



---

## Denisa Morgensternová

---

### CIEĽ

---

Pracovať a rozvíjať sa v oblasti kultúry, prepájania hodnôt, vzdelávania a kultúrno-spoločenských aktivít v malokarpatskom regióne, ktorý je kolískou kultúry a vína.

---

---


### PRACOVNÉ SKÚSENOSTI

---

**Manažér oddelenia Kultúry, športu, zahraničných vzťahov a komunikácie, MČ BRATISLAVA – VAJNORY**  
05 – 10 2019

- Manažment kultúrneho oddelenia
- Strategické plánovanie, rozpočtovanie
- Tvorba novej koncepcie kultúrnych podujatí
- Výstavba programu, dramaturgie akcií
- Produkcia podujatí
- Koordinácia kultúrnych podujatí
- Rozvojové aktivity v rámci komunity, kraja, Slovenska
- Projektový manažment – podávanie projektov, realizácia, zúčtovanie
- Personálny manažment, team manažment
- Nastavovanie procesov
- Komunikácia, marketing, PR, médiá
- Promo materiály, časopis MiÚ, online marketing
- Budovanie vzťahov s dodávateľmi, účinkujúcimi, moderátormi, miestnymi spolkami, investormi a sponzormi
- Analýzy potrieb obyvateľov a regiónu
- Vyhodnocovanie kultúrnych podujatí a akcií
- Participácia na budovaní nového image MiÚ

**RIADITEĽ, FESTANČA (medzinárodný festival animovaného filmu)**  
11 2018-04 2019

- Nastavenie procesov riadenia a manažmentu
  - Koordinácia tímu, organizácia medzinárodného filmového festivalu
  - Získanie grantov a dotácií, vyúčtovanie
- 

## **KULTÚRNE CENTRUM PEZINOK**

Apríl - máj 2018

- Podpora predaja - externá spolupráca

## **COMPANY ART, BRATISLAVA**

2014-2018, vedľajšia činnosť

- Spolupráca pri zabezpečovaní vystavovateľov umeleckých diel
- Prepájanie výstav s priestormi siete súkromných soc. a zdravotných zariadení

## **PROJEKTOVÝ RIADITEĽ, WBA HOLDING, a.s. - HARMÓNIA ŽIVOTA, n.o.**

06 2011 – 11 2018

- Manažment siete súkromných zariadení sociálnych a zdravotných služieb
- Krízový manažment – vstup do projektu v čase krízy zariadenia - analýza situácie, návrh riešení, marketingovej stratégie
- Strategické plánovanie, rozhodovanie, implementácia činností, ich kontrola, analýza, vyhodnotenie
- Personálny, finančný a prevádzkový manažment
- Franchíza – otvorenie ďalšieho zariadenia v Trenčíne (r. 2013)
- Zavádzanie nových služieb, rozvoj značky, koncepcie – v r. 2015 otvorenie Alzheimer centra Avalon
- Založenie občianskeho združenia Alzheimer Kaviareň Avalon – bezpečné miesto na stretávanie laickej a odbornej verejnosti
- Fundraising, dobrovoľníctvo
- Mkg&Sales, Key Account Manažment

## **PRODUKTOVÝ MANAŽÉR, ABBOTT, A.S., (SOLVAY, A.S.)**

06 2005-05 2011


- Edukačný marketing
- Strategické plánovanie, implementácia, kontrola
- Finančný manažment
- Odborné školenia pre sales tím
- Prezentácie pre odbornú verejnosť
- Organizácia národných a medzinárodných odborných sympózií
- Key account manažment

## **FARMACEUTICKÝ REPREZENTANT, FOURNIER SLOVAKIA, S.R.O.**

2002-2005

- Vzdelávanie a prezentácie pre odborníkov
- Aktívny sales a komunikácia s odborníkmi
- Strategické plánovanie predaja
- Key account manažment

