

# D.T3.3.4 - MODEL FINANCIRANJA KULTURNE DEDIŠČINE V LJUBLJANSKI URBANI REGIJI

---

PSG, Franc Gönc s.p.

Verzija 1

5 | 2022

---

## Kazalo vsebine

<b>1. UVOD</b>	<b>12</b>
<b>2. POVZETE KLJUČNIH UGOTOVITEV IZ DRUGIH PROJEKTHNIH IZROČKOV</b> .....	<b>14</b>
<b>3. MOŽNI VIRI PRIDOBIVANJA PRIHODKOV</b> .....	<b>16</b>
<b>3.1. Financiranje programske narave</b> .....	<b>16</b>
<b>3.1.1. Oddajanje infrastrukture</b> .....	<b>16</b>
• Priožnostni dogodki .....	17
• Oddajanje na daljši rok .....	17
<b>3.1.2. Tematski dogodki</b> .....	<b>17</b>
• Kulturno-umetniški tečaji .....	17
• Gledališke predstave .....	17
• Kulturne prireditve .....	17
• Pogovorni dogodki .....	18
• Literarni večeri .....	18
• Tematske razstave .....	18
• Simpoziji .....	18
• »Spoznavanje gledališča« .....	18
• »Filmski večer« .....	18
• »Noč v muzeju« .....	19
• »Dan v življenju znane osebe« .....	19
• »Grajsko življenje« .....	19
• Interpretacija krajevnih običajev .....	19
<b>3.1.3. Drugi dogodki</b> .....	<b>19</b>
1.	20
<b>3.2. Prihodki od prodaje izdelkov</b> .....	<b>20</b>

3.2.1.	Suvenirji .....	20
3.2.2.	Izdelki lastne izdelave .....	20
3.2.3.	Poslovna darila .....	20
3.2.4.	Publikacije in monografije .....	20
2.	21	
3.3.	Turistično-gostinska ponudba .....	21
3.3.1.	Namestitvene kapacitete .....	21
•	Nočitev z obogateno vsebino .....	21
3.3.2.	Gostinska ponudba .....	21
•	Ponudba hrane .....	21
•	Ponudba pijač .....	21
•	Ponudba prigrizkov .....	22
3.4.	Krepitev skupnosti.....	22
3.4.1.	Letne vstopnice .....	22
3.4.2.	Članarine .....	22
3.	22	
3.5.	Finančne donacije .....	22
3.5.1.	Javne donacije .....	23
3.5.2.	Privatne donacije .....	23
3.5.3.	Javno-zasebna partnerstva .....	23
3.5.4.	Dobrodelni prispevki / donacije skozi dogodke .....	24
3.5.5.	Filantropija, prostovoljno delo.....	24
3.5.6.	Nefinančne (materialne) donacije .....	24
3.5.7.	Dobrodelne dražbe .....	24
3.5.8.	Donacije iz naslova dohodnine (1%).....	25

3.6.	Sponsorstva .....	25
3.6.1.	Splošna sponsorstva .....	25
3.6.2.	Sponsorstva programskih vsebin.....	25
3.6.3.	Posamični sponzorski dogodki .....	26
3.7.	Nacionalne in EU finančne sheme .....	26
3.7.1.	Individualni projekti .....	26
3.7.2.	Konzorcijski projekti.....	27
3.8.	Digitalno / online financiranje .....	27
3.8.1.	Crowdfunding.....	27
3.8.2.	Digitalne kampanje (SMS, fb, web) .....	27
3.8.3.	Sponsorstva na spletnih straneh .....	28
3.8.4.	NFT (non-fungible tokens) .....	28
3.8.5.	Uporaba AI tehnologij (umetna inteligenca) / aplikacije VR (virtualna resničnost), AR (obogatena resničnost).....	29
4.	<b>PRIMERI DOBRE PRAKSE .....</b>	<b>30</b>
5.	<b>SPECIFIČNI VIDIKI IN POTENCIALNI RIZIKI .....</b>	<b>41</b>
6.	<b>ZAKLJUČEK</b>	<b>43</b>
4.	<b>Priloga: Matrika financiranja kulturne dediščine v Ljubljanski urbani regiji .....</b>	<b>0</b>

## 1. Uvod

Kulturna dediščina je vrednota v različnih pojavnih oblikah. Je pomemben in nedeljiv del identitete na lokalni, regionalni, nacionalni in evropski ravni, ter kot taka pomemben vidik zagotavljanja kakovosti življenjskega okolja. Je most v prihodnost, skozi svoj medgeneracijski vidik predstavlja vezno tkivo družbe in kulture, ki prispeva k njenemu napredku. Skupaj z naravno dediščino sooblikuje turistično ponudbo in je izrednega pomena za krajevno prepoznavnost. Zgodovinska mesta, etnološki objekti, gradovi, cerkve, muzeji, gledališča in mnogi drugi skozi svoje delo in obstoj ohranjajo ter dokumentirajo predmete in ljudsko izročilo, navade, šege in jih prenašajo na mlajše rodove.

Kulturna dediščina ima pomembno vlogo pri graditvi bolj povezane, mirne in demokratične družbe. Njeno ohranjanje in trajnostna uporaba spodbujata človekov družbeno kulturni razvoj in izboljšujeta kakovost življenja. Celostno ohranjanje kulturne dediščine ni samo dejavnost kulture. Rezultati in učinki njenega ohranjanja vplivajo na uspešnost in učinkovitost drugih sektorjev: izobraževanja, načrtovanja in urejanja prostora, kmetijstva in razvoja podeželja, gospodarstva in še posebej turizma, infrastrukture in prometa, regionalnega razvoja, raziskav ter zdravstva in socialnega varstva. Aktivnosti, usmerjene v ohranjanje kulturne dediščine, prispevajo h kakovostnejšemu bivalnemu okolju, k boljšim možnostim zaposlovanja in življenja posameznikov v bolj povezani skupnosti, k večjemu razumevanju med kulturami in k bolj uravnoteženemu odnosu do prostora in okolja.

