



**Številka: 610-15/2016-2**

**Datum: 11. 2. 2016**

**Mestna občina Ljubljana  
Mestni svet**

**ZADEVA:** Predlog za obravnavo na seji Mestnega sveta Mestne občine Ljubljana

**PRIPRAVIL:** Mestna uprava Mestne občine Ljubljana,  
Oddelek za kulturo

**NASLOV:** Predlog Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020

**POROČEVALKI:** mag. Mateja Demšič, vodja Oddelka za kulturo  
Simon Kardum, direktor Centra urbane kulture Kino Šiška

**PRISTOJNO**

**DELOVNO TELO:** Odbor za kulturo in raziskovalno dejavnost

**PREDLOG SKLEPA:**

Mestni svet Mestne občine Ljubljana sprejme predlog Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020.

**Župan**  
Mestne občine Ljubljana  
*Zoran Janković*

**Prilogi:**

- predlog sklepa z obrazložitvijo
- Strateški načrt javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020

Na podlagi četrtega odstavka 35. člena Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07 – uradno prečiščeno besedilo, 65/07 – odl. US, 56/08, 4/10, 20/11, 100/11 - odl. US in 111/13), 27. člena Statuta Mestne občine Ljubljana (Uradni list RS, št. 66/07 – uradno prečiščeno besedilo, 15/12 in 84/15) in tretjega odstavka 1. člena Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška (Uradni list RS št. 18/08 in 9/09) je Mestni svet Mestne občine Ljubljana na ..... seji ..... sprejel

## **S K L E P**

### **o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020**

#### I.

Mestni svet Mestne občine Ljubljana daje pozitivno predhodno mnenje k Strateškemu načrtu javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020 z 21. 1. 2016.

#### II.

Ta sklep začne veljati z dnem, ko ga sprejme Mestni svet Mestne občine Ljubljana.

Številka:  
Ljubljana,

Župan  
Mestne občine Ljubljana  
*Zoran Janković*

**Obrazložitev**  
**predloga Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda**  
**Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020**

**1. Pravni temelj**

Pravni temelji za sprejem predloga Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020 so:

- 35. člen Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07 – uradno prečiščeno besedilo, 65/07 – odl. US, 56/08, 4/10, 20/11, 100/11 - odl. US in 111/13), ki v četrtem odstavku med drugim določa, da je treba k strateškemu načrtu zavoda pridobiti predhodno mnenje ustanovitelja in financerja javnega zavoda;
- 27. člen Statuta Mestne občine Ljubljana (Uradni list RS, št. 66/07 – uradno prečiščeno besedilo, 15/12 in 84/15), ki določa, da mestni svet izvaja ustanoviteljske pravice do zavodov, če z zakonom, statutom ali drugim aktom mestnega sveta ni drugače določeno glede izvrševanja določenih ustanoviteljskih pravic;
- 1. člen Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška (Uradni list RS št. 18/08 in 9/09), ki v tretjem odstavku določa, da ustanoviteljske pravice in obveznosti izvaja Mestni svet Mestne občine Ljubljana, razen v primerih, ko je zaradi izvrševanja določenih ustanoviteljskih pravic in obveznosti z zakonom, Statutom Mestne občine Ljubljana ali s sklepom o ustanovitvi javnega zavoda določeno drugače.

**2. Ocena stanja ter razlogi in cilji, zaradi katerih je akt potreben**

Mestni svet Mestne občine Ljubljana je 4. 2. 2008 sprejel, 26. 1. 2009 pa še spremenil Odlok o ustanovitvi javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška (Uradni list RS št. 18/08 in 9/09).

6. člen Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 111/13) je spremenil oziroma dopolnil 35. člena Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo, ki določa naloge direktorja zavoda, in sicer na način, da je dodal nova četrta in peti odstavek, ki se glasita: »Strateški načrt se sprejme za obdobje petih let, pri čemer lahko vsebuje tudi dolgoročne usmeritve, ki presegajo to obdobje. Strateški načrt javnega zavoda obsega programske usmeritve in predviden obseg programa, organizacijske usmeritve, opredelitev investicij in investicijskega vzdrževanja ter podlage za kadrovske načrte, ki vključujejo tudi predvidene zunanje sodelavce. K strateškemu načrtu je treba pridobiti predhodno mnenje ustanovitelja in financerja javnega zavoda. Če direktor ne sprejme strateškega načrta do izteka veljavnosti prejšnjega, je to razlog za njegovo razrešitev. Financer javnega zavoda je lokalna skupnost ali država, ki financira javni zavod in hkrati ni njegova ustanoviteljica.«

Na podlagi tega člena je zakonska obveznost Mestne občine Ljubljana kot ustanoviteljice javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška, da poda svoje predhodno mnenje k strateškemu načrtu zavoda.

Strateški načrt javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020 je pripravljen v skladu s strateškimi cilji Mestne občine Ljubljana. Že v fazi priprave je bil dokument usklajen z Oddelkom za kulturo Mestne uprave Mestne občine Ljubljana, ki se strinja z vizijo razvoja in delovanja Centra urbane kulture Kino Šiška v naslednjih petih letih. Dokument je pripravljen v skladu s poslanstvom zavoda, ki določa da je zavod »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.«

Kino Šiška si je kot ključni dolgoročni strateški cilj zadal postati organizator, promotor in producent slovenske glasbene scene in mladih kreativnih skupin z drugih področij ter poskrbeti za postprodukcijo dogodkov po celi Evropi. Posebno pozornost bodo namenili tudi družbeni odgovornosti, trajnostnemu razvoju, investicijam in vzdrževanju visokih tehnoloških in logističnih standardov. Odprt in dialoško zasnovan koncept je tisti, ki ekipi omogoča prilagodljivost, tudi v zaostrenih ekonomskih in družbenih razmerah.

### **3. Poglavitne rešitve**

Z izdajo pozitivnega predhodnega mnenja Mestne občine Ljubljana kot ustanoviteljice, bo omogočen nadaljnji postopek sprejemanja Strateškega načrta javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška 2016-2020. Le-ta bo začel veljati potem, ko bo svet zavoda izdal soglasje k strateškemu načrtu.

### **4. Ocena finančnih posledic**

Center urbane kulture Kino Šiška kot ustanovitelj večinsko financira Mestna občina Ljubljana, nekaj sredstev pa zavod pridobi tudi preko evropskih razpisov. V prihodnjih letih se bodo sredstva za investicije predvidela skladno s sprejetim proračunom MOL za tekoče leto in sprejetimi razvojnimi projekti MOL.

Pripravila:

*Lena Jevnik*

višja svetovalka

*mag. Mateja Demšič*

sekretarka – vodja oddelka



# STRATEŠKI NAČRT

JAVNEGA ZAVODA  
CENTER URBANE KULTURE KINO ŠIŠKA  
LJUBLJANA

**2016 – 2020**

januar 2016

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
poslovno poročilo pripravili:	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 UMETNOSTI
  - 2.1.2. UPRIZORITVENE UMETNOSTI
  - 2.1.3. VIZUALNE, AVDIO-VIZUALNE IN NOVO MEDIJSKE UMETNOSTI TER DRUGO
  - 2.1.4. KULTURNO - UMETNIŠKA VZGOJA
- 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 SODELOVANJE
- 2.6. STRATEŠKI CILJI: KOMUNIKACIJA

### **3. EVROPSKA PRESTOLNICA KULTURE 2025**

# 1. UVOD

## 1.1. NAGOVOR

Center urbane kulture Kino Šiška je 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 v fazi utrjevanja programskega koncepta, v letu 2012 v fazi potrjevanja, 2013 profilacije, v letih 2014 in 2015 pa nastopanja na mednarodnem trgu vsebinsko in produkcijsko primerljivih prizorišč, je kakovostna, raznolika in dostopna kulturna ponudba, ki temelji na urbani, živi kulturi, medgeneracijskem druženju, žanrski večplastnosti in izvedbenih standardih. Kino Šiška je v skladu s poslanstvom in predlagano petletno strategijo zavezan k programski odprtosti, dostopnosti, javnosti in preglednosti delovanja in občutljivosti do ustvarjalnosti mlajše generacije. Po dostopnih cenah ponuja infrastrukturo primerljivim kulturnim operaterjem z domicilom v Ljubljani, Sloveniji in EU. Naš strateški načrt temelji tudi na institucionalnem mreženju (Jugovzhodna Evropa, Vzhodna Evropa, EU), pridobivanju sredstev na državni in evropski ravni in izumljanju novih organizacijskih in poslovnih modelov. Kino Šiška si je kot ključni dolgoročni cilj zadala naslednjega: postati organizator, promotor in producent slovenske glasbene scene in mladih kreativnih skupin z drugih področij ter poskrbeti za postprodukcijo dogodkov po celi Evropi. Posebno pozornost bomo namenili tudi družbeni odgovornosti, trajnostnemu razvoju, investicijam in vzdrževanju visokih tehnoloških in logističnih standardov. V vsakem primeru pa je odprti in dialoško zasnovan koncept tisti, ki ekipi omogoča prilagodljivost, tudi v zaostrenih ekonomskih in družbenih razmerah.

Glede na dejstvo, da smo s pomočjo ustanoviteljice, financerjev, podpornikov, partnerjev, ustvarjalcev, medijev, promotorjev in hvaležnega občinstva v celoti uresničili vse cilje preteklega strateškega načrta, v mnogočem pa tudi presegle, ne dvomim, da bo tako tudi s predlaganim. Za naše delovanje smo prejeli tudi več strokovnih, medijskih in ostalih nagrad in priznanj, kar našo ambicioznost še izdatneje krepi.

