



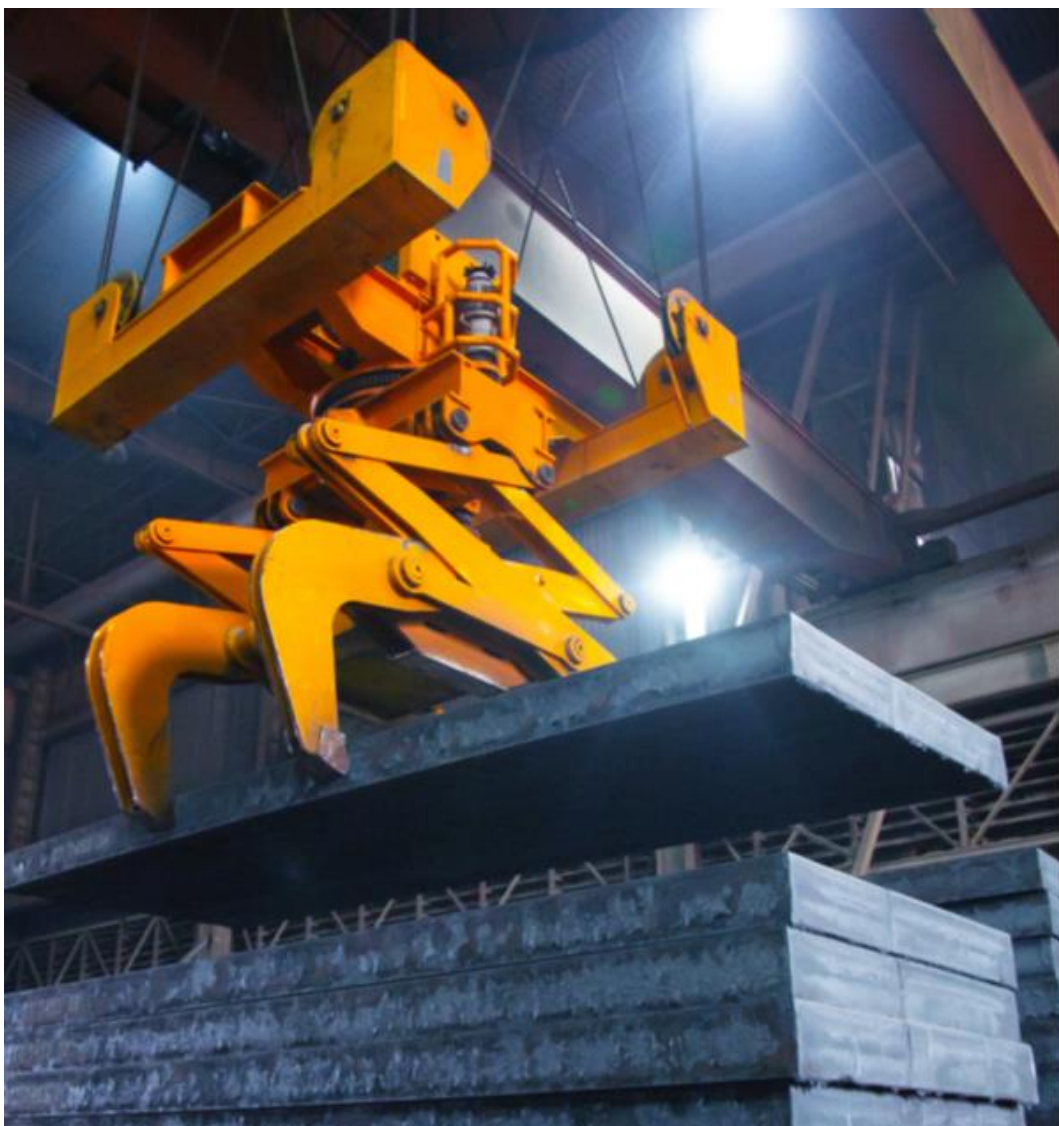
Past - Present - Future



STRATEGIJA NOVE INDUSTRIJSKE KULTURE NA GORENJSKEM



Poslovno podporni center Kranj
Regionalna razvojna agencija Gorenjske



Naročnik: BSC, poslovno podporni center, d.o.o., Kranj
Cesta Staneta Žagarja 37, 4000 Kranj

Predmet naročila: Strategija nove industrijske kulture na Gorenjskem

Izvajalec: PROVOBIS d.o.o.,
Cesta Maršala Tita 1, 4270 Jesenice
mag. Darja Radič

Kranj, januar 2019

VSEBINA

1.	Povzetek	5
2.	Uvod	7
2.1.	Osnovna ideja in koncept "nove industrijske kulture"	7
2.2.	Glavni namen in cilji priprave strategije	9
2.3.	Pristop k pripravi strategije	10
3.	Kratek opis stanja na področju industrijske kulture na Gorenjskem	11
3.1.	Kratka analiza stanja na področju industrijske kulture na Gorenjskem	11
3.2.	Kratek pregled izvedenih aktivnosti projekta InduCult 2.0	13
3.3.	Glavne ugotovitve	24
4.	Poslanstvo, vizija, cilji	26
4.1.	Poslanstvo	26
4.2.	Vizija	26
4.3.	Strateški cilji	27
5.	Razvojni model – Strateški načrt	29
5.1.	Upravljanje oz. management razvoja nove industrijske kulture	30
5.1.1.	Model upravljanja – organizacijska struktura	31
5.1.2.	Skupna promocija nove industrijske kulture	34
5.1.3.	Ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje	34
5.1.4.	Faznost vzpostavljanja modela upravljanja nove industrijske kulture na	36
5.2.	Vsebinska prioritetna področja delovanja	36
5.2.1.	Spodbujanje regijske identitete z industrijsko kulturo	37
5.2.2.	Industrijska kultura kot priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in	39
	krepitev kompetenc in znanja za delo v sodobni industriji	39
5.2.3.	Povezovanje kreativnih posameznikov s podjetji v povezavi z industrijsko	40
	tradicijo	40
6.	Akcijski načrt	43
6.1.	Preglednice ukrepov, projektov in aktivnosti	43
6.2.	Okvirni terminski načrt	47
6.3.	Okvirna višina sredstev za izvedbo načrtovanih projektov in aktivnosti	49
7.	Zaključek	50
8.	Literatura in viri	51

Kazalo Slik in Tabel

Slika 1: Koncept nove industrijske kulture	9
Slika 2: Prikaz glavnih industrijskih panog na Gorenjskem v drugi polovici 20. stoletja.....	12
Slika 3: Akcijski načrti projekta InduCult 2.0 s šestimi prioritetnimi razvojnimi področji.....	15
Slika 4: Izkaznica Akcijskega načrta: Spodbujanje regionalne identitete.....	15
Slika 5: Obležje čevlarske industrije v Tržiču Slika 6: Odtisi čevljev v Tržiču.....	17
Slika 7: Promocijski letak dogodka »Festival dveh mest« na Šušarski nedelji v Tržiču	17
Slika 8: Idejna zasnova ureditve opuščenih industrijskih prostorov nekdanje tekstilne tovarne BPT Tržič za turistične namene	18
Slika 9: Razstava predpasnikov kot ideje za turistični spominek v Tržiškem muzeju	19
Slika 10: Izkaznica Akcijskega načrta: Industrijska kultura kot priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in krepitev povezav med podjetji.....	19
Slika 11: Vrtiljak poklicev v ŠC Kranj, 18. 10. 2018	21
Slika 12: Izkaznica Akcijskega načrta: Izboljšanje kreativnosti in inovativnosti v industriji in njeni tradiciji.....	22
Slika 13: Kreativno središče z razstavnim prostorom Kreativnice v Škofji Loki.....	23
Slika 14: Model razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem	30
Slika 15: Model upravljanja nove industrijske kulture na Gorenjskem	33
 Tabela 1: Okvirna višina sredstev za izvedbo načrtovanih projektov in aktivnosti	 49

1. Povzetek

Strategija razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem predstavlja temeljni strateški dokument s katerim Gorenjska regija želi povezati prizadevanja ter aktivnosti posameznih subjektov za usklajen in trajnosten pristop k razvoju nove industrijske kulture na Gorenjskem. Oživitev in razvoj industrijske kulture ni pomembno le za ohranjanje bogate industrijske dediščine regije, temveč jo je potrebno razumeti kot razvojno priložnost, ki jo ponuja povezovanje bogate industrijske tradicije in znanja s sodobnih gospodarstvom in kreativnimi industrijami za razvoj novih inovativnih proizvodov, turističnih doživetij, socialno vključenost ljudi, nova delovna mesta ter izboljšanje kakovosti življenja ljudi. Nova industrijska kultura poleg tega predstavlja edinstveni identifikacijski element in značilnost regijske identitete, na katerem Gorenjska lahko zgradi svojo prepoznavnost v svetu.

Analiza stanja na področju industrijske kulture na Gorenjskem je pokazala, da industrijska dediščina in kultura še ni prepoznana kot razvojna priložnost. Z izjemo nekaterih posameznih deležnikov (predvsem muzejev, tehniških šol in podjetij), ki se trudijo oživiti industrijsko kulturo, v regiji ni večjih povezanih aktivnosti, ki bi prinesle hitrejše in predvsem bolj vidne dosežke v javnosti. Zato je tudi osveščenost širše javnosti o pomenu industrijske kulture še zelo šibka.

Prvi projekt, ki je na sistematičen način v sodelovanju s partnerji iz srednje Evrope pristopil k iskanju optimalnih poti za oživitev in razvoj nove industrijske kulture na Gorenjskem, je projekt InduCult2.0¹. V njegovem okviru je bilo v sodelovanju z zainteresiranimi deležniki v regiji izvedenih nekaj uspešnih pilotnih aktivnosti in projektov, s katerimi so udeleženci želeli predvsem pokazati, na kakšne načine je možno pristopiti k razvoju in krepitvi nove industrijske kulture v regiji. Sodelovanje s partnerji iz drugih srednjeevropskih držav pri iskanju skupnih rešitev ter izmenjavi izkušenj in primerov dobrih praks je prispevalo k novim spoznanjem o tem, katere rešitve, projekti in aktivnosti so najbolj učinkoviti. Te aktivnosti in projekti predstavljajo tudi glavno izhodišče za pripravo Strategije razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem.

Strategija opredeljuje poslanstvo, vizijo in glavne strateške cilje, pri čemer kot temeljni strateški cilj določa spodbujanje in povečevanje vrednosti nove industrijske kulture na Gorenjskem kot priložnosti za regionalni razvoj in njeno promocijo kot edinstvenega identifikacijskega elementa in značilnosti regionalne identitete, po katerem se bo Gorenjska razlikovala od drugih regij in bo prepoznavna v svetu.

¹ Projekt InduCult2.0 je projekt partnerjev srednje Evrope, ki se izvaja v okviru Interreg programa Srednja Evropa od leta 2017. Partner projekta v Sloveniji je BSC d.o.o. Kranj. Opis projekta je dostopen na spletni strani: <https://www.interreg-central.eu>

Razvojni model oz. strateški načrt zajema dva stebra delovanja, v okviru katerih so opredeljeni glavni projekti in aktivnosti, s katerimi bomo uresničili glavne strateške cilje. V okviru prvega stebra – Upravljanje oz. management razvoja nove industrijske kulture se vzpostavlja model upravljanja, ki predstavlja organizacijsko podlago za doseganje skupaj zastavljenih strateških ciljev in ki bo zagotavljal učinkovito upravljanje ter izvajanje skupnih nalog in aktivnosti, za katere je smiselno in racionalno, da se izvajajo skupaj za vse sodelujoče partnerje na regionalni ravni. Med njimi sta posebej izpostavljeni skupna promocija in ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje kreativnih proizvodov, povezanih z industrijsko tradicijo. Vlogo regijskega managerja in koordinatorja razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem po strategiji prevzema Razvojna agencija BSC d.o.o. Kranj, ki ima za opravljanje te funkcije znanje in tudi izkušnje z vodenjem projekta InduCult2.0.

Drugi steber razvojnega modela tvorijo tri vsebinska prioriteta področja delovanja in sicer: krepitev regionalne identitete z razvojem nove industrijske kulture, spodbujanje zaposlovanja mladih v industriji in krepitev kompetenc za delo v industrijskih podjetjih ter spodbujanje povezovanja kreativnih posameznikov s podjetji in oživljanje tradicionalnih znanj in spretnosti.

Strategija opredeljuje konkretne projekte in aktivnosti, ki bodo izvedeni v obdobju petih let do leta 2023. Projekti in aktivnosti imajo podporo in zagotovljen interes za sodelovanje ključnih deležnikov s področja industrijske kulture in sicer: gorenjskih muzejev, tehniških šol, nekaterih industrijskih podjetij, lokalnih skupnosti in lokalnih turističnih organizacij. Za izvedbo načrtovanih projektov in aktivnosti je v strategiji predvidenih 1.758.500 EUR. 30% sredstev za izvedbo je že zagotovljenih. Preostalih 70% sredstev pa je potrebno zagotoviti iz domačih razvojnih sredstev in razvojnih sredstev programov EU. Pomembno vlogo pri pridobivanju razvojnih sredstev ima regijski manager in koordinator razvoja nove industrijske kulture, BSC d.o.o. Kranj. Uspeh pa je odvisen tudi od pripravljenosti lokalnih skupnosti in industrijskih podjetij, ki z aktivno udeležbo in tudi sofinanciranjem dogovorjenih projektov in aktivnosti lahko pomembno prispevajo k doseganju glavnih ciljev v čim krajšem času.

2. Uvod

2.1. Osnovna ideja in koncept “nove industrijske kulture”

Industrijska dediščina je v dveh stoletjih radikalno preoblikovala človekov življenjski prostor in okolje, zaznamovala pa ga je tudi družbeno in socialno. Industrializacija, ki se je najprej odrazila v spremembi proizvodnih procesov od obrtniškega načina v proizvodnjo »velikega obsega« in s tem v izgradnji novih industrijskih objektov, se je hitro začela odražati tudi v vseh ostalih segmentih življenja. Ob industrijskih območjih so nastajala nova stanovanjska naselja in drugi objekti, ki so jih potrebovali za industrijsko proizvodnjo (npr. elektrarne, ipd.). Intenzivna gradnja je spremenila arhitekturno in urbanistično podobo industrijskih regij². Z njo pa se je na teh območjih začela razvijati tudi posebna kultura – **industrijska kultura**, kot sistem znanja, običajev, vrednot, odnosov in prepričanj, ki so jih delili ljudje industrijskih območij.

Ob zatonu industrijske dobe konec 20. stoletja ostaja bogata industrijska dediščina, ki tvori del kulturne dediščine industrijskih držav in regij. Kljub večjim ali manjšim prizadevanjem za njeno ohranitev, danes še precej velikih industrijskih objektov neusmiljeno čaka na rušenje. Na njihovem mestu pa rastejo nove moderne stavbe in počasi brišejo sledi industrijske dediščine, pomembnega temelja sodobnega človeškega znanja, razvoja in uspeha in tudi pomembnega elementa identitete mest in regij. Vzporedno se izgubljajo oz. spreminjajo tudi znanja, običaji, vrednote, odnosi in prepričanja, ki so sooblikovala industrijsko kulturo. To velja tudi za Gorenjsko, ki ima bogato industrijsko dediščino, vendar je danes bolj ali manj, z redkimi izjemami in s prizadevanjem nekaterih lokalnih skupnosti in podjetij in predvsem muzejev za njeno ohranjanje, prepuščena sama sebi in zobu časa.