Kulturno dediščino predstavljajo torej splošne kulturne dobrine, ki v najširšem smislu pripadajo širši družbi, v praksi pa zanjo skrbijo subjekti kulturne dediščine.

Študija modela financiranja kulturne dediščine v Ljubljanski urbani regiji se ukvarja z vprašanjem možnih in ustreznih načinov za financiranje aktivnosti subjektov kulturne dediščine v Ljubljanski urbani regiji v smislu zagotovitve čim bolj učinkovitih, inovativnih, atraktivnih načinov oz. aktivnosti, ki bi spodbudili širše vključevanje različnih akterjev ter obiskovalcev z namenom ohranjanja vsebin kulturne dediščine ob zadostnem obsegu finančnih in nefinančnih sredstev za njeno dolgoročno ohranjanje, popularizacijo in razvoj.

## 2. Povzetek ključnih ugotovitev iz drugih projektnih izročkov

Subjekti kulturne dediščine so pomemben gradnik družbenega kapitala. Poleg njihove kulturne note jih zaznamuje tudi karakteristika gonila pri spodbujanju gospodarskega razvoja in socialne kohezije. Kulturno dediščino je mogoče uporabiti kot izhodišče vzpostavljanja vozlišč kulturne in ustvarjalne industrije, kot podporo trajnostnemu turizmu, kulturna dediščina lahko pomembno prispeva k pritegovanju talentov ter zagotavljanju ugodnega okolja za ustvarjanje delovnih mest in s tem k povečanju lokalnega zaposlovanja, družbenega vključevanja in kakovosti življenja nasploh ter posledično h krepitvi lokalne in regionalne konkurenčnosti.

Kulturna dediščina je vključena ne le v kulturno politiko, temveč tudi v mnoge druge javne politike in programe na različnih ravneh, ki se dotikajo regionalnega razvoja, kmetijstva, okolja, energetike in podnebnih sprememb, izobraževanja, raziskav in inovacij, kohezije,... Kulturni razvoj se prepleta s splošnim družbenim, ekonomskim in okoljskim razvojem. Na evropskem nivoju je kulturna dediščina prepoznana kot strateška dobrina za trajnostni razvoj.

V Oceni učinkov projektov kulturne dediščine, pripravljene v okviru projekta ForHeritage, je izpostavljeno, da je kulturna dediščina pomembna dobrina, naložbe v katero lahko imajo pozitivno donosnost ter distribucijske učinke, saj poleg primarnega spodbujanja kulturne dejavnosti pomembno prispevajo tudi k spodbujanju turizma. Za krepitev njene javne in zasebne vrednosti, je potrebna uravnotežena kombinacija predpisov in spodbud.

Ohranjanje kulturne dediščine in naložbe vanjo prispevajo k privlačnosti krajev in regij, saj jim daje edinstveno identiteto. S svojimi značilnostmi

pomembno prispeva v procesih ustvarjalnosti in kreiranja novih idej ter rešitev ter inovativnih storitev. Kulturna dediščina prispeva h kakovosti življenja, saj daje okolju značaj in ambient, zaradi katerega postane leto privlačnejše za bivanje, delo in ustvarjanje domicilnih prebivalcev ter obisk turistov. Prav tako igra pomembno vlogo pri spodbujanju izobraževanja in vseživljenjskega učenja, prispeva k izboljššanemu razumevanju zgodovine, spodbuja občutke državljanskega ponosa in pripadnosti ter osebni razvoj. Zagotavlja okvir za sodelovanje in vključevanje, spodbuja povezovanje ter tako prispeva k uresničevanju socialne kohezije.

Ohranjanje vrednosti kulturne dediščine predstavlja ekonomski izziv, v katerem je vidik naložb v infrastrukturo (njeno ohranjanje in obnovo) le del potrebnih skupnih naložb, saj največji del le-teh predstavljajo vlaganja v redno obratovanje in vzdrževanje kulturne dediščine. Iskanje ustreznih načinov za financiranje kulturne dediščine predstavlja izziv. Za odločitev, kateri ukrep oz. kombinacija ukrepov je najprimernejša za financiranje posameznega subjekta oz. programa kulturne dediščine temelji na več dejavnikih, ni univerzalnega odgovora, ampak je za vsak posamičen primer potrebno poiskati ustrezno, optimalno kombinacijo instrumentov, ki je odvisna od vrste subjekta, njegove velikosti, okolja, v katerem je umeščen, lastniško-upravljaljskih odnosov,...



### 3. Možni viri pridobivanja prihodkov

Pri opredelitvi potencialnih virov financiranja kulturne dediščine smo se osredotočili na financiranje dejavnosti subjektov kulturne dediščine. Za izhodiščno predpostavko smo opredelili dejstvo, da odgovornost za osnovni infrastrukturni vidik v osnovi prevzemajo lastniki subjektov kulturne dediščine, ki za to poskrbijo skozi zagotavljanje in kombiniranje finančnih instrumentov, opisanih v študiji Finančni instrumenti in inovativne finančne sheme za kulturno dediščino, pripravljeno v okviru projekta ForHeritage. Le-ta opisuje štiri osnovne skupine finančnih instrumentov: nepovratna sredstva in subvencije, lastniške in dolžniške finančne instrumente, tržne prihodke in nadomestila ter hibridne instrumente v različnih kombinacijah predhodno omenjenih treh skupin.

Za subjekte kulturne dediščine je bil opredeljen nabor načinov pridobivanja prihodkov ter nefinančnih koristi na osnovi konkretnih primerov formatov dogodkov oz. aktivnosti, ki so združene po vsebinskih sklopih glede na skupne značilnosti.