Simon Kardum,  
direktor



## 1.2. VIZIJA

Kino Šiška mora v naslednjih petih letih, v obdobju delno spremenjene in nadgrajene ekipe, učvrstiti svoj položaj na slovenskem in evropskem kulturnem trgu. Za to obstaja več dobrih razlogov: kakovosten in raznovrsten program, visoka obiskanost dogodkov (tudi iz drugih držav), obsežno sodelovalno omrežje z domačimi in tujimi producenti in promotorji, medijska umeščenost, izvrstna logistika ter razpoložljiva (še ne optimalna) infrastruktura. V kratkem (nekaj več kot šestletnem) obdobju od revitaliacije objekta in programske otvoritve je postalo jasno, da je Šiška s svojimi vsebinami postala prepoznavna na mednarodni ravni. Kino Šiška in z njo ustanoviteljica MOL morata ob tem premisliti tudi o tistih programskih segmentih, ki so infrastrukturo v zadnjih letih tudi dodatno osmislili in profilirali. Pri tem mislim predvsem na program vizualnih umetnosti in AV-projekte. Poseben poudarek bo v Kinu Šiška ostal na glasbeni umetnosti, kjer bomo ob redni dejavnosti še posebej poskrbeli za gostovanjsko in festivalsko politiko na drugih prizoriščih in v tujini. Čaka nas torej nadgrajevanje programa, ki bo ob vrhunskih glasbenih dogodkih vseh zvrsti stavljal na kompleksno zasnovani mednarodni festival MENT Ljubljana in medletno predstavljanje in mreženje slovenskih promotorjev in glasbenih skupin v okviru MENT Platforme ter na tiste oblike sodobne umetnosti, ki s svojimi konceptualnimi zastavki prebijajo ustaljene okvire (npr. sodelovalni CoFestival in uspešno zaključen evropski projekt urbane vizualne umetnosti What's The Deal). Pomembne so seveda tudi premierne pojavitve na vseh področjih delovanja. Spomladi 2016 pričakujemo rezultate prijav na tri večletne velike projekte v okviru Ustvarjalne Evrope. V vlogi partnerja smo lansko leto že pričeli izvajati večletni razpisu EU- projekt z naslovom Quantum Music. Zelo pomemben segment bodo tvorile koprodukcije na tudi na novomedijskem področju. Niša, ki se je še posebej prijela v zadnjih letih, je posvečena mladim vizualnim umetnikom, oblikovalcem ter platformam (npr. Stripolis; mednarodni projekt Common Space, Kolekcija Kino Šiška, namenjena odkupu likovnih del umetnikov mlajše generacije; Križišča – video-platforma vizualnih umetnikov). V letu 2016 nameravamo otvoriti tudi nov projektni prostor po Plečnikovimi arkadami – Dobra vaga. Posebno skrb Kino Šiška posveča ranljivim skupinam, izobraževanju mladostnikov (delavnice in ostali javni dogodki), kulturno-umetnostni vzgoji in angažiranim premislekom o fenomenu »urbanega« in kulturne politike. Napovedujemo izvedbe zaključkov festivala Bobri in druge dogodke za mladino in otroke ter glasbene dogodke na zunanjih prizoriščih (npr. Junij v Ljubljani).

Poleg mednarodnega sodelovanja se aktivno vključujemo tudi v mednarodne mreže. MENT Ljubljana je bil že ob svoji prvi uspešni izdaji povabljen in sprejet v prestižno evropsko mrežo ETEP (European Talent Exchange Programme). V mreži sodeluje 90 evropskih festivalov, ki s svojimi medijskimi partnerji (EBU radijskimi postajami) aktivno pospešujejo kroženje evropskega glasbenega repertoarja po festivalih, kot tudi v radijskem etru.

CoFestival in program uprizoritvenih umetnosti sta tudi formalno vključena v največjo evropsko plesno mrežo EDN (European Dance Network), v mednarodno gledališko mrežo INPTA (International Net for Dance and Performance Austria) in evropsko-sredozemsko fundacijo Anna Lindh Foundation (Education for Intercultural Citizenship and Intercultural Artistic Co-Productions).

Družbena odgovornost in trajnostni razvoj bosta v naslednjih letih ena od prioritarnih nalog. Na programskem področju bomo še naprej bomo zagotavljali vključevanje mladih h kulturnemu udejstvovanju (projekti Špil Liga, cikel mladih ustvarjalcev, Reciklarnica, Kulturni evro, platforma MENT ...), na okoljskem področju bo poudarek na menjavi klasičnih žarnic z varčnimi, zmanjševanju promocije preko tiskovin (plakati, letaki ...) ter na spodbujanju trajnostne mobilnosti (lanskoletna pridobitev: popravilnica koles). Na

socialnem področju bomo še naprej zagotavljali popuste in brezplačen vstop gibalno in senzorno oviranim in njihovim spremljevalcem ter nadaljevali z odličnim odnosom s partnerji iz šišenske soseske: se odzivali na pobude Šiškarjev, sodelovali s šišenskimi kulturnimi organizatorji (Vodnikova domačija, nevladniki v bivši občinski stavbi ...) in s četrtnim mladinskim centrom.

Zaradi izrazito mednarodnega značaja naše ponudbe, regionalnega mrežnega projektiranja in čezmejnega gravitacijskega območja našega občinstva ustanoviteljici predlagamo, da na podlagi 67. člena Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo že v letu 2016 pristojnemu ministrstvu pošlje pobudo o ugotovitvi državnega interesa za večletno dofinanciranje naše redne dejavnosti iz državnega proračuna.

### 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 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.

#### 1.3.1. Zakonske in druge podlage, ki pojasnjujejo delovno področje javnega zavoda

- Zakon o zavodih (Uradni list RS, št. 12/91, 8/96, 36/00 - ZPDZC in 127/06 – ZJZP)
- Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07 - UPB, 56/08, 4/10, 20/11 in 111/13)
- Zakon o javnih financah (Uradni list RS, št. 11/11 - UPB, 14/13 - popr. in 101/13)
- Zakon za uravnoteženje javnih financ (40/12, 96/12 - ZPIZ-2, 104/12 - ZIPRS1314, 105/12, 25/13 - odl. US, 46/13 - ZIPRS1314-A, 56/13 - ZŠtip-1, 63/13 - ZOsn-I, 63/13 - ZJAKRS-A, 99/13 - ZUPJS-C, 99/13 - ZSVarPre-C, 101/13 - ZIPRS1415, 101/13 - ZDavNepr, 107/13 - odl. US, 85/14, 95/14, 24/15 – odl. US in 90/15)
- Zakon o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 12/13 – uradno prečiščeno besedilo, 19/14 in 90/14 – ZDU-1I) )
- Zakon o dostopu do informacij javnega značaja (Uradni list RS, št. 51/06 - UPB, 117/06 - ZDavP-2, 23/14, 50/14, 19/15 – odl. US)
- Zakon o varstvu osebnih podatkov (Uradni list RS, št. 94/07-UPB)
- Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2014–2017 (Uradni list RS, št. 99/13)
- Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 110/06-UPB), 36/08 - ZPOmK-1, 77/10 - ZSFCJA, 90/10 - odl. US, 87/11 - ZAvMS in 47/12)
- Zakon o javnih uslužbencih (63/07 - uradno prečiščeno besedilo, 65/08, 69/08 - ZTFI-A, 69/08 - ZZavar-E in 40/12 – ZUJF)
- Zakon o sistemu plač v javnem sektorju (108/09 – uradno prečiščeno besedilo, 13/10, 59/10, 85/10, 107/10, 35/11 – ORZSPJS49a, 27/12 – odl. US, 40/12 – ZUJF, 46/13, 25/14 – ZFU, 50/14, 95/14 – ZUPPJS15 in 82/15)
- Zakon o delovnih razmerjih (Uradni list RS, št. 21/2013, 78/2013 - popr., in 47/15 – ZZSDT)
- Kolektivna pogodba za javni sektor (Uradni list RS, št. 57/2008, 86/2008, 112/2008, 3/2009, 16/2009, 23/2009, 33/2009, 48/2009, 91/2009, 31/2010, 83/2010, 89/2010, 89/2010, 89/2010, 89/2010, 89/2010, 59/2011, 6/2012, 40/2012, 22/2013, 22/2013, 22/2013, 46/2013, 101/2013 - ZIPRS1415)
- Kolektivna pogodba za kulturne dejavnosti (45/1994, 45/1994, 39/1996, 40/1997 - ZDMPNU, 39/1999 - ZMPUPR, 82/1999, 102/2000, 52/2001, 64/2001, 43/2006 - ZKoIP, 60/2008, 61/2008, 32/2009, 32/2009, 22/2010, 22/2010, 83/2010, 89/2010, 40/2012, 51/2012, 3/2013, 46/2013, 67/2013, 7/2014)
- Zakon o ukrepih na področju plač in drugih stroškov dela za leto 2016 in drugih ukrepih v javnem sektorju (ZUPPJS16) (Uradni list RS, št. 90/15)
- Zakon o izvrševanju proračunov republike Slovenije za leti 2014 in 2015 – ZIPRS1415-C (Uradni list RS, št. 95/14) – sprememba
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2016 in 2017 (Uradni list RS, št. 96/15)

#### 1.3.2. Organi zavoda in vodstvo

Zavod vodita:

- svet zavoda in
- direktor.

## **Svet zavoda od 22.5.2014 dalje:**

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

Namestnik predsednika Sveta zavoda: **mag. Uroš BONŠEK** (predstavnik zaposlenih)

Člani:

**Eva STRMLJAN KRESLIN** (predstavnica MOL)

**Vanda STRAKA VRHOVNIK** (predstavnica MOL)

**Silva ČRNUGELJ** (predstavnica MOL)

**dr. Eva VRTAČIČ** (predstavnica Fakultete za družbene vede – zainteresirane javnosti)

**Uroš VEBER** (predstavnik Asociacije – Društvo nevladnih organizacij in samostojnih ustvarjalcev na področju umetnosti in kulture – zainteresirane javnosti)

Direktor zavoda je **Simon KARDUM**.

Direktor ima dva pomočnika:

- za menedžment in finance, **Mitja BRAVHAR** in
- za glasbeni program **Matjaž MANČEK**.

### **1.3.3. Zaposleni**

Zavod ima v letu 2015 devet (9) zaposlenih za določen čas, vezanih na mandat direktorja.

- Simon Kardum, direktor
- Mitja Bravhar, pomočnik direktorja za menedžment in finance
- Matjaž Manček, pomočnik direktorja za glasbeni program
- Andreja Bolčina, organizatorica programa
- Piera Ravnikar, vodja projektov
- Uroš Bonšek, vodja za stike z javnostjo
- Matej Bobič, tehnični vodja
- Darinka Jurečič, poslovna sekretarka VI
- Jaka Mihelič, glavni vzdrževalec V

Poleg zaposlenih pri delovanju zavoda redno sodeluje še 16 zunanjih sodelavcev v tehničnem korpusu in 12 na programu. Potrebe po zunanjih sodelavcih se stalno povečujejo. Deloma si za izvedbo obsežnega in kompleksnega programa pomagamo tudi z javnimi deli in drugimi oblikami pogodbenih razmerij sofinanciranih iz javnih, tudi evropskih virov.

