ustvarjanje; zagotovitev zadostnih finančnih sredstev za materialne in programske stroške, opremo in investicije; pozitivno poslovanje kljub morebitnem pomanjkanju finančnih in materialnih sredstev; dosledno upoštevanje rokov in prijav za oddajo poročil in bilanc;

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Izdelava programa dela za vsako koledarsko leto.	2012-2015	Vodstvo in računovodski servis
Izdelava letnega finančnega načrta za MOL.	2012-2015	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance, računovodski servis in poslovna sekretarka
Izdelava letnega poročila in bilanc za svet zavoda in MOL.	2012-2015	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance, računovodski servis in poslovna sekretarka
Oblikovanje statističnih podatkov za Statistični urad RS in MOL.	2012-2015	Vodja projektov in poslovna sekretarka
Prijava in poročilo na projektne razpise Ministrstva za kulturo RS in EU.	2012-2015	Vodstvo
Sodelovanje z zunanjimi servisi, ki opravljajo storitve prodaje vstopnic, varovanja objekta in ljudi; čiščenja, računovodstva, pravnih zadev, gostinstva, tiskanja.	2012-2015	Kolektiv
Vsakoletni popis osnovnih sredstev – inventarizacija.	2010-2015	Direktor, poslovna sekretarka, glavni vzdrževalec, tehnični

Pričakovani učinki:

Učinkovito in sprotno spremljanje poslovnih odločitev; racionalizacija poslovanja; dolgoročna finančna stabilnost zavoda; pridobivanje sredstev iz javnih in nejavnih virov; gospodarno ravnanje z infrastrukturo in opremo.

Kazalci uspešnosti:

- Spremljanje in ocenjevanje poslovne uspešnosti,
- Spremljanje in ocenjevanje ekonomičnosti poslovanja,
- Spremljanje in ocenjevanje produktivnosti dela,
- Količina pridobljenih javnih in nejavnih sredstev,
- Količina prihranjenih sredstev na posameznih stroškovnih mestih, primerjalno na letni ravni.

2.3. STRATEŠKI CILJI: ORGANIZACIJA IN KADRI

Strateške usmeritve:

- **Izboljšanje notranje organiziranosti in komunikacije,**
- **Zaradi izjemnega obsega dela postopne dodatne redne zaposlitve: asistent v marketingu, asistent v odnosih z javnostmi, računovodja, vodja evropskih projektov ter tonski in lučni oblikovalec,**
- **Pridobivanje novih kadrov – Kino Šiška si bo nove kadre večinoma vzgajal sam, tako da bo intenzivno usposabljal novo zaposlene sodelavce, redne in honorarne, ter sodeloval s primerno izobraženimi in poučenimi prostovoljci, jih strokovno usposabljal in med njimi prednostno izbiral najboljše za možno redno zaposlitev,**
- **Pridobivanje znanja zaposlenih – izobraževanja, izpopolnjevanja, organizirani obiski sorodnih institucij doma in v tujini.**

CILJ 1: NOTRANJA ORGANIZACIJA

Ukrepi:

Določitev projektne skupine znotraj kolektiva za vodenje procesov izobraževanja in usposabljanja; opredelitev temeljnih vrednot in organizacijske kulture; povezovanje z zunanjimi ponudniki izobraževanja; pregled ponudbe s primeri dobrih praks v tujini; vzpostavitev notranjih kontrol poslovnih odločitev; razvoj in uporaba orodij komuniciranja z zaposlenimi; redno organiziranje tečajev varnosti pri delu in usposabljanje za požarno varnost.

aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Seznam zunanjih ponudnikov izobraževanja in določitev potreb in želja po izobraževanju.	2012 -2 015	Vodstvo, projektna skupina, poslovna sekretarka
Opredelitev kadrovske razvojnih načrtov.	2012	Vodstvo, poslovna sekretarka, projektna skupina
Letni načrt izobraževanja zaposlenih.	2012 - 2015	Vodstvo, projektna skupina
Aktivne udeležbe strokovnih srečanj, seminarjev, izobraževanj doma in v tujini; sodelovanje v strokovnih združenjih.	2012 - 2015	Vodstvo, projektna skupina
Priprava načrta za prostovoljno delo in usposabljanje na delovnem mestu.	2012	Vodstvo, projektna skupina, poslovna sekretarka
Spremljanje zakonodaje, priprava sprememb pravilnikov, načrta varovanja, hišnega reda za obiskovalce, priročnika za zaposlene in osnovnih pravil delovanja.	2012 - 2015	Vodstvo, projektna skupina, poslovna sekretarka