V Evropi so se »ljudje začeli zavedati, da je danes tovarna iz devetnajstega stoletja večja redkost kot srednjeveška cerkev« (P. Nijhof, Industriële monumenten, 1989³). Zato v več industrijskih regijah Evrope pa tudi drugod po svetu iščejo rešitve, kako ohraniti industrijsko dediščino za prihodnje rodove, jo povezati s sodobnimi tehnologijami in gospodarstvom ter vključiti v sodobno življenje prebivalcev in s tem ohraniti ne le materialno industrijsko dediščino, temveč tudi njen nematerialni del (znanja, običaji, vrednote, pionirski duh, itd.) kot pomemben del industrijske kulture.

² Povzeto po: Ifko S. Industrial Architectural Heritage – re-evaluating research parameters for more authentic preservation approaches. Journal of Architectural and Town-planning Theory; Volume XLVIII, 2014; dostopno na: <https://translate.google.com/#view=home&op=translate&sl=en&tl=sl&text=retrieved>

³ Povzeto po prezentaciji dr. Sonje Ifko, UL, Fakulteta za arhitekturo, Industrijska dediščina/kultura kot priložnost - primeri dobrih praks. Delavnica v okviru projekta Inducult2.0, Škofja Loka, 4.1.2018.

S temi vprašanji se danes ukvarja tudi vrsta mednarodnih institucij⁴. S ciljem ohranjanja in promocije evropske bogate industrijske dediščine je bila v letu 1999 oblikovana Evropska pot industrijske kulturne dediščine (ERIH)⁵, ki povezuje industrijsko dediščino Evrope in preko spletne informacijske platforme prispeva k njenemu vključevanju v turistično ponudbo mest in regij. Posamezne regije v Evropi so v povezavi s kreativno industrijo že izvedle uspešne projekte »transformacije industrijskih območij« v atraktivne in inovativne prostore, kot so muzeji, razstavni prostori, prostori za izobraževanja in usposabljanja, prostori za umetnost, knjižnice, konferenčni centri hoteli, filmske lokacije, restavracije, prostori za različne dogodke in kombinacije le teh. S tem so prispevali ne le k ohranitvi industrijske dediščine, temveč z njeno povezavo s potrebami sodobnega gospodarstva in družbe ter z uporabo kreativnih rešitev prispevali k ustvarjanju **nove industrijske kulture** teh območij, ki predstavljajo pomemben element njihove identitete in značilnosti, po kateri se posamezne regije v globaliziranem svetu razlikujejo od drugih. Tudi na Gorenjskem so bili na tem področju narejeni prvi koraki in sicer z izvedbo projekta InduCult2.0⁶, v okviru katerega so bile izvedene prve pilotne aktivnosti kot možni primeri in podlage za razvoj nove industrijske kulture.

Z razvojem nove industrijske kulture kot krovnega cilja te strategije tudi na Gorenjskem želimo:

- prispevati k ohranjanju bogate materialne in nematerialne industrijske dediščine,
- ji s pomočjo predvsem kreativnih industrij dati nove vsebine za uporabo v skladu s potrebami sodobnega gospodarstva in družbe ter
- s tem ustvariti novo industrijsko kulturo, kot edinstveni identifikacijski element, po katerem se bo Gorenjska razlikovala od drugih in bo prepoznavna v širši mednarodni skupnosti.

Osnovni koncept razvoja industrijske kulture na Gorenjskem je predstavljen v Sliki 1.

⁴ Npr. UNESCO, The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage, ki ima združenje tudi v Sloveniji.

⁵ <https://www.erih.net/>

⁶ Opis projekta je dostopen na spletni strani: <https://www.interreg-central.eu>

Slika 1: Koncept nove industrijske kulture



Vir: Lasten; Slike: dokumentacija projekta InduCult2.0

2.2. Glavni namen in cilji priprave strategije

Priprava Strategije razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem predstavlja prvi korak in temeljno podlago za sistematičen in usklajen pristop k razvoju nove industrijske kulture v regiji.

Glavni namen je oblikovati skupno vizijo in strateške cilje razvoja nove industrijske kulture vseh zainteresiranih partnerjev v regiji in s tem zagotoviti podlago za usklajen pristop k načrtovanju in izvedbi projektov in aktivnosti, ki bodo prinesli najboljši možen rezultat in zagotovil optimalno izkoriščenje omejenih človeških, finančnih in ostalih virov.

Cilj priprave strategije je torej predvsem povezati deležnike javnega in zasebnega sektorja ter nevladnih organizacij, ki so ali želijo biti povezani z razvojem nove industrijske kulture na Gorenjskem, za skupen, usklajen in trajnosten pristop ter izvedbo projektov in aktivnosti na področju razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem.

Strategija nove industrijske kulture na Gorenjskem bo služila tudi kot podlaga za vidnejšo uvrstitev te teme v temeljne razvojne strateške dokumente na nacionalni, regionalni in lokalni

ravni kot so Strategija pametne specializacije, OP za regionalni razvoj, Regionalni razvojni program za Gorenjsko, občinski razvojni programi, ipd.

2.3. Pristop k pripravi strategije

Temeljno izhodišče za pripravo Strategije nove industrijske kulture na Gorenjskem predstavljajo ugotovitve in dosežki projekta InduCult2.0, ki so podrobneje predstavljeni v točki 3.2 tega dokumenta.

Strategija povezuje dosežke in spoznanja tega projekta z ambicijami in interesi ključnih zainteresiranih deležnikov za razvoj industrijske kulture na Gorenjskem. Izhaja iz glavnih ugotovitev in izkušenj z izvedbo pilotnih in drugih aktivnosti v okviru projekta. Na tej podlagi opredeljuje glavne strateške cilje in prioriteta področja aktivnosti za to strateško obdobje.

Glavno metodološko orodje za pripravo strategije, določitev temeljnih strateških ciljev in prioriteta področij aktivnosti so bile delavnice s ključnimi deležniki s področja industrijske kulture in dediščine na Gorenjskem (muzeji, izobraževalne institucije, industrijska podjetja, kreativni posamezniki, lokalne skupnosti, lokalne turistične organizacije) ter metoda analize in sinteze ugotovitev delavnic in izvedenih aktivnosti v okviru projekta InduCult2.0. Poleg tega je bila z namenom identifikacije stanja, ovir in priložnosti za razvoj industrijske kulture na Gorenjskem kot razvojne priložnosti regije izvedena spletna anketa med ključnimi deležniki v regiji. Pomemben vir za pripravo strategije predstavljajo tudi izmenjave izkušenj in primerov dobrih praks na delavnicah in sestankih s partnerji projekta InduCult2.0 iz držav srednje Evrope.

3. Kratek opis stanja na področju industrijske kulture na Gorenjskem

V tem poglavju odgovarjamo na vprašanja: kje smo in kaj imamo na področju industrijske kulture na Gorenjskem, kateri projekti in aktivnosti so bili izvedeni v okviru projekta InduCult2.0 s poudarkom na prikazu uspešnih pristopov k razvoju nove industrijske kulture, zaznanih ovir in izkušenj, pridobljenih z izmenjavo primerov dobrih praks med partnerji projekta.

3.1. Kratka analiza stanja na področju industrijske kulture na Gorenjskem

Kje smo in kaj imamo na področju industrijske kulture na Gorenjskem?

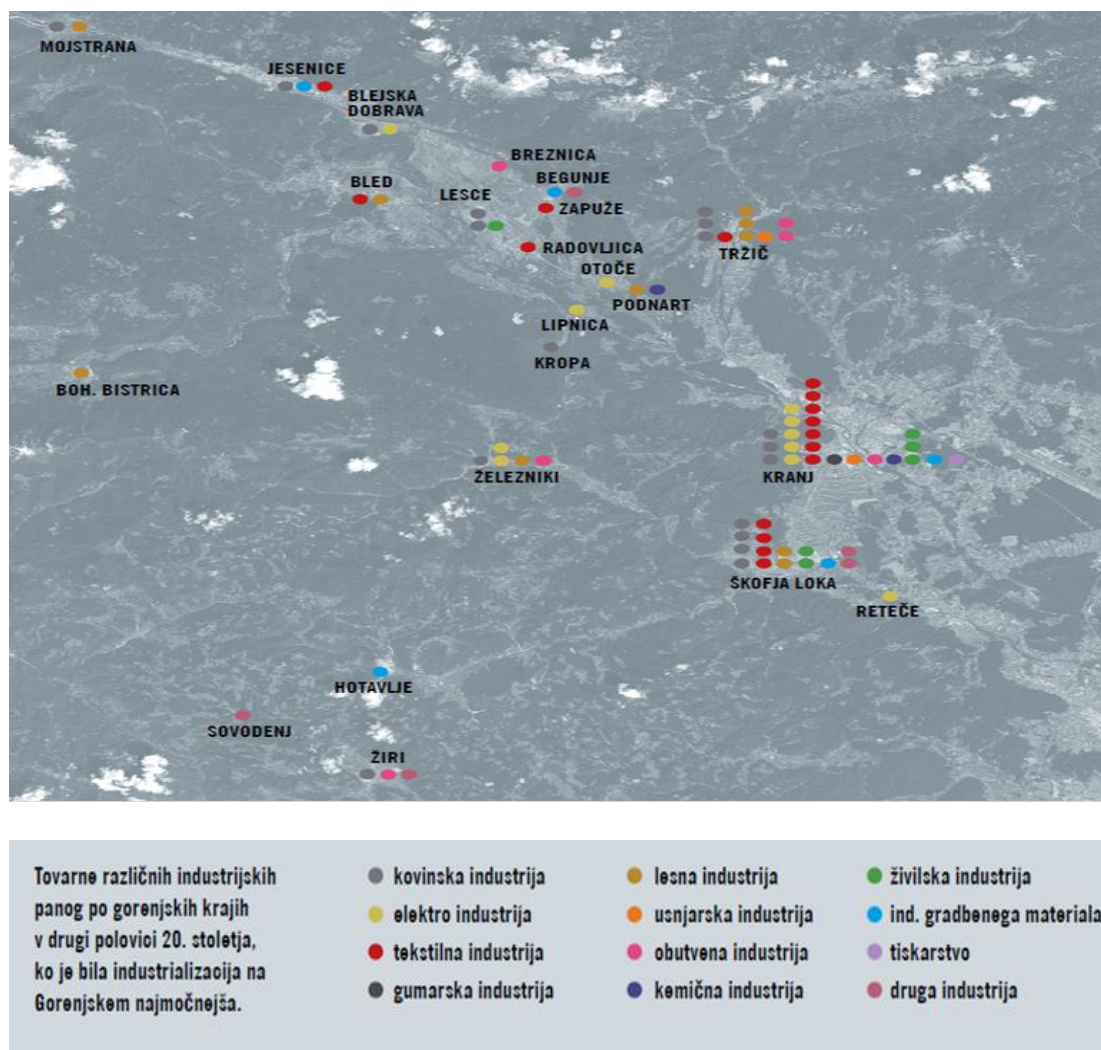
Življenje današnje Gorenjske v veliki meri opredeljuje njena industrijska preteklost. Industrija, ki se je pospešeno začela razvijati z izgradnjo železnice v letu 1870, je bila nosilka in usmerjevalka ne le gospodarskega, ampak vesplošnega razvoja gorenjske pokrajine v preteklem stoletju. Tradicionalne obrti po vaseh in mestih so zamenjale tovarne, ki so nekoč obrtna in kmetijska področja gorenjske spremenile v industrijsko pokrajino. Po drugi svetovni vojni je bila Gorenjska tako ena izmed najrazvitejših industrijskih pokrajin z raznoliko industrijo (železarsko, tekstilno, kovinarsko, strojno, elektro, obutveno in lesno) v krajih Kranj, Škofja Loka z okolico, Tržič, Jesenice, Radovljica z okolico. Z ustanavljanjem novih proizvodnih zadrug je industrializacija segla tudi v kraje, oddaljene od velikih centrov, kot so Kropa, Žiri in Železniki.

Industrijska dediščina je v dveh stoletjih radikalno preoblikovala človekov življenjski prostor in okolje, zaznamovala pa ga je tudi družbeno in socialno. Industrija je v kratkem času bistveno spremenila poklicno in socialno strukturo prebivalstva Gorenjske. V zgornji Gorenjski, na območju Jesenic in Radovljice, je na začetku 20. stoletja tretjina prebivalstva živela od industrije in obrti, v tridesetih letih pa že skoraj polovica. V tem času je bilo dobro tretjino industrijskega prebivalstva tudi na območjih Kranja, Tržiča in Škofje Loke, ki so bili na začetku stoletja še izrazito kmetijski. Z razvojem industrije se je razvijalo industrijsko znanje. Uspehi gorenjske industrije so bili v veliki meri povezani prav z znanjem in stalnim vlaganjem v tehnološke posodobitve in izboljšave ter v poslovno tehnično sodelovanje s tujimi partnerji. To je vodilo k razvoju nekaterih zelo uspešnih blagovnih znamk, ki so se uveljavile tudi na zahtevnem trgu Zahodne Evrope (npr. smuči Elan, smučarski čevlji Alpina, stol Rex, števci, telefonski aparati Iskra, sesalne enote Domel itd.).

Z osamosvojitvijo Slovenije in izgubo jugoslovanskega trga je marsikatero podjetje zašlo v težave, ki so jih reševala s prilagajanjem proizvodnje, prestrukturiranji in s pomočjo države, vendar marsikdaj, tudi ob netransparentnih lastninjenjih, neuspešno. Sledili so stečaji in likvidacije v tovarnah, ki so desetletja soustvarjale podobo industrijske Gorenjske.

Konec 20. stoletja je še vedno velik del gorenjskega gospodarstva temeljil na velikih industrijskih podjetjih, uspešnih izvoznikih, hkrati pa se je, v skladu s svetovnim razvojem, vse bolj preusmerjalo v storitvene dejavnosti⁷. Ob zatonu industrijske dobe, so na Gorenjskem ostala številna opuščena industrijska območja, ki predstavljajo industrijsko dediščino regije. Na drugi strani na Gorenjskem obstoji veliko razvojno usmerjenih industrijskih podjetij, ki so se uspela uspešno prestrukturirati in preživeti proces reindustrializacije. Ta podjetja ohranjajo industrijski duh in soustvarjajo sodobno industrijsko kulturo regije.

Slika 2: Prikaz glavnih industrijskih panog na Gorenjskem v drugi polovici 20. stoletja



Vir: Naše tovarne naš ponos, katalog gorenjskih muzejev

Danes na Gorenjskem prevladuje proizvodnja električnih strojev in aparatov, proizvodnja končnih lesnih izdelkov in kovinsko predelovalna industrija. Prevladujejo podjetja, ki izdelujejo industrijske izdelke za nadaljnjo proizvodnjo (Domel, Acroni, ki ju odlikuje uporaba novih inovativnih postopkov in prodor na nove nišne trge) in v manjšem obsegu za končno potrošnjo

⁷ Pregled razvoja industrije na Gorenjskem je v celoti povzet iz publikacije NAŠE tovarne, naš ponos: industrijska dediščina Gorenjske. Gorenjski muzej, 2016, ki so jo pripravili Gorenjski muzeji.