#### 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 upravlja, 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 srednjeročnim strateškim načrtom.

## 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. Na letni ravni napovedujemo okrog 280 dogodkov, 75.000 obiskovalcev in 70- odstotno zasedenost prizorišč. Intenzivno bomo nadaljevali 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 (investicije, investicijsko vzdrževanje, okolju prijazne tehnologije).

Aktivno se pridružujemo akcijam, povezanih z Zeleno prestolnico Evrope Ljubljana 2016, kjer še posebej izpostavljamo predvideni investicijski projekt prenove celotnega svetlobnega parka. Predvidevamo tudi prenovo Komune in dokupa AV- pripomočkov.

Izvedba posameznih projektov in letnih programov je močno odvisna ne le od lokalnih razmer (kupna moč prebivalstva; zakonske omejitve ...), temveč tudi od globalnih trendov- predvsem na področju glasbene industrije.

Upamo, da se bo zaposlovanje v naslednjih letih v javnem sektorju sprostito, predvsem za mlajše generacije. Petletni strateški načrt se ne prekriva v celoti z mandatom aktualnega vodstva in ekipe.

Vsi konkretni cilji, ukrepi in kazalniki so napisani po posamičnih področjih, sklopih in horizontalnih ravneh v nadaljevanju.

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

leto	2016	2017	2018	2019	2020
št. vseh dogodkov	280	280	280	290	300
št. Koncertov / koncertnih dogodkov	90	95	95	100	110
št. dogodkov v lastni produkciji	130	130	130	140	140
št. dogodkov v koprodukciji	81	80	80	90	95
št. dogodkov zunanjih izvajalcev	67	70	70	70	75
povprečna cena vstopnice (predprodaja/na dan), v EUR	12/14	12/14	12/14	12/14	13/15
št. prodanih vstopnic	38.200	38.000	38.500	39.000	40.000
št. javnih zavodov, sodelovanje (SLO)	11	12	12	14	14
št. nevladnih organizacij, sodelovanje (SLO)	45	48	48	48	50
višina lastnih sredstev, v EUR	700.000	700.000	700.000	720.000	740.000
višina sredstev iz EU, v EUR*	57.000	69.000	69.000	70.000	35.000
višina sredstev MOL, v EUR*	875.500	876.500	880.000	890.000	890.000
višina sredstev MK, v EUR*	42.000	42.000	22.000	22.000	28.000
št. zaposlenih **	9 (+3)	9 (+3)	9 (+3)	10 (+3)	10 (+2)
št. zunanjih sodelavcev	36	36	32	32	32

• (Predvidene) pogodbene vrednosti za Kino Šiška

\*\* (Predvidene) pogodbene zaposlitve glede na EU sredstva in program javnih del

## 2.1. STRATEŠKI CILJI: PROGRAM

### 2.1.1. GLASBENE UMETNOSTI

Osnovno poslanstvo glasbenega uredništva KŠ ostaja skrb za kontinuiran, aktualen in vrhunski koncertni program mednarodnih in domačih izvajalcev v obeh hišnih dvoranah ter mestoma v eksternih koncertnih prizoriščih. Ohranja se žanrska raznolikost in odpiranje različnim glasbenim praksam ter publikam, hkrati pa se osredotoča na aktualno najbolj iskane, težje dosegljive tuje izvajalce ter produkcijo in promocijo ekskluzivnejših glasbenih projektov.

Poleg zagotavljanja kontinuiranega stika z aktualno mednarodno koncertno ponudbo, Kino Šiška vse aktivneje skbi za razvoj podpornega okolja za mlade izvajalce (projekti ŠpilLiga, FundaMENT, MENT Platforma in festival MENT Ljubljana) ter preko vse bolj intenzivnega mednarodnega mreženja in delovanja skrbi za odpiranje vrat našim izvajalcem na mednarodna prizorišča. Ta segment našega delovanja bo v letih 2016 – 2020 postajal vse pomembnejši, saj se zavedamo naše priložnosti, zmožnosti in odgovornosti za stimulacijo in dvig kvalitete domače glasbene produkcije, njene mednarodne promocije ter profesionalizacije podpornega sektorja oziroma glasbene industrije. Pri tej dolgoročni razvojni viziji se bomo vse bolj povezovali in sodelovali s tako domačimi partnerji (SIGIC, SKICA, različne medijske ustanove), kot tudi mednarodnimi partnerji (mreža ETEP – European Talent Exchange Program, festivali Eurosonic, Reeperbahn, TallinnMusicWeek, WavesCentralEurope in mnogi drugi).

Kino Šiška je partner v dveh glasbenih projektih v programu Kreativna Evropa. S projektom Quantum Music je vključen v ambiciozen projekt srečevanja glasbene umetnosti in znanosti ter razvoja povsem novega inštrumentarija, pristopa h glasbenemu ustvarjanju ter analizi učinka glasbenega dogajanja na materijo in njene sestavne delce. Povezali smo se z referenčnimi subjekti akademskega polja (Oxford University, Danish School of Performance & Art, Srbska Akademija Znanosti in Umetnosti).

V štiriletnem projektu Tourope bo Kino Šiška skupaj s partnerji iz devetih evropskih držav omogočil klubske turneje neveljavljenih izvajalcev ter njihovo usposabljanje za čimbolj suveren nastop na mednarodnem glasbenem prizorišču.

Strategijo glasbenega programa 2016 - 2020 povzemamo v naslednjih točkah:

#### 1. Zagotavljanje kontinuirane koncertne ponudbe aktualnih mednarodnih izvajalcev

Žanrsko raznolik in ambiciozen program uveljavljenih in uveljavljajočih se mednarodnih izvajalcev s poudarkom na kvalitetnih popularno - glasbenih vsebinah (visoki / alter pop, ki zajema rock, pop, elektroniko, hip - hop z vsemi podžanri in žanrskimi kombinacijami) ter z izbor tistih vsebin s področja jazz, etno, world in klasične glasbe, ki niso ali so manj zastopane v siceršnji koncertni ponudbi pri nas.

#### 2. Spodbujanje domače glasbene produkcije

S projekti kot so: Kulturni evro, ŠpilLiga in MENT bo v tem obdobju svojega delovanja KŠ skrbel za aktivne producerske in promocijske prijeme, ki bodo pomagali stimulirati, okrepiti in kvalitativno izostriti domačo glasbeno produkcijo.

#### 3. Preplet teorije s praksami

V sodelovanju s partnerji (SIGIC) in predvsem v okviru projekta MENT bomo



organizirali edukativne dejavnosti s področja glasbenega menedžmenta, promoterstva, promocije in organizacije, da bi omogočili razvoj podpornih mehanizmov glasbenega ustvarjanja, oziroma glasbene industrije.

#### 4. Mednarodna participacija

Vse bolj intenzivno mednarodno delovanje – aktivno povezovanje in promoviranje naših izvajalcev skozi mrežo ETEP ter njene člane - najuspešnejše evropske glasbene festivale. Po drugi liniji krepitev sodelovanja in mreženja v mednarodni klubski sceni skozi projekt TOUROPE ter participacija v prepletanju znanstvenega in glasbenega polja v projektu QUANTUM MUSIC.

#### 5. Razvoj mlade publike

Zavedamo se, da je aktivno delovanje za razvoj mlade publike ključen za ohranjanje vitalnosti in sodobnosti ne samo naše inštitucije, ampak scene nasploh in operativne kulturne politike MOL, zato o mladih publikah aktivno razmišljamo in program ustrezno zastavljamo skozi projekte ŠpilLiga, KUL Abonma, Indeks ter MENT.

#### **Strateške usmeritve:**

- raznolikost in aktualnost mednarodne in domače koncertne ponudbe,
- intenzivna sodelovanja s kredibilnimi domačimi koncertnimi promoterji, agencijami in festivali,
- intenzivna sodelovanja z regijskimi in mednarodnimi festivali, agencijami in koncertnimi producenti,
- organizacija omejenega števila dogodkov na primernih prizoriščih izven Kina Šiška,
- spodbujanje domače glasbene produkcije,
- krepitev mednarodnih povezav in mednarodno delovanje za promocijo domače glasbene ustvarjalnosti,
- izobraževanje in razvijanje mlade publike.

<b>Aktivnosti</b>	<b>časovni okvir</b>	<b>nosilci</b>
Koncertni cikel ALT POP	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Koncertni cikel NAŠI (samostojni koncerti domačih izvajalcev)	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Koncertni cikel Hard'nHeavy – koncerti heavy metal, hardcore in punk glasbe, v sodelovanju z zunanjimi partnerji	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Koncertni cikel JAZZ, BLUES & ETNO	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Gostovanje KŠ na drugih koncertnih prizoriščih v Ljubljani	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Koncertni cikel Indeks	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa

Koncertni cikel ŠpilLiga	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Festival in konferenca MENT Ljubljana	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
MENT platforma za promocijo domačih izvajalcev v mednarodnem prostoru	2016-2020	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Mednarodni projekt TOUROPE	2016-2019	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa
Mednarodni projekt QUANTUM Music	2016-2017	Pomočnik direktorja za glasbo, koordinator programa

#### Pričakovani učinki:

- vzdrževanje in krepitev ponudbe aktualnih koncertnih dogodkov mednarodnih izvajalcev,
- povečanje števila obiskovalcev iz tujih, predvsem sosednjih držav,
- ojačanje prisotnosti slovenske glasbene ustvarjalnosti na mednarodnih festivalih in drugih prizoriščih,
- pospešena rast domače glasbene produkcije v kvalitativnem in kvantitativnem smislu,
- postavitve Slovenije na zemljevid sodobne produkcije kvalitetne popularne glasbe,
- okrepitev podpornega sektorja glasbene scene oziroma glasbenih industrij,
- splošni razvoj domačega glasbenega tržišča in njegovo vse intenzivnejše odpiranje v svet.

#### Kazalci uspešnosti:

- število obiskovalcev in razvoj mlade publike,
- konstantnost kvalitetne sodobne koncertne ponudbe,
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti,
- krepitev domače glasbene produkcije in njeno vse močnejše uveljavljanje v mednarodnem prostoru.
- število sodelovanj z javnimi zavodi in nevladnimi organizacijami.