Pričakovani učinki:

Uresničevanje določenih aktivnosti, ki upoštevajo potrebe Kina Šiška, bo prispevalo k razvoju kariere vsakega zaposlenega in uspešnosti celotnega kolektiva. S projekcijo potrebnih delovnih mest bomo prek javnih postopkov pridobili najboljše kadre na trgu. Z urejenim notranjim poslovanjem bomo zmanjševali poslovna in programska tveganja in vzpostavili stopnjo usposobljenosti zaposlenih pri izvajanju postopkov notranjega nadzora.

Kazalci uspešnosti:

- Število ur izobraževanja in usposabljanja na zaposlenega,
- Zadovoljstvo zaposlenih in spremljanje delovne uspešnosti,
- Nagrajevanje zaposlenih (če bodo dovoljevale okoliščine),
- Število predavanj in udeležb na strokovnih srečanjih in posvetih,
- Število neformalnih srečanj zaposlenih,
- Odstotek letnega proračuna Kina Šiška, namenjenega izobraževanju,
- Število sprejetih aktov in pravilnikov.

CILJ 2: ZAPOSLOVANJE IN KADROVANJE

Ukrepi:

Zaposlovanje strokovnih delavcev po področjih, opredeljenih v strateških usmeritvah in kadrovskega načrta, s ciljem, da se uresniči sprejeti obseg delovnih mest. Delovanje v optimalnejših kadrovskih pogojih; ugotavljanje organizacijske klime in splošnega zadovoljstva zaposlenih in njihove pripadnosti zavodu; redno spremljanje in ocenjevanje zaposlenih.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Izdelava letnega kadrovskega načrta s potrebami po kadrovskih spremembah.	2012 - 2015	Vodstvo
Redni letni razgovori z zaposlenimi.	2012 - 2015	Vodstvo
Nove zaposlitve: računovodja.	2014	Vodstvo
Nove zaposlitve: snažilka in lučni mojster.	2015	Vodstvo
Izdelava motivacijskih tehnik za zaposlene.	2012-2015	Vodstvo

Pričakovani učinki:

Izboljšanje upravljanja s kadri; optimalnejša kadrovska slika bo omogočila uresničevanje srednjeročne strategije.

Kazalci uspešnosti:

- Število novo zaposlenih,
- Število rednih razgovorov,
- Spremljanje in ocenjevanje dinamike zaposlenih,

2.4. STRATEŠKI CILJI: INVESTICIJE

Strateške usmeritve:

- Zagotavljanje in optimizacija infrastrukture in opreme,
- Nakup dodatne tehnične opreme (predvsem zvočni sistem) za kvalitetno izvedbo programa in nemoteno tehnično delovanje v Katedrali in Komuni.

CILJ 1: INVESTICIJE V OPREMO

Ukrepi:

- Novo oz. nadgrajeno ozvočenje v Katedrali, saj je sedanje preobremenjeno in jakostno nezadostno, 2012,
- Preureditev male dvorane Komuna v dveh fazah: 2012 - 2013,
- Izdelava cenika za oddajanje opreme v komercialne namene.

Pričakovani učinki:

- Izboljšana zvočna in jakostna slika,
- Izboljšana glasbena akustika,
- Optimizacija multifunkcionalnosti prizorišč,
- Dodatni vir prihodkov z oddajanjem kosov opreme v najem.

Kazalci uspešnosti:

- Nižji stroški izposoje dodatne tehnične opreme,
- Zadovoljstvo obiskovalcev in izvajalcev,
- Olajšana in časovno krajša predpriprava dogodkov,
- Število oddaj v najem in višina pridobljenih sredstev.