(smuči Elan, čevlji Alpina). Industrijska podjetja, ki so se uspela obdržati v regiji in na trgu uspešno delujejo, hkrati pa izhajajo iz bogate industrijske tradicije so: v Kranju Sava Tyres, Polycorn iz Poljanske doline pri Škofji Loki, ki razvija celovite rešitve v avtomobilski industriji, UKO, Kropa, d.o.o. kot naslednik neprecenljive dediščine kroparskega kovaštva, vstopa v novo tisočletje z novo vizijo umetniškega kovaštva; skupina Elan iz Begunj je med vodilnimi proizvajalci in ponudniki izdelkov za športno in aktivno preživljanje časa in segmentov za veterno energijo. V Trzinu je čevljarstvo, kot ena izmed nekoč najbolj prepoznavnih industrij, kjer je bilo zaposlenih več tisoč prebivalcev (Tovarna obutve Peko), še vedno močan identifikacijski element kraja. Nekateri zaposleni so začeli razvijati svoje lastne znamke in dejavnosti, ki jim prinašajo vir zaslužka, tako z ortopedskimi vložki za čevlje, natikači, pohodnimi čevlji kot tudi modno obutvijo (npr. Alja Viryent & Co. proizvodnja obutve d.o.o., MIGI, izdelava obutve in trgovina d.o.o., SLAPAR RO&SA načrtovanje in inženiring d.o.o. ČEVJARSTVO BRODI, DAL podjetje za marketing, proizvodnjo, uvoz in izvoz d.o.o. PINSTEP KRIŽE d.o.o., izdelovanje anatomskih vložkov za obutev PGP INDE, proizvodnja podplatov, d.o.o.).⁸

Kako poteka proces revitalizacije industrijskih območij in objektov?

Analiza stanja na področju industrijske kulture na Gorenjskem, ki je bila pripravljena v okviru projekta InduCult2.0 kaže, da se v Sloveniji na splošno proces revitalizacije industrijskih objektov odvija zelo počasi. Odslužene tovarniške obrate in industrijska območja se še prepogosto vidi kot strošek in ne kot kapital in razvojno priložnost regije. To velja tudi za Gorenjsko, saj razen nekaj manjših renovacij industrijskih območij in prostorov ter prizadevanj Gorenjskih muzejev za ohranitev industrijske dediščine, o dejanskem razvoju industrijske kulture in prepoznavanju le-te kot razvojne priložnosti ne moremo govoriti⁹. V večini primerov tudi ni primerno vključena v lokalne in regionalne razvojne dokumente.

3.2. Kratek pregled izvedenih aktivnosti projekta InduCult 2.0

Projekt InduCult2.0 je prvi projekt na Gorenjskem, ki na sistematičen način v sodelovanju s partnerji iz srednje Evrope pristopa k iskanju optimalnih poti za razvoj nove industrijske kulture na Gorenjskem. Njegov temeljni cilj je povezati dosedanja prizadevanja, aktivnosti in projekte posameznih subjektov na področju ohranjanja industrijske dediščine in krepite industrijske kulture v skupno vizijo, strateške cilje in aktivnosti, ki bodo prispevale k prepoznavanju industrijske kulture kot razvojne priložnosti za kreativna in inovativna podjetja, posameznike in mlade ter kot vira za izboljšanje kakovosti življenja ljudi.

⁸ Regionalni argumentacijski dokument za Gorenjsko, InduCult2.0 SREDNJA EVROPA, projekt CE31, BSC Kranj, junij 2017.

⁹ prav tam.

V nadaljevanju so prikazane izvedene aktivnosti in dosežki projekta InduCult2.0., ki predstavljajo temelj za oblikovanje skupne vizije, strateških ciljev in aktivnosti na področju razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem.

Glavna podlaga za izvedbo projekta InduCult2.0 je bila priprava t.i. **Regionalnega argumentacijskega dokumenta za Gorenjsko**, v katerem je prikazano stanje na področju industrijske dediščine Gorenjske in na tej podlagi identificirana prioriteta področja oživitve in razvoja industrijske kulture na Gorenjskem. Proces priprave argumentacijskega dokumenta je temeljil na aktivni udeležbi zainteresiranih glavnih deležnikov, ki se ukvarjajo z industrijsko dediščino: muzejev, lokalnih turističnih organizacij, občin, izobraževalnih ustanov, umetniških skupin, podjetij, drugih institucij in posameznikov ter na izmenjavi izkušenj, znanj in dobrih praks s partnerji projekta iz srednje Evrope. Na podlagi individualnih argumentacijskih dokumentov partnerjev projekta, je bil pripravljen Argumentacijski dokument za srednjo Evropo, ki bo služil kot podlaga za spodbujanje industrijske kulture v srednji Evropi.

V pripravi projekta je aktivno sodelovalo nekaj institucij, organizacij in posameznikov. Ti so oblikovali predloge projektov in aktivnosti na dveh fokusnih skupinah. Na tej podlagi je bilo oblikovanih **6 razvojnih področij**, ki lahko pomenijo priložnost za regionalni razvoj:

1. Industrija kot identifikacijski element mest in regije
2. Doživetja industrijske kulture kot nova turistična ponudba regije
3. Promocija industrijske kulture in spodbujanje mladih za delo v industriji
3. Zaposlovanje kompetentnih in strokovnih zaposlenih
5. Povezovanje kreativnih oblikovalcev z inovacijami v industrijski proizvodnji
6. Industrijska kultura kot priložnost za obujanje in ohranjanje tradicionalnih znanj.

Za vsako od navedenih razvojnih področij je bilo v okviru projekta InduCult2.0 pripravljenih in izvedenih nekaj prvih pilotnih projektov in aktivnosti, z namenom ugotoviti katere aktivnosti in projekti so primerni, prinašajo pozitivne učinke in v največji meri lahko prispevajo k razvoju nove industrijske kulture na Gorenjskem. Ukrepi in aktivnosti v okviru šestih razvojnih področij so **predstavljeni v treh akcijskih načrtih**:

1. Akcijski načrt: Spodbujanje regionalne identitete
2. Akcijski načrt: Industrijska kultura kot priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in krepitev povezav med podjetji
3. Akcijski načrt: Izboljšanje kreativnosti in inovativnosti v industriji in njeni tradiciji.

Slika 3: Akcijski načrti projekta InduCult 2.0 s šestimi prioritetskimi razvojnimi področji



Vir: Povzeto po dokumentaciji projekta InduCult2.0: Regionalni argumentacijski dokument in trije Akcijski načrti

V nadaljevanju so prikazani povzetki izvedenih projektov in aktivnosti v okviru posameznega Akcijskega načrta in prioritetnega področja.

Slika 4: Izkaznica Akcijskega načrta: Spodbujanje regionalne identitete

AKCIJSKI NAČRT: SPODBUJANJE REGIONALNE IDENTITETE

GLAVNI TEMI

Industrija kot identifikacijski element; Inovativna interpretacija industrijske tradicije

Industrijska izkušnja kot dodatna turistična ponudba

NAMEN IN CILJI

Krepitev industrijske identitete mest in regije povezane z industrijsko tradicijo

Spodbujanje industrijske kulture kot prihodnje možnosti za regionalni razvoj

Osveščanje prebivalcev o pomenu in razvojnih priložnostih industrijske kulture

Razvoj nove turistične ponudbe regije - doživetja industrijske kulture



Vir: Povzeto iz Akcijskega načrta

Osrednji točki delovanja s ciljem krepite industrijske identitete mest in regije sta bili:

- Inovativna interpretacija industrijske tradicije, ki se lahko poveže z nedavnim razvojem in se lahko uporabi kot primer za izgradnjo močne regionalne identitete.
- Ustvarjanje specifične kulturne klime, ki lahko privabi več gostov v območje in lahko predstavlja vir za oblikovanje turističnih doživetij industrijske kulture.

Kratek povzetek izvedenih projektov in aktivnosti

Pilotni projekt Obležje čevlarske industrije v Tržiču, kot industrijski element identifikacije, v okviru katerega je bilo v Tržiču postavljeno obležje, ki obiskovalcu razlaga tradicijo čevljarstva (Slika 5). Po mestu sta postavljeni dve mreži odtisov čevljev (Slika 6), od katerih ena vodi obiskovalce po sledih delavnic za izdelavo čevljev po Tržiču, druga pa tvori "Industrijsko pot", na kateri odtisi čevljev označujejo pol urni sprehod po industrijskih točkah v Tržiču. Izdelan je še letak z zemljevidom vseh čevlarskih delavnic in turističnih posebnosti. Obstajajo tudi kratke in zabavne zgodbe o vsaki stavbi označeni z odtisi čevljev. Odprtje in promocija obležja je bila izvedena na Šušarski nedelji, 2. septembra 2018.

Slika 5: Obležje čevljarke industrije v Tržiču



Vir: InduCult2.0

Slika 6: Odtisi čevljev v Tržiču



Izvajanje regionalnih kulturnih dogodkov, povezanih z industrijo s ciljem krepitev osveščenosti prebivalstva o bogati industrijski dediščini regije. Izvedena je bila serija kulturno-zgodovinskega dogodka dveh mest, Škofje Loke in Tržiča z namenom promoviranja izvedenih pilotnih projektov: obeležje čevljarke industrije in industrijskega kampiranja v Tržiču, in promocija novega ustvarjalnega vozlišča in njihovih dejavnosti v Škofji Loki. Glavni dogodek »Festival dveh mest«, ki se je osredotočil na kulturno izobraževanje in inovativni kulturni turizem na industrijskih lokacijah, je bil izveden v okviru Šušarske nedelje, 2. septembra 2018.

Slika 7: Promocijski letak dogodka »Festival dveh mest« na Šušarski nedelji v Tržiču



Vir: InduCult2.0

Priloga študije izvedljivosti o možnosti nizkocenovnih nastanitvenih zmogljivosti v nekdanji tekstilni tovarni BPT v Tržiču, kot primer uporabe opuščenih industrijskih prostorov za turistične namene in za namene druženja. Na prireditvi Šušarska nedelja, 2. septembra

2018 je bila realizirana ideja sodobnih eksperimentalnih nastanitvenih objektov z ureditvijo zgornjih nadstropij nekdanje upravne zgradbe kompleksa BPT z visečimi mrežami/šotori za spanje, ter z opremo prostorov z elementi za druženje (mize, stoli, družabne igre). Projekt je trajal 14 dni in je bil predstavljen zainteresirani javnosti in potencialnim vlagateljem.

Slika 8: Idejna zasnova ureditve opuščenih industrijskih prostorov nekdanje tekstilne tovarne BPT Tržič za turistične namene



Vir: InduCult2.0

Izvedba študentskega natečaja za najbolj kreativno interpretacijo uporabe tradicionalnih barv za indigo-barvanje na predpasniku, v sodelovanju s Tržiškim muzejem, tekstilno tovarno iz Škofje Loke in študentkami Fakultete za dizajn. Zmagovalni predpasnik je bil izdelan v tovarni Odeja. Na koncu je bila v Tržiškem muzeju postavljena **razstava z najbolj zanimivo oblikovanimi predpasniki**, v okviru Šušarske nedelje v Tržiču. Na otvoritvi razstave je bilo prikazanih nekaj možnosti, kako ustvariti svoj individualni /osebni predpasnik. Uporablja se lahko kot nov pristen spominek za turiste v lokalnih turističnih organizacijah, informacijskih pisarnah in regionalnih muzejih, saj je narejen s tradicionalno tehniko in osebnim dotikom (po meri).

Slika 9: Razstava predpasnikov kot ideje za turistični spominek v Tržiškem muzeju



Vir: InduCult2.0

Regijski zemljevid novega industrijskega turizma, ki predstavlja ponudbe v novem industrijskem turizmu, kot so industrijske zgradbe, kulturna dediščina, muzeji z industrijskim vsebinam, aktivna industrija z dodatno kulturno ponudbo, dogodki v zvezi z industrijo, razstave, industrijske turistične poti, industrijske priljubljene točke, ponudbe za odkrivanje industrijske proizvodnje. Ciljne skupine so predvsem tisti, ki jih zanima novi industrijski turizem, turisti in mladi, ki iščejo posebne turistične znamenitosti in izkušnje.

Slika 10: Izkaznica Akcijskega načrta: Industrijska kultura kot priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in krepitev povezav med podjetji

AKCIJSKI NAČRT:INDUSTRIJSKA KULTURA KOT PRILOŽNOST ZA USTVARJANJE NOVIH DELOVNIH MEST IN KREPITEV POVEZAV MED PODJETJI

GLAVNI TEMI

Promocija industrijske kulture in spodbujanje mladih za delo v industriji

Izboljšanje trga dela delovne sile z izvedbo dogodkov na temo industrijske kulture

NAMEN IN CILJI

Ozavestiti mlade o industrijski kulturi

Povečati interes mladih za tehnične poklice s predstavitvijo možnosti za delo v industriji

Povečati zaposlovanje kompetentnih zaposlenih v industrijskih podjetjih

Ustvariti ugodne pogoje za trajnostni razvoj, za zadovoljitev potreb po novih delovnih mestih in ustvarjanje priložnosti v industriji za bodoče generacije

Približati metode dela, potrebnega znanja, sposobnosti, priložnosti za prihodnje zaposlitve ali praktični pouk v konkretnih podjetjih

IZVEDENI PROJEKTI IN AKTIVNOSTI



Vir: Povzeto iz Akcijskega načrta

Ključni deležniki (šole, muzeji, podjetja in zaposlitveni zavod) so na fokusni skupini opredelili dve osrednji točki delovanja na tem področju:

- Spodbude mladim za izbiro tehničnih poklicev,
- Izboljšanje trga delovne sile z organizacijo kulturnih dogodkov.

V okviru projekta InduCult2.0 so bili izvedeni naslednji projekti in aktivnosti:

Priprava in izvedba zaposlitvenega sejma "Karierni dan", katerega glavni namen je bil dvig zanimanja za tehnične poklice in strokovno izobrazbo. Na zaposlitvenem so se na različne načine predstavila podjetja, ki iščejo ustrezne zaposlitvene kadre, prav tako pa dijaki, študenti in brezposelni, ki bi radi našli sebi ustrezno zaposlitev. Obiskovalci so imeli možnost aktivne vključitve v obliki predstavitve potencialnim zaposlovalcem/podjetjem v zaposlitveni kavarni v kontekstu "hitrih zmenkov"- sestankov ena na ena s potencialnim delodajalcem. Prav tako sta bila **organizirani dve motivacijski predavanji** o tem, kako spodbuditi inovacije v podjetju in kako postati uspešen. Obiskovalci so si na ta dan lahko ogledali tudi **kratek film o reprezentativnih industrijskih podjetjih v regiji** in si prebrali pripadajočo brošuro, v kateri je predstavljenih 11 industrijskih podjetij na šestih področjih industrije: lesna, tekstilna, železarska, gumarska industrija in polimeri, elektro in čevljarsko/usnjarska industrija. Po dve reprezentativni podjetji predstavljata eno področje: prvo podjetje, je predstavnik tradicionalne industrije s poudarkom na tem, kako se jim je uspelo prilagoditi novim trendom in potrebam na trgu in drugo, novejšo podjetje z novimi pristopi.