## 2.1.2. UPRIZORITVENE UMETNOSTI

Program uprizoritvenih umetnosti predstavlja raznolik izbor sodobne gledališke in plesne tvornosti ter premiernih mednarodnih in domačih produkcij oziroma koprodukcij. Glavni poudarek je na mednarodnem sodelovanju in festivalskem dogajanju: to je koprodukcijski CoFestival, ki ostaja sestavni del evropskih plesnih projektov in sodelovanju z Nomad Dance Academy Slovenija.

V duhu predhodnih izjemnih scenskih dogodkov bomo poskušali odgovoriti na naslednje temeljne programske izzive, ki nadgrajujejo povezovalno nit strategije:

### 1. Pomen izmenjave znanja in skupnega soustvarjanja

- v prepletu lokalnih in mednarodnih ustvarjalcev bomo preko mednarodnih produkcij sodelovali kot koproducenti in platforma za prezentacijo novih skupinskih umetniških del. Ob tem bomo poskrbeli, da festivalske produkcije in prezentacije slovenskih avtorjev predstavimo partnerskim festivalom, znotraj 'balkanske' NDA mreže in 'evropske' plesne mreže EDN;
- prostor za izmenjavo znanja in veščin med strokovnjaki na področju sodobnega plesa bomo zagotovili z inovativnimi programi učenja ter izmenjave znanj, kot so CoTeaching, Teaching The Teachers in drugimi;
- razvijali bomo model in načela SoBivanja kot bistveni komponenti osrednjega programskega izziva – CoFestival;
- na letni ravni bomo ko-producirali eno festivalsko mednarodno produkcijo, ki bo premierno prikazana na odru Kina Šiška ter predstavili dve slovenski premieri.

### 2. Predstavitev tistih disciplin in žanrov, ki so s plesom povezani, a premalo zastopani

Plesni oziroma gledališki video in plesni film, ki sicer imata tradicijo tudi v slovenskem prostoru a njihova prisotnost in produkcija umanjata. Predstavitev tistih formatov predstav, ki režejo v izoblikovane okvirje gledanja in ustvarjanja in jih je na plesnem zemljevidu zaradi homogenih načinov dela težko zaslediti; predstavitev kratkih formatov plesnih predstav (do 20 minut); trajajoče predstave (nad 4 ure); predstave, ki se odpirajo misli (odpirajo možnosti ustvarjanja drugačnih produkcijskih modelov, naracije, dramaturgije, pristopa k plesu ipd.).

### 3. Preplet teorije s praksami

Snovanje pogovorov, predavanj, predstavitev praks s komentarji, dialoške forme dveh ustvarjalcev/teoretikov, simpozij kot gledališka čajanka, umetniški seminar, itd.

### 4. Mednarodna participacija

Moč in razvoj je v mednarodnem sodelovanju, vzpostavitvi dolgoročnih stikov s partnerskimi institucijami in sodelovanju v mednarodnih projektih in mrežah. Integracija temelji tako na vsebini kot tudi na finančni strani. (Steppin'out projekt in platforma, Cliffdancers vzgojno-umetniški projekt, evropska EDN mreža, balkanska NDA mreža, INPTA mreža za podporo avstrijskih umetnikov v tujini).

### 5. Razvoj mlade publike

Program se močno osredotoča na potenciale razvoja občinstva, predvsem mladega.

Eden izmed ciljev je, da raziščemo in odkrijemo nove povezovalne poti, načine produkcije in predstavitve mlajši javnosti. Menimo, da je publika aktivni udeleženec v procesu ustvarjanja projekta. Umetniški proces in publika se ne delita, ampak vzpostavita nove načine ustvarjanja. Interakcija in sodelovanje sta pomembna ključna elementa v procesih raziskav in produkcije predstav.

#### 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, polnopravno članstvo v mednarodnih mrežah, gostovanja tujih ustvarjalcev na odru Kina Šiška.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Vključevanje v mednarodno mrežo producentov in ponudnikov gledaliških in plesnih predstav ter performansov (EDN mreža in NDA mreža – Kondenz, Locomotion, Antistatic, Tjedan suvremenog plesa)	2016-2020	Pomočnik direktorja za menedžment
Soorganizacija in koprodukcija mednarodnega plesnega festivala CoFestival	2016-2020	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment
Organizacija in izvedba evropskega projekta "Cliffdancers", ki temelji na mladih umetnikih in razvoju najstniške publike	2016-2018	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment
Organizacija in izvedba evropskega projekta "Steppin'Out", ki temelji na mednarodnih koprodukcijah, gostovanjih in prezentaciji anžariranih umetnikov in rezidečnih umetnikov	2016-2019	Pomočnik direktorja za menedžment
Organizacija in izvedba festivala At.Šiška! – avstrijsko-slovenski fokus sodobnih uprizoritvenih umetnosti s podporo INTPE (avstrijska mreža gledaliških umetnikov) in v sodelovanju z TanzQuartier zavodom iz Dunaja	2016-2020	Pomočnik direktorja za menedžment
Sodelovanje z domačimi festivali sodobnega gledališča in plesa (Ex-ponto, Ples.kavica, Exodos, Mesto žensk, Nagib, Prelet...)	2016-2020	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment
Produciranje predstav mladih režiserjev oziroma koreografov	2016-2020	Pomočnik direktorja za menedžment
Sodelovanje z domačimi producenti in organizacijama pri produkciji predstav ali snovanju projektov (Nomad Dance Academy Slovenija, SMG Ljubljana, MGL, Društvo Pekinpah, Emanat, Slovensko društvo za sodobni ples idr.)	2016-2020	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 projektov,

- mešanje sorodnih umetnostih žanrov kot prednost (film, glasba, performans),
- večja kakovost predstav, več odzivov v medijih in strokovna javnost,
- okrepitev Ljubljane na evropskem in svetovnem, predvsem plesnem glasbeno-gledališkem zemljevidu,
- mednarodno mreženje in aktivna udeležba v mednarodnih projektih,
- vpetost v domače festivale uprizoritvenih umetnosti z ambicioznim programom,
- sodelovanje z javnimi zavodi in nevladnimi organizacijami.

**Kazalci uspešnosti:**

- število obiskovalcev in razvoj mlade publike,
- število mednarodnih produkcij/koprodukcij in gostovanj,
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti,
- polnopravno članstvo v evropski plesni mreži (EDN – European Dance Network) in število uspešnih evropskih razpisov,
- število sodelovanj z javnimi zavodi in nevladnimi organizacijami.

### 2.1.3. VIZUALNE, AVDIO-VIZUALNE IN NOVOMEDIJSKE UMETNOSTI TER DRUGO

Kino Šiška v zadnjih letih zaznava močno potrebo po predstavitvi aktualne vizualne produkcije in drugih sodobno med-medijskih izrazov, ki se v našem prostoru pojavljajo predvsem zaradi svoje kakovosti produkcije (in postprodukcije) ter omejenih možnosti njenega aktualnega predstavljanja. Zaznavamo potrebo po skupnem prostoru, kjer se ustvarjalci združujejo, podpirajo, spodbujajo in mrežijo nove ter drugačne umetniške prakse, brez želje po javnem in materialnem priznanju. V ospredju novih estetik tako ostaja želja po svobodnem izražanju in odgovornosti do današnjega časa, ki z vzpostavitvijo in oblikovanjem vzporednega prostora predstavlja stičišče (z)možnosti, raziskovanj in drugih aktualnih kontekstov sodobne urbane kulture. Oblikuje in predstavlja nevidno identiteto ustvarjalnosti sredine, kjer ne gre več samo za ilustriranje zunanjega ampak tudi za ilustriranje notranjega in miselnega. Neodvisna produkcija razkriva prav to, svojo univerzalnost, ki v svojem minimalističnem smislu pomeni, da se v umetnosti (brez cenzure) lahko skriva prav cel svet sodobnega ustvarjanja.

#### DOBRA VÁGA, UMETNOST NA KILO, Galerijsko-projektni prostor pod arkadami mestne tržnice Ljubljana

Kino Šiška v zadnjih letih zaznava močno potrebo po predstavitvi aktualne vizualne produkcije in drugih sodobno (med)medijskih izrazov, ki se v našem prostoru pojavljajo predvsem zaradi svoje kakovosti produkcije (in postprodukcije) ter omejenih možnosti njenega aktualnega predstavljanja. Zaznavamo potrebo po skupnem prostoru, kjer se ustvarjalci združujejo, podpirajo, spodbujajo in mrežijo nove ter drugačne umetniške prakse, brez želje po javnem in materialnem priznanju. V ospredju novih estetik tako ostaja želja po sodobnem izražanju in odgovornosti do današnjega časa, ki z vzpostavitvijo in oblikovanjem vzporednega prostora predstavlja stičišče (z)možnosti, raziskovanj in drugih aktualnih kontekstov sodobne urbane kulture. Oblikuje in predstavlja nevidno identiteto ustvarjalnosti sredine, kjer ne gre več samo za ilustriranje zunanjega ampak tudi za ilustriranje notranjega in miselnega. Neodvisna produkcija razkriva prav to, svojo univerzalnost, ki v svojem minimalističnem smislu pomeni, da se v umetnosti (brez cenzure) lahko skriva prav cel svet sodobnega ustvarjanja.

Vizualna produkcija umetnosti mlajše generacije zastavlja vprašanja o identiteti in vlogi mladih ter njihovi umeščenosti, a hkrati izkoreninjenosti in kritiki skupnega družbenega prostora, v katerem bivajo in ustvarjajo. Refleksija skupnega prostora, ki mu mladi pripadajo, predstavlja tako prostor intimne bivanjske izkušnje, svobode in avtonomne ustvarjalnosti, kot tudi prostor družbenih prisil in negotovosti, kompleksnosti in dialoški sodobnih identitet. Prijateljstva sodelovanj in mreženj pomenijo korak k povezovanju sorodnih prizorišč in bližnjih urbanih križišč sodobne scene z namenom odpiranja možnosti za sodelovanje mladih umetnikov in njihove promocije v širši regiji.

