

STRATEŠKI NAČRT

**KI
NO
ŠIŠKA**

JAVNEGA ZAVODA
CENTER URBANE KULTURE
KINO ŠIŠKA
LJUBLJANA

2021–2025

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

1. UVOD	4
1.1. NAGOVOR	4
1.2. VIZIJA	5
1.3. PRAVNA PODLAGA	7
1.3.1 ZAKONSKE IN DRUGE PODLAGE, KI POJASNJUJEJO DELOVNO PODROČJE JAVNEGA ZAVODA	7
1.3.2. ORGANI ZAVODA IN VODSTVO	8
1.3.3. ZAPOSLENI	8
1.4. POSLANSTVO IN DEJAVNOSTI	9
2. STRATEGIJA	10
POVZETEK STRATEŠKEGA NAČRTA	10
2.1. STRATEŠKI CILJI: PROGRAM	13
2.1.1. GLASBENE UMETNOSTI	13
2.1.2. UPRIZORITVENE UMETNOSTI	17
2.1.3. VIZUALNE IN AVDIO-VIZUALNE UMETNOSTI	20
2.1.4. INTERMEDIJSKE UMETNOSTI	23
2.1.5. FESTIVALI	25
2.1.6. MEDNARODNE AKTIVNOSTI	27
2.1.7. PROGRAMI ZA RAZVOJ OBČINSTEV IN DELOVANJE V LOKALNEM OKOLJU	29
2.1.8. KOMUNIKACIJE	33
2.2. STRATEŠKI CILJ: POSLOVNO-FINANČNE DEJAVNOSTI	36
2.3. STRATEŠKI CILJI: ORGANIZACIJA IN KADRI	38
2.4. STRATEŠKI CILJI: NAKUP OPREME, INVESTICIJE IN VZDRŽEVANJE	39

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 profiliranja, v naslednjih letih 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 veljavno strategijo ustanoviteljice, Mestne občine Ljubljana, 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 državnih in evropski ravni in izumljanju novih organizacijskih in poslovnih modelov. Kino Šiška si je kot ključni dolgoročni cilj zadal naslednjega: postati organizator, promotor, podpornik 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 zdravstvenih, ekonomskih in družbenih razmerah. Poseben izziv in iskanja odgovorov predstavlja novo dejstvo: COVID v vseh znanih in neznanih različicah. Že leta 2020 smo se kot kolektiv odločili, da moramo, ne glede na krute okoliščine zaprtja javnega življenja, s tem pa tudi prepovedi fizičnega izvajanja in obiskovanja dogodkov, izumljati nove zgodbe na drugačen način. Preselili smo se v virtualni svet ali pa ga, ne glede na stroge omejitve pristojnih institucij, vzorčili s pomočjo hibridnih dogodkov in selitvah naše produkcije na zunanja prizorišča. V mnogočem smo v tem obdobju eksperimentiranja vzpostavili standard, ki se mu čudijo doma in v tujini. In bistveno: brez pomoči ustanoviteljice ne bi šlo. To, da smo vzpostavili televizijski format produkcije in spletno komunikacijo z obiskovalci, je velik dosežek, izpričan tudi v solidarnostni noti. Ne le, da smo kot kolektiv zadovoljni, da izpolnjujemo javno poslanstvo, zadovoljni so tudi umetniki, ki jih gostimo, naši dragoceni zunanji sodelavci in spletno občinstvo. Vse te izkušnje nam bodo zagotovo pomagale v nepredvidljivem obdobju, ki nas čaka, tudi zaradi nejasnih in protislovnih protokolov. Zavedamo se, da bodo to leta preizkušenj in da bo stežka vzpostaviti »stara normalnost« kot smo jo poznali še v letu 2019. Zavedamo pa se tudi, da bodo odgovori na izredne razmere terjali hitre, a ne nepremišljene odločitve. V tem je tudi čar vrhovodstva v teh čudnih časih.

Glede na to, 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 preseгли, ne dvomim, da bo tako tudi s predlaganim. Tvrno bomo sodelovali tudi pri projektiranju pomembne infrastrukturne in vsebinske pridobitve, Šiška Huba na stičnem naslovu- Trg prekomorskih brigad 1. Hvala vsem!

Simon Kardum, *direktor*

1.2. VIZIJA

Kino Šiška mora v naslednjih petih letih, v obdobju delno spremenjene in nadgrajene ekipe z istim vodstvom, učvrstiti svoj položaj na slovenskem in evropskem kulturnem trgu. Za to obstajata več dobrih razlogov: kakovosten in raznovrsten program, visoka obiskanost dogodkov, obsežno sodelovalno omrežje z domačimi in tujimi producenti in promotorji, medijska umeščenost, izvrstna logistika ter razpoložljiva infrastruktura, ki je potrebna vsakoletne osvežitve in nadgradnje. Kino Šiška je s svojimi vsebinami postala prepoznavna na mednarodni ravni, hkrati pa skupnostno in družabno stičišče lokalne skupnosti. Prav slednje, namreč odprtost in vključevanje lokalnih pobud, se nam zdi še posebej pomembno. Kino Šiška bo z odprtimi povabili, razpisi in sodelovanji še okrepil raznovrstno paleto svojih raznolikih dejavnosti. S tem mislim tako na konkretne projekte, kot tudi na rezidence, mednarodna mreženja in na izobraževalne programe. Tudi tiste, ki sodijo v okvir predlagane »Akademije za menedžment« (del kandidature Ljubljane za Evropsko prestolnico kulture 2025). 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 stavil na vrhunske glasbene dogodke vseh zvrsti, najprej, razumljivo, s precej okrnjenim programom tujih zasedb. Ob tem še posebej izstopa mednarodno nagrajeni MENT Ljubljana festival (z medletnim predstavljanjem in mreženjem slovenskih promotorjev in glasbenih skupin v okviru MENT Platforme), ter tiste oblike sodobne umetnosti, ki s svojimi konceptualnimi zastavki prebijajo ustaljene okvire (npr. sodelovalni CoFestival). Od večjih festivalskih pojavitev moram posebej poudariti še festival Tinta in seveda izjemno uspešno zgodbo na področju vizualnih umetnosti, DobroVago, platformo za podporo mladim umetnicam in umetnikom, ki letos praznuje peto obletnico. Pomembne so seveda tudi premierne in ponovitvene pojavitve na vseh področjih, v mnogočem odvisne od uspešnosti prijav na mednarodnih in državnih razpisih. Nedavno smo na primer postali nosilci rezidenčnega projekta na področju vizualnih umetnosti (Anna Lindh Foundation), letos pa upamo na uspešnost naših kandidatur na večletnih evropskih razpisih (predvsem na Ustvarjalni Evropi v okviru nove finančne perspektive EU) in večletnih projektih Ministrstva za kulturo. Posebno skrb Kino Šiška posveča ranljivim skupinam, izobraževanju mladostnikov (delavnice in ostali javni dogodki), kulturni vzgoji in angažiranim premislekom o fenomenu »urbanega« in kulturne politike.

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). Smo tudi člani glasbene platforme Liveurope. CoFestival in program uprizoritvenih umetnosti sta vključena v največjo evropsko plesno mrežo EDN (European Dancehouse Network).

Družbena odgovornost (solidarnost) in trajnostni razvoj bosta v naslednjih letih ena od prioritarnih nalog. Na programskem področju bomo še naprej zagotavljali vključevanje mladih h kulturnemu udejstvovanju (projekti Špil liga, cikel mladih ustvarjalcev, Re:ciklarnica, Kulturni evro ...), na okoljskem področju bomo nadaljevali z menjavo svetlobnih teles z varčnimi, z zmanjševanjem promocije preko tiskovin (plakati, letaki ...) ter na spodbujanju trajnostne mobilnosti (kolesarjenje, uporaba okolju prijaznih izdelkov ...). Na socialnem področju bomo še naprej zagotavljali popuste in brezplačen vstop gibalno in senzorno oviranim in njihovim spremljevalcem ter - morda najpomembnejše - nadaljevali z odličnim odnosom z lokalnim okoljem: se odzivali na pobude Šiškarjev, sodelovali s šišenskimi kulturnimi organizatorji (Vodnikova domačija, nevladniki v bivši občinski stavbi, Računalniški muzej, Mladi zmaji ...) in uresničevali zamisel o Umetniški četrti Šiška (v širši zasnovi Kulturna četrt Šiška). Še eden od večjih projektov, zapisan v kandidaturi EPK Ljubljana 2025, je največji svetovni glasbeno-konferenčni dogodek Womex, pri katerem napovedujemo naše aktivno sodelovanje.

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 tudi v letu 2021 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 z dne 4. 2. 2008 ustanovila Mestna občina Ljubljana. Javni zavod je multikulturni center, ki deluje 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 JAVEGA 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, 111/13, 68/16, 61/17 in 21/18 – ZNOrg)
- Zakon o javnih financah (Uradni list RS, št. 11/11 – UPB, 14/13 – popr., 101/13, 55/15 – ZFisP, 96/15 – ZIPRS1617 in 13/18)
- Zakon o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 91/15 in 14/18)
- 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, 102/15 in 7/18)
- Zakon o varstvu osebnih podatkov (Uradni list RS, št. 94/07-UPB)
- Zakon o javnih uslužbencih (Uradni list RS, št. 63/07 - UPB, 65/08, 69/08 - ZTFI-A, 69/08 - ZZavar-E in 40/12 – ZUJF)
- Zakon o sistemu plač v javnem sektorju (Uradni list RS, št. 108/09 – UPB, 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, 82/15, 23/17 – ZDOdv in 67/17 in 84/18)
- Zakon o delovnih razmerjih (Uradni list RS, št. 21/13, 78/13 – popr., 47/15 – ZZSDT, 33/16 – PZ-F, 52/16 in 15/17 – odl. US in 22/19 - ZPosS)
- Kolektivna pogodba za javni sektor (Uradni list RS, št. 57/08, 23/09, 91/09, 89/10, 89/10, 40/12, 46/13, 95/14, 91/15, 21/17, 46/17 in 69/17 in 80/18)
- Kolektivna pogodba za kulturne dejavnosti v Republiki Sloveniji (Uradni list RS, št. 45/94, 45/94, 39/96, 39/99 – ZMPUPR, 82/99, 102/00, 52/01, 64/01, 43/06 – ZKoIP, 60/08, 32/09, 32/09, 40/12, 46/13, 106/15, 46/17 in 2/17 – popr. in 80/18)
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2020 in 2021 (Uradni list RS, št. 79/19, 61/20 - ZDLGPE, 133/20 in 174/20 - ZIPRS2122)
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2021 in 2022 (Uradni list RS, št. 174/20)
- Uredba o načinu priprave kadrovskih načrtov posrednih uporabnikov proračuna in metodologiji spremljanja njihovega izvajanja za leti 2020 in 2021 (Uradni list RS, št. 3/20)
- Odlok o ustanovitvi javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška (Uradni list RS, št. 18/2008) in Odlok o spremembi Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Center urbane kulture Kino Šiška (Uradni list RS, št. 9/2009).