Šolske iniciative za promocijo industrijske kulture. V sklopu šolskih programov, ki spodbujajo dijake k sodelovanju v procesu razvoja idej za produkte ali pa se učijo tradicionalnega načina proizvodnje z inovativnim pristopom, obstoji ali pa se že izvaja kar nekaj individualnih pobud ali projektov. Med njimi izpostavljamo:

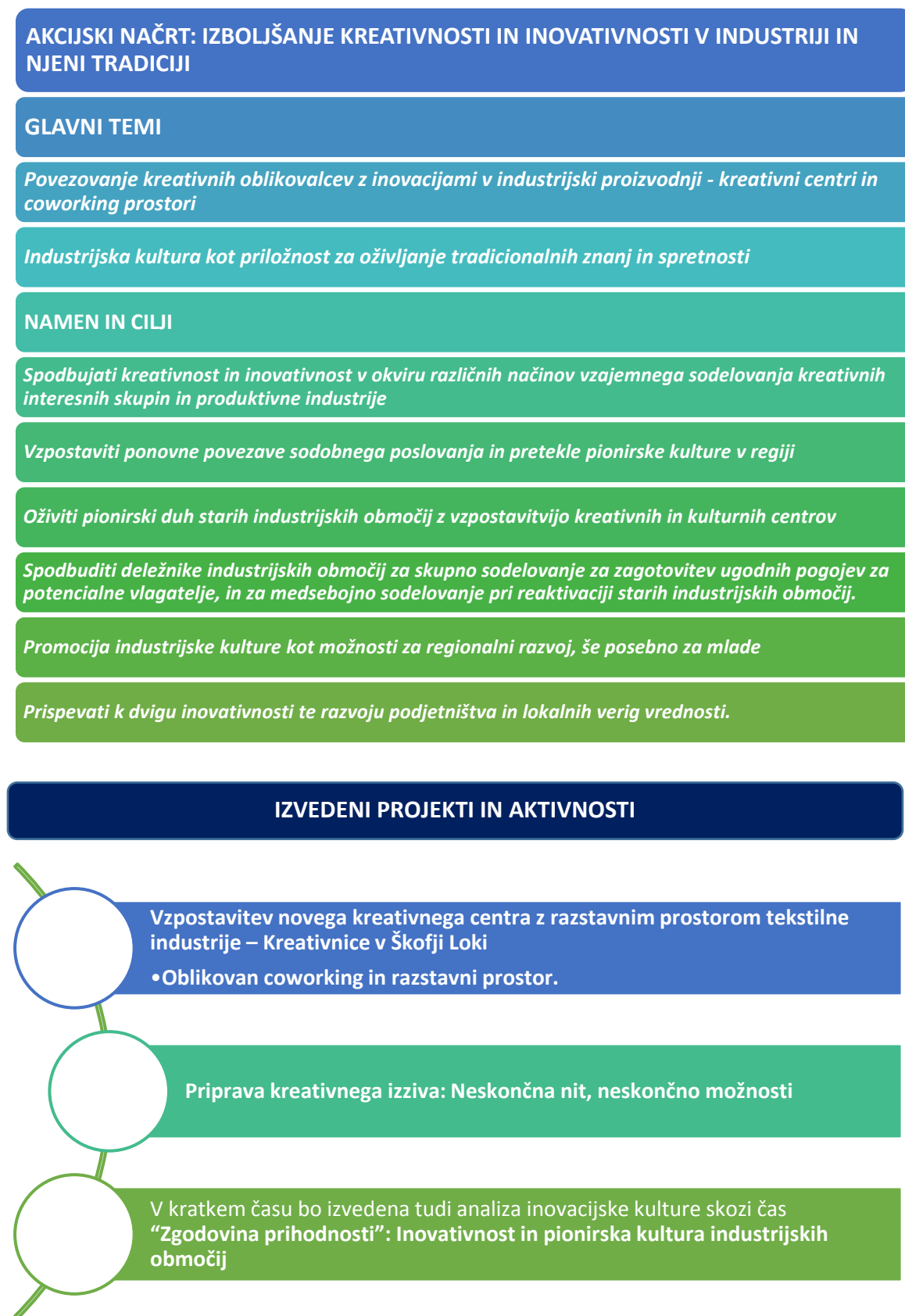
- **Vrtiljak poklicev**, ki se je 18. 10. 2018 odvil v Šolskem centru Kranj in na katerem je **26 srednjih šol na Gorenjskem predstavilo poklice, za katere izobražujejo svoje učence.** Dijaki so predstavili poklice na različne zanimive načine **1300 osnovnošolskim dijakom**, da so le-ti lahko dobili boljši vpogled v to, katere spretnosti in odgovornosti je potrebno imeti za opravljanje določenega poklica. Osrednja tema dogodka v letu 2018 je bila industrijska kultura, kar pomeni, da so dijaki srednjih šol predstavili svoje poklice v duhu tradicije: preteklost za prihodnost. Poleg tega so bile v učilnicah organizirane delavnice s praktičnim prikazom posameznih poklicev.
- **Razstavo tradicionalnih industrijskih podjetij**, ki je bila postavljena v glavni avli Šolskega centra Kranj več kot mesec, saj je bila promovirana tako na dogodku Vrtiljak poklicev kot tudi na Kariernem dnevu, 29. Novembra 2019. Razstava prikazuje razvoj industrije na Gorenjskem z glavnim poudarkom na koreninah današnje sodobne industrije. V sodelovanju z gorenjskimi muzeji je bila prikazana zgodovina industrializacije glavnih industrijskih mest: Kranj, Škofja Loka, Tržič, Jesenice.

Slika 11: Vrtiljak poklicev v ŠC Kranj, 18. 10. 2018



Vir: InduCult2.0

Slika 12: Izkaznica Akcijskega načrta: Izboljšanje kreativnosti in inovativnosti v industriji in njeni tradiciji



Vir: Povzeto iz Akcijskega načrta

Priprava in izvedba aktivnosti v okviru tega akcijskega načrta se je začela že na prvem sestanku fokusne skupine deležnikov, kje sta bili opredeljeni dve glavni področji delovanja in sicer:

- Oblikovanje vsebin kreativnega centra Kreativnice in ostalih coworking prostorov, ki predstavljajo najboljšo možnost za vzpostavitev močnejših vezi med željami v industrijski proizvodnji in inovativnimi znanji ter sposobnostmi sodobnih kreativnih oblikovalcev in
- Promocija in oživljanje tradicionalnih znanj in spretnosti.

V okviru projekta InduCult2.0 so bile izvedene naslednje aktivnosti:

Vzpostavitev novega kreativnega centra z razstavnim prostorom tekstilne industrije – Kreativnice v Škofji Loki, v neposredni bližini bivše tovarne klobukov Šešir. Z inovativno predstavitevijo industrijske in tekstilne dediščine, je bil oblikovan coworking in razstavni prostor. Glavne usmeritve vsebine centra se nanašajo na povezovanje in kreativnost, izobraževanje, povezovanje kreativnosti in industrije ter povezava s turizmom in priložnostjo za razvoj.

Slika 13: Kreativno središče z razstavnim prostorom Kreativnice v Škofji Loki



Vir: InduCult2.0

Priprava kreativnega izziva: Neskončna nit, neskončno možnosti. Projektna ideja kreativnega izziva je povezana z delom oblikovalcev, ki delujejo v kreativnem središču - Kreativnice v Škofji Loki in sodelovanjem z Gorenjsko predilnico, kot primer "kreativnega izziva iz industrije, za industrijo". Z izbranim kreativnim izzivom se želi v sodelovanju kreativcev in grafičnih oblikovalcev ustvariti širšo paleto proizvodov in konkretnih rešitev z uporabo visoko kvalitetnega blaga, ki ga izdelujejo v Gorenjski predilnici. S tem se po eni strani želi okrepiti in podpirati lokalno znanje in proizvodnjo in po drugi strani ustvariti možnosti za razvoj novih inovativnih blagovnih znamk podjetja.

V kratkem času bo izvedena tudi analiza inovacijske kulture skozi čas **"Zgodovina prihodnosti": Inovativnost in pionirska kultura industrijskih območij**, s poudarkom na ključnih prelomnicah, ki so bile najpomembnejše za industrijski razvoj v regiji. Analiza bo vključevala predstavitev uporabe tradicionalnega znanja in spretnosti v sodobni industriji in

pregled poklicev za prihodnje generacije. Glavni cilj dokumenta je opredelitev osnov za izboljšanje inovativnih sposobnosti in pionirskega duha v prihodnosti.

3.3. Glavne ugotovitve

Gorenjska ima bogato industrijsko dediščino, ki se prepleta s sodobno industrijo. Analiza stanja na področju industrijske kulture na Gorenjskem je pokazala, da industrijska dediščina in kultura še nista prepoznani kot razvojna priložnost.

V regiji je nekaj posameznih deležnikov, predvsem muzejev, tehniških šol in podjetij, ki se trudijo oživiti industrijsko kulturo, vendar je njihovo delovanje individualno, njihovi projekti pa nepovezani, brez skupne strategije, ki bi združila njihova prizadevanja in s tem ustvarila sinergične učinke.

To področje je tudi slabo opredeljeno v regijskih, lokalnih in nacionalnih razvojnih dokumentih kot področje, ki lahko prispeva k doseganju pomembnih razvojnih ciljev, kot so gospodarska rast, ustvarjanje novih delovnih mest in dvig življenjskega standarda prebivalcev.

Projekt InduCult2.0 je prvi projekt na Gorenjskem, ki na sistematičen način, v sodelovanju s partnerji iz srednje Evrope, pristopa k iskanju optimalnih poti za oživitev in razvoj nove industrijske kulture. V okviru projekta je bilo v sodelovanju z zainteresiranimi deležniki v regiji izvedenih nekaj uspešnih aktivnosti in projektov, s katerimi so udeleženci želeli predvsem pokazati, na kakšne načine je možno pristopiti k razvoju in krepitvi nove industrijske kulture v regiji. Sodelovanje s partnerji iz drugih srednjeevropskih držav pri iskanju skupnih rešitev ter izmenjavi izkušenj in primerov dobrih praks je prispevalo k novim spoznanjem o tem, katere rešitve, projekti in aktivnosti najbolj učinkovito prispevajo k razvoju nove industrijske kulture.

Deležniki, ki poznajo projekt ocenjujejo, da ima Gorenjska z bogato industrijsko tradicijo potencial in tudi odgovornost za ohranitev tega pomembnega dela kulturne dediščine regije in v industrijski dediščini ter v razvoju nove industrijske kulture vidijo priložnosti za:

- krepitev industrijske identitete mest in regije kot razlikovalnega elementa do drugih regij,
- dopolnitev turistične ponudbe regije s ponudbo edinstvenih doživetij industrijske kulture,
- socialno vključenost ljudi, nova delovna mesta in zagotavljanje kompetentnih kadrov za sodobna podjetja,
- oživitev pionirskega duha in kreativnosti v regiji, saj v regiji še obstoji inženirsko znanje.

Motivacija glavnih deležnikov, lokalnih skupnosti, muzejev, šol, industrijskih podjetij, lokalnih turističnih organizacij in kreativnih posameznikov ustvarja dobro podlago za nadaljevanje aktivnosti in projektov na področju razvoja nove industrijske kulture tudi po zaključku projekta InduCult 2.0.

Glavni izzivi¹⁰, ki so bili izpostavljeni s strani aktivnih deležnikov, so:

- Šibko zavedanje o pomenu industrijske kulture za ohranjanje in krepitev regionalne identitete in o možnostih povezovanja industrijske kulture s sodobnostjo v širši javnosti;
- Pomanjkanje ugodnih virov financiranja investicij v projekte za transformacijo industrijskih območij, oživljanje industrijske dediščine in razvojne projekte industrijske kulture;
- Nepovezanost deležnikov, ki se ukvarjajo ali so povezani z industrijsko dediščino in kulturo;
- Premajhna vključenost in šibak interes za ohranjanje industrijske dediščine v nekaterih podjetjih v regiji;
- Pomanjkanje znanja in izkušenj za načrtovanje in izvedbo projektov s področja industrijske kulture pri posameznih deležnikih;
- V regiji ni subjekta, ki bi povezal, organiziral in koordiniral zainteresirane partnerje za izvajanje skupnih projektov na področju industrijske kulture;
- Pomanjkanje znanja o možnih poslovnih modelih za razvoj in trženje industrijske kulture, ki bi zagotavljal uspešen prenos inovativnih, kreativnih proizvodov na trg in zagotavljal trajnostni razvoj industrijske kulture;
- Nevarnost izgubljanja industrijskega znanja (tehnologij, postopkov dela, zgodb, ki so jih živeli delavci v industrijskih podjetjih).

Ugotovitve analize predstavljajo podlago za določitev poslanstva, vizije in glavnih strateških ciljev strategije razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem.

¹⁰ Vir za identifikacijo glavnih izzivov so bile fokusne delavnice z glavnimi deležniki in spletna anketa, ki je bila izvedena v mesecu oktobru 2018.

4. Poslanstvo, vizija, cilji

V tem poglavju odgovarjamo na vprašanje kaj in kdo želimo biti, kako se vidimo v prihodnosti? Opredelimo poslanstvo, vizijo ter glavne strateške cilje, ki jih želimo uresničiti v novem razvojnem obdobju. Pri tem sledimo ugotovitvam, izkušnjam in dosežkom projekta InduCult2.0, pri čemer poudarjeno upoštevamo želje in interes glavnih deležnikov na področju industrijske kulture v regiji.

4.1. Poslanstvo

Poslanstvo mora biti skupno vsem deležnikom na področju industrijske kulture na Gorenjskem, saj ga morajo skupaj udejanjati. Poslanstvo je torej tesno partnerstvo med vsemi deležniki javnega in zasebnega sektorja ter nevladnih organizacij in posameznikov, ki lahko pripomorejo k oživljanju in razvoju nove industrijske kulture v regiji. Tako bo ustvarjena večja vrednost za vse.

Poslanstvo vseh subjektov na Gorenjskem, ki so na kakršenkoli način povezani z industrijsko dediščino in industrijsko kulturo v regiji je, da skozi sodelovanje in partnerstvo razvijajo in krepijo novo industrijsko kulturo, ki regiji in posameznim mestom daje lastno in prepoznavno identiteto, oživlja pionirski duh in kreativnost ter ustvarja vzdušje pozitivnega in privlačnega okolja.

Vsak na svoj način prispeva k ohranjanju industrijske dediščine in razvoju nove industrijske kulture, k povezovanju industrijske dediščine s sodobno industrijo s ciljem ustvarjanja novih kreativnih in inovativnih proizvodov ter turističnih doživetij industrijske kulture, ki prispevajo k ugledu in prepoznavnosti regije v širši skupnosti.

Pri tem deležniki sledijo konceptu trajnostnega razvoja, ki prispeva k socialni in ekonomski blaginji ljudi, s tem ko omogoča kakovostno bivanje in ustvarja možnosti za zaposlovanje in podjetništvo.

4.2. Vizija

Z vizijo določimo kaj želimo doseči na področju industrijske kulture na Gorenjskem. Gradimo jo na posebnostih in konkurenčnih prednostih industrijske dediščine in kulture v regiji. Daje nam podlago za razvojne usmeritve v prihodnjem časovnem obdobju.

Vizija razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem je tako:

Gorenjska bo postala prepoznana v širšem okolju kot regija z bogato industrijsko dediščino in sodobno kreativno industrijo v zelenem okolju, kjer obiskovalci ob bogati naravni dediščini in kulturni dediščini lahko spoznavaajo in izkušajo tudi industrijsko dediščino s ponudbo edinstvenih doživetij.

Gorenjska je regija, kjer pionirski duh živi naprej v mladih in kreativnih ljudeh.

Je regija, kjer se ljudje zavedajo da je industrijska dediščina del kulturne dediščine, ki jo je potrebno poznati, ohranjati in razvijati.