DOBRA VÁGA je galerijsko-projektni prostor, je prodajna galerija, odprti atelje in manjši razstavniki prostor vseh likovnih jezikov, stilov in vsebin. Programska vsebina v samo ospredje postavlja željo po trajnostnem razvoju, ustvarja in razvija priložnosti za aktualno produkcijo likovne umetnosti in oblikovanja avtorjev mlajše generacije. Koncept umetnosti na kilo v ospredje postavlja umetniško delo kot tako, ne pa imena, ustvarjalca kot je to razumljeno v klasičnem smislu. Kupec kupi delo, ki mu je všeč, ne kupi dela zaradi imena umetnika samega. Hkati pa ime prostora Dobra vága (izraz za dodajte še malo več) prostor sam postavlja v okolje mestne tržnice in vpliva zaupanje, da kupec dobi še nekaj več. V Kinu Šiška verjamemo, da bi bila podpora projektu prvi in pomemben korak k razvoju slovenske mlade vizualne umetnosti.

### Aktualna likovna produkcija umetnosti mlajše generacije in mednarodno sodelovanje

Likovna produkcija umetnosti mlajše generacije zastavlja vprašanja o identiteti in vlogi mladih ter njihovi umeščenosti, a hkrati izkoreninjenosti in kritiki skupnega družbenega prostora, v katerem bivajo in ustvarjajo. Refleksija skupnega prostora, ki mu mladi pripadajo, predstavlja tako prostor intimne bivanjske izkušnje, svobode in avtonomne ustvarjalnosti, kot tudi prostor družbenih prisil in negotovosti, kompleksnosti in dialoški sodobnih identitet. Mednarodna iniciativa sodelovanj in mreženj pomeni korak k povezovanju sorodnih prizorišč in bližnjih urbanih centrov sodobne kulturno-umetniške scene z namenom odpiranja možnosti za sodelovanje mladih umetnikov in njihove promocije v širši regiji. Na ta način daje prepotrebne priložnosti in vzpostavlja javni diskurz vprašanja nove, mlade kreativnosti. Posebno pozornost bomo namenili intervencijam v javni prostor (stenske poslikave).

### Lastne kuratorske prakse in podoba likovnega ustvarjanja

Kino Šiška se v svojem delovanju vedno bolj vzpostavlja kot pomembno središče prezentacije in produkcije sodobne vizualne umetnosti. Tudi v prihodnje bo svojo vlogo v prostoru sodobne umetnosti nadgradil v okviru samostojnih razstav v zgornjem preddverju Kamera. Le te bodo kurirane s strani mladega kuratorja ali kuratorice, ki bo na ta način dobil priložnost načrtovati in izoblikovati del podobe sodobnega likovnega ustvarjanja in lastne kuratorske prakse. Kot prva kuratorica bo nastopila Lara Plavčak, umetnostna zgodovinarica in kulturologinja, ki bo s svojim delom raziskovala predvsem aktualno likovno sceno urbanih postinternetnih generacij in rahljanje institucije umetnosti v smislu večsmerne dostopnosti.

### Razvoj publike in dokumentiranje sodobne urbane umetnosti

Namen programa je, da umetniško delo in sam ustvarjalni proces doseže zainteresirano javnost ter hkrati razširiti dostop do ustvarjalnosti na nezadostno zastopane skupine. S tem novim ciljem se projektna video platforma *Križišča* usmerja v dokumentiranje, mreženje in promocijo umetnikov, kolektivov in strokovne javnosti aktualne urbane scene. Z rabo novih tehnologij in znanj je spletni medij (vse)prisoten in ponuja priložnosti, da svoje lokalne zgodbe aktivno povezujemo s širšo javnostjo globalnih razsežnosti. Vse to bi radi dosegli s krepitvijo mednarodnega povezovanja in sodelovanja, saj bi tako olajšali dostop do priložnosti, ki med seboj povezuje umetnike, strokovno in zainteresirano javnost, tako doma kot v tujini.

### Nove kolekcije (in generacije) sodobne urbane umetnosti

Umetniška dela so tisto kar šteje, pravi antropolog Claude Levi-Strauss, ona nosijo dokaze, da se je skozi stoletja nekaj res zgodilo. Tukaj in zdaj, se tako rojeva programska ideja *Novih Kolekcij* kot potrebno investicijsko dejanje, za in v ustvarjalce mlajše generacije, aktualne produkcije urbane vizualne umetnosti. Nastaja močna potreba po vzporedni zgodbi, zgodbi, da svet umetnosti ni samo klasični umetniški trg, je tudi trg novih, angažiranih in inovativnih formatov, ki aktivno podpirajo, spodbujajo in promovirajo mlade izdaje potencialnih likovnih zgodb ter originalnih umetniških praks. Umetniški izraz, ki naj bi bil osnovni pogoj za uspešnost umetnika se žal vse bolj podreja drugim interesom, zato je pomembna vizija *Nove Kolekcije* spodbujanje sredine, vseh likovnih jezikov urbane kulture, stilov in vsebin, ki deluje kot skupni imenovalec intelektualnega razvoja, na katerem temelji naš potencial, tako znotraj kot zunaj naših meja. V primeru odkupov vizualnih del bomo v celoti upoštevali zakonodajo s področja dediščine in se, kar se tiče fondov, usklajevali z javnimi zavodi MOL (MGLC in MGML).

### Razvoj domače in tuje stripovske scene, promocija stripa in stripovske ustvarjalnosti

Dejavnosti stripa so v zadnjih letih aktivnega delovanja ustvaril odprto, ustvarjalno,

izobraževalno in povezovalno platformo za strip ustvarjalce in zainteresirano publiko, ki predstavlja pomemben doprinos k razvoju in živosti domače stripovske scene, promocije stripa in stripovske ustvarjalnosti. Tudi v prihodnje bomo nadaljevali z redno produkcijo dogodkov, posvečenih promociji devete umetnosti v različnih pojavnih oblikah, hkrati pa želimo domačo stripovsko sceno bolj intenzivno povezati z mednarodnim stripovskim dogajanjem. Zаметke tovrstnega povezovanja že nosi Stripolisfest, letni festival, ki bi ga v prihodnje želeli razširiti na več dni in programsko obogatiti s še večjim naborom kvalitetnih kulturno-umetniških dogodkov s področja stripa. Festival bi z večjo organizacijsko in finančno podporo ter povezovanjem več organizacij lahko postal mednarodno viden in prepoznaven stripovskih festival na območju Alpe-Jadran in širše.

### **Strateške usmeritve in ukrepi:**

#### **VIZUALNE UMETNOSTI**

(1) lokalna, nacionalna in mednarodna uveljavitev produkcije in postprodukcije ter mednarodna prepoznavnost na področju urbane vizualne umetnosti; (2) aktivna podpora in mentorstvo mlademu kuratorstvu in urbani vizualni umetnosti; (3) aktivnejša promocija mladega kuratorstva in razstavnega programa v domačih in tujih medijih ter mednarodnih sodelovanj; (4) mednarodno gostovanje aktualne likovne produkcije mlajše generacije; (5) idejna zasnova, produkcija in koordinacija zbirke urbane vizualne umetnosti; (6) pozicioniranje na mednarodnem stripovskem prizorišču in povezovanje s sorodnimi festivali in organizacijami v širšem evropskem prostoru.

#### **AVDIO-VIZUALNE UMETNOSTI**

(1) produkcija online video platforme v podporo sodobni vizualni umetnosti, njenih umetnikov in kolektivov; (2) promocija slovenskih premier celovečernih dokumentarnih filmov s področja glasbe, vizualne umetnosti in mlade urbane kulture; (3) promocija lokalne in transnacionalne neodvisne filmske produkcije; (4) aktivno sodelovanje in povezovanje s producenti in festivali neodvisne filmske produkcije.

#### **NOVOMEDIJSKE UMETNOSTI**

(1) povezovanja z društvi, zavodi, posamezniki in skupinami, ki delujejo na področju novomedijskih umetnosti doma in v tujini; (2) (so)organizacija tedna novomedijskih umetnosti: novi mediji in digitalna tehnologija; (3) predstavitev sodobnih načinov razmišljanja o digitalni umetnosti in novih metodah pristopa; (4) programska raznolikost in podpora neodvisni ilustraciji v okviru novih tehnologij in kontekstov.

<b>Aktivnosti</b>	<b>časovni okvir</b>	<b>nosilci</b>
DOBRA VÁGA, UMETNOST NA KILO, Galerijsko-projektni prostor pod arkadami mestne tržnice Ljubljana	2016 - 2020	Vodja projektov Kino Šiška
Podpora lastni KURATORSKI PRAKSI in produkciji samostojnih razstav izbranih ustvarjalcev, ki živijo in ustvarjajo v Sloveniji.	2016 – 2020	Vodja projektov Kino Šiška in gostujoči kurator mlajše generacije
Mednarodna iniciativa (SKUPNI PROSTORI / COMMON SPACE) povezuje sorodna prizorišča in bližnje urbane centre sodobne kulturno-umetniške scene z namenom odpiranja možnosti za sodelovanje mladih vizualnih ustvarjalcev in njihove promocije v širši regiji (EPK Rijeka 2020)	2016 – 2020	Vodja projektov Kino Šiška
BIENALE NEODVISNE ILUSTRACIJE kot primer odlične prakse horizontalnega delovanja in institucionalne	2016 – 2020	Vodja projektov Kino Šiška in društvo



neodvisnosti.		Tretaroka
Projektna video platforma KRIŽIŠČA, ki se usmerja v dokumentiranje, predstavitev in promocijo ustvarjalcev, kolektivov in strokovne javnosti aktualne vizualne produkcije.	2016 – 2020	Vodja projekta
Soorganizacija ljubljanskega filmskega festivala LIFFe in promocija lokalne ter transnacionalne neodvisne filmske produkcije.	2016 – 2020	Pomočnik direktorja za menedžment, Vodja projektov in CD
Projekt STRIPOLIS kot mednarodno viden in prepoznaven stripovski festival na območju Alpe-Jadran in širše (vzpostavitev stripovske rezidence).	2016 – 2020	Vodja projektov in zavod Stripolis
NOVA KOLEKCIJA je dolgoročno dejanje zbirateljstva novih generacij in aktualne produkcije vizualne umetnosti ustvarjalcev mlajše generacije.	2016 – 2020	Vodja projektov
Vključitev Kina Šiška v mednarodni prostor Mural Art produkcije; mednarodno povezovanje MURAL ART rezidenčne produkcije, ki s pomočjo stenskih poslikav izbranih javnih površin, ki so predmet velikih oglaševalskih akcij, ponovno namenja umetniški rabi.	2016 – 2020	Vodja projektov
Mednarodna predstavitev izbranih umetnikov na umetniških sejmih kot sta STROKE Urban Art Fair in SUPERMARKET.	2016 – 2020	Vodja projektov

#### Pričakovani učinki:

- večja lokalna, nacionalna in mednarodna prepoznavnost na področju vizualne, avdio-vizualne in novomedijske umetnosti;
- razvoj publike in izobraževanje splošne in strokovne javnosti o sodobni urbani kulturi;
- razvoj mednarodne platforme v smeri večjega povezovanja in sodelovanja vizualnih umetnikov in kolektivov; vzpodbujanje novih, lokalnih in mednarodnih odnosov z umetniki, kustosi, programskimi vodji, financerji, sodelavci in producenti; razvoj mednarodnega središča umetniških rezidenc;
- predstavitev novih oblik razmišljanja o problematiki na področju novomedijskih umetnosti; večje število projektov, ki temeljijo na uporabi novih tehnologij in medijev;
- kvalitetna ponudba in promocija neodvisne filmske produkcije; izobraževanje širše javnosti o neodvisni filmski produkciji; koprodukcijska sodelovanja s filmskimi festivali in mladimi (neodvisnimi) filmskimi producenti.