1.3.2. ORGANI ZAVODA IN VODSTVO

Zavod vodita:

- direktor in
- svet zavoda.

Svet zavoda od 30. 5. 2019 dalje sestavljajo:

Predsednica sveta zavoda: **Jožka HEGLER** (predstavnica MOL)

Namestnik predsednice Sveta zavoda: **mag. Jaka MIHELICH** (predstavnik zaposlenih)

Člani:

Eva STRMLJAN KRESLIN (predstavnica MOL)

Vanda STRAKA VRHOVNIK (predstavnica MOL)

Uroš STIBILJ (predstavnik 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 javnega zavoda je **Simon KARDUM**.

Direktor kulturnega doma ima dva pomočnika:

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

1.3.3. ZAPOSLENI

- Javni zavod ima v letu 2020 deset (10) 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 kulturnega programa
- Anja Zver, vodja projektov
- Rok Avbar, vodja za stike z javnostjo VII/2
- Matej Bobič, tehnični vodja
- Darinka Jurečič, poslovna sekretarka VI
- mag. Jaka Mihelič, samostojni strokovni sodelavec VII/2
- Urška Črnič, strokovna delavka VII/2

Poleg zaposlenih pri delovanju zavoda redno sodeluje še 15 zunanjih sodelavcev v tehničnem korpusu in 12 na programu. Potrebe po zunanjih sodelavcih se stalno povečujejo. Za izvedbo obsežnega in kompleksnega programa so nam v pomoč zaposleni z drugimi oblikami pogodbenih razmerij sofinanciranih iz javnih, tudi evropskih virov in tržnih prihodkov ter zunanji servisi (varovanje, čiščenje, računovodstvo, pravno svetovanje).

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 umetnosti in 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 umetnosti in kulture, kot so intermedijska (novomedijska), vizualna in filmska. 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;
- producira in distribuira spletno AV- produkcijo in hibridne dogodke;
- koordinira in izvaja programe oddajanja vadbenih prostorov in rezidenc za umetnike in skupine;
- v prostih terminih organizira in posreduje komercialne prireditve v prostorih, s katerimi zavod upravlja;
- izvaja izobraževalno dejavnost (predavanja, delavnice, seminarji);
- oddaja gostinsko infrastrukturo v najem (Kavarna Kino Šiška, letni vrt).

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

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 več kot 300 dogodkov in 120.000 obiskovalcev v živo in gledalcev preko spletnih omrežij. Intenzivno bomo nadaljevali z mreženjem v evropskem (tudi svetovnem) okviru; s socializacijo prostora in odprto komunikacijo z javnostmi, razvojem občinstva in delovanjem v lokalnem okolju; s širjenjem blagovne znamke izven Ljubljane in Slovenije (spletni in družbeni mediji ...), uveljavitvijo festivalskih programov (MENT, CoFestival in Tinta) in lastnih programskih znamk (DobraVaga, Špil liga, Off the Hook, Hydra Pace in Kino Šiška TV) ter z optimizacijo infrastrukturnih potencialov: investicije, investicijsko vzdrževanje, okolju prijazne tehnologije.

Aktivno se pridružujemo akcijam, povezanih z dediščino kandidature EPK Ljubljana 2025, kjer še posebej izpostavljam Mednarodne aktivnosti in Programe za razvoj občinstev in delovanje v lokalnem okolju, s poudarkom na vzpostavljanju umetniškega središča Šiška Hub. Na področju komunikacije je poudarek na razvoju lastne produkcije Kino Šiška TV z mednarodnim dosegom. Na področju poslovanja izpostavljam strateški cilj zagotavljanja stabilne finančne pogoje za delovanje in ustvarjanje, zaradi načrtovanega povečanega obsega programa pa želimo do 2025 zaposliti še dva sodelavca.

Z dodatnim nakupom urbanega pohištva se zaključuje delna revitalizacija Trga prekomorskih brigad. Z nadgrajeno klimatizacijo notranjih prostorov in vgradnjo tehnologije (UVC žarčenje, ki skoraj stoo odstotno preprečuje prisotnost virusov in bakterij v notranjih prostorih) bomo poskusili lastnico prepričati, da bi to pomenilo trajnejšo rešitev za vse javne prostore in prizorišča v Ljubljani. Pri nakupu opreme izpostavljam menjavo zvočnega monitoring sistema, posodabljanje lučnega parka in dokončanje nakupa avdio-video opreme. Nujen je tudi vzdrževalni poseg v scenske vlake (dotrajanost jeklenic).

Osnovni program Kina Šiška bodo po novem sestavljali program za glasbo, uprizoritvene in intermedijske umetnosti ter AV in vizualni program. Način izvedbe posameznih projektov in letnih programov je močno odvisna ne le od nacionalnih razmer (kupna moč prebivalstva; zakonske omejitve in izredne epidemiološke razmere), temveč tudi od globalnih posledic zdravstvene in gospodarske krize (prehajanje meja). Vse to se bo odražalo predvsem na področju glasbenega sektorja (večji koncerti, festivali), kjer se naj bi stanje izboljšalo šele poleti 2022. Do takrat bomo zavezani predvsem podpori domačih in regionalnih izvajalcev. Z dodatnim nakupom opreme za izvedbo snemalnih dogodkov javnostmi omogočamo spletno, če je to dopustno, pa tudi mešano- hibridno izkušnjo. Digitalizacija bo v naslednjih letih predstavljala velik izziv. Ne gre le za nujni odgovor na pandemijo, gre tudi za potrebo po širitvi kreativnosti, za izumljanje novih orodij in novih umetniških praks, pa tudi drugačnega pojmovanja umetniških dejanj. Morda bo pandemija povzročila tudi resen globalni premislek o človekovih pretiranih posegih v naravo (planet) in pospešila uporabo okolju prijaznejših transportnih sredstev (železnica npr.).

Petletni strateški načrt se ne prekriva z mandatom aktualnega vodstva in ekipe. Veljal bo leto in pol dlje.

Dinamika napovedanega in realiziranega obsega programa, načina sodelovanja, finančnih virov in zaposlovanja 2016-2020:

LETO	2016		2017		2018		2019		2020	
	NAPOVEDANO	REALIZIRANO	NAPOVEDANO	REALIZIRANO	NAPOVEDANO	REALIZIRANO	NAPOVEDANO	REALIZIRANO	NAPOVEDANO	REALIZIRANO
št. vseh dogodkov	280	315	280	312	280	422	290	369	304	268
št. koncertov/ koncertnih dogodkov	90	124	95	135	95	163	100	165	118	107
št. dogodkov v lastni produkciji	130	112	130	143	130	185	140	190	153	150
št. dogodkov v koprodukciji	81	134	80	134	80	198	90	146	135	113
št. dogodkov zunanjih izvajalcev	67	69	70	35	70	39	70	33	16	5
povprečna cena vstopnice (predpro- daja/na dan), v EUR	12/14	13/	12/14	12/	12/14	11,9/	12/14	13,2/	13/15	9,6
št. prodanih vstopnic	38.200	45.516	38.000	62.271	38.500	45.949	39.000	44.574	28.200	10.231
št. javnih zavodov, sodelovanje (SLO)	11	12	12	13	12	14	14	10	15	9
št. nevladnih orga- nizacij, sodelovanje (SLO)	45	46	48	49	48	51	48	58	35	35
višina lastnih sredstev, v EUR	700.000	792.514	700.000	856.354	700.000	729.634	720.000	861.651	351.189	351.189
višina sredstev iz EU, v EUR*	57.000	25.519	69.000	75.951	69.000	63.405	70.000	115.104	102.756	102.756
višina sredstev MOL, v EUR*	875.500	908.375	876.500	900.880	880.000	1.011.108	890.000	1.174.584	1.035.925	1.035.925
višina sredstev MK, v EUR*	42.000	38.418	42.000	39.586	22.000	101.049	22.000	101.985	87.176	87.176
št. zaposlenih**	9 (+3)	9	9 (+3)	9	9 (+3)	9	10 (+3)	10	10 (+1)	10
št. zunanjih sodelavcev	36	30	36	34	32	33	32	33	27	27

Predvidena dinamika obsega programa, načina sodelovanja, finančnih virov in zaposlovanja 2021-2025:

leto	2021	2022	2023	2024	2025
št. vseh dogodkov	255	300	320	320	330
št. koncertov/koncertnih dogodkov	90	120	125	130	140
št. dogodkov v lastni produkciji	139	130	140	140	140
št. dogodkov v koprodukciji	91	130	140	140	140
št. dogodkov zunanjih izvajalcev	25	40	40	40	50
št. vseh obiskovalcev	120.000	125.000	130.000	135.000	138.000
št. prodanih vstopnic	22.800	28.000	38.500	39.000	40.000
št. javnih zavodov, sodelovanje (SLO)	11	15	15	15	15
št. nevladnih organizacij, sodelovanje (SLO)	35	40	40	40	45
višina lastnih sredstev, v EUR	382.000	760.000	760.000	760.000	790.000
višina sredstev iz EU, v EUR*	99.712	99.000	99.000	99.000	105.000
višina sredstev MOL, v EUR*	980.000	1.236.000	1.230.000	1.290.000	1.300.000
višina sredstev MK, v EUR*	85.263	90.000	92.000	92.000	98.000
št. zaposlenih**	10	10 (+1)	10 (+1)	11 (+1)	11 (+1)
št. zunanjih sodelavcev	25	27	30	30	32

*(Predvidene) pogodbene vrednosti

** (Predvidene) pogodbene zaposlitve (v oklepaju predvideno financiranje iz lastnih sredstev)

2.1. STRATEŠKI CILJI: PROGRAM

2.1.1. GLASBENE UMETNOSTI

Strategijo glasbenega programa v prihajajočih letih neizbežno zaznamujejo, pravzaprav narekujejo posledice epidemije korona virusa. V letu 2020 se je svet koncertnih dogodkov ustavil v mesecu marcu in se potem z različnimi taktikami poskušal spraviti vsaj na kolena, oziroma sedeže v nadaljevanju leta. Te taktike so uspevale le v omejenem obsegu in trajanju. V trenutku pisanja te strategije so koncertne dvorane po vsej Evropi zaprte, nedejavne ali zelo omejeno dejavne že 11 mesecev, turneje večjih mednarodnih izvajalcev so prestavljene na konec 2021 in začetek 2022, meje so zaprte ali polzaprte, letalske linije so zdesetkane, poletni festivali pa z negotovostjo spremljajo raztezanje pandemije in z upanjem na čimprejšnje globalno učinkovanje cepiva in ostalih ukrepov. Obdobje negotovosti in onemogočene ali omejene dejavnosti v našem sektorju se podaljšuje, predvidevamo lahko, da bodo varnostni ukrepi kar se tiče živih javnih dogodkov, tako na odprtih, zlasti pa v zaprtih prostorih, v veljavi še globoko v 2021. Dobro obveščeni analitiki in akterji mednarodnega glasbenega »live« sektorja napovedujejo vračanje v stanje blizu nekdanje normale šele v 2022. V Kinu Šiška smo naše osnovno delovanje – podporo in promocijo slovenski glasbeni ustvarjalnosti v zelo hitrem času uspeli prilagoditi, usposobiti našo tehnično ekipo za produkcijo spletnih prenosov koncertov v živo iz naše dvorane, v jesenskem delu pa smo strateško začeli vzpostavljati tudi tržišče za trženje tovrstne kreativne dejavnosti preko organiziranja prodaje in nakupov vstopnic za spletne ogledе koncertov. V prihajajočem letu se bo spričo vsega navedenega način, kvantiteta, pa tudi vsebina naše koncertne produkcija občutno spremenila – prilagodila omejitvam. Za čas trajanja popolne zapore javnega življenja bomo izvajali redni program produkcije spletnih koncertov lokalnih in – kolikor bo možno – regionalnih izvajalcev. V pomladnem in poletnem času bomo večino dejavnosti načrtovali na zunanjih površinah, predvsem na terasi Kavarnе Kina Šiška, s poletno edicijo festivala MENT (izredna predstavitev zaradi izrednih razmer) pa tudi na drugih javnih površinah v Ljubljani. V jesenskem času načrtujemo vrnitev mednarodnih izvajalcev na turneje in na naš oder, hkrati pa bomo pripravljali tudi rezervni program hibridnih koncertov lokalnih izvajalcev. Z infrastrukturo in ekipo, ki smo jo v teh kriznih časih uspeli usposobiti, bomo v prihajajočih letih lahko fleksibilno reagirali na vse morebitne ovire in omejitve izvajanja koncertnega programa in kombinirali izvedbo v fizičnem prostoru s prisotno publiko z izvedbo programa za spletno publiko.