Gorenjska je regija, ki je znala ohraniti in izkoristiti industrijsko dediščino za boljše življenje njenih prebivalcev.

4.3. Strateški cilji

Temeljni strateški cilj je spodbujati in povečevati vrednost nove industrijske kulture na Gorenjskem kot priložnosti za regionalni razvoj in jo promovirati kot edinstveni identifikacijski element in značilnost regionalne identitete, po katerem se bo Gorenjska razlikovala od drugih regij in bo prepoznavna v svetu.

Temeljni strateški cilj bomo dosegli:

- z inovativno interpretacijo industrijske dediščine v povezavi s sodobno industrijo regije,
- z ustvarjanjem priložnosti za razvoj doživetij industrijske kulture,
- s spodbujanjem mladih za izobraževanje in delo v industrijskih podjetjih,
- s ponovnim aktiviranjem in oživljanjem pionirskega duha in ustvarjalnosti v regiji.

Operativni cilji tega strateškega obdobja so:

- ➔ **Vzpostaviti regionalno koordinacijsko telo – regionalnega koordinatorja** za razvoj nove industrijske kulture, ki bo prevzel vodenje, organizacijo in koordinacijo izvedbe dogovorjenih projektov in aktivnosti. Ta cilj je najpomembnejši operativni cilj tega strateškega obdobja in je v bistvu predpogoj za uspešno doseganje ostalih operativnih ciljev, ki so:
- ➔ **Povečati osveščenost/zavedanje** lokalnega prebivalstva o pomenu industrijske kulture za identiteto regije in mest ter o razvojnih priložnostih, ki jih prinaša povezovanje bogate industrijske tradicije s sodobnimi tehnologijami, kreativnostjo in inovativnostjo;

- **Spodbuditi povezovanje in sodelovanje ključnih deležnikov javnega in zasebnega sektorja ter nevladnih organizacij s področja industrijske kulture** (muzejev, šol, industrijskih podjetij, lokalnih skupnosti, gospodarskih in obrtnih združenj, turističnih organizacij in lokalnih skupnosti ter kreativnih posameznikov) pri razvoju nove industrijske kulture v mestih in regiji;
- **Povečati interes mladih za spoznavanje industrijske kulture in jih spodbuditi za šolanje in delo v sodobnih industrijskih podjetjih** ter s tem prispevati k zadostnem obsegu kompetentnih, usposobljenih kadrov za delo v regiji;
- **Vzpostaviti ugodne pogoje za spodbujanje kreativnosti in inovativnosti s povezovanjem industrijske tradicije in znanja s sodobno proizvodnjo in tehnologijami**, s tem ustvarjati poslovne priložnosti za podjetja in kreativne posameznike ter obenem ohranяти tradicionalno industrijsko znanje, tehnologije, postopke, zgodbe o življenju delavcev v tem času.
- **Razviti poslovni model za prenos kreativnih rešitev (proizvodov) na trg**, kot pogoja za zagotavljanje trajnostnega razvoja nove industrijske kulture;
- **Spodbuditi razvoj industrijskega kulturnega turizma** z razvojem inovativnih in edinstvenih doživetij industrijske kulture Gorenjske za turiste;
- **Ustvariti ugodne pogoje za potencialne investitorje v oživitve starih, opuščenih industrijskih območij in prostorov** z uporabo kreativnih in inovativnih idej in predlogov kreativnih posameznikov in deležnikov v regiji;
- **Povezovanje industrijske kulture regije s sorodnimi evropskimi regijami** s ciljem izmenjave izkušenj in znanj ter oblikovanjem skupnih projektnih idej in rešitev za razvoj nove industrijske kulture v Evropi.

5. Razvojni model - Strateški načrt

Razvojni model nove industrijske kulture na Gorenjskem odgovarja na vprašanja kako bomo uresničili strateške cilje, s katerimi projekti in aktivnostmi, s kom in na kakšen način.

Razvoj industrijske kulture je dinamičen proces ohranjanja industrijske dediščine, promocije industrijske kulture in njenega razvoja. Vsebuje medsebojno prepletenost transformacije industrijskega gospodarstva in družbe in na ta način oblikuje unikatne značilnosti regionalne identitete.

Model razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem zajema dva temeljna stebra delovanja in sicer:

- 1. STEBER: UPRAVLJANJE OZ. MANAGEMENT RAZVOJA NOVE INDUSTRIJSKE KULTURE**, ki vzpostavlja model organiziranosti, skupnega načrtovanja, vodenja, organizacije in koordinacije aktivnosti na področju razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem.
- 2. STEBER: VSEBINSKA PRIORITETNA PODROČJA DELOVANJA**, ki opredeljuje smeri, konkretne projekte in aktivnosti za doseganje operativnih ciljev strategije na skupaj določenih prioritetenih področjih delovanja: krepitve regionalne identitete z razvojem nove industrijske kulture, spodbujanja zaposlovanja mladih v industriji in krepitve kompetenc za delo v industrijskih podjetjih ter s spodbujanjem povezovanja kreativnih posameznikov s podjetji in oživljanjem tradicionalnih znanj in spretnosti.

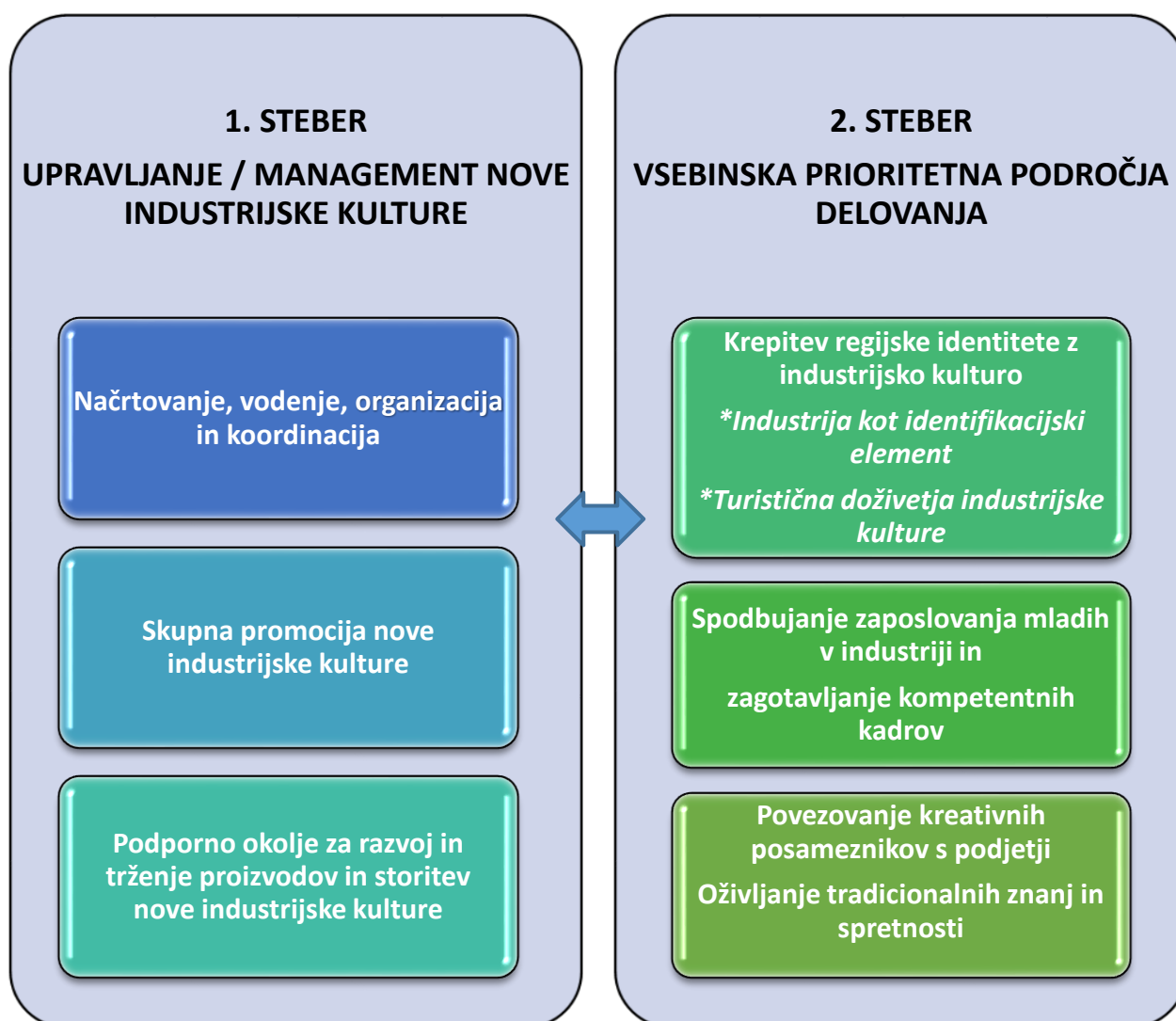
V tem strateškem obdobju prioriteta področja delovanja ostajajo enaka kot v projektu InduCult2.0. Načrtovani projekti in aktivnosti v tem okviru nadgrajujejo izvedene pilotne projekte in aktivnosti, ki so bili izvedeni v okviru tega projekta in jih dopolnjujejo z novimi vsebinami. Glavni nosilci in partnerji projektov so deležniki s področja industrijske kulture, ki so že aktivno sodelovali pri izvedbi prvih projektov in aktivnosti v okviru projekta InduCult2.0.

Za uspešno pripravo in izvedbo projektov in aktivnost je ključna vzpostavitev modela upravljanja oz. managementa razvoja industrijske kulture na regionalni ravni, ki bo povezal posamezne deležnike in poskrbel za izvajanje tistih projektov in aktivnosti, katerih skupno izvajanje bo zagotovilo optimalno uporabo človeških, finančnih in ostalih virov. Te aktivnosti so:

- načrtovanje, vodenje, organizacija in koordinacija projektov in aktivnosti posameznih deležnikov,
- skupna promocija nove industrijske kulture na Gorenjskem,
- ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje proizvodov in storitev, ki bodo razviti v okviru vsebinskih prioritetenih področij delovanja.

Te aktivnosti tvorijo prvi steber razvojnega modela.

Slika 14: Model razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem



Vir: Lasten

5.1. Upravljanje oz. management razvoja nove industrijske kulture

Dobra organiziranost oz. vzpostavljen učinkovit modela upravljanja industrijske kulture na regionalni ravni je temeljni pogoj za uspešno uresničevanje strateških ciljev. Z vzpostavitvijo dobrega modela upravljanja nove industrijske kulture se odpravlja najpomembnejša ovira za razvoj nove industrijske kulture na Gorenjskem, ki so jo identificirali deležniki na fokusnih skupinah. Ta je pomanjkanje sodelovanja in povezovanja posameznih deležnikov pri izvajanju projektov in aktivnosti na področju ohranjanja industrijske dediščine, njenega oživljanja in razvoja nove industrijske kulture.

Z vzpostavijo regionalnega managementa prispevamo k usklajenemu delovanju zainteresiranih deležnikov, ustvarjanju sinergičnih učinkov projektov in aktivnosti ter s tem k optimalnemu izkoristku razpoložljivih človeških, finančnih in ostalih virov za razvoj nove industrijske kulture v regiji. Z njim lahko odpravimo večino identificiranih slabosti ter prispevamo k optimalnemu izkoristku identificiranih priložnosti za nadaljnji razvoj industrijske kulture v regiji.

Prav od sposobnosti vzpostavitve uspešnega modela organiziranosti in upravljanja industrijske kulture na regionalni ravni je v pretežni meri odvisna uspešnost izvedbe strategije in zastavljenih strateških ciljev.

5.1.1. Model upravljanja – organizacijska struktura

Model upravljanja oz. managementa razvoja industrijske kulture na Gorenjskem vključuje tri sklope aktivnosti in sicer:

1. načrtovanje, vodenje, organizacijo in koordinacijo projektov in aktivnosti razvoja industrijske kulture v regiji,
2. skupno promocijo nove industrijske kulture na Gorenjskem,
3. ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje proizvodov in storitev, ki bodo razviti v okviru vsebinskih prioritetenih področij delovanja.

Model upravljanja predstavlja organizacijsko podlago, ki bo povezala vse sodelujoče partnerje v prizadevanjih za doseganje skupaj zastavljenih strateških ciljev in ki bo zagotavljal učinkovito upravljanje ter izvajanje skupnih nalog in aktivnosti, za katere je smiselno in racionalno, da se izvajajo skupaj za vse sodelujoče partnerje na regionalni ravni. Temelji na **partnerskem sodelovanju in povezovanju ter aktivni vlogi zainteresiranih deležnikov s področja industrijske kulture v regiji**. Poleg tega temeljnega načela model upravljanja upošteva tudi načelo odprtosti do vseh zainteresiranih javnosti in načelo trajnostnega razvoja.

Nosilec ključni in strateški partnerji

Vlogo **regijskega managerja in koordinatorja razvoja nove industrijske kulture** bo v skladu z rezultati fokusnih skupin z deležniki in na podlagi izvedene spletne ankete prevzela **Razvojna agencija BSC d.o.o. Kranj**, ki ima znanje in tudi izkušnje z delom na področju razvoja in vodenja razvojnih projektov, ustrezne materialne vire in pa tudi konkretne izkušnje z vodenjem projekta InduCult2.0. V prvi razvojni fazi se bo ta dejavnost izvajala v okviru obstoječe organiziranosti BSC d.o.o. Kranj. V drugi fazi, s povečanjem aktivnosti na tem področju pa bo v ta namen ustanovljena **projektna pisarna za razvoj industrijske kulture na Gorenjskem**.

Ključni deležniki oz. partnerji so:

- lokalne skupnosti,
- razvojne agencije,

- gorenjski muzeji,
- Zavod za varstvo naravne in kulturne dediščine Kranj,
- izobraževalne institucije v regiji (tehniške in turistične šole),
- podjetja in obrtniki,
- združenja podjetij in obrtnikov,
- lokalne turistične organizacije,
- kreativni posamezniki,
- strokovnjaki s področja industrijske dediščine,
- kulturna, turistična in druga društva, ki delujejo na področju industrijske kulture v regiji.

Strateški partnerji so:

- Ministrstva, pristojna za področje kulture, gospodarstva in turizma,
- Slovenska turistična organizacija,
- sorodna združenja in organizacije na nacionalni ali regionalni ravni v Sloveniji,
- sorodna združenja in organizacije v mednarodnem prostoru.

Vloga in naloge regijskega managerja in partnerjev

V vlogi regijskega managerja in koordinatorja razvoja industrijske kulture bo BSC d.o.o. Kranj izvajal naslednje glavne naloge in aktivnosti:

- načrtovanje razvojnih projektov in aktivnosti s področja industrijske kulture na Gorenjskem in spremljanje njihovega izvajanja,
- vodenje razvojnih projektov industrijske kulture v dogovoru z deležniki industrijske kulture na Gorenjskem,
- organiziranje in koordiniranje priprave skupnih projektov industrijske kulture po prioriteth vsehbinskih področij,
- načrtovanje in izvajanje promocije nove industrijske kulture na Gorenjskem,
- ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje proizvodov in storitev, ki bodo razviti v okviru vsebinskih prioriteth področij delovanja.