#### Kazalci uspešnosti:

- večji odziv in zanimanje strokovne ter splošne javnosti;
- večje število mednarodnih povezovanj, sodelovanj, gostovanj in rezidenčnih programov;
- povečan obseg celostno zahtevnejših projektov in uspešnost EU razpisov;
- aktualna predstavitev umetniške produkcije, novih medijev in digitalnih praks;
- mednarodna prepoznavnost Kina Šiške kot središča urbane sodobne kulture;
- odzivi ustvarjalcev in (so)organizatorjev, ki sodelujejo v okviru programa Kino Šiška;
- aktivnejše povezovanje in mreženje s tujimi partnerji, ki delujejo na podobnih področjih;
- večje število obiskovalcev in razvoj publike,
- število sodelovanj z javnimi zavodi in nevladnimi organizacijami.

## 2.1.4. KULTURNO - UMETNOSTNA VZGOJA

Kino Šiška se je v zadnjih letih z različnimi projekti, ki predstavljajo raznovrstne vidike sodobne kreativnosti in urbane kulture mladih (Re:ciklarnica, Stripolis, Zine Vitrine, Cikel mladih ustvarjalcev, ŠiškaFreeStyle) začela uveljavljati kot stičišče žive ustvarjalnosti in povezovanja sodobne urbane kulturno-umetniške produkcije mlajše generacije. Tudi v prihodnje bo poseben poudarek na kakovostnih projektih, ki skozi preplet umetnosti, ustvarjalnosti, igrivega eksperimentiranja in raziskovanja, s poudarkom na raznolikih urbanih kulturnih praksah in medijih (strip, zini, ponovna uporaba in reciklaža materialov, ulična umetnost, urbani šport) ter spodbujanjem DIY (*do it yourself* – naredi sam) in DIWO (*do it with others* – naredi z drugimi) pristopov nudijo mladim široko paleto možnosti za ustvarjalno (kulturno-umetniško) delovanje ter družbeno angažiranost.

### Strateške usmeritve in ukrepi:

- uveljavitev produkcije in postprodukcije sodobnih kulturno-umetniških vsebin za otroke in mlade, skladno s strategijo razvoja kulture in mladih v MOL,
- z različnimi cilji in dejavnostmi doseči zapostavljene starostne skupine, ki so dojemljive za kakovostne kulturne vsebine, zlasti mlade po dvanajstem letu starosti,
- skozi različne umetniške in kulturne vsebine in prakse razvijati, spodbujati in promovirati ustvarjalnost in inovativnost mladih urbanih kulturnih scen,
- omogočati in spodbujati kreativna partnerstva različnih akterjev na področju mlade urbane kulture.

Sistematični pristop k uveljavitvi ustvarjalnih delavnic in kulturno-izobraževalnih aktivnosti za otroke in mlade; ciklično izvajanje programa za otroke in mlade; vzpostavljanje in spodbujanje okolja, kjer lahko otroci in mladi izražajo svojo kreativnost, delijo izkušnje in znanja ter aktivno sodelujejo; spodbujanje in povezovanje mladih v soustvarjanju, souporabi in družbenokritičnosti; sodelovanje z mladinskimi četrtimi centri in inštitucijami, zavodi, društvi, posamezniki za izvajanje ustvarjalnih delavnic; omogočanje čim širšega dostopa do teh projektov; 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
UMETNOST REFLEKSIJE (delavnice s področja kritike umetnosti in refleksije kulture in družbe za mlade).	2016 – 2020	Vodja projektov
Festival BOBRI (zaključni glasbeni dogodek in delavnice).	2016 – 2020	Vodja projekta
Naredi sam - DIY ustvarjalne delavnice za mlade in ostale (strip, fanzini in kreativna reciklaža).	2016 – 2020	Vodja projekta
Organizacija in izvedba evropskega projekta CLIFFDANCERS, ki temelji na mladih umetnikih in razvoju najstniške publike.	2016 – 2020	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment in vodja projektov
ŠPIL LIGA (liga srednješolskih glasbenih skupin).	2016 – 2020	Direktor, pomočnik direktorja za glasbeni program
KUL abonma za mlade, v sodelovanju z mestnimi inštitucijami.	2016 - 2020	kolektiv
Soorganizacija ŠiškaFejst dogodkov - Umetniki »street arta« in izvajalci urbanih športov bodo kreativnost iz	2016 - 2020	Vodja projektov

**Pričakovani učinki:**

Stalni program kulturno - umetnostne vzgoje za otroke in mlade; sodelovanja in povezovanja z inštitucijami pri naboru raznovrstnih dogodkov; nabor kvalitetnih avtorjev in ustvarjalcev z inovativnimi projekti; večje zanimanje otrok in mladih na področju kulturno-umetniškega ustvarjanja in udejstvovanja; krepitev mladih urbanih kulturnih scen ter njihovo večja opaznost in prepoznavnost.

**Kazalci uspešnosti:**

- delež vključenih ustvarjalcev v program;
- število obiskovalcev;
- obseg nabora kakovostnih vsebin;
- stopnja sodelovanja z zunanjimi izvajalci in inštitucijami.

## 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),
- delovanje po zakonskih in drugi pravnih podlagah, ki pojasnjujejo in opredeljujejo delovno področje javnega zavoda- s praticiranjem reformnih potez (pilotski način),
- izvedba ciljev in ukrepov skladnimi z razvojnimi dokumenti Mestne občine Ljubljana in države (*Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2016-2019, Nacionalni program za kulturo Ministrstva za kulturo RS, ZUJIK*) in dosledno upoštevanje javnega interesa na področju kulture s predlaganjem reformnih normativnih rešitev,
- zagotavljanje javnih sredstev na lokalni, nacionalni in mednarodni ravni (MOL, Ministrstvo za kulturo, EU),
- izvajanje postopkov javnega naročanja (racionalizacija poslovanja),
- sledenje finančnim zahtevam, davčni zakonodaji 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 morebitnemu 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.	2016 - 2020	Vodstvo in računovodski servis
Izdelava letnega finančnega in kadrovskega načrta za MOL.	2016 - 2020	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance, računovodski servis in poslovna sekretarka
Izdelava letnega poročila in bilanc za svet zavoda in MOL.	2016 - 2020	Direktor, pom.dir. za menedžment in finance, računovodski servis in poslovna sekretarka
Oblikovanje statističnih podatkov za Statistični urad RS in MOL.	2016 - 2020	Vodja projektov in poslovna sekretarka
Prijava in poročilo na projektne razpise Ministrstva za kulturo RS in EU (enoletni in večletni)	2016 - 2020	Vodstvo
Sodelovanje z rednimi zunanjimi servisi, ki opravljajo storitve prodaje vstopnic, varovanja objekta in ljudi; čiščenja, računovodstva, pravnih zadev, gostinstva in tiskanja.	2016 - 2020	Kolektiv
Vsakoletni popis osnovnih sredstev – inventarizacija.	2016-2020	Direktor, poslovna sekretarka, glavni vzdrževalec, tehnični vodja

**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,
- višina in deleži pridobljenih javnih in nejavnih sredstev,
- višina in deleži prihranjenih sredstev na posameznih stroškovnih meswtih, primerjalno na letni ravni.

### **2.3. STRATEŠKI CILJI: ORGANIZACIJA IN KADRI**

Glede na velik obseg in kompleksnost mednarodnega programa, ki smo ga realizirali v letu 2015, in ga v podobnem obsegu načrtujemo tudi za naslednjo petletko, izpostavljamo prekomerne delovne obremenitve stalno zaposlenih (za določen čas) in visoke stroške zunanjih sodelavcev, ki bremenijo programske stroške. V naslednjem obdobju bomo sklenili nad 30 avtorskih in podjemnih pogodb s stalnimi zunanjimi sodelavci na letni ravni. Ob tem moramo izpostaviti še rednega honorarnega sodelavca na področju trženja in komunikacije prek družbenih omrežij. Predvidevamo tudi projektne zaposlitve (vir financiranja: EU- sredstva, javna dela). Še dodatno bomo racionalizirali stroške študentskega in avtorskega dela, stroške tiskarskih storitev, zunanjega oglaševanja in najetih servisov (javna naročila).

V kadrovskem načrtu oz. v finančnem delu le-tega bomo upoštevali napredovanja zaposlenih, spremembe višin izplačil za regres zaposlenim, delno sproščanje osnovnih plač in predvideli tudi minimalno izplačilo delovne uspešnosti zaradi povečanega obsega dela iz naslova tržnih dejavnosti. V skladu z zakonskim okvirom.

Zaradi predvidenih evropskih projektov bomo po predhodno pridobljenem soglasju ustanoviteljice veljavno sistematizacijo in organigram delovnih mest dopolnili oz. aktivirali še nezasedeni delovni mesti, financirani iz evropskih sredstev. Predvideno stanje na dan 1. 6. 2016 je tako zaradi upravičenosti stroškov za evropske projekte. Tako konec leta 2016 napovedujemo 13 delovnih mest, od tega 11 polno zasedenih.