Strategijo glasbenega programa 2021-2025 povzemamo v naslednjih točkah:

1. Vzpostavitev in razvoj produkcije spletnih in hibridnih koncertov ter razvoj okolja za njihovo trženje

V letu 2020 smo, kot odziv na globalno onemogočitev redne koncertne dejavnosti v normalnih pogojih, razvili produkcijo spletnih prenosov koncertov iz prostorov Kina Šiška ter vzpostavili sistem promocije in prodaje digitalnih vstopnic za ogledе teh dogodkov na globalni ravni. Partnerska povezava z močnim globalnim akterjem na trgu spletnih dogodkov DICE nam je odprla nove možnosti dosega

našega programa. Letos bo zaradi podaljševanja krize še vedno zelo aktualen (nekaj časa tudi edini izvedljiv) spletni koncertni program, s postopnim odpiranjem družbe in pripuščanjem publike na žive dogodke, pa bodo aktualni hibridni dogodki, torej kombinacija živega dogodka s publiko in spletnega prenosa. Prepričani smo, da bo v naslednjih letih ta hibridna forma koncertnega dogodka omogočala kar največji spekter predstavitvenih možnosti in konkurenčnosti na lokalni, regionalni in globalni ravni.

2. Spodbujanje domače glasbene produkcije

S projekti Špil liga, MENT festival in platforma ter - znotraj osnovnega koncertnega programa - Kino Šiška že dobro desetletje aktivno podpira, spodbuja in promovira kvalitetno domačo glasbeno produkcijo. Obdobje pandemije, v katerem se nahajamo, je onemogočilo potovanja in s tem kroženje, mednarodno aktivnost glasbenih ustvarjalcev in s tem njihovo prisotnost v našem programu. V tem obdobju, ki bo svoje posledice vleklo še krepko v terminski okvir te strategije, pa se zaradi tega – v okviru modificiranih produkcijskih možnosti – odpirajo dodatne priložnosti za promocijo domačih ustvarjalcev. Lokalni repertoar trenutno zaseda praktično 100 % našega programa in bo ostal v našem programu intenzivneje kot v pred pandemičnih časih zastopan tudi ko se bodo mednarodni izvajalci lahko začeli vračati na naše odre. Zaradi narave spletnega posredovanja koncertne izkušnje pa se s pomočjo povezanosti z globalnim tovrstnim dogajanjem preko platforme DICE in sorodnih platform odpirajo nove priložnosti dosega publike ne glede na geografsko oddaljenost. Prav v tem vidimo veliko priložnost za mednarodno uveljavitev kakovostnih domačih izvajalcev.

3. Zagotavljanje kontinuirane koncertne ponudbe aktualnih mednarodnih izvajalcev

Zagotavljali bomo žanrsko raznolik in ambiciozen program uveljavljenih in uveljavljajočih se mednarodnih izvajalcev s poudarkom na kvalitetnih popularno-glasbenih vsebinah (ALT POP visoki/alter pop, ki zajema rock, pop, elektroniko, hip-hop z vsemi podžanri in žanrskimi kombinacijami) ter z izborom tistih vsebin s področja jazz, etno, world in klasične glasbe, ki niso ali so manj zastopane v siceršnji koncertni ponudbi pri nas. To je bilo vodilo in realizacija prvih 11 koncertnih sezon Kino Šiška in ostaja vodilo tudi za novo petletko. Kot poudarjeno v zgornjih točkah, gre pričakovati, da bodo mednarodne turneje ponovni postopen zagon doživljale najprej v jeseni/zimi 2021/22, ni pa mogoče izključiti niti manj optimističnega scenarija. Potrjevanja mednarodnih aktualnih izvajalcev se namreč intenzivno dogajajo že sedaj (za leti 2022 in 2023), tako da je vrnitev našega mednarodnega koncertnega programa v polno formo le še vprašanje časa. V vmesnem obdobju smo v nenehni komunikaciji z našimi mednarodnimi partnerji in pozorno spremljamo dogajanje ter pripravljamo predloge, pozive in teren za čimbolj učinkovito vrnitev v čimbolj pravem času. V tem sklopu ponudbe bomo še bolj aktivno sodelovali z zunanjimi partnerji (koncertnimi promoterji) in jim nudili čimbolj ugodne pogoje za realizacijo njihovega ali skupnega koprodukcijskega programa.

4. Mednarodna sodelovanje

Kino Šiška je v drugem petletju delovanja aktivno vstopil v pomembne evropske sektorske mreže in postal pomemben akter znotraj, pa tudi izven njih. Leta 2015

smo zagnali projekt MENT Ljubljana, ki skozi festival, konferenco in povezano celoletno mednarodno delovanje preko MENT platforme, intenzivno in uspešno deluje na področju mednarodne promocije perspektivnih domačih glasbenih projektov, spodbujanja profesionalizacije podpornega okolja in mednarodnega mreženja. MENT Ljubljana so že takoj po uspešni prvi ediciji povabili v družbo elitnih evropskih festivalov, ki so združeni v platformi Ustvarjalne Evrope ETEP (European Talent Exchange Programme), kasneje pa se je festival priključil še projektni mreži predstavitvenih festivalov INES, v kateri je uspešno izvedel zastavljeni načrt štiriletnega projekta, v 2021 pa bo skupaj s partnerskimi festivali kandidiral za novo poglavje tega pomembnega evropskega projekta. V letu 2016 je bil Kino Šiška povabljen še v eno izbrano evropsko družbo, in sicer platformo referenčnih evropskih koncertnih dvoran Liveurope, v sklopu katere smo izdatno okrepili svoje mednarodno delovanje, vpliv in reference ter s tem pri mednarodnih aktivnostih pomagali tudi domačim izvajalcem. Liveurope mreža ima ambiciozne načrte tudi za prihodnost, saj načrtujemo novo obdobje aktivnega delovanja v razširjenem članstvu in v korist kroženja evropskih talentov v letih 2021 - 2024.

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, zato o mladih publikah aktivno razmišljamo in program ustrezno zastavljamo skozi projekte Špil liga, Poletje v Šiški, Liveurope, MENT in skozi aktivno skrb za aktualno ponudbo za mlajše generacije v našem osnovnem glasbenem programu.

Strateške usmeritve:

- raznolikost in aktualnost mednarodne in domače koncertne ponudbe;
- vzpostavitev in razvoj ponudbe in trženja spletnih koncertnih prenosov;
- 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.

Pričakovani učinki:

- ponovna vzpostavitev ponudbe aktualnih koncertnih dogodkov mednarodnih izvajalcev, takoj ko bo to omogočala lokalna in globalna situacija;
- okrepitev prisotnosti slovenske glasbene ustvarjalnosti v glavnem programu Kina Šiška;
- okrepitev prisotnosti slovenske glasbene ustvarjalnosti na mednarodnih festivalih in drugih tujih prizoriščih ter ustreznih spletnih okoljih;
- pospešena rast domače glasbene produkcije v kvalitativnem in kvantitativnem smislu;
- pomoč pri ponovnem zagonu ter okrepitvi podpornega glasbene sektorja oziroma glasbenih industrij v Sloveniji;
- splošni razvoj domačega glasbenega tržišča in njegovo vse intenzivnejše odpiranje v svet.

Kazalci uspešnosti:

- število obiskovalcev in razvoj mlade publike;
- odzivnost spletne publike in učinkovitost promocije spletnih koncertnih vsebin;
- 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.

2.1.2. UPRIZORITVENE UMETNOSTI

Program uprizoritvenih umetnosti predstavlja raznolik nabor sodobne gledališke in plesne tvornosti ter izbor premiernih mednarodnih in domačih produkcij in koprodukcij. Poseben program v naslednjih letih predstavljajo rezidence domačih in tujih umetnikov ter post produkcija. Glavni poudarek je usmerjen v mednarodno sodelovanje in festivalskemu dogajanju v okviru koprodukcijskega CoFestival-a, ki ostaja sestavni del evropskih plesnih projektov in nastaja v sodelovanju s slovensko Nomad Dance Academy (NDA). V času epidemije se program uprizoritvenih umetnosti prilagaja izrednim razmeram in snovanju dogodkov brez publike v živo. Po končani epidemiji bomo ponovno vzpostavili živo izkušnjo, ki je ključna za gledališko in plesno umetnost. Gledališče je celovita 'socializirana' izkušnja, tako za gledalca kot za nastopajočega, z nujno medsebojno interakcijo. 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 s platformo za prezentacijo novih skupinskih umetniških del. Ob tem bomo poskrbeli, da festivalske produkcije in prezentacije slovenskih avtorjev predstavimo partnerskim festivalom, znotraj obstoječe NDA mreže v Jugovzhodni Evropi in najvidnejšim evropskim partnerjem plesne mreže EDN. Prostor za izmenjavo znanja in veščin med strokovnjaki na področju sodobnega plesa bomo zagotovili z inovativnimi programi učenja in izmenjave znanj, kot so CoTeaching in druge. Razvijali bomo model in načela SoBivanja kot bistveni komponenti osrednjega programskega izziva festivala CoFestival. Na letni ravni bomo koproducirali eno festivalsko mednarodno produkcijo, ki bo premierno prikazana na odru Kina Šiška ter predstavili vsaj tri slovenske premiere. Pri tem bomo sodelovali z različnimi nevladnimi organizacijami in javnimi zavodi.

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 ter jih je na plesnem zemljevidu zaradi homogenih načinov dela težko zaslediti; predstavitev kratkih formatov plesnih predstav (do 20 minut); dolgo trajajoče predstave; 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 in atelje itd.