#### 3.1. Financiranje programske narave

##### 3.1.1. Oddajanje infrastrukture

Oddajanje dela infrastrukture subjekta kulturne dediščine v obsegu in na način, ki omogoča koriščenje prostora s strani zunanjih uporabnikov tako, da ne moti izvajanja osnovne dejavnosti.

- **Prižnostni dogodki**

Priložnostno oddajanje razpoložljivih prostorov zunanjim uporabnikom za potrebe izvajanja različnih posamičnih dogodkov oz. aktivnosti, npr. konference ali delavnice z možnostjo dodatne ponudbe (pogostitve), zasebni dogodki, ipd.

- **Oddajanje na daljši rok**

Priložnostno oddajanje razpoložljivih prostorov zunanjim uporabnikom za izvajanje aktivnosti daljšega roka, npr. oddajanje pisarniških prostorov ali co-working prostorov, dalj časa trajajoče razstave drugih organizatorjev, ipd.

### 3.1.2. **Tematski dogodki**

Izvajanja (v lastni organizaciji) tematsko obarvanih dogodkov - glede na vrsto / vsebino / kontekst subjekta.

- **Kulturno-umetniški tečaji**

Izvajanje delavnic na temo kulture, različnih vej umetnosti (npr. likovne, glasbene, gledališke,...)

- **Gledališke predstave**

Izvajanje gledaliških predstav.

- **Kulturne prireditve**

Izvajanje tematsko obarvanih kulturnih prireditev, vezanih na vsebino / fokus posameznega subjekta.

- **Pogovorni dogodki**

Izvajanje tematsko obarvanih pogovorov s strokovnjaki na različne teme, povezane z vsebino / fokusom subjekta oz. glede na aktualna dogajanja v ciljnem okolju (npr. aktualne družbene teme, podnebne spremembe, kulturno-zgodovinskih dogodki,...).

- **Literarni večeri**

Tematska srečanja ob izidu novih knjig, potopisov, pogovori z avtorji ipd..

- **Tematske razstave**

Izvajanje razstav na različne časovno oz. krajevno aktualne tematike.

- **Simpoziji**

Strokovna predavanja o določeni tematiki (npr. zgodovinski, literarni, gledališki,...).

- **»Spoznavanje gledališča«**

Tematska srečanja na teme kot so npr. predstavitev poklicev v gledališču, sprehod skozi zaodrje, delavnice, delavnice za otroke, ipd.

- **»Filmski večer«**

Predvajanje neodvisnih slovenskih filmov oz. filmov, povezanih s tematiko v kontekstu subjekta kulturne dediščine.

- »Noč v muzeju«

Doživljajski tematski dogodki preživljanja noči v muzeju (nočitev ob spremljanju obogatitvene ponudbe skozi igro, pridobivanje novih znanj, zanimive goste,...).

- »Dan v življenju znane osebe«

Doživljajski tematski dogodki prikaza dneva v življenju znane osebe (vezano predvsem na tematske domove znanih osebnost), z namenom zanimive ponazoritve življenja osebe in bolj poučnega pristopa skozi prakso.

- »Grajsko življenje«

Doživljajski tematski dogodki v stilu predstavitve grajskega življenja kot oblike vključevanja občinstva oz. obiskovalcev v samo vsebino - obiskovalec postane del vsebine, ne le njen opazovalec.

- Interpretacija krajevnih običajev

Dogodki za ponazoritev specifičnih običajev, vezanih na določeno krajevno območje.

### 3.1.3. Drugi dogodki

Dogodki po naročilu lastnika subjekta - različne vsebinske možnosti, glede na infrastrukturno razpoložljivost posameznega subjekta.

1.

## **3.2. Prihodki od prodaje izdelkov**

### **3.2.1. Suvenirji**

Prodaja značilnih spominskih izdelkov, vezanih na dejavnost subjekta oz. na krajevne značilnosti.

### **3.2.2. Izdelki lastne izdelave**

Prodaja lastnih izdelkov, vezanih na dejavnost subjekta. Lastni izdelki so lahko rezultat sodelovanja z lokalnim prebivalstvom, npr. upokojenci, ranljive skupine ipd.

### **3.2.3. Poslovna darila**

Prodaja izdelkov kot poslovnih daril, oblikovanih v kontekstu ciljnega sodelovanja z različnimi podjetji, ki s svojo dejavnostjo / izdelki lahko sooblikujejo prodajni program subjekta kulturne dediščine, z namenom njegove promocije in hkratnega pridobivanja prihodkov. V tem primeru gre za dolgoročnejše sodelovanje s podjetji v obojestransko korist.

### **3.2.4. Publikacije in monografije**

Izdajanje tematskih publikacij in monografij, vezanih na dejavnost subjekta / specifično časovno oz. krajevno relevantno temo.

## 2.

### 3.3. Turistično-gostinska ponudba

#### 3.3.1. Namestitvene kapacitete

V kolikor infrastruktura omogoča, umestitev namestitvenih kapacitet in njihovo trženje.

- **Nočitev z obogateno vsebino**

Možnost prenočitvenih namestitev z dodatno vsebinsko ponudbo (dodana vrednost v primerjavi s klasično ponudbo prenočevanja v hotelih).

#### 3.3.2. Gostinska ponudba

- **Ponudba hrane**

Ponudba sveže pripravljene hrane v lokalni restavraciji, v kolikor infrastrukturne možnosti to dopuščajo; po možnosti izbrana ponudba, vezana na lokalno okolje / mogoče tudi tematsko vezano, v kolikor je relevantno glede na vrsto / vsebin / kontekst subjekta (npr. restavracija z značilno ponudbo). Restavracija je lahko v lastnem upravljanju ali pa se prostor za restavracijo oddaja v najem gostinskemu podjetju.