Poleg glavnih nalog bo izvajal tudi druge naloge in aktivnosti, katerih skupno izvajanje na regionalni ravni zagotavlja bolj racionalno in učinkovito izvedbo kot če bi se izvajale na nivoju posameznih lokalnih skupnosti ali posameznih deležnikov industrijske kulture. Med njimi izpostavljamo:

- vključevanje v mednarodne projekte s področja razvoja industrijske kulture,
- vključevanje in povezovanje s sorodnimi organizacijami in deležniki v drugih slovenskih regijah in na nacionalni ravni (kot npr. Združenje slovenska industrijska dediščina, TICCIH, Slovenija¹¹, Center za kreativnost CzK Slovenija¹², ipd.);
- Zastopanje interesov deležnikov s področja industrijske kulture na lokalni, regionalni in nacionalni ravni in v tem okviru predvsem prizadevanje za bolj vidno umešanje razvoja

¹¹ Več informacij na: <http://www.slo-ind-ded.si/domov/o-nas/>

¹² Več informacij na: https://www.czk.si/O_nas

industrijske kulture v nacionalne, regionalne in lokalne razvojne dokumente v prihodnjem strateškem obdobju;

- Spodbujanje ostalih deležnikov s področja industrijske kulture v regiji za aktivno vključevanje v vsebinske razvojne aktivnosti;
- Pridobivanje ugodnih virov za izvajanje skupnih projektov in aktivnosti razvoja industrijske kulture na Gorenjskem.

Partnerji oz. zainteresirani deležniki s področja industrijske kulture bodo sodelovali oz. bodo **člani Foruma za razvoj nove industrijske kulture**, katerega glavna vloga in naloga bo oblikovanje, usklajevanje in potrjevanje skupaj dogovorjenih projektov in aktivnosti razvoja industrijske kulture v tem strateškem obdobju. Članstvo v Forumu je prostovoljno in odprto za vse deležnike iz javnega in zasebnega sektorja ter nevladnih organizacij, ki želijo aktivno sodelovati pri razvoju industrijske kulture na Gorenjskem.

Za pripravo in izvedbo posameznih projektov in aktivnosti bodo oblikovane **projektne skupine**, ki jih bodo sestavljali partnerji posameznega projekta.

Slika 15: Model upravljanja nove industrijske kulture na Gorenjskem



Vir: Lasten

5.1.2. Skupna promocija nove industrijske kulture

Eden od glavnih izzivov na področju razvoja industrijske kulture je nizka osveščenost oz. zavedanje širše javnosti (lokalnih prebivalcev, mladih, pa tudi odločevalcev, lastnikov in managerjev industrijskih podjetij) o priložnostih, ki jih prinaša povezovanje bogate industrijske dediščine s sodobno industrijo za ustvarjanje novih kreativnih in tržno zanimivih proizvodov, edinstvenimi doživetji industrijske kulture za turiste, o priložnostih za ustvarjanje novih delovnih mest ter za izboljšanje kakovosti življenja lokalnih prebivalcev.

V skladu s tem je drugo prioriteto področje aktivnosti **intenziviranje promocije industrijske kulture**, njenih prednosti in razvojnih priložnosti, ki jih ustvarja. V okviru projekta InduCult2.0 je bilo izvedenih nekaj promocijskih akcij, vendar je za doseganje večjih učinkov potrebno **zagotoviti sistematično, celovito in predvsem kontinuirano izvajanje promocijskih aktivnosti** z izbiro najbolj učinkovitih promocijskih poti, ki bodo dosegle čim širši krog ljudi. Zato je prva aktivnost na tem področju priprava skupnega letnega načrta promocije industrijske kulture. Letni načrt promocije bo povezoval promocijske aktivnosti deležnikov in jih nadgrajeval s skupnim promocijskimi aktivnostmi, s čimer bo zagotavljal optimalno izkoriščenje omejenih sredstev. Koordinacijo in izvajanje skupnih promocijskih aktivnosti v tem strateškem obdobju prevzema regionalni manager in koordinator, Razvojna agencija, BSC d.o.o. Kranj.

5.1.3. Ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje

V okviru projekta InduCult2.0 je bilo razvitih nekaj inovativnih in kreativnih proizvodov, ki se še niso uspeli uspešno pozicionirati na trgu. Industrijska kultura tudi ni vključena v turistično ponudbo regije. Razlogov za to je več. Med njimi so najpomembnejši: pomanjkanje znanja in izkušenj za trženje butičnih proizvodov, nepovezanost ustvarjalcev kreativnih proizvodov s turističnimi ponudniki in pomanjkanje zagonskih virov financiranja za proizvodnjo in trženje proizvodov na trgu. Zato je ena od prioritetenih aktivnosti tega strateškega obdobja **vzpostavitev ugodnega podpornega okolja**, ki bo pomagal ustvarjalcem kreativnih proizvodov in storitev najti kupce v čim krajšem času. To je tudi eden od glavnih pogojev za zagotavljanje trajnostnega razvoja industrijske kulture v regiji.

Pri vzpostavitvi ugodnega okolja je potrebno v največji meri izkoristiti obstoječe mehanizme in instrumente za spodbujanje kreativnosti in inovativnosti. V Sloveniji obstoji dokaj razvit inovacijski in podjetniški ekosistem, v okviru katerega kreativni in inovativni posamezniki in podjetniki lahko pridobijo ustrezna znanja, mentorsko pomoč pa tudi sredstva za razvoj in lansiranje njihovih kreativnih proizvodov na trg¹³. V prvi fazi je zato potrebno **vzpostaviti spletno platformo**, ki bo povezovala deležnike s področja industrijske kulture in jim na enem mestu zagotavljala informacije o možnih oblikah podpore pri razvoju njihovih proizvodov in storitev. Pri tem je v prvi fazi smiselna le **ustrezna nadgradnja obstoječih spletnih strani regijskega koordinatorja, BSC d.o.o. Kranj in povezava nadgrajenega modula spletnih strani**

¹³ Med njimi naj omenimo spodbude Slovenskega podjetniškega sklada, iniciativo Start-up Slovenija ipd.

z obstoječimi sorodnimi platformami v Sloveniji¹⁴. Regionalna agencija BSC d.o.o. Kranj kot regionalni manager in koordinator v okviru svojih aktivnosti za spodbujanje podjetništva in inovativnosti **zagotovi tudi prvo mentorsko pomoč in usmerjanje kreativcev in posameznikov pri iskanju najugodnejših oblik podpore za njihove projekte.**

Pomemben segment za trženje industrijske kulture v najširšem pomenu besede je turizem. Gorenjska je ena od najbolj razvitih turističnih destinacij v Sloveniji. Vendar industrijska kultura še ni umeščena v turistično ponudbo regije. Turizem predstavlja velik potencial za trženje industrijske kulture vključno s kreativnimi proizvodi s tega področja. Za izkoriščenje tega potenciala se v tem strateškem obdobju **pripravi poslovni model vključevanja industrijske kulture v turistično ponudbo regije.** Prva faza priprave poslovnega modela vključuje vzpostavitev sodelovanja med ponudniki kreativnih proizvodov in storitev industrijske kulture in turističnimi ponudniki v regiji ter pripravo in izvedbo nekaj pilotnih doživetij industrijske kulture na Gorenjskem¹⁵.

Naslednji segment, ki prav tako potrebuje bolj ugodno podporno okolje, je oživljanje opuščenih industrijskih območij in objektov. Primeri dobrih praks kažejo na številne možnosti za preureditev opuščenih industrijskih območij v športne, kulturne, rekreacijske, turistične, muzejske objekte. V tem strateškem obdobju se s pomočjo kreativnih izzivov in z vzpostavitvijo sodelovanja med lastniki opuščenih industrijskih območij **pripravijo predlogi za preureditev industrijskih območij in objektov v sodobne oblike njihove rabe.** Pomembna pri tem pa je zagotovitev strokovnega multidisciplinarnega pristopa k obnovi in preurejanju teh objektov, ki vključuje strokovnjake s področja ohranjanja industrijske dediščine in njihove interpretacije, arhitekta, urbaniste, strokovnjake s področja kreativnih industrij in kreativne posameznike.

K bolj uspešnemu razvoju in trženju industrijske kulture bo na dolgi rok prispeval **razvoj blagovne znamke**, ki bo označevala najbolj reprezentativne elemente industrijske kulture in bo služila tudi kot identifikacijski element regije. Vzpostavitev blagovne znamke je dolgoročen proces, kjer je potrebno v prvi fazi zagotoviti kritično maso visoko kakovostnih in tržno zanimivih proizvodov in storitev. Tega v prvi razvojni fazi še ne bo možno zagotoviti. V začetnem obdobju pa je kljub temu smiselno **vzpostaviti podlage za razvoj blagovne znamke industrijske kulture Gorenjske**, ki vključuje pripravo strategije razvoja blagovne znamke, modela upravljanja blagovne znamke in načrta njene implementacije.

¹⁴ Kot primer takšne platforme lahko služi platforma Centra za kreativnost:

<https://www.czk.si/?m=search&typs=undefined%2Crazpis&sq=&csks=&tags=undefined%2C10&sq=>

¹⁵ Opisano tudi v okviru Stebra: Vsebinska področja delovanja.

5.1.4. Faznost vzpostavljanja modela upravljanja nove industrijske kulture na

Razvoj modela upravljanja nove industrijske kulture je dolgoročen proces, ki zahteva določene človeške, materialne in finančne vire. Razvoj modela upravljanja nove industrijske kulture na Gorenjskem je zato predviden v dveh fazah.

V prvi fazi bo BSC d.o.o. Kranj **vzpostavil in opravljal predvsem vlogo vodje, koordinatorja in organizatorja priprave in izvedbe med projektov in aktivnosti v okviru glavnih vsebinskih področij** (opisanih v točki 5.2.) **ter skrbel za vzpostavitev aktivnega sodelovanja med zainteresiranimi deležniki**. Za izvajanje teh aktivnosti bo BSC d.o.o. Kranj v prvem razvojnem obdobju angažiral obstoječe kadre in materialne vire. Finančna sredstva za izvajanje projektov in aktivnosti bo pridobival s prijavi na evropska razvojna sredstva. Aktivnosti s področja skupne promocije bo v prvi fazi izvajal v okviru projektov, za katera bo uspel pridobiti evropska ali domača razvojna sredstva. Aktivnosti s področja ustvarjanja ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje kreativnih proizvodov in vključevanje industrijske kulture v turistično ponudbo regije bo izvajal v okviru obstoječih mehanizmov in aktivnosti agencije.

Priprava in izvedba aktivnosti skupne promocije nove industrijske kulture in vzpostavitev spletne platforme ter drugih načrtovanih aktivnosti za ustvarjanje ugodnega okolja za razvoj nove industrijske kulture zahteva angažiranje novih kadrov in finančnih sredstev. Njihova priprava in izvajanje je zato odvisna od tega, kako hitro bo možno pridobiti zadosten obseg sredstev. BSC d.o.o. Kranj bo te aktivnosti celovito izvajal v drugi razvojni fazi, v skladu z razpoložljivimi človeškimi, materialnimi in finančnimi viri.

5.2. Vsebinska prioriteta področja delovanja

Drugi steber razvojnega modela strategije nove industrijske kulture zajema vsebinska prioriteta področja delovanja in opredeljuje smeri, konkretne projekte in aktivnosti za doseganje operativnih ciljev strategije na skupaj določenih prioriteta področjih delovanja.

Glavna vsebinska področja razvoja nove industrijske kulture so:

1. Spodbujanje regionalne identitete z industrijsko kulturo
2. Industrijska kultura kot priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in razvoj kompetentnih kadrov za delo v sodobni industriji
3. Izboljšanje kreativnosti in inovativnosti v industriji in njeni tradiciji.

Načrtovani ukrepi, projekti in aktivnosti v tem strateškem obdobju nadgrajujejo izvedene pilotne projekte in aktivnosti projekta InduCult2.0 in jih dopolnjujejo z novimi vsebinami, ki so se oblikovale v času izvajanja pilotnih aktivnosti.

Glavni nosilci projektov so deležniki s področja industrijske kulture, ki so že aktivno sodelovali pri izvedbi prvih projektov in aktivnosti v okviru projekta InduCult2.0.

V nadaljevanju so prikazana glavna izhodišča, vsebina in načrtovane projektne aktivnosti za glavna vsebinska področja delovanja.

5.2.1. Spodbujanje regijske identitete z industrijsko kulturo

Spodbujanje regijske identitete z industrijsko kulturo vključuje dve osrednji točki delovanja in sicer:

- Inovativno interpretacijo industrijske tradicije,
- Ustvarjanje turističnih doživetij industrijske kulture.

Inovativna interpretacija industrijske tradicije kot element krepitev regionalne identitete

Gorenjska ima bogato industrijsko dediščino in pomembno obstoječo industrijsko kulturo, ki oblikuje ne le ekonomsko, temveč tudi socialno okolje regije in vrednote njenih prebivalcev. Z inovativno interpretacijo predstavlja pomemben **element za graditev edinstvene regijske identitete in prepoznavnosti Gorenjske**.

Možnosti in načinov za krepitev regijske identitete je več. Izhodišče je inovativna interpretacija industrijske tradicije skozi oblikovanje identifikacijskih zgodb ter na tej podlagi prepoznavnih znakov, simbolov in sloganov, s katerimi komuniciramo industrijsko kulturo v širši javnosti. Drug način je organiziranje raznovrstnih kulturnih dogodkov v ambientu starih industrijskih območij. Tretji je preureditev starih industrijskih območij v galerije, muzeje, kulturne, rekreacijske in izobraževalne centre, kreativne centre, sodobna mestna središča, parke, otroška igrišča ipd.

Ustvarjanje turističnih doživetij industrijske kulture

Gorenjska sodi med najbolj razvite turistične destinacije Slovenije. Trendi v turizmu pa kažejo na rast povpraševanja po kulturnem turizmu, po **ustvarjanju edinstvenih doživetij kulture za turiste**. Ti želijo vedno bolj spoznati kulturo, običaje, življenje destinacije, ki jo obiščejo. Industrijska dediščina v kombinaciji z moderno industrijo regije in kreativnostjo predstavlja potencial za oblikovanje edinstvenih doživetij kulturnega turizma, ki morajo vključevati izvirne, zanimive zgodbe življenja in dela ljudi. Sestavni del turističnih doživetij industrijske kulture predstavlja preureditev industrijskih območij in prostorov za turistične namene kot so hostli, hoteli in druge nastanitvene kapacitete, tematsko povezane z industrijskimi zgodbami, ki so nekoč dolgočasnim objektom zapolnile vsak dan ter v ureditev druge atraktivne športne, izobraževalne in rekreativne turistične infrastrukture kot so skate parki, pustolovski parki, plezalne stene, t.i. sobe pobega (escape rooms) ipd. Nenazadnje ustvarjanje turističnih doživetij industrijske kulture predstavlja tudi priložnost za vključevanje kreativnih proizvodov, ki povezujejo industrijsko tradicijo in znanje s sodobnimi tehnologijami v turistično ponudbo kot unikatne turistične spominke.

Projektne aktivnosti

Spodbujanje regijske industrijske identitete je dolgoročen proces. V tem strateškem obdobju je v skladu z izkazanim interesom ključnih deležnikov načrtovana izvedba naslednjih projektov:

- Industrijska dediščina, naš ponos;
- Žive legende;
- Razvoj inovativnih turističnih proizvodov industrijske kulture.

Projekti in aktivnosti nadgrajujejo izvedene projekte v okviru projekta InduCult2.0.