4. Mednarodna sodelovanja

Moč in razvoj sta 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 (evropska EDN mreža, balkanska NDA mreža, INPTA mreža za podporo avstrijskih umetnikov v tujini, NETZ mreža za podporo nemških umetnikov v tujini in mednarodne mreže za podporo umetniških rezidenc ...).

5. Razvoj mlade publike

Program se močno osredotoča na perspektivo občinstva, predvsem na mlado. Eden izmed ciljev je, da se razišče in odkrije nove povezovalne poti, načine produkcije in predstavitve mlajši javnosti. Menimo, da je publika aktivni udeleženelec v procesu ustvarjanja projekta. Umetniški proces in publika se ne delita, ampak vzpostavita nove načine ustvarjanja procesa. Interakcija in sodelovanje sta pomembna ključne elementa v procesih raziskav in produkcije predstav.

6. Rezidenčni program

Kino Šiška skupaj z Nomad Dance Academy Slovenija in številnimi mednarodnimi partnerji nadaljuje pobudo za ustanovitev mreže uprizoritvenih rezidenc na področju Jugovzhodne Evrope. Sočasno nadaljujemo z izvedbami umetniških rezidenc domačih in tujih umetnikov.

Strateške usmeritve:

- raznolikost in intenzivnost sodobne gledališke in plesne produkcije in post produkcije;
- intenzivna sodelovanja z regijskimi in mednarodnimi festivali in producenti uprizoritvenih umetnosti;
- sodelovanje z nevladnimi organizacijami pri izvedbi programa sodobnih gledaliških in plesnih dogodkov;
- prilagajanje dogodkov z živo publiko na spletno predvajanje;
- razvoj mreže umetniških rezidenc;
- povezovanja z drugimi javnimi zavodi in izvajalci nevladnega sektorja;
- širjenje mednarodnih povezav, polnopravna članstva v mednarodnih mrežah, gostovanja tujih ustvarjalcev na odrih Kina Šiška.

Pričakovani učinki:

- izvedba produkcij in postprodukcij, gostovanj in rezidenc;
- naraščajoče število ambicioznih, obsežnejših in visoko kakovostnih domačih in tujih projektov;
- mešanje sorodnih umetnostih žanrov kot prednost (film, glasba, performans);
- višja kakovost predstav, več odzivov v medijih in med strokovno javnostjo;
- krepitev Ljubljane na evropskem in svetovnem plesnem in glasbeno-gledališkem zemljevidu;
- mednarodno mreženje in aktivna udeležba v mednarodnih projektih;
- vpetost v domače festivale uprizoritvenih umetnosti z ambicioznim programom.

Kazalci uspešnosti:

- število obiskovalcev in razvoj mlade publike;
- število mednarodnih produkcij/koprodukcij in gostovanj;
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti;
- število spletnih dogodkov in dogodkov z živo publiko;
- aktivno članstvo v evropski mreži plesnih hiš (EDN) in uspešnost na evropskih razpisih.

2.1.3. VIZUALNE IN AVDIO-VIZUALNE UMETNOSTI

Dejavnosti na področjih vizualne in avdio-vizualne umetnosti bo v prvi tretjini zaznamoval dvojni izziv: a) snovanje in uveljavljanje programov takšnih formatov, katerih značilnosti so digitalnost, virtualnost, prenosnost in mobilnost, hibridnost in prijazno/prilagojeno spletu; in b) vzporedna, soodvisna produkcija predvsem razstavnih dogodkov za vzdrževanje prisotnosti javnosti v živo na lokaciji. Naslednje petletje bo usmerjeno v aktivno delovanje za večjo nacionalno in mednarodno prepoznavnost in distribucijo mlade slovenske vizualne umetnosti in kuratorskih praks ter vsidranje Kina Šiška v lokalnem, nacionalnem in mednarodnem prostoru kot promotorja in producenta posameznih smeri umetnosti, predvsem ulične, stripovske in zinovske. Program vizualnih in avdio-vizualnih umetnosti se primarno odvija v prostorih Kamere v Kinu Šiška ter v galeriji DobraVaga v centru prestolnice, prav tako pa tudi vstopa v javni prostor z javnimi intervencijami.

Program vizualne in A-V umetnosti zajemamo v naslednjih strateških ciljih:

1. Spodbujanje razstavljanja in produkcije vizualne umetnosti mlajših generacij

V večletnem delovanju je DobraVaga vzpostavila kakovostno podporno okolje za razstavljanje, produkcijo in promocijo umetniških, predvsem likovnih projektov mlajših umetnikov. V sledečem petletnem obdobju bomo nadaljevali z utečeno organizacijo in produkcijo samostojnih in skupinskih razstav in projektov, katerih teme in ideje bomo razširjali z diskurzivnimi dogodki. Dosedanjemu fokusu razstav na likovnih praksah bomo priključili projekte s področja fotografije, videa in novih medijev. Svojo dejavnost bomo širili z distribucijo umetniških del omenjenih generacij v mednarodni prostor (udeležba na mednarodnih sejmi in festivalih) in z dopolnjevanjem spletne galerije z virtualnimi razstavnimi vsebinami. Obdobje bomo namenili dejavnostim za večjo internacionalno prepoznavnost DobreVage kot skupnostnega razstavnoprojektnega prostora za mlajše generacije.

2. Podpora razvoju lastnih kuratorskih praks (preddverje Kamera in galerija DobraVaga)

Prostor Kamera v Kinu Šiška je v preteklem obdobju namenil potreben prostor za neodvisen in produkcijsko podprt razvoj individualnih kuratorskih praks. H Kuratorskemu ciklu bomo tudi naprej vabili posameznike in tandeme – z izkazanim interesom nad kuratorskim poklicem, k oblikovanju celostnega cikla kuriranih razstav. V prihajajočem obdobju si bomo prizadevali povečati sredstva za produkcijo razstav v ciklu, tematike cikla pa bomo javnosti razpirali s programom pogovorov, vodenih ogledov in ob razstavnih publikacij. Študentom iz smeri, ki podpirajo razvoj kuratorskih dejavnosti in organizacijo kulturnih dogodkov, bomo v DobriVagi ponudili sodelovanje pri razstavnih programih. Izbirali jih bomo na osnovi odprtega poziva; povezali se bomo z oddelki študijskih smeri kot sta umetnostna zgodovina in kulturologija.

3. Prispevek DobreVage za razvoj umetnostnega trga in spletna distribucija umetnosti

DobraVaga je eden izmed že vzpostavljenih temeljev za razvoj umetnostnega trga. Oblikovali bomo delovno skupino, fokusirano v teoretično in praktično raziskavo vrednotenja umetnin: imela bo vlogo svetovalnega telesa, ki mentorira mlade, najprej s postavljanjem cen umetninam. S prodajo umetnosti mlajših generacij, ki je tudi cenovno dostopnejša, pritegnemo tudi pozornost mlajših kupcev - pri nekaterih opažamo tudi zbirateljski interes. Omenjen segment kupcev bomo nagovarjali s ponudbo v spletni prodajni galeriji, ki jo bomo razvijali v spletno platformo z digitalno kuratorsko dejavnostjo in prenosi (hibridnih) dogodkov v živo in na spletu o aktualnih temah. Gradili bomo na poglobljenih izkustvenih predstavitev zastopane umetnosti v virtualnem prostoru digitalnih platform. Ohranjamo provizijo prodaje umetnin v razmerju 20/80 za umetnike.

4. Produkcija ter teorija umetnosti v javnem prostoru in digitalizacija efemernega

Pozornost bomo namenili intervencijam v javni prostor (stenske poslikave), razvoju teorije in izmenjavi znanj na mednarodnih simpozijih o temah in praksah ulične umetnosti. Obravnavali bomo grafite, šablonsko umetnost, stenske poslikave, intervencije v javnem urbanem prostoru, ki imajo skupno točko v lokaciji, ki jih umetniki izbirajo za prostor lastnega umetniškega izraza. Ključno bo sodelovanje z organizacijami in akterji, delujočimi na področju umetnosti in urejanja urbanega prostora. Od leta 2021 bomo koproducent festivala ulične umetnosti v Ljubljani. Začeli bomo tudi s projektom digitalizacije in arhiviranja časovno omejene umetnosti v javnem prostoru. Z beleženjem na osnovi pripovedovanj bomo gradili arhiv umetniških akcij in intervencij.

5. Okrepitev raznovrstnosti zbirke zinov in novi odkupi, promocija stripovske umetnosti

Zbirka ZINE VITRINE se je do danes oblikovala kot tekoča razstavna in čitalniška zbirka; še nadalje bomo vključevali aktualno produkcijo zinov in pretekle izdaje pretežno slovenskih, a tudi tujih avtorjev. Zbirka vključuje več kot 470 zinov, v prihodnje jo bomo širili s številčnejšimi odkupi, njeno vsebino pa komunicirali s tematskimi in žanrskimi izpostavitvami v čitalnici DobreVage in na festivalih. V prihajajočih obdobjih želimo, da zbirka postane uradna kolekcija zinov, uveljavljena na lokalni in državni ravni. V tem času bomo nadaljevali tudi s promocijo stripa; z organizacijo in produkcijo stripovskih dogodkov v Kinu Šiška ter festivala Tinta.

6. Diskurzivne predstavitve in predvajanja dokumentarnih in drugih filmov ter dostopnost

Dostopnost filmske produkcije in podpora slovenskim premieram v sodelovanju z nevladnimi organizacijami in festivali je v prvem planu za naslednje obdobje na področju avdio-vizualne umetnosti. Načrtujemo tesno sodelovanje z AGRFT (študentski kratki filmi). Projekcije za osebe z okvarami sluha in/ali vida bomo razširili z dogodki, ki bodo problematizirali produkcijo in distribucijo tovrstnih vsebin.

Strateške usmeritve in ukrepi:

- produkcija razstav mlajših generacij in prenosi na lokalna, mednarodna prizorišča/sejme;
- strateško pridobivanje medijskih sponzorjev in objave v relevantnih mednarodnih medijih;
- vzpostavitev, utrditev svetovalnega telesa za pomoč mladim ob vstopu na trg umetnosti;
- produkcija hibridnih aktivnosti, nadgradnja spletne prodaje, razvoj digitalnega občinstva;
- aktivna podpora razvoju individualnih kuratorskih praks v realnem in virtualnem prostoru;
- sodelovanje s stroko (posamezniki, oddelki študijskih smeri ...);
- širjenje zbirke z odkupi zinov; ureditev, koordinacija in uveljavitev ZINE VITRINE zbirke;
- produkcija in promocija stripovske umetnosti, serije dogodkov in festivala stripa Tinta;
- produkcija in koordinacija programa filmskih projekcij za osebe z okvaro sluha ali vida;
- aktivno sodelovanje, povezovanje s producenti in festivali neodvisne filmske produkcije.