- **Ponudba pijač**

Ponudba pijač iz avtomatov ali kot neposredna prodaja v lokalnem baru / restavraciji, v kolikor infrastrukturne možnosti to dopuščajo. Možno je lastno upravljanje ali oddaja prostorov v najem gostinskemu podjetju.

- **Ponudba prigrizkov**

Ponudba ožjega nabora predhodno pripravljenih ali sproti pripravljenih prigrizkov, z namenom popestritve ponudbe (preko avtomatov ali kot neposredna prodaja). Priprava prigrizkov je lahko povezana s sodelovanjem z lokalnim prebivalstvom (npr. upokojenke).

### 3.4. Krepitev skupnosti

#### 3.4.1. Letne vstopnice

Prodaja letnih vstopnic za ogled / sodelovanje v okviru ponudbe subjekta.

#### 3.4.2. Članarine

Spodbujanje družbeno aktivnega udejstvovanja okolice v obliki društva ali kluba, pri čemer lahko dobro zastavljen program pritegne tudi člane iz širše okolice. Članstvo lahko omogoča tudi določene ugodnosti (pri najemu prostora, popust na lastne izdelke, ipd.).

### 3.

### 3.5. Finančne donacije

*Pojem donacije je definiran v Pravilniku o opredelitvi pridobitne in nepridobitne dejavnosti. Donacija je brezpogojno plačilo oziroma prispevek v denarju ali naravi, ki ga prejme zavod, ustanova, verska skupnost, zbornica, reprezentativni sindikat, od fizične ali pravne osebe, brez obveznosti vračila in se ne nanaša na*

*plačilo za proizvode ali storitve. O donacijah govorimo takrat, ko podjetje podari denarna sredstva določeni organizaciji, brez proti usluge. Organizacija, ki prejme donacijo, nima nobene obveznosti do donatorja. Dogovor o donaciji je lahko opredeljen v pogodbi ali v drugem dokumentu.*

### **3.5.1. Javne donacije**

Pridobivanje finančnih sredstev za izvajanje programov subjekta iz javnih donacijskih virov.

### **3.5.2. Privatne donacije**

Pridobivanje finančnih sredstev za izvajanje programov subjekta skozi privatne donacije (predvsem od podjetij, lahko pa tudi posameznikov).

### **3.5.3. Javno-zasebna partnerstva**

Pridobivanje finančnih sredstev za izvajanje programov subjekta skozi javno-zasebna partnerstva.

*Javno-zasebno partnerstvo je oblika sodelovanja med javnim in zasebnim sektorjem, namen katerega je povečati učinkovitost in kakovost javnih storitev ter omogočiti vsakemu sektorju, da dela, kar najbolje zna. O javno-zasebnem partnerstvu govorimo predvsem v primeru zasebnih vlaganj v javne projekte in/ali v primeru javnega sofinanciranja zasebnih projektov, ki so v javnem interesu v zvezi z izgradnjo, vzdrževanjem in upravljanjem javne infrastrukture, v nekaterih primerih izvajanja gospodarskih in drugih javnih služb ali dejavnosti.*



#### **3.5.4. Dobrodelni prispevki / donacije skozi dogodke**

Pridobivanje donacij za financiranje programov subjekta v okviru dogodkov, ki ji izvaja subjekt (predvsem od fizičnih oseb).

#### **3.5.5. Filantropija, prostovoljno delo**

Združevanje človeških resursov za izvajanje programov v obliki prostovoljnega dela pri izvajanju aktivnosti subjekta.

*Filantropija pomeni humanitarnost ali altruizem , to je občutek (empatija), zaradi katerega posamezniki pomagajo drugim ljudem na nezainteresiran način, je brezpogojna ljubezen, torej brez interesov, brez dobička in ne zahtevajo ničesar v zameno, do človeka.*

#### **3.5.6. Nefinančne (materialne) donacije**

Pridobivanje materialnih sredstev za izvajanje aktivnosti nefinančne narave (npr. osnovna sredstva, razni materiali za izvajanje dejavnosti).

#### **3.5.7. Dobrodelne dražbe**

Zbiranje sredstva na osnovi draženja predmeta značilne vsebine oz. lastništva (npr. predmeti znanih oseb), ki je podarjen in dan na avkcijo z namenom pridobivanja finančnih sredstev v zameno za predmet, po principu najboljšega ponudnika. Predmet dobrodelnih dražb so lahko tudi materialne donacije.

### 3.5.8. Donacije iz naslova dohodnine (1%)

Vsak davčni zavezanec rezident lahko zahteva, da se do 1 % dohodnine, odmerjene po zakonu, ki ureja dohodnino, od dohodkov, ki se všttevajo v letno davčno osnovo, nameni za financiranje upravičencev do donacij, ki so nevladne organizacije, politične stranke, reprezentativni sindikati ter registrirane cerkve in druge verske skupnosti. Oblikovanje članstva ali strateško sodelovanje z lokalnimi podjetji lahko znatno poveča število oseb, ki bodo svoj del dohodnine namenile upravljalcu kulturne dediščine.

## 3.6. Sponzorstva

*Za razliko od donacij gre pri sponzorstvih za plačilo storitev reklamiranja in promocije. Organizacija ali posameznik, ki prejme sponzorska sredstva, običajno izda račun za opravljene storitve promocije in reklamiranja.*

### 3.6.1. Splošna sponzorstva

Pridobivanje sponzorskih sredstev za financiranje različnih vidikov aktivnosti subjekta.

### 3.6.2. Sponzorstva programskih vsebin

Oblikovanje in izvajanje ciljno oblikovanih konkretnih programskih vsebin subjekta (npr. stalne razstave), v navezavi z zunanjimi partnerji, z namenom financiranja izvajanja točno določenih aktivnosti.