2.5. STRATEŠKI CILJI: POVEZOVANJE Z OKOLJEM IN MEDNARODNO MREŽENJE

Strateške usmeritve:

- Povečano vključevanje Kina Šiška v kulturni utrip Ljubljane in okolice,
- Povečanje učinkovitosti izvajanja različnih dejavnosti in večanje ugleda Kina Šiška v lokalnem državnem, regionalnem in mednarodnem okolju,
- Sodelovanje in povezovanje: koprodukcije, partnerstva z drugimi zavodi in institucijami, kulturnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in ustanoviteljico, z nevladnimi ustanovami in tujimi partnerji,
- Vpetost v mednarodne mreže na različnih kulturnih področjih.

CILJ 1: SODELOVANJE Z MOL IN LOKALNIMI SKUPNOSTMI

Ukrepi:

Programski in finančni dogovori z ustanoviteljico na letni ravni kot tudi na posameznih projektih razpisih (Open Air festival UF!, Bobri, kulturna vzgoja, kulturni turizem...); programski interes Kina Šiška izven infrastrukture; mrežno sodelovanje z lokalnimi skupnostmi (Knjižnica Šiška, OŠ, vrtci, Center kulture Šiška, Mladinska četrtna skupnost Šiška,...). Vzpostavitev Kulturne četrti Šiška kot metode urbane regeneracije s pomočjo kulture.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Programska vključenost v festival kulturno-umetniške vzgoje: BOBRI, KUL abonma.	2012 - 2015	Vodja projektov, pom.dir. za glasbo in zunanji izvajalci
Izvedba cikličnega programa za otroke in mladino (delavnice, ustvarjalnice, ...)	2012 - 2015	Vodja projektov, pom.dir. za glasbo in zunanji izvajalci
Vključevanje v programske smernice MOL (kulturne prireditve, proslave...)	2012 - 2015	Direktor in pom.dir. za glasbo
Kulturna četrt Šiška	2012 - 2015	Kolektiv
Sodelovanje z lokalnimi operaterji pri različnih dejavnostih (delavnice, okrogle mize, predavanja, predstavitve...)	2012 - 2015	Kolektiv

Pričakovani učinki:

Povečana prepoznavnost Kina Šiška v lokalnem okolju (četrtna skupnost) in v ljubljanskem bazenu.

Kazalci uspešnosti:

- Število realiziranih projektov,
- Število realiziranih sodelovanj, kulturnih prireditev, izmenjav,
- Število udeležencev,
- Število obiskovalcev.

CILJ 2: SODELOVANJE S PARTNERJI, PRODUCENTI, INSTITUCIJAMI, ZAVODI

Ukrepi:

Povečanje obsega sodelovanja s partnerji, producenti, inštitucijami in zavodi pri različnih umetniških projektih; povezovanje z domačimi ponudniki koncertov in prireditev; razširiti dogovore z glasbenimi založniki in mediji na vsebinsko raven; skupna promocija slovenskih glasbenikov in spodbujanje za nastajanje novih mladih glasbenih skupin; mreženje stroke – predvsem glasbene; vzpostavitev povezav in podporno sodelovanje s sorodnimi inštitucijami ter nadgradnja le-teh.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Intenzivirati vključenost glasbenih producentov in ponudnikov v skupne projekte (Buba promotion, Master of Metal, Veseli dihurčki,...)	2012 - 2015	Kolektiv
Sodelovanje s tujimi kulturnimi inštitucijami pri izvedbi mednarodnih projektov: Goethe Inštitut, Francoski Inštitut, Project Arts Centre pri izvedbi projektov Orkester Jedro in Modul Dance.	2012 - 2013	vodstvo
Organizacija letnih srečanj in okroglih miz producentov in založb.	2012 - 2015	Vodstvo
Soorganizacija in izvedba festivalov, prireditev in spremljevalnih dogodkov (Radio Študent, VAL202, Rock Otočec, Slovenski teden glasbe, Pleskavica, Adria Media,...)	2012 - 2015	Kolektiv

Pričakovani učinki:

Boljša ponudba raznovrstnih kulturnih dogodkov; prepoznavnost in odmevnost koprodukcij in partnerskih projektov; povečana prepoznavnost Kina Šiška in partnerjev; vzpostavitev Kina Šiška kot verodostojnega partnerja na lokalnem, regionalnem in nacionalnem nivoju; večje zadovoljstvo obiskovalcev; povečana kakovost obstoječih in razvoj novih projektov;

Kazalci uspešnosti:

- Kvantiteta in kvaliteta kulturnih dogodkov,
- Mednarodna razsežnost projektov,
- Indeks zadovoljstva (anketa).