Pričakovani učinki:

- večja lokalna, nacionalna in mednarodna prepoznavnost na področju vizualne in avdiovizualne umetnosti, okrepitev prisotnosti na drugih prizoriščih in umetnostnih sejmih;
- razvoj in vsidranje digitalnih formatov za promocijo in distribucijo domače vizualne umetnosti in urbane kulture in povečana komunikacija z digitalnim občinstvom;
- razvoj publike in izobraževanje splošne in strokovne javnosti o sodobni urbani kulturi;
- razvoj individualnih kuratorskih praks in širitev podporne infrastrukture za digitalno okolje;
- večje zanimanje za teoretično in praktično raziskovanje ustvarjanja (fan)zinov;
- kvalitetna ponudba in promocija neodvisne filmske produkcije in njena dostopnost;
- sodelovanje z nevladnimi organizacijami, javnimi zavodi in fakultetami.

Kazalci uspešnosti:

- število obiskovalcev in mednarodnih sodelovanj ter razvoj digitalnega občinstva;
- število sodelovanj z neodvisnimi kulturnimi delavci, javnimi zavodi in NVO-ji;
- konstantna ponudba razstav in njihovih podpornih programov;
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti;
- nadgrajena infrastruktura za digitalno prisotnost na področju vizualnih in AV umetnosti.

2.1.4. INTERMEDIJSKE UMETNOSTI

Na področju novih medijev, intermedije in transmedije bomo v obdobju 2021-2025 oblikovali 2 cikla; prvega fokusiranega na predstavljanje mlajših umetnikov iz Slovenije in drugega, namenjenega (post)produkciji že uveljavljenih umetnikov. Delovanje na področju bo usmerjeno v utrditev mreže partnerjev in nove povezave z nacionalnimi in mednarodnimi organizacijami in festivali. Preplet teorije in prakse bomo nadalje razpirali s konferenco Taktike in praksa. V prvi tretjini obdobja bomo formate dogodkov prilagodili danim okoliščinam ter jih digitalizirali ali izpeljali v času, ki bo njihovo realizacijo omogočal.

Strategijo programa intermedije 2021-2025 zajemamo z naslednjimi cilji:

1. (Ko)produkcija intermedijskih, novomedijskih in transmedijskih projektov mlajših avtorjev

V sledečem 5-letnem obdobju bomo del programa namenili koprodukciji in postprodukciji projektov, ki jih zaznamujejo sodobno umetniško raziskovanje, pri katerem avtorji posegajo po novodobni tehnologiji. Ta služi ali za raziskovalno orodje ali je tehnologija sama predmet kritične raziskave. Na letni ravni bomo v sklopu cikla predstavili enega mlajšega avtorja, katerega projekt bomo producirali z nevladnimi organizacijami iz omenjenih področij umetnosti.

2. Preplet teorije in prakse

Nove medije, intermedijo in transmedijo zaznamujejo prepleti teorije in praks, ki jih v Kinu Šiška že deset let kontekstualiziramo, raziskujemo in predstavljamo s konferenco Taktike in praksa. Z edicijami konferenc nadaljujemo tudi v prihodnjem obdobju. Konferenco koproducujemo z Zavodom Aksioma.

3. Utrditev mreže partnerjev in nove povezave z nacionalnimi, mednarodnimi organizacijami in festivali s področij intermedije, novih medijev in transmedijskih umetnosti

Delovanje Kina Šiška na omenjenih področjih umetnosti bomo usmerili v nacionalno in mednarodno povezovanje z organizacijami in festivali, da bi s tem širili že vzpostavljeno mrežo pretežno regionalnih sodelovanj in projekte avtorjev, delujočih v Sloveniji, v bodoče predstavljali tudi v mednarodnem prostoru, predvsem v sosednjih državah.

4. Zasnova in koordinacija novega projektne razstavno-dogodkovnega cikla ter utrditev tega v domačem in mednarodnem prostoru

Produkcija projektov, ki vključujejo medpodročne povezave, uporabo sodobne tehnologije, znanstveno-umetniško raziskovanje, zahteva višjo finančno in kompleksno infrastrukturno podporo ter predvsem časa za raziskavo. V letu 2021 bomo zagnali pilotni cikel, ki bo obsegal rezidenco, dogodke in razstavo projektov (produkcije in postprodukcije) ene avtorice, z namenom, da bi zagotovili večjo vključenost Kina Šiška v produkcijo in razvoj posameznih projektov. Tovrstno sodelovanje začnemo z umetnico Robertino Šebjanič, v letih do 2025 pa načrtujemo v ciklu dogodkov predstaviti še 4 že uveljavljene umetnike in umetnice.

Strateške usmeritve in ukrepi:

- koprodukcija in postprodukcija intermedijskih, novomedijskih in transmedijskih projektov;
- aktivna podpora in sodelovanje z mladimi in že uveljavljenimi umetniki;
- utrditev podporne infrastrukture za predstavljanje umetniških projektov s področij;
- povezovanja in sodelovanja z nacionalnimi in mednarodnimi organizacijami in festivali;
- preplet teorije in prakse v diskurzivnih programih;
- meddisciplinarna povezovanja in sodelovanje s stroko.

Pričakovani učinki:

- večja lokalna in nacionalna prepoznavnost na področju intermedije, novih medijev in transmedije;
- vzpostavljena mreža z organizacijami iz mednarodnega prostora, predvsem iz sosednjih držav;
- razvoj digitalnega občinstva in digitalizacija vsebin;
- vzpostavljeni in iz strani javnosti in medijev prepoznani cikli iz področij;
- sodelovanje z nevladnimi organizacijami in znanstvenimi inštituti.

Kazalci uspešnosti:

- število obiskovalcev in mednarodnih sodelovanj ter razvoj digitalnega občinstva;
- število sodelovanj z neodvisnimi kulturnimi delavci in NVO-ji;
- povečana meddisciplinarna sodelovanja;
- ponudba kvalitetnega programa, razporejena čez leto;
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti.

2.1.5. FESTIVALI

Festivali, ki jih produciramo ali koproduciramo, predstavljajo prioritetni program zavoda in jih opredeljujejo naslednji pojmi: mednarodnost, inovativnost in prepoznavnost.

Festivalski program v strategiji zajemamo v naslednjih sklopih:

- **MENT Ljubljana**, mednarodni glasbeni festival in konferenca
- **COFESTIVAL**, mednarodni festival sodobnega plesa
- **TINTA**, mednarodni festival stripa

1. **MENT Ljubljana** je mednarodni projekt v dveh, medsebojno tesno povezanih sklopih: festival in konferenca, ki se je več kot uspešno ter z velikim pozitivnim odmevom v mednarodni sferi pričel leta 2015 in se v petih letih uveljavil do te mere, da je danes prepoznan kot eden najbolj kvalitetnih predstavitev festivalov te kategorije v Evropi, za kar je na festivalu Eurosonic Noorderslag v Gröningenu leta 2018 prejel tudi prestižni priznanji Evropskega festivalskega združenja. Zadnja izvedba projekta februarja 2020 je bila najuspešnejša doslej: po številu obiskovalcev, izvajalcev in mednarodnih delegatov ter odmevnosti tako doma kot v tujini. Imeli smo tudi velikansko srečo, saj smo bili organizatorji enega zadnjih (in redkih) glasbenih festivalov, ki so bili v tem letu sploh izpeljani. V vedno bolj podaljšujoči se negotovosti glede razmer za izvedbo festivala v 2021 smo v prvi fazi kljub vsemu uspeli izvesti mednarodni razpis za izvajalce in ga zaključiti v predvidenem roku avgusta 2020. Zaradi vse bolj jasnih projekcij razvoja pandemične krize smo že takrat sklenili, da termin festivala premaknemo na poletne mesece in na odprto, zunanje prizorišče. Naslednje edicije se predvidoma selijo na februarski termin in v notranje klubske prostore.

2. **CoFestival** ostaja strateška sodobnoplesna mednarodna platforma, ki nastaja v sodelovanju med javnim in nevladnim sektorjem. Z vrhunskim in raznolikim programom dviguje kompetence domače plesne skupnosti ter njenega občinstva. Taktično se vključuje v vrsto najvidnejših mednarodnih sodobnoplesnih mrež (Life Long Burning, Balkan- NonAlign Movement, European Dancehouse Network, DANCE ON PASS ON DREAM ON). To dokazuje tudi dejstvo, da velik del sredstev festival pridobiva v mednarodnem kulturnem prostoru. Z vsem tem zagotavlja pretočnost ključnih informacij med domačo in mednarodno sodobnoplesno skupnostjo, še posebej se ta sooča z zaostrenimi ukrepi in s prenosom vsebin na splet. CoFestival koreografske prakse misli v njenih različnih časih in prostorih, jih premišljuje in opredeljuje s svojimi poglobljenimi kataloški izdajami. Vsako leto se na različnih ljubljanskih odrih predstavljajo domači in tuji umetniki.

3. **Tinta** je v prvi vrsti izpostavljen mednarodni festival stripa. Festival, ki smo ga uspešno izpeljali tudi v lanskoletnem turbulentnem oktobrskem terminu. Tudi v naslednjih letih bo združil različne organizacije in predstavitvene prostore v Ljubljani – pa tudi po Sloveniji – ter uveljavljene tuje in slovenske stripovske ustvarjalce. V ospredju bodo razstavniki projekti, ki povezujejo DobroVago, Kino

Šiška in druga razstavišča ter vsako leto uspešnejši festivalski sejem stripa v Kinu Šiška. Pester festivalski program bo obsegal še niz pogovorov, predavanj in delavnic pod vodstvom gostujočih avtorjev, ter otroški program.

Pričakovani učinki:

- vzdrževanje in krepitev festivalske ponudbe aktualnih dogodkov mednarodnih in domačih izvajalcev;
- višanje števila obiskovalcev iz tujih, predvsem sosednjih držav;
- okrepitev prisotnosti slovenske ustvarjalnosti na mednarodnih festivalih in drugih prizoriščih;
- pospešena rast domače produkcije v kvalitativnem in kvantitativnem smislu;
- postavitve Slovenije na zemljevid sodobne festivalske produkcije;
- okrepitev podpornega sektorja oziroma kulturnega turizma;
- splošni razvoj domačega umetnostnega tržišča in njegovo vse intenzivnejše odpiranje v svet.

Kazalci uspešnosti:

- število festivalskih obiskovalcev;
- število izvajalcev in razvoj mlade publike;
- število domačih in tujih medijskih odzivov;
- konstantnost kvalitetne sodobne umetniške ponudbe;
- večje zanimanje obiskovalcev in medijev ter strokovne javnosti;
- krepitev domače glasbene in druge produkcije in njeno vse močnejše uveljavljanje v mednarodnem prostoru.

2.1.6. MEDNARODNE AKTIVNOSTI

Prioriteta Kina Šiška v naslednjem obdobju je intenzivno in aktivno mednarodno delovanje. Moč in razvoj je v mednarodnem sodelovanju, vzpostavitvi in ohranitvi dolgoročnih stikov s partnerskimi institucijami in 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).