### 3.6.3. Posamični sponzorski dogodki

Individualno oblikovani dogodki (posebne ali periodične razstave), vezani na aktivnosti, ki jih neposredno sponzorira zunanji partner.

## 3.7. Nacionalne in EU finančne sheme

Pri pridobivanju financiranja iz naslova nacionalnih in EU finančnih shem lahko povezovanje poteka horizontalno ali vertikalno:

- Horizontalno - povezovanje z istovrstnimi oz. sorodnimi institucijami (npr. gledališča med seboj, muzeji med seboj, knjižnice med seboj ipd.)
- Vertikalno - povezovanje med institucijami, ki niso istovrstne, so pa komplementarne oz. delujejo v istem okolju (geografskem, vsebinskem,...) ter se med seboj dopolnjujejo oz. skoz svoje medsebojno sodelovanje lahko ustvarjajo nove sinergije zase in za okolico, v kateri delujejo (npr. povezovanje občina + kulturna ustanova + izobraževalna institucija + podjetje)

### 3.7.1. Individualni projekti

Pridobivanje financiranja izvajanja aktivnosti subjekta z oblikovanjem individualnih projektov, ki jih subjekt prijavi na različne nacionalne / mednarodne finančne sheme samostojno (kot edini partner)

### 3.7.2. Konzorcijski projekti

Pridobivanje financiranja izvajanja aktivnosti subjekta z oblikovanjem individualnih projektov, ki jih subjekt prijavi na različne nacionalne / mednarodne finančne sheme kot eden izmed partnerjev v okviru večpartnerskih konzorcijev

## 3.8. Digitalno / online financiranje

### 3.8.1. Crowdfunding

Množično zbiranje finančnih sredstev za izvajanje dejavnosti oz. posamičnih vsebinskih projektov subjekta skozi različne platforme za crowdfunding, ob upoštevanju primernosti vrste platforme in modela financiranja glede na obliko / vsebino projekta, ki se sofinancira. Primeri platform množičnega financiranja, posebej primernih za financiranje kulturnih vsebin: Indigogo, Ulule, Crowdculture, Goteo, Derev, Wemakeit, Ulej, Talaka, Spilnokosht (Biggggidea), YguruYogur, StudentBackr.

Vir:

<https://www.culturepartnership.eu/en/article/10-crowdfunding-platforms>

### 3.8.2. Digitalne kampanje (SMS, fb, web)

Zbiranje finančnih sredstev skozi ciljne / tematske kampanje preko digitalnih / mobilnih orodij, z namenom financiranja specifične aktivnosti, primerne za tak način zbiranja.

### 3.8.3. Sponzorstva na spletnih straneh

Ustvarjanje ugodnejših pogojev za izvajanje vsebine subjekta ob koriščenju sponzoriranja v okviru partnerskih spletnih strani.

### 3.8.4. NFT (non-fungible tokens)

Trženje NFT - oblikovanje vsebine NFT glede na dejavnosti subjekta (kjer je primerno) ter trženje le-teh kot sodobnega načina suvenirjev z dodano vrednostjo.

*NFT (nezamenljivi žetoni) so kripto žetoni, s katerimi lahko dokazujemo lastništvo nad edinstvenimi predmeti. Omogočajo nam, da tokeniziramo stvari, kot so umetniška dela, zbirateljski predmeti, celo nepremičnine. Naenkrat imajo lahko samo enega uradnega lastnika in so zavarovani na omrežju Blockchain - nihče ne more spremeniti lastniškega zapisa ali kopirati novega NFT-ja.*

*Za razliko od kriptovalut, kjer je vsak žeton enak, so nezamenljivi žetoni edinstveni in količinsko omejeni.*

*NFT so ključni gradnik nove digitalne ekonomije, ki temelji na tehnologijah veriženja blokov. Številni projekti ponujajo rešitve z NFT -ji skozi različne primere uporabe, kot na primer lastništvo in izmenjava dosežkov/predmetov v virtualnih svetovih in računalniških igrah, digitalno identiteto, licenciranjem, certifikati, glasbena in video industrija in likovna umetnost. NFT omogočajo tudi delno lastništvo*

*predmetov visoke vrednosti. Nekega dne bi lahko lastništvo vašega avtomobila dokazali z NFT.*

Vir: <https://ifeelnft.si/what-is-nft>

### **3.8.5. Uporaba AI tehnologij (umetna inteligenca) / aplikacije VR (virtualna resničnost), AR (obogatena resničnost)**

Obogatitev vsebine oz. predstavitev ponudbe subjekta z vključevanjem sodobnih tehnologij - z uporabo sodobnih digitalnih aplikacij, vključevanjem AI / VR / AR tehnologij (npr. predstavitev razstavljenih vsebin v obliki obogatene resničnosti, ponudba dodatnih informacije v digitalni obliki preko aplikacij, oblikovanje digitalnih iger, vezanih na vsebinsko ponudbo subjekta,...).

## 4. Primeri dobre prakse

### Non-fungible tokens

Vir: <https://ifeelnft.si>,  
<https://www.theverge.com/2021/3/11/22325054/beeple-christies-nft-sale-cost-everydays-69-million>

Slovenska turistična organizacija v sodelovanju z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo predstavlja I feel NFT kolekcijo BIT Milano - Prvo turistično promocijsko kampanjo v Italiji, povezano s tehnologijama NFT in Blockchain.

Na otvoritvi turističnega sejma Bit Milano 2022 se bo Slovenija predstavila z inovativnim projektom I feel NFT ter predstavitvijo nove kolekcije dveh vodilnih turističnih destinacij. Kolekciji, ki sta bili izdani v exkluzivni nakladi 1000 kosov, zajemata serijo NFT kartic z motivi Ljubljane in Bleda.