CILJ 3: KULTURNI TURIZEM

Ukrepi:

Vzpostavitev Kina Šiška kot kulturnega centra, privlačnega za domače in tuje obiskovalce, tudi v poletnem času; povezovanje z zavodom Turizem Ljubljana in sodelovanje na razpisih pri pripavi

'outdoor' dogodkov, festivalov, umetniških prireditev in intervencij v javni prostor; intenzivno sodelovanje s sosednjim M hotelom, Kulturno četrtjo Šiška in drugimi sorodnimi kulturnimi operaterji v bližini; razširitev ponudbe gostinskih storitev in dogodkov v okviru Kavarne in letnega vrta Kina Šiška; informiranje mednarodne javnosti.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Sodelovanje s sosednjim M hotelom pri soorganizaciji kongresov (priprava skupne zloženke).	2013	Pom.dir. za menedžment in finance in vodja projektov
Kontinuiran program letnega vrta v času, ko ni prireditev v objektu.	2012 - 2015	Vodstvo
Načrtna promocija ekskluzivnih dogodkov v tujih medijih in na potniških terminalih v Sloveniji.	2012 - 2015	Vodstvo in vodja odnosov z javnostmi
Nadgradnja in grafična prenova tiskovin in digitalnih vsebin v dvojezične.	2012	Pom.dir. za menedžment in finance in vodja projektov in odnosov z javnostmi z zunanjimi sodelavci
Dostop do elektronskih dvojezičnih informacij (internet) in on-line nakup vstopnic, ter nakup vstopnic v poslovalnicah izven meja Slovenije (Avstrija, Italija, Hrvaška).	2012 - 2015	Pom.dir. za menedžment in finance ter vodja projektov in odnosov z javnostmi z zunanjimi sodelavci
Nagradnja ponudbe KIOSKA s promocijskimi izdelki.	2012 - 2015	Vodja projektov

Pričakovani učinki:

Povečan obisk tujih obiskovalcev in turistov; povečano število prodanih vstopnic na tujem; povečan obseg in število izvajanih programov; povečano število obiskovalcev; boljša dostopnost vsebin.

Kazalci uspešnosti:

- Število tujih obiskovalcev,
- Število prodanih vstopnic na tujem,
- Obseg ponudbe, zanimive za tuje obiskovalce.

CILJ 4: SODELOVANJE V MEDNARODNIH PROJEKTIH

Ukrepi:

Redno spremljanje evropskih razpisov in prijave v vlogi nosilca ali soorganizatorja; organizacija mednarodnih srečanj in simpozijev; intenzivnejše vključevanje v sodobne mednarodne tokove umetniških praks; sodelovanje v primerljivih mednarodnih združenjih in mrežah.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Priprava in izvedba evropskega projekta – Modul Dance v okviru Evropske plesne zveze.	2010 - 2014	Pom.dir. za menedžment in finance, direktor in zunanji svetovalec, vodja projektov
Prijava na letne razpise Culture 2009-2012	2012	Kolektiv in zunanji svetovalec
Priprava letnih srečanj, simpozijev in platform,	2012 - 2015	Kolektiv

predvsem za glasbo, uprizoritvene umetnosti, vizualne umetnosti in intermedije		
Soorganizacija dogodkov z mednarodnimi partnerji.	2012 - 2015	Kolektiv

Pričakovani učinki:

Vzpostavljena nova partnerstva; vzpostavitev mednarodnega mreženja sorodnih inštitucij; povečan priliv finančnih sredstev iz EU skladov; povečanje konkurenčnosti na mednarodnem trgu; mednarodna prepoznavnost Kina Šiška.

Kazalci uspešnosti:

- Število uspešno izvedenih projektov,
- Število prijavljenih projektov,
- Višina pridobljenih finančnih sredstev,
- Medijski odzivi,
- Obiskanost dogodkov.