Participirali bomo tudi pri ponujeni možnosti MOL za vzpodbujanje zaposlovanja mladih, katerih zaposlitve so odvisne od pridobljenih evropskih sredstev.

## 2.4. STRATEŠKI CILJI: INVESTICIJE in VZDRŽEVANJE

Objekt in premičnine Kina Šiška so v solidnem stanju, saj jih stalno vzdržujemo, servisiramo, odpravljamo napake in kupujemo novo opremo. V letu 2013 smo zaključili prvo fazo prenove male dvorane Komuna. Dokončanje prenove je v naslednjih letih nujno potrebno, ker je glasbenih in drugih dogodkov v mali dvorani vedno več. Poskrbeti moramo za varno in kvalitetno izvedbo javnih prireditev, zato apeliramo na sofinanciranje MOL.

V okviru projekta Zelena prestolnica Evrope 2016 nameravamo temeljito prenoviti svetlobni park v obeh dvoranah, v razstavnem prostoru in delovne luči v celem objektu (zamenjava z LED svetili). Stavimo na funkcionalnost in energetske varčnosti.

Od MOL pričakujemo sofinanciranje za dokončanje prenove Komune, delno kritje investicijskih stroškov za galerijski projektni prostor Dobra vaga in obnovo toplovodnega priključka.

Nakup tehnične opreme Kina Šiška je za kvalitetno izvedbo programa in nemoteno tehnično delovanje nujno potreben. V letu 2017 načrtujemo nakup digitalnega projektorja, saj naš AV- program postaja čedalje bolj pomemben del ponudbe, večina filmov pa je zaradi svetovnih standardov dostopna le še preko digitalnega formata. Digitalni projekt si moramo sicer sposojati. Zaradi novih video standardov je nujno potrebna tudi nadgradnja oziroma zamenjava video povezave iz odra Katedrale do tehnične sobe. Potrebna je tudi nabava dodatkov za mešalne mize za zvok, nakup mikrofonov in sušilcev za roke. Nakup le-teh je ekonomsko in ekološko upravičen.

Na letni ravni je potrebno v objektu opraviti blizu dvajset rednih vzdrževalnih na objektu in na opremi. Nekateri servisi so na podlagi veljavnih predpisov zahtevani tudi večkrat na leto. Servisiranje opreme, predvsem tehnološke, je zaradi izrabljenosti vsako leto dražja.

Vse naštetu, vključno z nakupovanjem najnujnejše (nadomestne) opreme deloma krijemo iz lastnih prihodkov, tudi v tistem delu, ki ga kompenziramo s prodajo nekaterih kosov obstoječe, amortizirane opreme. Podrobnejši seznam predvidenih posegov je sestavni del letnega programa dela in finančnega načrta.

## 2.5. STRATEŠKI CILJI: POVEZOVANJE Z OKOLJEM IN MEDNARODNO SODELOVANJE

### Strateške usmeritve:

- aktivno vključevanje Kina Šiška v kulturni utrip Ljubljane in dejavnosti povezane z Zeleno prestolnico in okolice,
- povečanje učinkovitosti izvajanja različnih dejavnosti in večanje ugleda Kina Šiška v lokalnem, regionalnem, nacionalnem in mednarodnem okolju,
- sodelovanje in povezovanje: koprodukcije, partnerstva z drugimi zavodi in inštitucijami, kulturnimi ustanovami, lokalnimi skupnostmi in ustanoviteljico, z nevladnimi ustanovami, samostojnimi umetniki in tujimi partnerji,
- vpetost v mednarodne mreže in mednarodna sodelovanja na različnih umetniških področjih kot prioriteta v drugem obdobju.

### CILJ 1: SODELOVANJE Z MOL IN LOKALNIMI SKUPNOSTMI

#### Ukrepi:

Šiška je po številu prebivalstva največje suburbano območje v Sloveniji, zato je zelo pomembna umeščenost Kina Šiška v lokalno okolje. Pri tem izpostavljamo naslednje točke: programski in finančni dogovori z ustanoviteljico na letni ravni kot tudi na posameznih projektih razpisih (MENT, Bobri, KUL abonma, Zelena prestolnica, kulturna vzgoja, kulturni turizem ...); programski interes Kina Šiška izven infrastrukture; mrežno sodelovanje z lokalnimi skupnostmi (Zavod Mladi zmaji, OŠ, vrtci, Kreativni center Šiška, Mladinska četrtna skupnost Šiška, Metelkova mesto, Križanke, M Hotel ...).

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Programska vključenost v program kulturno-umetniške vzgoje: BOBRI, KUL abonma.	2016 - 2020	Vodja projektov, pom.dir. za glasbo in zunanji izvajalci
Izvedba cikličnega programa za otroke in mladino (delavnice, ustvarjalnice, ...).	2016 - 2020	Vodja projektov, pom.dir. za glasbo in zunanji izvajalci
Vključevanje v programske smernice MOL (kulturne prireditve, proslave ...).	2016 - 2020	Direktor in pom.dir. za glasbo
Sodelovanje z lokalnimi operaterji pri različnih dejavnostih (delavnice, okrogle mize, predavanja, predstavitve, koncerti, dogodki...).	2016 - 2020	Kolektiv

#### Pričakovani učinki:

Povečana prepoznavnost Kina Šiška v lokalnem okolju (četrtna skupnost) in v ljubljanski urbani regiji.

#### 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, Škuc Ropot, Lip Art, Druga godba, Veseli dihurčki, KUD Kataman, SIGIC...	2016 - 2020	Kolektiv
Sodelovanje s tujimi kulturnimi inštitucijami pri izvedbi mednarodnih projektov: Goethe Inštitut, Francoski Inštitut, Project Arts Centre ...	2016 - 2020	vodstvo
Organizacija letnih srečanj in okroglih miz producentov in založb.	2016 - 2020	Vodstvo
Soorganizacija in izvedba festivalov, prireditev in spremljevalnih dogodkov (Radio Študent - festival Tresk, MOTA - Sonica festival, KUD Kataman, VAL202 - Izštekani, Slovenski glasbeni dnevi – Festival Ljubljana, Druga godba, Cankarjev dom - Liffe ...).	2016 - 2020	Kolektiv

#### Pričakovani učinki:

Boljša ponudba raznovrstnih kulturnih dogodkov; prepoznavnost in odmevnost koprodukcijskih 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 in nadgradnja 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 pripravi 'outdoor' dogodkov, festivalov, umetniških prireditev in intervencij v javni prostor; intenzivno sodelovanje s sosednjim M hotelom, Kulturno četrtjo Šiška, Festivalom Ljubljana, MOL (Junij v Ljubljani) in drugimi sorodnimi kulturnimi operaterji v bližini; razširitev ponudbe gostinskih storitev in dogodkov v okviru Kavarne in letnega vrta Kina Šiška; informiranje mednarodne javnosti. Še posebej izpostavljamo MENT Ljubljana z visoko dodano »turistično« vrednostjo.

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Sodelovanje s sosednjim M hotelom pri soorganizaciji kongresov in dogodkov kot je MENT	2016 - 2020	Pom.dir. za menedžment in finance in vodja projektov
Kontinuiran kvaliteten program letnega vrta v času, ko ni prireditev v objektu.	2016 - 2020	Vodstvo v sodelovanju z najemnikom gostinskega lokala
Načrtna promocija ekskluzivnih dogodkov v tujih medijih in na potniških terminalih v Sloveniji.	2015 - 2020	Vodstvo in vodja odnosov z javnostmi

Dostop do elektronskih dvojezičnih informacij (internet) in on-line nakup vstopnic, ter nakup vstopnic v poslovalnicah izven meja Slovenije (Avstrija, Italija, Hrvaška) – Eventim in Music Glue	2015 - 2020	Pom.dir. za menedžment in finance ter vodja projektov in odnosov z javnostmi z zunanjimi sodelavci
Nagradnja ponudbe Kavarne Kina Šiška s promocijskimi izdelki.	2015 - 2020	Vodja projektov v sodelovanju z najemnikom gostinskega lokala

#### Pričakovani učinki:

Povečan obisk tujih obiskovalcev in turistov; povečano število prodanih vstopnic na tujem; povečan nakup on-line vstopnic; povečan obseg in število izvajanih programom; povečano število obiskovalcev; boljša dostopnost vsebin.

#### Kazalci uspešnosti:

- število tujih obiskovalcev,
- število prodanih vstopnic na tujem,
- število prodanih on-line vstopnic;
- obseg ponudbe, zanimive za tuje obiskovalce.

#### CILJ 4: SODELOVANJE V MEDNARODNIH PROJEKTIH IN MREŽAH

Prioriteta Kina Šiška v naslednjem obdobju je intenzivno in aktivno mednarodno delovanje. Moč in razvoj vidimo v mednarodnem sodelovanju, vzpostavitvi in ohranitvi dolgoročnih stikov s partnerskimi institucijami in v sodelovanju v mednarodnih projektih in mrežah – povezovanje in promoviranje naših umetnikov skozi mreže ter njene člane - najuspešnejše evropske festivale. Integracija temelji tako na vsebinski kot tudi na finančni strani (mednarodne koprodukcije).