Postojna NFT: <https://bit.ly/3jz2fc0>

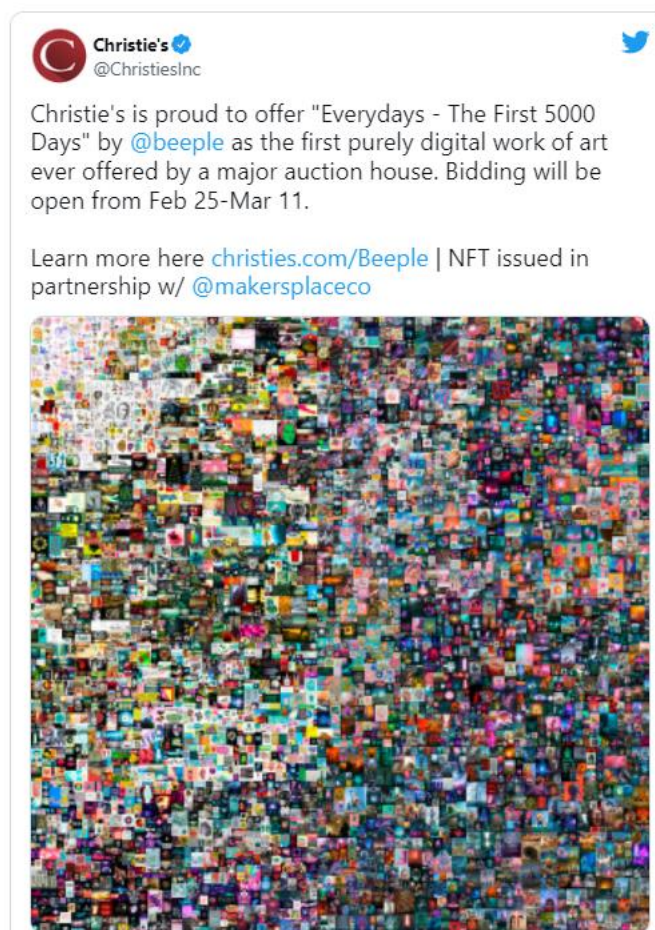







Ljubljana NFT: <https://bit.ly/3KT2Ii8>



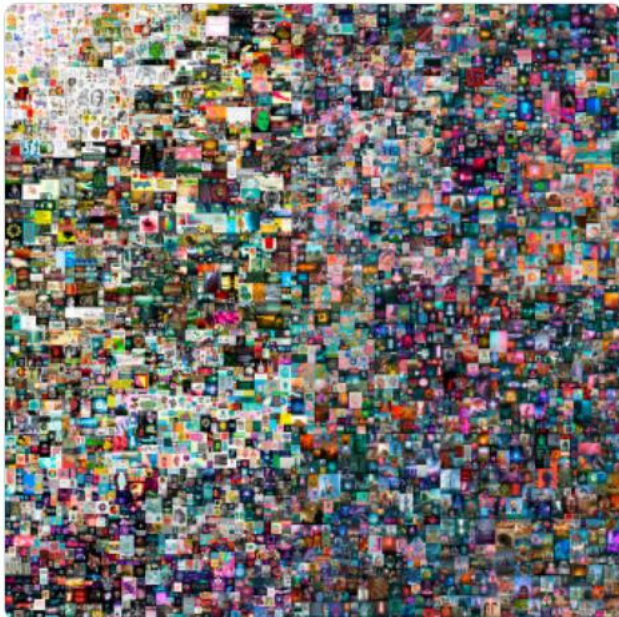
Primer NFT z visoko doseženo vrednostjo:



 **Christie's**   
@ChristiesInc 

Christie's is proud to offer "Everydays - The First 5000 Days" by @beeple as the first purely digital work of art ever offered by a major auction house. Bidding will be open from Feb 25-Mar 11.

Learn more here [christies.com/Beeple](https://christies.com/Beeple) | NFT issued in partnership w/ [@makersplaceco](https://makersplace.co)





## Crowdfunding

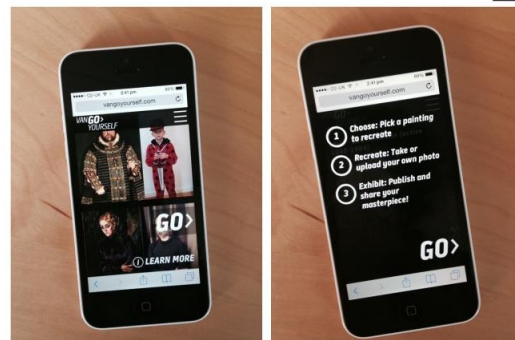
Vir: <https://sl.goteo.org/project/vangoyourself>,  
<https://sl.goteo.org/project/la-poesia-es-mi-manta>

Crowdfunding oz. množično financiranje je lahko smiseln način pridobivanja finančnih sredstev za izvedbo različnih kulturnih projektov, ki sicer ne bi zagledali luči oz. bi bila njihova izvedba okrnjena. Španska platforma Goteo ponuja več primerov izvedbe projektov, ki so svoj vir financiranja našli v združevanju finančnih sredstev množice pripadnikov.