2.6. STRATEŠKI CILJI: PROMOCIJA IN ODNOSI Z JAVNOSTMI

Strateške usmeritve:

- Utrjevanje ugleda in javne podobe,
- Razvijanje družbene odgovornosti in skrbi za okolje,
- Razvijanje notranje in zunanje komunikacije z različnimi javnostmi,
- Uporaba in izraba sodobnih komunikacijskih orodij.

CILJ 1: PROMOCIJA KINA ŠIŠKA IN DOGODKOV

Ukrepi:

Nadgradnja uspešne strategije za promocijo in marketing; organizirana promocija Kina Šiška in njenih storitev v lokalnih skupnostih, širši regiji in mednarodnem prostoru; krepitev povezovanja s širšim okoljem; izobraževanje splošne javnosti z glasilom Šiškopis.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Izdelava vsakoletne strategije za promocijo, skladno s poslovnim letnim načrtom.	2012 - 2015	Pom.dir. za menedžment in finance, vodja odnosov z javnostmi, sodelavci kulturnih programov
Program promocije Kina Šiška, posameznih servisov in storitev (spletna stran, socialni mediji, tiskani in elektronski mediji, mobilne aplikacije).	2012 - 2015	Vodja odnosov z javnostmi z zunanji izvajalci
Izdelava in distribucija različnih tiskanih plakatov in publikacij (katalog, mesečnik, letaki), ipd.	2012 - 2015	Vodja odnosov z javnostmi, vodja projektov, Pom.dir. za menedžment in finance z zunanji izvajalci
Glasilo Šiškopis (delovni naslov).	2012 - 2015	Vodja odnosov z javnostmi, sodelavci kulturnih programov
Izdelava mobilne aplikacije Ši.mobil Klub skupaj z mobilnim operaterjem Si.Mobil.	2012	Pom.dir. za menedžment in finance, vodja odnosov z javnostmi, zunanji izvajalci
Nadgraditi medijske sponzorje in partnerje na različna področja, ciljne skupine in regije (Mladina, Tam-Tam, Europlakat, Žurnalmedia, MTV, Radio 1, Radio Študent, VAL 202, TVS, RTVS Multimedijski center, Delo, Adriamedia, Rockonnet).	2012 - 2015	Pom.dir. za menedžment in finance, vodja odnosov z javnostmi

Pričakovani učinki:

Povečanje števila obiskovalcev; večja izraba socialnih medijev Kina Šiška, dvig zavesti o pomenu Kina Šiška kot liderja na področju urbane kulture; večja prepoznavnost med širšo javnostjo.

Kazalci uspešnosti:

- Število objav v medijih,
- Statistika obiskanosti prireditvev,
- Število članov oz. sledilcev Kina Šiška,
- Večja baza podatkov o obiskovalcih in članih,
- Število medijskih pokroviteljev in oglasov.

CILJ 2: PREPOZNAVANJE, POVEČANJE UGLEDA IN SPLOŠNE JAVNE PODOBE

Ukrepi:

Kino Šiška vzpostaviti kot najbolj prepoznaven urbani kulturni brand v Ljubljani oziroma Sloveniji; krepitev vloge Kina Šiška v lokalnem okolju; krepitev vloge zavoda in programa storitev v mestnem urbanem življenju; merjenje zadovoljstva obiskovalcev z analizami in anketami, na podlagi reprezentativnega vzorca; ustvarjanje kakovostnega prostora za druženje v Kinu Šiška; stalna skrb za odnose z obiskovalci in poslovnimi partnerji; zagotavljanje kulturnih dobrin, dostopnih za socialno šibke skupine obiskovalcev; razvijanje družbene odgovornosti s skrbjo za varovanje okolja.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Redna obveščanja eksterne javnosti preko, tiskanih in elektronskih vabil in obvestil, ipd.	2012 - 2015	Vodja odnosov z javnostmi, vodja projektov
Vpetost v kolesarsko mrežo – Kino Šiška, mesto za izposajo mestnega kolesa, pridobitev dveh sponzorskih koles.	2012 - 2015	Kolektiv z zunanjimi izvajalci
Priprava reprezentativnega vzorca za analize in ankete skupaj s praktikanti Fakultete za družbene vede.	2012	Vodja odnosov z javnostmi in vodja projektov
Priprava internih navodil za zmanjšanje uporabe energije (elektrika, ogrevanje, klima), vzdrževanje objekta in naprav, recikliranje (ločevanje odpadkov), uporaba in nakup manj potratnih aparatov, pridobitev certifikata EU za varčno porabo energije.	2012 - 2015	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance, poslovna sekretarka, vodja projektov, tehnični vodja in vodja odnosov z javnostmi
Zaščita blagovne znamke Kino Šiška na Uradu za intelektualno lastnino.	2012	Direktor, Pom.dir. za menedžment in finance in vodja odnosov z javnostmi
Pridobivanje donatorjev in sponzorjev (Si.mobil, SKB Banka, BMW, Burn in Coca Cola, Tobačna Ljubljana, idr.).	2012 - 2015	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance in vodja odnosov z javnostmi
Uvedba donacij na listi vabljenih in posledično sodelovanje z neprofitnimi in humanitarnimi organizacijami in društvi (Unicef, razna društva).	2012 - 2015	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance in vodja odnosov z javnostmi
Obveščanje hendikepirane in invalidne publike o dostopnosti in uporabnosti prostorov in interierja.	2012 - 2015	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance in vodja odnosov z javnostmi

Kontinuirano udeleževanje na strokovnih srečanjih doma in v tujini.

2012 - 2015

kolektiv

Pričakovani učinki:

Izboljšanje odnosov z obiskovalci in partnerji; večja lojalnost Kinu Šiška kot blagovni znamki, boljši odnosi med zaposlenimi in obiskovalci; večja medijska prepoznavnost v slovenskem in regijskem prostoru; razvoj blagovne znamke Kino Šiška kot tehnološko najbolj sodobne kulturne blagovne znamke.

Kazalci uspešnosti:

- Število pozitivnih odzivov splošne in strokovne javnosti,
- Število promocijskih gradiv,
- Število podpornikov, sponzorjev in donatorjev,
- Število izvedenih anket in analiz,
- Število članov in obiskovalcev,
- Višina pridobljenih nejavnih sredstev.

CILJ 3: ORGANIZIRANO OBVEŠČANJE MEDIJEV

Ukrepi:

Izdelava letnega komunikacijskega načrta skladno s poslovnim načrtom; vzpostavitev dobrih in rednih odnosov z novinarji, uredniki in strokovno javnostjo. Do medijev se vodi kontinuirana, planirana in proaktivna politika; zbiranje in arhiviranje medijskih objav; večja izraba sodobnih spletnih in mobilnih orodij – v bližnji prihodnosti najpomembnejšega sredstva za obveščanje in promocijo.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Izdelava in izvedba letnega komunikacijskega načrta, ki med drugim vsebuje obvestila za medije, konference, izjave, poročanja in obveščanja.	2012 - 2015	Vodja odnosov z javnostmi
Zbiranje in arhiviranje medijskih objav.	2012 - 2015	Vodja odnosov z javnostmi z zunanji izvjalci
Kontinuirana uporaba spletnih povezanih orodij (internet, Facebook, Twitter, blog, elektronsko oglaševanje in promocija dogodkov preko mobilne aplikacije).	2012 - 2015	Vodja odnosov z javnostmi z zunanji izvjalci

Pričakovani učinki:

Učinkovita dopolnitev k promociji; redno in sistematično sodelovanje z mediji, uspešna medijska pokritost dogodkov in prepoznavnost dejavnosti; večja prepoznavnost Kina Šiška v lokalnem, nacionalnem in mednarodnem prostoru.

Kazalci uspešnosti:

- Število pripravljenih obvestil za medije,
- Število objav v medijih,
- Število članov v socialnih medijih,
- Število uporabnikov mobilne aplikacije.

Skladnost strateškega načrta 2010-2015 je potrdil MOL – Oddelek za kulturo v dopisu št. 610-223/2011-4 z dne 16.1.2012.

Strateški načrt je na seji dne 27.2.2012 potrdil svet zavoda Centra urbane kulture Kino Šiška.

V Ljubljani, februar 2012

Simon Kardum
direktor