Projekt **Industrijska dediščina, naš ponos** in projekt **Žive legende** zajemata sklop aktivnosti, vezanih na interpretacijo industrijske dediščine v industrijskih mestih Gorenjske. V okviru prvega projekta bo zapisanih nekaj pripovedi za turiste in obiskovalce, ki temeljijo na tradiciji in zgodbah delavcev. Urejene bodo razstave in muzeji ter organizirani dogodki, ki bodo interpretirali življenje in delo ljudi v industriji. Rezultati projekta predstavljajo vir za oblikovanje edinstvenih doživetij industrijske kulture za turiste. Projekt **Žive legende** pa je povezan z interpretacijo starih obrti in znanja na Gorenjskem.

Rezultati obeh projektov predstavljajo vir za **oblikovanje edinstvenih doživetij industrijske kulture za turiste**, ki predstavljajo glavno vsebino tretjega projekta. V tem okviru bo v tem strateškem obdobju oblikovanih nekaj pilotnih itinerarijev, turističnih paketov in turističnih proizvodov, ki bodo ponujeni v trženje podjetjem s področja turizma. Med njimi so že izraženi idejni predlogi deležnikov kot so: Nenavadni izleti: izlet s starim avtobusom okoli industrijskih mest v regiji, ogledovanje obzorij in obisk enega ali dveh muzejev in podjetij; Namestitve virtualne preteklosti v muzeje; Kulinarični projekt »Uživam v svojem delu«: Projektne raziskave o prehrani delavcev v industriji; razvoj receptov na osnovi hrane, ki so jo delavci jedli na delovnem mestu, izdelani z lokalnimi sestavinami; Izložbe domišljije kot regionalna pop-up trgovina ustvarjalnih in edinstvenih izdelkov¹⁶.

Izvedba navedenih projektov bo prispevala k:

- krepitvi regionalne identitete, povezane z industrijsko tradicijo,
- močnejšim poslovnim odnosom med kreativnimi ustvarjalci, muzeji, šolami ter industrijskimi in turističnimi podjetji,
- razvoju nove turistične ponudbe doživetij industrijske kulture.

¹⁶ Ideja temelji na obstoječi enomesečni trgovinski razstavi v Škofji Loki.

5.2.2. Industrijska kultura kot priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in krepitev kompetenc in znanja za delo v sodobni industriji

Industrijska kultura kot priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in ustvarjanje kompetentnih kadrov za delo v sodobni industriji vključuje dve osrednji točki delovanja in sicer:

- promocijo industrijske kulture in spodbujanje mladih za delo v industriji in
- krepitev kompetenc in znanja za delo v sodobnih industrijskih podjetjih.

Promocija industrijske kulture in spodbujanje mladih za delo v industriji

Mladi se v današnjem času težko prepoznajo v tehničnih strokah, ki so nekoč zaposlovala številne delavce, zato jih je potrebno primerno spodbuditi. Predvsem sodobna industrija in inovativni pristopi predstavljajo številne možnosti za mlade, da razvijejo spretnosti in znanja, ki lahko obogatijo obstoječo industrijo. Dijakom in študentom je potrebno približati način dela, potrebna znanja, možnosti zaposlitve z organizacijo informativnih dogodkov v šolah v povezavi s podjetji, muzeji in ostalimi deležniki industrijske kulture ter z vključevanjem industrijske kulture v izobraževalne programe, tudi z učenjem starih obrti, tradicionalne izdelave proizvodov ipd.

Krepitev kompetenc in znanja za delo v sodobnih industrijskih podjetjih

Priložnost za razvoj industrijske kulture predstavljajo tudi obstoječa industrijska podjetja, ki so se uspela prilagoditi drugačnim razmeram na trgu in imajo dobre možnosti za nadaljnji razvoj in nadgradnjo. Za tovrstno industrijo so odločilni strokovno usposobljeni ljudje. To je možno doseči z dobro povezanostjo podjetij in šol, ki na ta način usklajujejo in prilagajajo izobraževalne programe potrebam industrijskih podjetij ter spodbujajo mlade k delu na konkretnih projektnih nalogah industrijskih podjetij s podporo mentorjev. Organiziranje zaposlitvenih sejmov in organizacija obiskov podjetij sta tudi načina za spodbujanje mladih za delo v industriji in s tem k ustvarjanju kompetentnih in strokovnih kadrov.

Projektne aktivnosti

Na Gorenjskem delujeta dva večja medpodjetniška izobraževalna centra (MIC), in sicer v Kranju in Škofji Loki, ki sodelujeta s konzorcijem podjetij pri različnih projektih in dogodkih za vzgojo primerne kadra. Med njimi sta najpomembnejša **zaposlitveni sejem »Karierni dan« in Vrtiljak poklicev**, ki sta bila v letu 2018 nadgrajena z vključevanjem prezentacije industrijske kulture in tudi naprej ostajata glavni projektni aktivnosti na tem področju. V tem strateškem obdobju je cilj, da se v pripravo in izvedbo teh dveh dogodkov vključi še več podjetij in drugih deležnikov s področja industrijske kulture.

Poleg tega se v tem strateškem obdobju vsebine industrijske kulture vključujejo v ostale dogodke, namenjene spodbujanju mladih za izobraževanje in delo v industriji, kot sta Tehnični dan in Robotkov dan – Dan odprtih vrat srednjih šol, ki jih organizira Šolski center Kranj. V strateškem obdobju pa se bodo identificirali tudi drugi tovrstni dogodki.

BSC Kranj bo okrepil tudi sodelovanje z Gospodarsko zbornico Slovenije – OE Kranj, pri organizaciji Dnevov odprtih vrat podjetij, ki ga organizirajo vsako leto v jesenskem času z namenom vključevanja tematike industrijske dediščine in kulture v ta dogodek.

Izvedba navedenih projektov in aktivnosti bo prispevala k:

- boljšemu poznavanju industrijske dediščine in kulture Gorenjske med mladimi;
- Dvigu interesa mladih za delo v industriji;
- Boljšim povezavam med podjetji, muzeji in šolami;
- Povečanju veljave šol, kot največjih multiplikatorjev mladih s poudarkom na vključevanju in promociji industrijskega dela;
- Večji usklajenosti izobraževalnih programov s potrebami industrijskih podjetij.

5.2.3. Povezovanje kreativnih posameznikov s podjetji v povezavi z industrijsko tradicijo

To vsebinsko področje zajema dejavnosti:

- povezovanja kreativnih posameznikov s sodobnimi industrijskimi podjetji in
- oživljanje tradicionalnih znanj in spretnosti kot pomembnega elementa nove industrijske kulture.

Povezovanje kreativnih posameznikov s sodobnimi industrijskimi podjetji

Projektne aktivnosti za spodbujanje kreativnosti in inovativnosti v industriji z uporabo industrijske dediščine predstavljajo pomemben del projektnih aktivnosti Strategije nove industrijske kulture na Gorenjskem, saj razvoj novih kreativnih rešitev, ki povezujejo industrijsko dediščino in sodobno industrijo ter rešujejo izzive in potrebe sodobnega življenja ljudi pomembno prispevajo ne le k krepitvi nove industrijske kulture temveč tudi k razvojni uspešnosti regije. Kreativnost in inovativnost sta namreč temelj uspešnega razvoja.

Na Gorenjskem deluje vrsta kreativnih oblikovalcev, ki samostojno ustvarjajo unikatne izdelke, vendar z njimi težko prodrejo na trg. Ustvarjanje ugodnega podpornega okolja¹⁷ zanje je pravi način, da bodo kreativni posamezniki ostali in še naprej ustvarjali v regiji. Ob tem pa je pomembno, da jih povežemo z industrijskimi podjetji z namenom reševanja njihovih razvojnih izzivov v povezavi z industrijsko dediščino. Pomembna vloga kreativcev pa je tudi v iskanju in

¹⁷ Del aktivnosti je podrobneje opisanih v točki 5.1.3.

oblikovanju kreativnih rešitev rabe prostorov opuščenih industrijskih območij, bodisi za samo njihovo ustvarjanje (kreativni centri) ali za druge namene.

Priložnost predstavlja oblikovanje kreativnih središč, kjer bi se želje industrijskih proizvajalcev združile z inovativnim znanjem posameznikov. Gre za sodobni način timskega delovanja, ki spodbuja odprto podjetniško kulturo in posameznikom omogoča izmenjavo misli in testiranje konceptov s pomočjo drugih oseb, s katerimi si delijo prostor. Tako imenovani *coworking* centri na Gorenjskem že delujejo¹⁸, a vendar ni nekih konkretnjših povezav z obstoječo industrijo. Možnosti za boljše sodelovanje predstavljajo predvsem: oblikovalski natečaji za izbor kreativnih rešitev posameznih izdelkov ali storitev in projektno delo oblikovalcev v sodelovanju z industrijskimi podjetji v zameno za delovno mesto najbolj obetavnim kadrom, ki se izkažejo v projektu.

Industrijska kultura kot priložnost za oživljanje tradicionalnih znanj in spretnosti

Številne obrti, ki so bile prisotne v gorenjskem prostoru in iz katerih so se razvili industrijski obrati, počasi izumirajo. To pa predvsem zato, ker je večina teh podjetij v času globalizacije propadlo, ostala pa je le peščica takih, ki so z manjšo obrtjo nadaljevali in še vedno razpolagajo s tradicionalnimi znanji izdelave posameznih izdelkov. V sodelovanju različnih deležnikov je industrijska kultura v tem primeru priložnost za prikaz tradicionalnih načinov izdelave in nudi možnosti za učenje starih ročnih spretnosti ter s tem prispeva k ohranjanju industrijske dediščine. Načinov za ohranjanje in oživljanje tradicionalnih znanj in spretnosti je več, kot npr. razstavne poti v muzejih, delavnice z obrtnimi mojstri za prikaz tradicionalnih znanj v kreativnih centrih, muzejih in kulturnih dogodkih, v šolah ipd.

Projektne aktivnosti

V tem strateškem obdobju je na tem področju predvidena izvedba več projektov, ki so predstavljeni v nadaljevanju.

Oblikovanje mreže kreativnih prostorov za razvoj novih kreativnih proizvodov. Projekt je povezan z nadaljnjim razvojem kreativnih centrov v regiji, saj so se ti v okviru projekta InduCult2.0 izkazali kot zelo primeren način spodbujanja kreativnosti in inovativnosti tudi v kontekstu razvoja industrijske kulture. V tem okviru bodo aktivnosti usmerjene v:

- **nadgradnjo delovanja kreativnega centra Kreativnice v Škofji Loki**, ki je bil vzpostavljen v projektu InduCult2.0 kot pilotni projekt. Ideja predstavlja nadgradnjo vsebine programa kreativnega središča predvsem v smislu boljših povezav in sodelovanja z ostalimi coworking prostori in kreativnimi butiki, ki že delujejo v mestnem središču Škofje Loke, oblikovanju skupne celostne podobe kreativnih centrov in izvedbo promocijskih in trženjskih aktivnosti v tem okviru. Ime projekta je **»Nor na kreativnost«**.

¹⁸ Kreativnice Škofja Loka, Kovačnica Kranj, Plavž Jesenice, itd.

- **Prenos dobre prakse Kreativnic na območje BPT v Tržiču** in na druga opuščena industrijska območja v regiji za katera bodo lastniki izkazali interes.

Kreativni izziv: Kreativni oblikovalci se srečajo z industrijo. Pripravljen je izziv tovarne čevljev Alpina Žiri za moderno interpretacijo uporabe modrotiska na usnju, na podlagi katerega bodo oblikovani moderni pohodni čevlji. V tem okviru se bodo v skladu z izkazanim interesom podjetij pripravili tudi drugi kreativni izzivi.

Priprava modela trženja za uspešnejšo prodajo unikatnih proizvodov kreativnih posameznikov. V ta namen bo angažirana trženjska agencija, ki bo pripravila model oz. nekaj najbolj učinkovitih modelov trženja unikatnih proizvodov.

Organizacija Pop-up prodaje in delavnic za kreatorje v objektih z industrijsko tradicijo. V tem okviru je načrtovana organizacija dveh ali treh pop-up prodaj unikatnih proizvodov v eni izmed starih zapuščenih objektov tovarn (npr. BPT Tržič, Tovarna klobukov Šešir) kot pilotnih projektov umeščanja kreativnih proizvodov na trg.

Obrt in umetnost –dediščina in sodobnost je konkreten projekt namenjen ohranjanju tradicionalnih znanj in spretnosti (konkretno izdelave čevlja) in kot tak predstavlja pilotni projekt, ki bo v prihodnjem obdobju služil kot primer prakse za aplikacijo na druga tradicionalna znanja in veščine.

Izvedba navedenih projektov in aktivnosti bo prispevala k:

- spodbuditi oblikovanje inovativnih proizvodov z visoko dodano vrednostjo v domačem gospodarstvu;
- izboljšanje sodelovanja med kreativnimi posamezniki in sodobnimi industrijskimi podjetji v regiji pri iskanju novih inovativnih rešitev in proizvodov;
- ohranjanju tradicionalne obrtniških spretnosti in znanj na inovativni način.

6. Akcijski načrt

V akcijskem načrtu tabelarično povzemamo ukrepe in aktivnosti za uresničevanje strateških ciljev po posameznih stebrih in prioritetnih področjih delovanja. Odgovarjamo na vprašanja, kje in kdaj začeti, kako naj si sledijo aktivnosti, kdo naj jih izvede, koliko sredstev po oceni potrebujemo za njihovo izvedbo, kateri so možni viri financiranja in ali so ti že zagotovljeni.



6.1. Preglednice ukrepov, projektov in aktivnosti


Preglednice podajajo strnjen prikaz glavnih informacij za izvedbo načrtovanih projektov in aktivnosti v obdobju petih let za vseh 6 glavnih področij delovanja v okviru dveh razvojnih stebrov, opredeljenih v točki 5 te strategije. Vsako področje je predstavljeno kot samostojen ukrep, za uresničitev katerega so v nadaljevanju prikazani glavni projekti in aktivnosti, ki so bili oblikovani v sodelovanju z zainteresiranimi deležniki v času priprave strategije. Prikazan je terminski načrt izvedbe. Opredeljeni so že znani nosilci in partnerji posameznih projektov in aktivnosti. Za tiste, kjer nosilci in partnerji v času priprave strategije še niso znani, pa so zapisani potencialni nosilci in partnerji. Enako velja tudi za vire financiranja.

Kot je razvidno iz spodnjih preglednic so viri financiranja znani le za nekaj projektov in aktivnosti. Pretežni del projektov in aktivnosti virov financiranja še nima zagotovljenih. Tudi vrednosti izvedbe teh projektov so le približne ocene, ki so pripravljene na podlagi izkušenj z izvedbo podobnih projektov. Za vse te projekte je potrebno pripraviti podrobnejše načrte, ko bo za njihovo izvedbo izkazan zadosten interes deležnikov. BSC d.o.o. Kranj bo v vlogi regijskega managerja in koordinatorja razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem v ta namen spodbujal deležnike k pripravi projektov ter jim nudil podporo pri iskanju razvojnih sredstev za njihovo izvedbo.

V nadaljevanju sledijo preglednice ukrepov, projektov in aktivnosti kot sledi:

- Ukrep 1.1. Vzpostavitev modela upravljanja oz. managementa razvoja nove industrijske kulture
- Ukrep 1.2. Program skupne promocije nove industrijske kulture
- Ukrep 1.3. Ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje
- Ukrep 2.1. Spodbujanje regijske identitete z industrijsko kulturo
- Ukrep 2.2. Promocija industrijske kulture med mladimi in krepitev kompetenc in znanja za delo v industrijskih podjetjih
- Ukrep 2.3. Povezovanje kreativnih posameznikov s podjetji in oživljanje tradicionalnih znanj.