Projekt gledališke predstave La poesía es mi manta:



Projekt poustvarjanja umetnosti VanGoYourself.com:

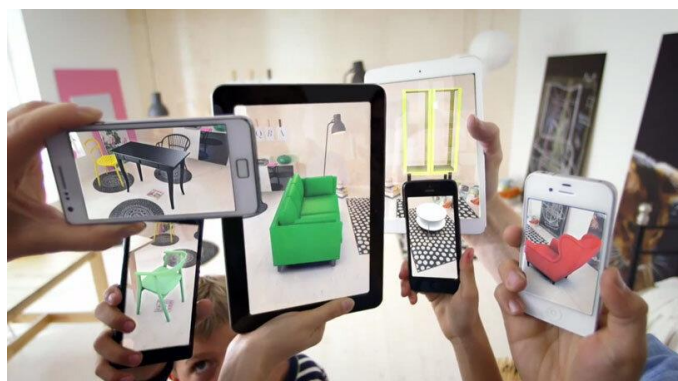


## Uporaba tehnologije umetne inteligence ter VR / AR tehnologij (virtualna resničnost / obogatena resničnost)

Vir: <https://skywell.software/blog/augmented-virtual-reality-to-increase-cultural-awareness/>, <https://rusartmuseum.am/en/event/in-the-virtual-world-of-a-masterpiece/>,  
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frobt.2019.00091/full>,  
<https://amt-lab.org/blog/2020/2/practical-uses-of-ar-in-arts-and-culture>

Ustanove kulturne dediščine kot npr. muzeji, galerije, gradovi, sakralni objekti in mnogi drugi lahko pri klasični predstavitvi vsebin obiskovalcem sicer ponudijo veliko informacij, vendar pa jih veliko še vedno ostane nedostopnih. Z uporabo sodobnih tehnologij kot sta virtualna resničnost in obogatena resničnost je mogoče vsebine predstaviti v različnih predstavnostih, skozi katere je obiskovalcem omogočeno, da o razstavljenih vsebinah pridobi več informacij, omogoča jim komuniciranje z njimi ter celo virtualno umestitev obiskovalcev v okolje predstavljenih vsebin, bodisi kot potovanje skozi čas ali prostor, s čimer je izkušnja uporabnikov pri spoznavanju kulturne dediščine bistveno izboljšana, saj le-to lahko ne zgolj opazujejo, ampak z njo oz. v njej tudi sami sodelujejo.

Primeri rabe virtualne in obogatene resničnosti:







## Tematski dogodki - doživljajski dogodki

Vir: <https://bit.ly/36knOej>, <http://gradfala.si>

Infrastrukturno obsežnejši subjekti kulturne dediščine kot so gradovi imajo dobre možnosti za izvajanje različnih tematskih doživljajskih dogodkov kot so viteške igre, doživetje izkušnje življenja na gradu, izvajanje porok in drugih zasebnih dogodkov...

Viteške igre:



Življenje na gradu:



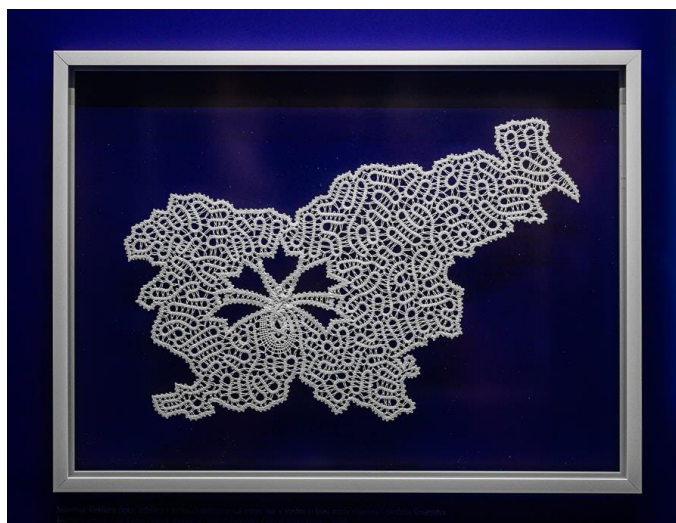


## Suvenirji

Vir: <https://theculturetrip.com/europe/slovenia/articles/8-things-you-can-only-buy-in-slovenia/>, <https://theatre-shop.com/>,  
<https://tamuseum.org.nz/new-museum-merchandise/>,  
<https://www.nytimes.com/2018/03/12/arts/museum-gift-shops-innovation.html>

S suvenirji, ki so tradicionalno uveljavljen način za pridobivanje prihodkov v najrazličnejših vrstah subjektov kulturne dediščine, lahko subjekt predstavi svojo lastno dejavnost oz. vsebino ali znamenitost, ki je značilna za širše geografsko okolje, v katerem je umeščen.

Klasični suvenirji:



Izdelki, povezani z vsebino ponudbe subjekta:





Tematsko povezovanje umetniških del s sodobnimi izdelki:



## 5. Specifični vidiki in potencialni riziki

V okviru predložene študije modela financiranja subjektov kulturne dediščine želimo izpostaviti specifičnost vidika lastniških in upravljaljskih odnosov na nivoju subjektov. Nosilci kulturne dediščine oz. institucije, ki skrbijo zanjo, so običajno javni subjekti na nivoju lokalne skupnosti ali nacionalnem nivoju. Nastopajo primarno v vlogi lastnika in v študiji izhajamo iz predpostavke, da je njihova temeljna skrb in odgovornost usmerjena v zagotovitev ustreznih infrastrukturnih pogojev, ki so osnova za delovanje subjekta kulturne dediščine.

Na drugi strani pa je vsebinski vidik ohranjanja in predstavljanja kulturne dediščine, ki predstavlja srž dejavnosti subjektov kulturne dediščine oz. njen programski del. Pri identifikaciji potencialnih načinov oz. virov za financiranje subjektov kulturne dediščine smo se usmerili predvsem na ta del.