Mednarodne aktivnosti v naslednjem petletnem obdobju so še posebej poudarjene in se navezujejo na vsa kulturno-umetniška področja javnega zavoda. V Kinu Šiška nadaljujemo z mednarodnimi rezidenčnimi programi z namenom oblikovanja rastoče mreže obstoječih in novih mednarodnih rezidenčnih programov za umetnike, predvsem na področju uprizoritvenih in vizualnih umetnosti. Rezidenčne programe na področju vizualnih umetnosti širimo z novim mednarodnim rezidenčnim programom Hydra PACE - platformo za umetniško sodelovanje in izmenjavo, ki se osredotoča na oblikovanje umetniških rezidenc z dogodki v živo in na spletu ter partnersko mreženje institucij iz evro-mediteranskega območja. Projekt je podprt s sredstvi fundacije Anna Lindh v letu 2021 in, v primeru uspešne prijave, z evropskimi sredstvi za naslednja leta.

Pri festivalu MENT Ljubljana smo že v izhodišču v jedro koncepta vnesli mednarodno komponento in tudi zaradi tega dodali ime mesta v naziv dogodka. Dogodek bo v naslednjih letih še povečal prepoznavnost mednarodne blagovne znamke, ki je razširil prepoznavnost in pomembnost Ljubljane v kulturnem, kreativnem in turističnem sektorju. S pomočjo kulturnih in ostalih institucij, neodvisnih producentov in posameznikov, ki delujejo v Ljubljani, je mesto povezano z relevantnimi mednarodnimi akterji in mrežami. MENT Platforma s svojim mednarodnim delovanjem in promocijo domačih glasbenih izvajalcev s pomočjo festivala MENT Ljubljana na učinkovit način izkorišča svojo mednarodno vlogo za promocijo mesta Ljubljane kot aktivnega podpornika mlade, urbane glasbene ustvarjalnosti in njene promocije navzven. Evropski glasbeni talenti se bodo v okviru mednarodnega projekta Liveurope tudi v naslednjih letih predstavili v istoimenskem glasbenem ciklu, ki smo ga razvili na temeljih nekdanjega cikla Indekš. Aktivnosti v okviru evropske plesne mreže EDN bodo usmerjene na izvedbo delavnic, konferenc, srečanj in kampanjo Ples in dobrobit. Nadaljevali bomo z letnimi edicijami OFF THE HOOK. Letos je to Zürich, potem pa druga evropska mesta, ki jih še nismo obiskali. Mednarodno razstavniki projekt galerije DobraVaga že na ustaljen način predstavlja lokalne umetnike v širšem mednarodnem kontekstu.

Poleg mednarodnega sodelovanja se aktivno vključujemo tudi v mednarodne mreže. Na glasbenem področju v okviru MENT-a zaključujemo mednarodni projekt INES (Innovative Network of European Showcases), podprt z evropskimi sredstvi programa Ustvarjalne Evrope. Načrtujemo nadaljevanje projekta z razširitvijo na INES platformo v letih 2021-2025 skupaj z dosedanjimi partnerji, tudi novimi. Glasbena platforma Liveurope, katere član je Kino Šiška postal konec leta 2016, prispeva k pospeševanju kroženja evropskih perspektivnih glasbenih ustvarjalcev

po vseh koncih Evrope. MENT Ljubljana nadaljuje tudi uspešno mreženje v prestižni evropski mreži ETEP (European Talent Exchange Programme). V mreži sodeluje 90 evropskih festivalov, ki s svojimi medijskimi partnerji (in EBU radijskimi postajami) aktivno pospešujejo kroženje evropskega glasbenega repertoarja po festivalih, tudi v radijskem etru. CoFestival in program uprizoritvenih umetnosti se aktivno vključujeta tudi v evropsko plesno mrežo EDN (European Dancehouse Network), preko katere bomo prejeli sredstva za izvedbo plesnih ur, umetniške delavnice in za mednarodna srečanja. Projekt Hydra PACE z mrežo mednarodnih rezidenc na področju vizualnih umetnosti pa je podprt s sredstvi fundacije Anne Lindh iz Egipta, ki podpira inovativne projekte z evro-mediteranskega območja. Vizualne umetnosti nadaljujejo tudi aktivno članstvo v mreži Trans Europe Halle.

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.

Pričakovani učinki:

- vzpostavljena nova partnerstva in širitev obstoječih;
- vzpostavitev mednarodnega mreženja sorodnih inštitucij;
- povečan priliv finančnih sredstev iz EU skladov in mednarodnih fundacij;
- povečanje konkurenčnosti na mednarodnem trgu;
- mednarodna prepoznavnost Kina Šiška in njegovih blagovnih znamk.

Kazalci uspešnosti:

- število uspešno izvedenih projektov in sodelovanj v mednarodnih mrežah;
- število prijavljenih projektov;
- višina pridobljenih finančnih sredstev;
- medijski odzivi;
- obiskanost dogodkov.

2.1.7. PROGRAMI ZA RAZVOJ OBČINSTEV IN DELOVANJE V LOKALNEM OKOLJU

Kino Šiška z že obstoječimi programi in povezovanji predstavlja pomemben gradnik sistematične in trajnostne gradnje ter diverzifikacije občinstva v Ljubljani in širše. Programi za razvoj občinstev so integralen del sodelovanj in koprodukcij med Kinom Šiška ter posameznicami in posamezniki, nevladnimi organizacijami, zavodi in institucijami iz lokalne skupnosti, ljubljanske urbane regije in države. V strateškem načrtu se zavežemo h krepitvi tvornih sodelovanj, ki bodo prispevali k uresničevanju ciljev:

1. S programi kulturno-umetnostne vzgoje zgraditi močno bazo mladega občinstva

V Kinu Šiška in galeriji DobraVaga smo se v zadnjih letih uveljavili kot platforma, ki mladi publiki približuje raznolike vidike urbane kulture, jim ponuja široko paleto možnosti za lastno izražanje, refleksijo umetnosti in družbe ter priložnost za kakovostno preživljanje prostega časa. Tudi v sledečem petletnem obdobju želimo posebno pozornost nameniti spodbujanju ustvarjalnosti in demokratizaciji polja kulture z nadaljnjim izvajanjem že obstoječih kakovostnih programov kulturno-umetnostne vzgoje (Bobri, Špil liga, Šiška Open, Kid's Chypher, zin delavnice, Re:ciklarnica) in njihovo nadgradnjo ter širjenjem. Pri tem se nam zdi nujno negovati že obstoječa partnerstva z različnimi kulturnimi organizacijam in lokalnimi vzgojno-izobraževalnimi zavodi ter ustvarjati nove povezave v okolju, hkrati pa k sodelovanju vedno znova vabiti domače in tuje umetnike in umetnice. Naše poslanstvo povezovanja sodobne urbane kulturno-umetniške produkcije mlajših generacij, nadgrajujemo z diskurzivnim programom za podporo mladih ustvarjalcev, s katerim želimo podpreti mlade, ki si želijo profesionalnega udejstvovanja na področju kulture. Posebno pozornost pa želimo ponovno nameniti mladim med 15. in 20. letom in jih k obisku in participaciji angažirati z vsebinami iz glasbene, plesne in urbane umetnosti.

2. Skupnostni projekti kot temelj aktivne participacije

Kino Šiška bo v naslednjem obdobju pričel z izvajanjem skupnostnih projektov, s katerimi bomo odpirali vrata Kina Šiška producentom in posameznikom, ki delujejo v najširšem polju kulture s ciljem zagotavljanja produkcije podpore ustvarjalnim procesom (naziv pilotnega projekta Komuna za Community) ter s projektom, s katerim si želimo opolnomočenja posameznikov, ki delujejo na polju podpornih dejavnosti oziroma produkcijskih procesov v obliki delavnic oblikovanja zvoka in svetlobe ter produkcije vsebin za potrebe produkcijske enote Kina Šiška TV (več o slednjem v razdelku 2.1.8. Komunikacije). Komuna za community bo nadaljeval zavezo k transparentnosti in odprtim pozivom kulturnim ustvarjalcem za celosten razvoj umetniških projektov, pri čemer bodo prednost dobili projekti s trajnostnim in skupnostnim predznakom. Projekt Odprti za kulturo poleg razvoja podporni dejavnosti določenim produkcijskim procesom v obliki delavnic, predvsem za tehnične ekipe, cilja tudi na opolnomočenje posameznic ter posameznikov, ki bodo usposobljeni za oblikovanje avtorskih vsebin s področja kulture.

3. Kulturni do kulture s podporo - Kulturni evro

Projekt Kulturni evro nadaljuje družbeno odgovorni projekt, namenjen podpori uresničevanja projektov mladih ustvarjalcev na različnih kulturnih področjih. Zaradi že uspešno izvedenih projektov v sklopu Kulturnega evra bomo z vsakoletnim odprtim pozivom mladim ustvarjalcem iz cele Slovenije nadaljevali tudi v prihodnjem obdobju. Kulturni evro je obenem tudi projekt, ki ga finančno podpirajo obiskovalci Kina Šiška, ki so umeščeni na listo gostov oziroma medijskih akreditacij, kar projektu daje še dodaten skupnostni predznak. Omenjeni ob vsakokratnem obisku prispevajo dva evra, ki se stečeta v sklad. Na koncu leta nabrana sredstva plačamo izbranemu avtorju/-ici oziroma kolektivu, ki ga/jo/jih na podlagi prispelih prijave na javno povabilo vsako leto izbere strokovna žirija, v katero je vključen/-a tudi predstavnik/-ca Kina Šiška. Letno je to povprečno 7.000 EUR, zaradi vpliva koronavirusa na obiskovanje dogodkov pa pričakujemo nižje zneske do predvidoma leta 2022.

4. Kulturni turizem

Kino Šiška je bil v preteklih letih aktivno vključen v delovne skupine za kulturni turizem v organizaciji Turizma Ljubljana in v sodelovanju z Oddelkom za kulturo Mestne občine Ljubljana. Svoje aktivnosti in predstavitve je Kino Šiška v preteklih letih pričel strateško predstavljati tudi tujim javnostim: zasnova in distribucija angleškega programskega mesečnika na ključnih vstopnih točkah za turiste ter povezovanje s ponudniki turističnih storitev v Ljubljani, ljubljanski urbani regiji in Sloveniji, ciljno usmerjeno spletno oglaševanje dogodkov, sponzorstva in partnerstva s tujimi mediji. Dejavnosti v sklopu kulturnega turizma bomo usmerili tako lokalno oziroma četrtno kot tudi regionalno ter mednarodno. Lokalno oziroma četrtno bomo s programskimi aktivnostmi in vključevanjem lokalne skupnosti poudarjali dinamičnost in aktualnost programskih vsebin, ki se povezujejo oziroma gradijo Kulturno/Umetniško četrt Šiška. Na mednarodnem nivoju bomo zgodbo Kina Šiška znotraj Kulturne/Umetniške četrti Šiška in Ljubljane predstavljali s strateškimi kampanjami ter preko mednarodno prepoznavnih znamk Kina Šiška (MENT Ljubljana, DobraVaga, CoFestival, Tinta). Še boljše učinke kulturnega turizma pričakujemo z vzpostavitvijo Šiška Hub-a na Trgu prekomorskih brigad ter revitalizacijo trga v skupnostni, javni prostor.