#### Ukrepi:

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

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Aktivno članstvo v mednarodnih mrežah (ETEP – mreža evropskih glasbenih festivalov; INPTA – mednarodna mreža za ples in gledališče: EDN – evropska plesna mreža, NDA balkanska plesna mreža, ALF mreža – Anna Lindh foundation network).	2016 - 2020	Pom.dir. za menedžment in finance, Pom.dir. za glasbeni program, direktor in zunanji svetovalec
Izvedba partnerskega EU projekta Tourope z povezovanjem mednarodne klubske scene (nosilec projekta 4AD Music club Belgija).	2016 - 2019	Pom.dir. za glasbeni program in koordinator programa
Izvedba partnerskega EU projekta Quantum – preplet znanstvenega in glasbenega področja umetnosti.	2015 - 2017	Pom.dir. za menedžment in finance in Pom.dir. za glasbeni program
Izvedba MENT platforme – intenzivno mednarodno mreženje mladih slovenskih glasbenikov (Waves Dunaj / Bratislava, Inmusic Zagreb, Reeperbahn, Hamburg, Music Week festival, Taillin).	2016 – 2020	Pom.dir. za glasbeni program in zunanji svetovalec
Organizacija in izvedba evropskega projekta "Cliffdancers", ki temelji na mladih umetnikih in	.2016 - 2018	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment

razvoju najstniške publike (nosilec projekta Tanzhaus Dusseldorf).		
Organizacija in izvedba evropskega projekta "Steppin'Out", ki temelji na mednarodnih koprodukcijah, gostovanjih in prezentaciji anžariranih umetnikov in rezidečnih umetnikov (nosilec projekta Kino Šiška).	2016 - 2019	Pomočnik direktorja za menedžment in zunanji svetovalec
Mednarodna iniciativa 'Common Space' v čezmejnem sodelovanju s hrvaškimi partnerji.	2016 - 2020	Vodja projektov
Vključitev v mednarodni prostor Mural Art produkcije; mednarodno povezovanje MURAL ART rezidenčne produkcije, ki s pomočjo stenskih poslikav izbranih javnih površin.	2016 – 2020	Vodja projektov
Programsko in finančno mednarodno sodelovanje – članstvo v izobraževalni in kulturni mreži Anne Lindh fundacije ter črpanje sredstev v širšem sredozemskem območju.	2016 - 2020	Pomočnik direktorja za menedžment in vodja projektov
Finančno in programsko čezmejno sodelovanje (INTPA – mednarodna mreža avstrijskih umetnikov na področju plesa in gledališča).	2016 - 2020	Pomočnik direktorja za menedžment in zunanji svetovalec
Prijava na nove večletne evropske razpise Kreativna Evropa.	2016 -	Kolektiv in zunanji svetovalec
Priprava letnih srečanj, simpozijev in platform, predvsem za glasbo, uprizoritvene umetnosti, vizualne umetnosti in intermedijske umetnosti.	2016 - 2020	Kolektiv
Soorganizacija in izvedba dogodkov in festivalov z mednarodnimi partnerji .	2016 - 2020	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: KOMUNIKACIJE

Kino Šiška je skozi dobrih šest let delovanja postal prepoznaven urbani kulturni produkt, tako preko bogatega in raznovrstnega programa, lastnih programskih blagovnih znamk (Indekš, MENT, Špil Liga ...) kot tudi preko nadpovprečne pojavitve v medijih, tako v klasičnih kot sodobnih (družbena omrežja, blogi ...). Ker pa se medijska krajina (kriza v klasični medijski produkciji) kot tudi navade potrošnikov (obiskovalcev) spreminjajo vsako leto hitreje, se jim bo treba v naslednjih letih prilagajati še bolj in vsako leto bolj kreativno in nekonvencionalno. Ob nadaljevanju vseh dosedanjih komunikacijskih aktivnosti so zato v naslednjih letih prioritete naloge na področju komuniciranja:

### 1. Krepitev prisotnosti na spletu (poudarek na družbenih omrežjih):

Zaradi vsesplošne medijske krize in apatije ter posledično morebitnega, čeprav je še vedno nadpovprečno, zmanjšanja pojavitve v klasičnih medijih (tisk, radio, televizija, spletni novičarski portali) bo treba žarišče komuniciranja s publiko (tako vsebinsko kot marketinško) vse bolj preusmerjati na vsehitreje razvijajoča se družbena omrežja, blogosfero, optimizacijo iskalnikov in jo s pomočjo analize obstoječega stanja in določitvijo novih smernic, nadgradili, jo vsako leto prilagajali tako, da bo spletno pojavljanje postalo kredibilno dopolnilo klasičnemu oz. ga v letu, dveh celo preseгло.

### 2. Marketinško-kulturni mesečnik

Zaradi istega vzgiba kot pri prešnjem poglavju (kriza in apatija v klasični medijski produkciji) in posledičnega zmanjšanja medijskih pojavitvev in medijskih sponzorstev ter umanjkanja prostora za kvalitetne kulturne vsebine (posebej refleksije) bomo začeli z izdajanjem svojega tiskanega medija. Ta bi nadomestil mesečni napovednik, ki je imel zgolj marketinško funkcijo, in ga nagradil v marketinško-kulturni mesečnik, kjer bi poleg vsebin, ki se neposredno vežejo na program, obravnaval tudi urbane/alter/obrobne kulturne vsebine, za katere ni prostora v klasičnih medijih in tako opravljal tudi izobraževalno funkcijo. Hkrati bi lasten medij dajal prostor za ustvarjanje medijskih vsebin tistim dobrim, a spregledanim novinarjem, poznavalcev določenih kulturnih smeri, problematik. Vsebine bi bile dostopne in nadgrajene tudi na spletu.

### 3. Lastni prodajni/trgovski produkti (merchandise)

Eno od nujnih komunikacijskih sredstev so ne samo programski produkti, ampak tudi trgovski/prodajni produkti (ustaljen tuj izraz *merchandise*), ki so namenjeni krepitvi blagovne znamke, večanju ugleda blagovne znamke, a tudi prodaji. Zasnovali bomo serijo uporabnih izdelkov, znamčenih s prepoznavno podobo Kina Šiška, ki bo namenjena prodaji, a tudi kot darilo.

#### **Strateške usmeritve (ob že izvajanju dosedanjih):**

- **zasnova in izvajanje celostne spletne medijske strategije,**
- **izdajanje lastnega tiskanega marketinško-kulturnega medija,**
- **zasnova, izdelava in prodaja lastnih trgovsko/prodajnih izdelkov,**
- **utrjevanje in ohranjanje ugleda in javne podobe,**
- **skrb za telesno hendikepirane in socialno ogrožene skupine.**

Aktivnosti	časovni okvir	nosilci
Pregled smernic delovanja na spletu in urejenost digitalnega komuniciranja (obstoječe stanje). Določitev ciljnih skupin po posamičnih spletnih socialnih omrežjih in medijih, določitev uredništva in vsebinskih usmeritev.	2016	Vodja za odnose z javnostjo, sodelavec za spletni marketing in zunanji sodelavci
S pomočjo zanesljive spletne metrike spremljanje in sprotno prilagajanje delovanja na posameznih spletnih orodjih in medijih.	2016 - 2020	Vodja za odnose z javnostjo, sodelavec za spletni marketing, zunanji sodelavci
Zasnova in oblikovanje lastnega tiskanega medija, finančna konstrukcija, izbor sodelavcev.	2016	Vodja za odnose z javnostjo, vodje programov in zunanji sodelavci
Izdajanje lastnega marketinško-kulturnega tiskanega medija, povprečno 10 številčk letno.	2016 - 2020	Direktor, vodja za odnose z javnostjo, vodje programov in zunanji sodelavci, pomočnik direktorja za menedžment
Zasnova trgovsko/prodajnih izdelkov.	2016	Vodja za odnose z javnostjo, vodje programov in zunanji sodelavci, pomočnik direktorja za menedžment v
Izdelava in prodaja izdelkov.	2016 - 2020	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment, vodja za odnose z javnostjo v sodelovanju z najemnikom gostinskega lokala
Nadgraditi in obnoviti medijske sponzorje in partnerje; predvsem radio, elektronske in spletne medije, glede na različna področja, ciljne skupine in regije (Siol.net, Bolha.com, Val 202, Mladina, Radio Študent ... ). Zmanjšati zunanje oglaševanje in oglaševanje v tiskanih medijih.	2016 - 2020	Direktor, pomočnik direktorja za menedžment, vodja za odnose z javnostjo
Obveščanje hendikepirane in socialno ogrožene publike o dostopnosti, prilagojenosti in uporabnosti prostorov in interierja ter koriščenju popustov, brezplačnega vstopa ...	2016 - 2020	Vodja za odnose z javnostjo, pomočnik direktorja za menedžment
Nadaljevanje družbenoodgovornega projekta Kulturni evro.	2016 - 2020	Direktor, vodja za odnose z javnostjo, pomočnik direktorja za menedžment, vodje programov

#### Pričakovani učinki:

- povečana prepoznavnost Kina Šiška in blagovnih znamk na spletu;
- povečana prepoznavnost Kina Šiška in blagovnih znamk med ciljno publiko
- več odzivov v medijih;
- priložnost za mlade, sposobne in spregledane novinarje in poznavalce kulturne krajine;
- priložnost za industrijske/grafične oblikovalce;
- več spletnih medijskih sponzorjev.

**Kazalci uspešnosti:**

- število obiskovalcev in razvoj mlade publike;
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti;
- več objav v medijih (predvsem spletnih);
- večja prepoznavnost in ugled v javnosti, tudi mednarodne.

### 3. EVROPSKA PRESTOLNICA KULTURE 2025

V letu 2025 je Slovenija predvidena za določitev partnerskega mesta (z mestom iz Nemčije), ki bo izvedlo največji vsakoletni kulturni projekt Evropska prestolnica kulture. Verjamemo, da bo tokrat to Ljubljana. Kino Šiška ustanoviteljici in lastnici infrastrukture za tak dolgoročni cilj predlaga revitalizacijo bivše Občine Šiška in sicer za naslednje namene: rezidenčni prostori za umetnike, studii in ateljeji, so-delovalni prostori in laboratoriji, pisarne za nevladne kulturne operaterje z domicilom v Ljubljani, galerijski prostori, družabni prostori s kavarniškim sistemom in klubski prireditveni prostor (zdaj občinski arhiv). V te namene bi bilo v naslednjih letih, po pridobljenem nazivu, potrebno izdelati idejni elaborat, pripraviti vso potrebno projektno in gradbeno dokumentacijo na mestni in državni ravni ter pridobiti tudi državna in evropska sredstva za investicijo. Predvideno odprtje: 2025.

Zaradi izrazite mednarodnosti programa Kina Šiška ob tej priložnosti ne dvomimo v izvedbo nadstandardnih projektov, ki bi nastali v naši produkciji ali v koprodukcijah z našimi lokalnimi, regionalnimi in mednarodnimi partnerji.

V predlogu strateškega načrta so upoštevane pripombe in predlogi Oddelka za kulturo MOL z dne 31.12.2015.

Skladnost strateškega načrta 2016 - 2020 je potrdil MOL – Oddelek za kulturo v dopisu z dne \_\_\_\_\_.

Strateški načrt je na seji dne \_\_\_\_\_ obravnaval mestni svet MOL.

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

V Ljubljani, januar 2016

Simon Kardum  
direktor