V praksi je pogled na subjekte kulturne dediščine možno ločiti ne le iz vidika vsebinske opredelitve (na eni strani infrastruktura, na drugi strani njena vsebina), temveč tudi iz vidika operativnega nosilca obeh vidikov. Če je za infrastrukturni del nekako samoumevno zadolžen nosilec oz. lastnik subjekta kulturne dediščine (ki je običajno javni), pa lahko izvajanje programskega dela lastnik bodisi obdrži v svojih rokah, bodisi ga prenese na drug subjekt - podizvajalca (podjetje, društvo, zavod,...). V tem primeru je ključnega pomena, na kakšen način oba vključena medsebojno uredita lastniško-upravljaljske odnose, torej, na kakšen način razmejita odgovornosti za izvajanje posameznih aktivnosti, zagotavljanje finančnih virov zanje ter nenazadnje medsebojno delitev pridobljenih finančnih sredstev. Modelov za navedeno je več, vključno z javno-zasebnim partnerstvom, podizvajalskimi pogodbami, najemnimi pogodbami ipd..

Različni razpoložljivi modeli omogočajo razmejitev odgovornosti in financiranja med obema na način, ki je najbolj ustrezen glede na specifiko posameznega primera (izhajajoč iz vrste oz. narave subjekta kulturne dediščine, vsebinskih oz. programskih možnosti, velikosti subjekta, ciljne publike, geografske širine vpetosti subjekta in drugih dejavnikov).

Za odločitev, kateri način upravljanja programskega dela posameznega subjekta kulturne dediščine je vsekakor potrebna individualna študija primera, ki lahko da končni odgovor glede ustreznosti ureditve lastniško-upravljaljskih odnosov skozi analizo posamičnega konkretnega primera, z upoštevanjem vseh ključnih dejavnikov. Univerzalnih odgovorov oz. rešitev pri sprejemanju tovrstnih odločitev ni, so le priporočila, ki pa jih za sprejem končne odločitve mora podpreti podrobnejša analiza.

## 6. Zaključek

Tako kot je pester nabor različnih vidikov kulturne dediščine ter posledično subjektov, ki z njo upravljajo, je zelo raznovrsten in bogat tudi nabor različnih možnosti za financiranje subjektov kulturne dediščine.

Vsebinske aktivnosti, ki odražajo naravo, dejavnost oz. značilnosti posameznega subjekta kulturne dediščine, so primarni vidik, po katerem je potrebno presojati o ustreznosti posameznega načina pridobivanja sredstev za delovanje subjekta. Naslednji pomemben vidik predstavlja krajevna umeščenost subjekta, saj se možnosti in priložnosti lahko precej razlikujejo, če gre za subjekt, umeščen v gosto poseljenem urbanem okolju oz. če gre za subjekt, ki deluje v ruralnem okolju. Nezanemarljiv dejavnik pri presojanju predstavlja prav tako velikost subjekta ter njegove izhodiščne infrastrukturne zmogljivosti, ki predstavljajo prostorski okvir ter posledično vsebinski okvir za realizacijo različnih od navedenih možnosti izvajanja aktivnosti in iz njih izhajajočih priložnosti financiranja. Nenazadnje pa je pomemben faktor tudi usmerjenost lastnika oz. nosilca subjekta kulturne dediščine oz. njegova dovzetnost za uvajanje različnih konvencionalnih in nekonvencionalnih metod delovanja, ki so izhodišče za potencialne nove oz. dodatne viri prihodkov.

Odločitev o vpeljavi posameznega predstavljenega načina ali kombinacije več identificiranih potencialnih načinov financiranja subjektov kulturne dediščine je prepuščena odločitvi ključnih deležnikov v vsakem od posameznih ciljnih primerov. Vsi predstavljeni načini predstavljajo možne smernice oz. nabor potencialnih ukrepov, ki jih je možno aplicirati, ki pa niso univerzalno uporabni in absolutno prenosljivi v vsa okolja oz. v vse subjekte kulturne dediščine. Pri presoji o vključitvi posameznih načinov v model financiranja posameznega subjekta kulturne dediščine je nujno potrebno upoštevati specifikke, ki zaznamujejo vsak konkretni primer.



<b>Prihodki od prodaje</b>														
Suvenirji	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Izdelki lastne izdelave		o	o		x	x	x	x	x	x	x			x
Poslovna darila v sodelovanju s podjetji		o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Publikacije	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>Turistično-gostinska ponudba</b>														
namestitvene kapacitete		o	o			x								x
nočitev z obogateno vsebino		o	o		x	x								x
gostinska ponudba														
ponudba prigrizkov	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
ponudba pijač	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
ponudba hrane (npr. restavracija z značilno ponudbo)		o	o	x		x	x	x					x	x
<b>Krepitev skupnosti</b>														
Letne vstopnice za dogodke, razstave,...	o	o	o		x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Članstvo (posamično, skupinsko, mrežno)	o	o	o		x	x	x	x	x	x	x	x	x	
<b>Donacije</b>														
Javne	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Privatne	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Javno-zasebna partnerstva	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Dobrodelni prispevki / donacije skozi dogodke	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Filantropija, prostovoljno delo	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Nefinančne (materialne) donacije	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Dobrodelne avkcije	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Donacije iz naslova davkov - dohodnine (1%)	o	o	o		x	x	x	x	x	x	x	x	x	

<b>Sponsorstva</b>														
	Splošna sponzorstva	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Programske vsebine	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Posamični sponzorski dogodki	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>EU in nacionalne finančne sheme sofinanciranja dejavnosti in razvoja skozi projekte</b>														
	Individualni projekti	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Konzorcijski projekti													
	horizontalno povezovanje z istovrstnimi / sorodnimi institucijami - doma / mednarodno	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	vertikalno povezovanje s komplementarnim institucijami - doma / mednarodno	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>Digitalno / online financiranje</b>														
	Crowdfunding	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Digitalne kampanje (SMS, Fb, web)	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Sponzorstva na spletnih straneh	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	NFT - non-fungible tokens	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	AI (umetna inteligenca) / aplikacije VR (virtualna resničnost), AR (obogatena resničnost)	o	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