5. (So)delovanje v lokalnem okolju

Tudi v prihodnjem obdobju bo programsko delovanje Kina Šiška temeljilo na (so)delovanju v lokalnem okolju. Z oznako lokalno ciljamo na neposredna sodelovanja z ustanoviteljico Mestno občino Ljubljana, z mestnimi javnimi zavodi, državnimi institucijami, nevladnimi organizacijami in posameznicami ter posamezniki. Pričakujemo povečanje obsega sodelovanja pri umetniških projektih, pri revitalizaciji neposredne okolice in četrtne skupnosti, razvoju novih produktov in integralnih vsebin v skladu s strategijami in cilji partnerjev. Kino Šiška se bo skupaj z blagovnimi znamkami aktivno vključeval v mestne projekte, ki presegajo lokalni značaj, kot v preteklosti pri projektu Zelena prestolnica Evrope, in kar predstavlja dediščina kandidature Ljubljane za EPK 2025. Kino Šiška je pobudnik projekta umetniško-produkcijskega središča Šiška Hub. Z obnovo bivše občinske stavbe na Trgu prekomorskih brigad bodo lahko v nekaj letih

zagotovljeni prostori za kreativce z vseh področij ustvarjanja, za produkcijske pisarne, rezidence, galerije, ateljeje, skupnostne prostore, večnamensko dvorano, multikulturno kuhinjo ... Obstoječe vsebine in uporabniki so jamstvo, da bi obnovljena stavba lahko v tesnem sodelovanju med zdajšnjimi in bodočimi najemniki, mestnimi oblastmi in Kinom Šiška postali vzorčni primer uspešne zgodbe (načina upravljanja, koordinacije vsebin, arhitekturnih rešitev ...), tudi v širšem kontekstu: z nastajajočim Računalniškim muzejem in bližnjo Vodnikovo domačijo. Z urbanističnega vidika in z revitalizacijo Trga prekomorskih brigad in okolice (javni prostor) bi ta del Šiške imel možnost postati dinamična in decentralizirana umetniška skupnost za urbane in napredne kulturne prakse- tudi za lokalno skupnost in mednarodne obiskovalce..

Strateške usmeritve:

- ohraniti prepoznavnost naše že obstoječe ponudbe kakovostnih KUV programov in promocija novih;
- delati kulturo dostopno in privlačno za različne starostne skupine in ciljno dvigovati delež mladih obiskovalcev kulturnih dogodkov;
- razvijanje, spodbujanje in promoviranje ustvarjalnosti in inovativnosti mladih (prostor za učenje in priložnost za nadaljnjo karierno pot na področju kulture);
- z različnimi programi pritegniti starostno skupino mladih med 15. in 20. letom in tako trajnostno graditi občinstvo Kina Šiška;
- skupnostni projekti;
- nadaljevanje družbeno odgovornih projektov;
- aktivna vloga Kina Šiška pri izvajanju aktivnosti kulturnega turizma in povezovanj lokalnega okolja;
- proaktivno sodelovanje in povezovanje s slovenskimi partnerji (koprodukcije, partnerstva z drugimi zavodi, institucijami, nevladnimi organizacijami in posamezniki na lokalnem ter nacionalnem nivoju);
- vključevanje in razvoj vseh segmentov občinstev.

Pričakovani učinki:

- razvoj mlade publike in večje zanimanje za druge programe in dogodke v Kinu Šiška;
- vse več povezav in partnerstev pri programih;
- povečevanje mladega občinstva, ki se aktivno vključuje v različne programe;
- povečanje deleža mladih, ki se zanimajo za poklice na področju kulture;
- povečana prepoznavnost Kina Šiška in njegovih znamk v lokalnem, regionalnem, državnem in mednarodnem prostoru;
- povečana prepoznavnost Kina Šiška in njegovih znamk kot verodostojnega partnerja na lokalnem, regionalnem in nacionalnem nivoju;
- večje število izvedenih skupnostnih projektov;
- povečana prepoznavnost družbene odgovornosti Kina Šiška in njegovih znamk;
- povečana vloga in prepoznavnost Kina Šiška in njegovih znamk znotraj skupnosti;

- povečana prepoznavnost Kulturne četrti Šiška;
- povečana raznolikost kulturnih dogodkov;
- prepoznavnost in odmevnost koprodukcijskih ter partnerskih projektov;
- povečana kakovost obstoječih in razvoj novih projektov.

Kazalci uspešnosti:

- obseg ponudbe kvalitetnih programov KUV;
- število obiskovalcev na programih;
- število sodelovanj z zunanjimi izvajalci, umetniki in drugimi partnerji;
- številčni delež mlade publike Kina Šiška in galerije DobraVaga;
- število realiziranih projektov;
- število realiziranih sodelovanj;
- število tujih obiskovalcev;
- število prodanih vstopnic v tujino;
- število medijskih objav v Sloveniji in tujini.

2.1.8. KOMUNIKACIJE

Kino Šiška je v več kot desetih letih postal uveljavljena mednarodna komunikacijska znamka, ki jo opredeljujejo termini urbano, sodobno, napredno, aktualno in odgovorno. Skupaj z lastnimi programskimi znamkami (MENT Ljubljana, DobraVaga, CoFestival, festival Tinta, Špil liga) in premišljenimi prijemi vizualnega komuniciranja je Kino Šiška svojo pozicijo skozi leta tudi uspešno prilagajal spremenjenemu načinu obnašanja potrošnikov (obiskovalcev). Kriza v klasični medijski produkciji se je v preteklih letih dotaknila tudi sicer še vedno nadpovprečne pojavnosti Kina Šiška v slovenskih in tujih medijih (že v letošnjem letu po nadgrajena tudi celostna grafična podoba). Na to je Kino Šiška uspešno odgovoril s povečano aktivnostjo pri razvoju strategije prisotnosti na družbenih medijih in prilagoditvijo spletne strani javnega zavoda (za novo spletno stran prejel tudi dve nacionalni nagradi Websi in Netko). Razvoj tehnologije in spremenjeni načini konzumiranja informacij pa pred Kino Šiška v prihodnjih letih postavljajo sledeče izzive:

1. Razvoj lastne produkcijske enote Kino Šiška TV

Zaradi pričakovane nadaljnje erozije medijskega prostora in spremenjenih navad potrošnikov se bo Kino Šiška v prihodnjem obdobju v razvoj lastne produkcijske enote Kino Šiška TV z mednarodnim dosegom. Enota, sestavljena iz komunikacijskih akterjev Kina Šiška (vodja odnosov z javnostjo, stalni zunanji sodelavci na področju spletnih komunikacij ter oblikovalec vizualne komunikacije v sodelovanju z zunanjimi sodelavci na področju fotografije in AV produkcije) bo razvila model za vzpostavljanje, produkcijo in distribucijo avtorskih avdiovizualnih vsebin v slovenskem in mednarodnem prostoru. V naslednjih petih letih to pomeni vzpostavitev produkcijskega prostora s primerno obstoječo in novo tehnično opremo, vzpostavitev baze ustvarjalcev vsebin (potencial vidimo v navezovanju na programe kulturno-umetnostne vzgoje, rezidenc, Komuna za Community, v odprtih pozivih k sodelovanju ter v povezovanju z javnimi zavodi in nevladnimi organizacijami, ki v tej smeri že delujejo) in uporaba digitalnih orodij za distribucijo teh vsebin. Razvoj lastne produkcijske enote sovпада s komunikacijskimi cilji vseh področij delovanja Kina Šiška.

2. Komunikacijske prilagoditve in odgovori na trende digitalizacije

Kino Šiška se je na spremenjene produkcijske pogoje ob pojavu in trajanju epidemije odzval s primerno komunikacijsko prilagoditvijo ter tehnološkimi rešitvami. V prihodnjem obdobju nameravamo redno spremljati ter premišljeno uporabljati nove oblike digitalnih rešitev, ki nam bodo omogočale ne le standardno, temveč nadpovprečno izkušnjo za naše obiskovalce iz Slovenije in tujine; od razvoja digitalnega arhivskega vmesnika (statistični in vsebinski pregled delovanja Kina Šiška skupaj s predstavitev nastalih vizualnih materialov), nadgrajene uporabniške izkušnje in dodatnih vsebin pri spletni produkciji in prenosih, postopno preverjanje trendov uporabe umetne inteligence ter navidezni resničnosti pri podajanju vsebin Kina Šiška.

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 znamk, a tudi prodaji. V sodelovanju z umetnicami in umetniki različnih kulturnih polj bomo zasnovali serijo uporabnih izdelkov, znamčenih s prepoznavno podobo Kina Šiška in DobreVage, ki bodo namenjeni prodaji ali darilom. Z nadaljnjimi aktivnostmi spletne prodajalne bomo nadaljevali s prodajnimi aktivnostmi in distribucijskim modelom tako v Sloveniji kot v tujini.

4. Klub Kino Šiška

Kot eno od komunikacijskih sredstev vidimo tudi razvoj nadgrajene aplikacije Kina Šiška, ki bi obiskovalcem omogočala združeno uporabniško izkušnjo z dodatnimi vsebinami ter ugodnostmi. Aplikacija bi uporabniki oziroma uporabniku omogočala prednostni nakup vstopnic s posebnimi ugodnostmi, mu nudila dostop do dodatnih avtorskih avdio in video vsebin, ki bi jih razvijala lastna produkcijska ekipa Kino Šiška TV, mu omogočala lažji prihod na prizorišče (skeniranje mobilnih vstopnic preko postavljenih bralcev na stopnišču), z njo bi lahko neposredno plačeval na prizorišču, prav tako bi uporabniki oziroma uporabniku omogočili dodatne ugodnosti pri nakupu prodajnih/trgovskih produktov.

5. Uporaba komunikacijskih orodij za doseganje ranljivih skupin

Skrb za ranljive skupine, poleg senzorno in gibalno oviranih tudi socialno ogrožene ter starejše člane družbe mora biti v ospredju tudi pri komunikacijskih aktivnostih Kina Šiška. Zaveza zavoda v prihodnjih letih je še dodatno izboljšanje spletnega mesta za senzorno ovirane, taktilnih oznak v stavbi in omogočanje dostopnosti vsebin socialno ogroženim ter starejšim.

Strateške usmeritve (ob že izvajanju dosedanjih):

- povečanje neodvisnosti pri izvajanju komunikacijskih aktivnosti ter kampanj;
- razvoj lastne komunikacijske platforme in uporaba obstoječih ter novih digitalnih rešitev;
- zagotavljanje dostopnosti informacij ter vsebin;
- uvajanje digitalnih rešitev za boljšo uporabniško izkušnjo obiskovalcev;
- izboljšanje dostopnosti vsebin za ranljive skupine;
- razvijanje vsebin tako za slovenske kot mednarodne javnosti.

Pričakovani učinki:

- povečana prisotnost vsebin Kina Šiška in blagovnih znamk na spletu;
- povečana prepoznavnost vsebin Kina Šiška in blagovnih znamk med ciljnimi publikami doma in v tujini;
- povečana prepoznavnost in dostopnost vsebin Kina Šiška pri ranljivih skupinah;
- avdiovizualna platforma Kina Šiška TV kot vzorčni primer dobre prakse pri oblikovanju avtorskih vsebin;
- Kino Šiška kot vzorčni primer dobre prakse pri vpeljavi rešitev in uporabe umetne inteligence ter navidezne resničnosti pri podajanju vsebin Kina Šiška.