UKREP 1.1		Vzpostavitev modela upravljanja oz. managementa nove industrijske kulture																				
AKTIVNOSTI	Leto	2019				2020				2021				2022				2023				
	Kvartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Aktivnost 1	Potrditev BSC d.o.o. Kranj za regionalnega managerja in koordinatorja razvoja nove industrijske kulture																					
Aktivnost 2	Izvajanje funkcij upravljanja razvoja nove industrijske kulture																					
Aktivnost 3	Oblikovanje Forum za razvoj nove industrijske kulture																					
Aktivnost 4	Organiziranje polletnih srečanj s člani Forum																					
Aktivnost 5	Oblikovanje in zagon projektne pisarne																					
NOSILEC	BSC Kranj za vse aktivnosti																					
PARTNERJI	Zainteresirani deležniki s področja																					
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 320.000	VIRI FINANCIRANJA								SREDSTVA ŽE ZAGOTOVLJENA DA/NE												
Aktivnosti 1,2,3,4	0	Sredstva za izvajanje rednih aktivnosti BSC Kranj								DA												
Aktivnost 5	320.000	Razvojna sredstva, sredstva zainteresiranih partnerjev								NE												

UKREP 1.2	Program skupne promocije nove industrijske kulture																				
AKTIVNOSTI	Leto	2019				2020				2021				2022				2023			
	Kvartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 1	industrijske kulture																				
Aktivnost 2	Izvajanje promocijskih aktivnosti																				
NOSILEC	BSC Kranj za vse aktivnosti																				
PARTNERJI	Zainteresirani deležniki s področja																				
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 112.500	VIRI FINANCIRANJA								SREDSTVA ŽE ZAGOTOVLJENA DA/NE											
Aktivnosti 1	12.500	Razvojna sredstva, sredstva zainteresiranih partnerjev								NE											
Aktivnost 2	100.000	Razvojna sredstva, sredstva zainteresiranih partnerjev								NE											

UKREP 1.3		Ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje																			
AKTIVNOSTI		Leto 2019				2020				2021				2022				2023			
		Kvartal				1				1				1				1			
Aktivnost 1	Nadgradnja spletnih strani regijskega koordinatorja z informacijami o možnih oblikah podpore za razvoj industrijske kulture in povezava z obstoječimi podpornimi platformami																				
Aktivnost 2	Oblikovanje skupine mentorjev za nudenje prve mentorske pomoči kreativcem																				
Aktivnost 3	Razvoj blagovne znamke nove industrijske kulture																				
Aktivnost 4	Implementacija blagovne znamke (vzdrževanje in razvoj sistema, trženjske aktivnosti, monitoring)																				
NOSILEC	BSC Kranj za vse aktivnosti																				
PARTNERJI	Zainteresirani deležniki s področja																				
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 183.000	VIRI FINANCIRANJA										SREDSTVA ŽE ZAGOTOVLJENA DA/NE									
Aktivnosti 1	3.000	Razvojna sredstva										NE									
Aktivnost 2	0	Sredstva za izvajanje rednih aktivnosti BSC Kranj										DA									
Aktivnost 3	20.000	Razvojna sredstva										NE									
Aktivnost 4	160.000	Sredstva uporabnikov blagovne znamke										NE									

UKREP 2.1	Spodbujanje regijske identitete z industrijsko kulturo																				
PROJEKTI / AKTIVNOSTI	Leto	2019			2020				2021				2022				2023				
	Kvartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Projekt 1	Industrijska dediščina, naš ponos																				
Projekt 2	Žive legende																				
Aktivnost 1	Priprava poslovnega modela za vključevanje industrijske kulture v turistično ponudbo																				
Projekt 3	Razvoj turističnih doživetij industrijske kulture (pilotni projekti)																				
NOSILEC	BSC Kranj za vse projekte in aktivnosti																				
PARTNERJI																					
Projekt 1	Tržiški muzej, Gornjesavski muzej Jesenice, Občina Bled, muzeji radovljiške občine																				
Projekt 2	Tržiški muzej, muzeji radovljiške občine; Občina Naklo, Občina Cerklje na Gorenjskem, Občina Preddvor, Turizem Bohinj, RTC Krvavec d.d.																				
Aktivnost 1	Lokalne turistične organizacije, turistične agencije in organizatorji potovanj																				
Projekt 3	Lokalne turistične organizacije, turistične agencije in organizatorji potovanj, VSŠ za gostinstvo, velnes in turizem Bled, druge turistične šole																				
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 498.000	VIRI FINANCIRANJA										SREDSTVA ŽE ZAGOTOVLJENA DA/NE									
Projekt 1	158.000	Leader/CLLD, LAS Gorenjska košarica										DA									
Projekt 2	130.000	Leader/CLLD, LAS Gorenjska košarica										DA									
Aktivnost 1	10.000	Razvojna sredstva										NE									
Projekt 3	200.000	Razvojna sredstva										NE									

UKREP 2.2		Promocija industrijske kulture med mladimi in krepitev kompetenc za delo v sodobnih																			
PROJEKTI / AKTIVNOSTI	Leto	2019				2020				2021				2022				2023			
	Kvartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Projekt 1	Zaposlitveni sejem "Karierni dan"																				
Projekt 2	Vrtljak poklicev																				
Aktivnost 1	Identifikacija drugih dogodkov, primernih za promocijo industrijske kulture med mladimi in vključevanje vsebin industrijske kulture vanje																				
NOSILEC	Šolci center Kranj za Projekt 1,2																				
	BSC Kranj za Aktivnost 1																				
PARTNERJI																					
Projekt 1	Muzeji, podjetja, svetovalci in trenerji za kadrovanje, Zavod za zaposlovanje Kranj, Obrtna zbornica Kranj in drugi zainteresirani subjekti																				
Projekt 2	Srednje šole, gorenjski muzeji in ostali zainteresirani subjekti																				
Aktivnost 1	Šolski center Kranj, ostale šole, podjetja in ostali zainteresirani subjekti																				
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ:105.000	VIRI FINANCIRANJA										SREDSTVA ŽE ZAGOTOVLJENA DA/NE									
Projekt 1	25.000	Projekt InduCult2.0 v letu 2019, Razvojna sredstva										DELNO (za leto 2019)									
Projekt 2	35.000	Projekt InduCult2.0 v letu 2019, Razvojna sredstva										DELNO (za leto 2019)									
Aktivnost 1	45.000	Razvojna sredstva										NE									

UKREP 2.3		Povezovanje kreativnih posameznikov s podjetji in oživljanje tradicionalnih znanj																							
PROJEKTI / AKTIVNOSTI		Leto				2019				2020				2021				2022				2023			
		Kvartal				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Projekt 1		Oblikovanje mreže kreativnih prostorov za razvoj novih kreativnih proizvodov: "Nor na kreativnost"																							
Projekt 2		Prenos dobre prakse Kreativnic na območje BPT v Tržiču in na ostale lokacije																							
Projekt 3		Kreativni izziv: Kreativni oblikovalci se srečajo z industrijo (vzorec modrotiska na modernih čevljih)																							
Aktivnost 1		Priprava najmanj 1 kreativnega izziva na leto																							
Aktivnost 2		Priprava modela trženja za uspešnejšo prodajo unikatnih proizvodov kreativnih posameznikov																							
Aktivnost 3		Organizacija Pop-up prodaje in delavnic za kreatorje v objektih z industrijsko tradicijo																							
Projekt 4		Obrt in umetnost - dediščina in sodobnost																							
NOSILEC		Razvojna agencija Sora za Projekt 1 in 4																							
		BSC Kranj za Projekt 2, 3 in Aktivnosti 1,2,3																							
PARTNERJI																									
Projekt 1		Loški muzej Škofja Loka, kreativni oblikovalci, podjetja, šole, Občina Škofja Loka, LTO Škofja Loka																							
Projekt 2		Razvojna agencija Sora, Loški muzej Škofja Loka, BPT Tržič, Občina Tržič, podjetja, šole in ostali zainteresirani deležniki																							
Projekt 3		Gorenjski muzeji, Alpina Žiri, šole, lokalne turistične organizacije in drugi zainteresirani deležniki																							
Ativnost 1		Zainteresirana podjetja, muzeji, šole in ostali zainteresirani deležniki																							
Aktivnost 2		Kreativni posmezniki, lokalne turistične organizacije in ostali zainteresirani deležniki																							
Aktivnost 3		Kreativni posamezniki, muzeji, drugi zainteresirani deležniki																							
Projekt 4		LAS Loško Pogorje, tovarna čevljev Alpina, Aleš Kacin – samostojni oblikovalec in arhitekt, Občina Žiri																							
FINANČNA SREDSTVA		SKUPAJ:540.000				VIRI FINANCIRANJA								SREDSTVA ŽE ZAGOTOVLJENA DA/NE											
Projekt 1		95.000				Leader/CLLD, LAS Gorenjska košarica								DA											
Projekt 2		(100.000/lokacijo)				200.000				Razvojna sredstva								NE							
Projekt 3		15.000				Projekt InduCult2.0								DA											
Aktivnost 1		60.000				Razvojna sredstva								NE											
Aktivnost 2		20.000				Razvojna sredstva								NE											
Aktivnost 3		(5.000/leto)				25.000				Razvojna sredstva								NE							
Projekt 4		125.000				Leader/CLLD, LAS Gorenjska košarica								DA											

6.2. Okvirni terminski načrt

Strategija razvoja nove industrijske kulture je pripravljena za obdobje petih let od leta 2019 – 2023. Predviden začetek večine ukrepov in aktivnosti je v letu 2019. Prve aktivnosti so usmerjene v vzpostavitev modela upravljanja kot temeljnega pogoja za uspešen zagon in izvedbo vseh ostalih načrtovanih projektov in aktivnosti. Sledi izvedba projektov, ki imajo že zagotovljena razvojna sredstva. Izvedba ostalih projektov in aktivnosti je tudi v časovnem smislu odvisna od izkazanega interesa deležnikov za njihovo izvedbo ter od uspešnosti pri pridobivanju razvojnih sredstev za njihovo izvedbo. Okvirni terminski načrt je prikazan v nadaljevanju.

[illegible]

6.3. Okvirna višina sredstev za izvedbo načrtovanih projektov in aktivnosti

Ocenjena višina potrebnih sredstev za izvedbo načrtovanih projektov in aktivnosti v tem strateškem obdobju je 1.758.500 EUR. Od tega je že zagotovljenih 30% načrtovanih sredstev in sicer iz dveh virov: Projekta InduCult2.0 in Programa Leader/CLLD, LAS Gorenjska košarica. Za vse ostale projekte in aktivnosti je sredstva potrebno še pridobiti, pri čemer so kot glavni vir financiranja predvidena domača razvojna sredstva in razvojna sredstva programov EU ter sredstva deležnikov za izvedbo posameznih projektov in aktivnosti. Pomemben vir so tudi sredstva občinskih proračunov, ki dopolnjujejo domača razvojna sredstva in razvojna sredstva programov EU.

Pomembno vlogo pri pridobivanju razvojnih sredstev ima regijski manager in koordinator razvoja industrijske kulture na Gorenjskem, BSC d.o.o. Kranj, ki si bo v tem strateškem obdobju prizadeval pridobiti čim večji delež razvojnih sredstev s prijavi skupnih projektov na razpise skladov in programov EU. BSC d.o.o. Kranj pa v tem okviru tudi prevzema stroške posameznih aktivnosti s področja vodenja in koordinacije izvajanja strategije, ki v tem okvirnem finančnem načrtu niso posebej predvidena.

Tabela 1: Okvirna višina sredstev za izvedbo načrtovanih projektov in aktivnosti

UKREP		OBSEG SREDSTEV	POTRJEN	NI POTRJEN
UKREP 1.1.	Vzpostavitev modela upravljanja oz. managementa nove industrijske kulture	320.000	0	320.000
UKREP 1.2.	Program skupne promocije nove industrijske kulture	112.500	0	112.500
UKREP 1.3.	Ustvarjanje ugodnega podpornega okolja za razvoj in trženje	183.000	0	183.000
UKREP 2.1.	Spodbujanje regijske identitete z industrijsko kulturo	498.000	288.000	210.000
UKREP 2.2.	Promocija industrijske kulture med mladimi in krepitev kompetenc za delo v sodobnih industrijskih podjetjih	105.000	12.000	93.000
UKREP 2.3.	Povezovanje kreativnih posameznikov s podjetji in oživljanje tradicionalnih znanj	540.000	235.000	305.000
SKUPAJ		1.758.500	535.000	1.223.500
DELEŽ ZAGOTOVLJENIH SREDSTEV			30%	

Vir: Lasten

7. Zaključek

Strategija nove industrijske kulture na Gorenjskem je bila pripravljena v sodelovanju z aktivnimi deležniki s področja industrijske kulture na Gorenjskem. Vključuje tista področja aktivnosti, za katera obstoji interes med deležniki in področja za katera je v tem strateškem obdobju možno pridobiti razvojna sredstva. Vzpostavitev modela upravljanja oz. managementa razvoja nove industrijske kulture na Gorenjskem predstavlja dobro podlago, da bodo skupno načrtovani projekti in aktivnosti izvedeni učinkovito in bodo prispevali k razvoju nove industrijske kulture na Gorenjskem in s tem tudi k uresničevanju vizije, zapisane v Regionalnem razvojnem programu Gorenjske za obdobje 2014 – 2020, ki je:

»Želimo Gorenjsko, ki ima zdravo okolje in hrano, je varna za rast naših otrok in privlačna za tuje otroke. Želimo Gorenjsko, ki spodbuja ustvarjalnost in človeške potenciale ter nudi možnosti možnosti uresničevanja delovnih vizij. Želimo visokokakovostne življenjske razmere. Želimo Gorenjsko, ki pomlaja. Želimo Gorenjce, ki bodo rekli:

»Gorenjska - tu želim živeti, delati in t se igrati.«

8. Literatura in viri

1. Center za kreativnost Slovenije.
<https://www.czk.si/?m=search&typs=undefined%2Crazpis&sq=&csks=&tags=undefined%2C10&sq=>
2. Evropska pot industrijske kulturne dediščine ERIH. <https://www.erih.net/>
3. Gorenjski muzeji. NAŠE tovarne, naš ponos: industrijska dediščina Gorenjske. 2016
4. Ifko S. Industrial Architectural Heritage – re-evaluating research parameters for more authentic preservation approaches. Journal of Architectural and Town-planning Theory; Volume XLVIII, 2014; dostopno na:
<https://translate.google.com/#view=home&op=translate&sl=en&tl=sl&text=retrieved>
5. Ifko S.: Industrijska dediščina/kultura kot priložnost - primeri dobrih praks. Delavnica v okviru projekta Inducult2.0, Škofja Loka, 4.1.2018.
6. Projekt InduCult2.0: <https://www.interreg-central.eu>
7. Regionalni argumentacijski dokument za Gorenjsko, InduCult2.0 SREDNJA EVROPA, projekt CE31, BSC Kranj, junij 2017.
8. Regionalni razvojni program Gorenjske za obdobje 2014 – 2020; BSC Kranj, 2015
9. TICCIH Slovenija. Platforma slovenske industrijske dediščine. www.slo-ind-ded.si/domov/o-nas/