Kazalci uspešnosti:

- število uporabnikov nove platforme Kino Šiška TV v Sloveniji in tujini;
- vzpostavitev baze ustvarjalcev vsebin;
- razvoj digitalnega arhivskega vmesnika;
- izboljšana spletna stran za senzorno ovirane;
- večja prepoznavnost Kina Šiška kot digitalno usmerjenega javnega zavoda v Sloveniji in tujini.

2.2. STRATEŠKI CILJ: POSLOVNO-FINANČNE DEJAVNOSTI

Strateške usmeritve:

- zagotavljanje sredstev za izvajanje javne službe (prejeta sredstva iz občinskega in državnega proračuna, evropska sredstva ter prihodki iz prodaje blaga in storitev);
- zagotavljanje lastnih prihodkov (lastna sredstva iz osnovne in sredstva iz dejavnosti, ki niso osnovna, sredstva sponzorjev in donatorjev, tuji viri);
- določevanje izhodišč in kazalcev na katerih temeljijo izračuni in ocene potrebnih sredstev;
- delovanje po zakonskih in drugi pravnih podlagah, ki pojasnjujejo in opredeljujejo delovno področje javnega zavoda s predlaganjem drugačnih normativnih rešitev;
- izvedba ciljev in ukrepov skladnimi z razvojnimi dokumenti Mestne občine Ljubljana in države (*Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2020-2023, ZUJIK ...*) in dosledno upoštevanje javnega interesa na področju kulture oziroma interesa javnosti na področju kulture;
- računovodsko predračunovanje, nadziranje in analiziranje posameznih programskih sklopov in z njimi povezanimi stroškovnimi mesti in splošnih sredstev po dejanski porabi;
- izvajanje postopkov javnega naročanja in evidenčnih postopkov (racionalizacija poslovanja);
- sledenje finančnim zahtevam in spremembam delovne, davčne in avtorske zakonodaje;
- prilagoditev spremembam umetniške in kulturne produkcije v času izrednih razmer.

Ukrepi:

- zagotoviti stabilne finančne pogoje za delovanje in ustvarjanje;
- ohraniti in postopoma zagotoviti več delovnih mest za zaposlene in zunanje sodelavce;
- zagotoviti dovolj finančnih sredstev za materialne in programske stroške, opremo, investicije in vzdrževanje; poslovati pozitivno, navkljub morebitnemu pomanjkanju finančnih in materialnih sredstev;
- dosledno spoštovati roke za oddajo poročil in programov dela;
- pravočasno poročati in se prijavljati na razpise za projekte na nacionalni in mednarodni ravni;
- natančno popisovati osnovna sredstva in verificirati premoženjske bilance;
- obvezna je polletna in letna inventura osnovnih sredstev;
- obvezno je stalno sodelovanje z rednimi zunanjimi servisi, ki opravljajo storitve prodaje vstopnic, varovanja objekta in ljudi; čiščenja, računovodstva, pravnih zadev, gostinstva in tiskanja.

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 pridobljenih javnih in nejavnih sredstev;
- prilagoditev poslovanja v času izrednih razmer;
- višina prihranjenih sredstev na posameznih stroškovnih mestih, 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 2020, 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. Ob tem moramo izpostaviti še rednega honorarnega sodelavca na področju trženja in komunikacije prek družbenih omrežij in celostnega oblikovalca. 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 in evidenčni postopki). Realno gledano, se glede na našo nezmanjšano aktivnost (kompenzacija dogodkov s prisotnostjo občinstva) zmanjšuje le strošek varovanja. Hkrati naraščajo stroški hladnega pogona objekta in izpad prihodkov iz naslova gostinske dejavnosti (najemnina, delitev dobička na javnih dogodkih) in blagajniškega iztržka.

V kadrovskem načrtu oz. v finančnem delu le-tega bomo upoštevali napredovanja zaposlenih, pridobivanje višje izobrazbe na področju formalnega izobraževanja, 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 in redne delovne uspešnosti v skladu z zakonskimi okviri, ki se spreminjajo vsako leto.

Zaradi predvidenih evropskih projektov ter povečanega obsega dela s pridobivanjem lastnih prihodkov bomo po predhodno pridobljenem soglasju ustanoviteljice veljavno sistematizacijo in organigram delovnih mest dopolnili oz. aktivirali še katerega od nezasedenih delovnih mest (npr. umetniški vodja programa in vodja trženja).

2.4. STRATEŠKI CILJI: NAKUP OPREME, 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 2016 smo zamenjali vso osvetlitev skupnih prostorov z LED svetili, zamenjali smo obstoječo razsvetljavo, ki je vključevala varčne-plinske ter neonske svetilke. Leta 2019 smo s pomočjo ustanoviteljice končali s prenovo dvorane Komuna. Poenotili smo barvo stropa, obložili smo stropno zvočno izolacijo s črnim voalom in zgradili zvočnikov. S prenovo je dvorana Komuna končno dobila podobo prave male dvorane. Na strop, na začetku odra, smo namestili dva dodatna zvočnika in s tem dodatno izboljšali zvočno sliko v dvorani. Na južno in zahodno steno smo namestili zvočne panele, na delu, kjer se nahaja gledališka zavesa, smo namestili dodatno gledališko zaveso za boljšo zvočno izolacijo in sliko zvoka v dvorani. V letu 2018 se je končala obnova toplovodnega priključka, ki ga je finančno in projektno pokrila MOL. V letu 2019 smo pridobili sredstva za nakup urbanega pohištva ter ga tudi postavili na dve lokaciji. Ena se nahaja na sami terasi, kjer so bila včasih stojala za kolesa. Drugi del urbanega pohištva se nahaja nasproti Kina Šiška, poleg trgovine Rifuzl. Leta 2017 smo Kino Šiška uspešno priklopili na sistem ARNES-a, ki nam v času korone omogoča odlične prenose koncertov iz Katedrale. Optična povezava je predvidena tudi za »Prekomorce«- Šiška Hub.

V letih od 2021 do leta 2022 bomo z nakupom dodatnih kosov urbanega pohištva zapolnili sprednji del parkirišča (2. faza prenove trga). V letu 2021 bomo za potrebe shranjevanja opreme, ki se jo uporablja redkeje, postavili shranjevalne regale v delu KŠ, ki se nahaja poleg transformatorske postaje. Ker je prostor odprt, oziroma zaprt samo z rešetkami, bomo prostor zaprli in izolirali proti vlagi, da se oprema ne bo uničevala. Predvidoma v letu 2021 bomo elektrificirali službeno kolo. S tem bomo znižali službene potne stroške. Zaradi pod dimenzionirane klimatske naprave v dvorani Komuna, se bo v letih 2021 in 2022 dopolnila klimatizacija v dvorani Komuna z novimi tehnološkimi rešitvami. Na ta način bomo zagotovili hladnejši zrak, varnost pred patogeni, večje udobje naših obiskovalcev v poletnem času in ogrevanje prostora pozimi.

V zadnjih letih smo temeljito prenovili nekatere segmente tehnike, še posebej omenjamo novi zvočni mešalni konzoli leta 2015, lučni konzoli leta 2019, prenovo "pametnih luči" leta 2019 ter nov premični projektor. Največja naložba v letu 2020 je bila Kino Šiška TV, ki se je izkazala kot nujna in zelo uspešna (kamere, snemalnik, ...), potrebno pa jo je še dodatno tehnično razširiti že v letu 2021. V istem letu so na vrsti zaradi dotrajanosti jeklenic nujna popravila lučnih in scenskih vlakov (investicijsko vzdrževanje).

Zdajšnja konfiguracija tehničnega sistema za izvedbo dogodkov je generalno gledano v odličnem stanju in vrhunsko vzdrževana. Nakupi opreme in seznam nujnega investicijskega vzdrževanja bodo v naslednjih letih osredotočeni na sledeča področja:

AVDIO/VIDEO:

Najnужnejša naložba na področju videa predstavlja nakup 3 projektorjev v zgornjem preddverju, ki bodo nadomestili sedanje, montirane pod stropom. Po 11 letih delovanja so popolnoma iztrošeni in nujno potrebni menjave. Isto velja za naš glavni projektor v Katedrali. Nakup predvidevamo v letu 2022.

Naslednji nakup opreme na tem področju je ti. "LED video wall" oz. video zid. Tehnologije za ta nujni koncertni in televizijski standard so v zadnjih letih postale cenovno zelo dostopne. Nakup predvidevamo v letu 2023.

ZVOK:

Monitoring sistem (odrski zvok v Katedrali in Komuni) je na točki, ko je izvedba dogodkov vse bolj okrnjena, kvaliteta storitve pa se slabša, kar redno dokazujejo vsakoletna merjenja zvočnikov. Zamenjavo sistema predvidevamo v letu 2022.

Druga večja naložba na področju zvoka je nakup novih mešalnih konzol za zvok. Sedanji sta v pogonu od leta 2015, kar je za tako občutljive kose opreme doba, ki nujno kliče po zamenjavi. Nakup je predviden v letu 2023.

LUČ:

Nakup novih kosov LED in LASER svetil:

Na področju svetil smo ostali v sodobnejših trendih (še posebej po menjavi pametnih luči z LED modeli), silovit tempo napredka na tem področju pa nas sili, da bomo morali že amortizirane klasične kose opreme zamenjati novimi LED svetili. Hkrati se soočamo z obdobjem, ko je laserska tehnologija stopila v ospredje, kar pomeni, da moramo slediti zahtevam gostujočih produkcij. Nadgradnja svetilnega sistema je predvidena v letu 2023, vključno z novo lučno konzolo.

Na letni ravni je potrebno v skladu s predpisi opraviti blizu dvajset rednih vzdrževalnih del (servisov) 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, kar nam zaradi izpada lastnih sredstev povzroča velike težave, zato ustanoviteljico prosimo za razumevanje. Podrobnejši seznam predvidenih posegov je sicer sestavni del letnega programa dela in finančnega načrta.

Skladnost predloga strateškega načrta 2021-2025 je potrdil MOL – Oddelek za kulturo, v dopisu z dne 3. 2. 2021.

S predlogom strateškega načrta se je na 5. seji dne 25. 2. 2021 seznanil svet zavoda Centra urbane kulture Kino Šiška.

Predlog strateškega načrta je na seji z dne 15. 3. 2021 obravnaval Odbor za kulturo in raziskovalno dejavnost MOL in sprejel sklep o pozitivnem predhodnem mnenju.

Predlog strateškega načrta je na seji dne 29. 3. 2021 obravnaval Mestni svet MOL in sprejel Sklep o pozitivnem predhodnem mnenju.

Strateški načrt je na seji dne 12. 8. 2021 potrdil svet zavoda Centra urbane kulture Kino Šiška.

V Šiški, 12. avgusta 2021

Simon Kardum, *direktor*