## **MARKETINGOVÝ PRACOVNÍK, FOURNIER SLOVAKIA, S.R.O.**



2000-2002

- Príprava promo materiálov
- Administratívne práce

---

## VZDELANIE

---

**Ekonomická Univerzita v Bratislave, Fakulta podnikového manažmentu**

1995-2000

**Gymnázium V.B.N., Prievidza**

1991-1995

---

## KURZY A ŠKOLENIA

---

**ON LINE a DIGITÁINY MARKETÉR ŠPECIALISTA**

2019 – IT Learning

**BIZNIS KOUČING**

2019-2020 - Business Coaching College

**PREZENTAČNÉ TECHNIKY**

2004 – Mercury

**SELLING SKILLS I., II.**

2002, 2003 – Mercury

---

## ORGANIZÁCIE

---

**ČLEN SLOVENSKEJ ALZHEIMEROVEJ SPOLOČNOSTI**

2013 – súčasnosť

**PRESEDA ETICKEJ KOMISIE ASOCIÁCIE POSKYTOVATEĽOV SOCIÁLNYCH SLUŽIEB**

2011 – 2018

---

## OCENENIA

---

**FARMACEUTICKÝ REPREZENTANT ROKA 2004**

2. miesto

**FARMACEUTICKÝ REPREZENTANT ROKA 2003**

1. miesto

---

## JAZYKOVÉ ZNALOSTI

---

**Anglický jazyk** - Aktívne, stredne pokročilí

**Nemecký jazyk** - Pasívne

---

## PC ZNALOSTI

---

**MS Word, Excel, PowerPoint, Outlook** – pokročilý

**Mac OS, MS office** – pokročilý

**Pohoda, Cora, Adobe Photoshop, Lightroom, WordPress, FB, Instagram, LinkedIn (on line marketingové nástroje)**

---

## VODIČSKÝ PREUKAZ

---

**Motorové vozidlá sk. B**

---

## ĎALŠIE VLASTNOSTI A ZÁUJMY

---

### VLASTNOSTI

Som človek, ktorý pracuje s plným nasadením, energiou, entuziazmom, práca má pre mňa vyšší zmysel a naplňa ma. Rada pracujem systémovo, mám silné analytické myslenie, zmysel pre organizáciu, som komunikatívna, kreatívna, tímová, proklientská. Mám rada nové výzvy, rada spoznávam nových ľudí. Považujem sa za pozitívne naladeného človeka.

### ZÁUJMY

Vo voľnom čase sa venujem fotografii – detailom, zátišiam. Zaujímam sa o tradičnú bylinkáreň, výrobu prírodných krémov a olejov. Fascinuje ma astronómia. V športe sa venujem turistike, cyklistike, golfu, latinsko americkým tancom. Pravidelný pohyb považujem za prirodzenú súčasť každodenného života. Zaujímam sa o súčasné dianie v spoločnosti, mám rada dokumentárne filmy o histórii a prírode, divadlo.

Pezinok, 10.11.2019

# Návrh koncepcie rozvoja kultúry v Pezinku

4.12.2019

Obsah:

1. Význam kultúry, analýza situácie v regióne
2. Pezinské kultúrne centrum (PKC) – analýza stavu
3. SWOT analýza kultúrneho prostredia mesta Pezinok
4. SWOT analýza interného prostredia PKC
5. Stratégia, akčný plán
6. Zdroje

## 1. Význam kultúry, analýza situácie v regióne

Na kultúru v Pezinku sa pozerám ako na celok, ktorý zahŕňa v sebe všetky aspekty života v meste. Je určitou prezentáciou identifikácie hodnôt ľudí žijúcich v danom regióne, ich potrieb, ktoré udávajú tón rozvoja mesta. Kultúra je neoddeliteľnou súčasťou každodenného života, je parametrom spoločenskej vyspelosti, prosperity a humanity, zdrojom formovania jednotlivcov a spoločnosti ako i historického napredovania. Môžeme ju vnímať a cítiť v komunikácii, vystupovaní, v daniach mesta každý deň. To ako vnímame kultúrny a spoločenský život je priamo úmerné našej kvalite života v meste. Kultúra je úzko poprepájaná s ekonomickou, hospodárskou a sociálnou politikou mesta, je súčasťou strategických rozvojových plánov ako jeden zo základných pilierov spoločnosti. V širšom zmysle je kreatívnou bázou rozvoja a špecifickou oblasťou ekonomiky.

Kultúra je sústavou procesov a aktivít nielen v rámci kultúrnych podujatí, ale je obsiahnutá a naviazaná aj na ochranu dedičstva našich predkov, tradície, kultúrne pamiatky, cestovný ruch, účinnú propagáciu a marketing.

V užšej špecifikácii je kultúra dynamickým systémom aktivít a činností uspokojujúcich ľudské kultúrne a umelecké potreby, atribútom ľudskej tvorivosti a identity, súhrnom hmotných a nehmotných statkov, hodnôt, artefaktov a noriem vytváraných ľudskou spoločnosťou - neuchopiteľný kapitál spoločnosti.

Z celkového pohľadu na postavenie kultúry na Slovensku, je charakteristický predovšetkým výrazný rozpor medzi deklarovaným a jej skutočným statusom. Na jednej strane je síce kultúre na všetkých úrovniach spoločenského života prisudzovaný veľký význam, no zároveň je kultúra na okraji záujmu pri rozdeľovaní verejných zdrojov a vytváraní podmienok na jej rozvoj.

V Pezinku sa poskytujú financie na chod PKC na úrovni 3 % z celkových bežných výdavkov mesta. Tieto financie by sa mohli zvýšiť postupne na úroveň 5% súbežne s renováciou DK, čím by si DK mohol zabezpečiť aj vyšší príjem z kultúrnych podujatí – (oprava kinosály bude generovať vyššiu návštevnosť kina, ako i divadelných predstavení a koncertov a ďalších podujatí), čím sa zároveň splní podmienka, aby PKC zabezpečilo príjmy minimálne v 50% výške nákladov. Priorita mesta v rámci sociálneho rozvoja a kvality života pridelila kultúre 6. miesto z 10.

### V kultúrnej obci Pezinka pôsobia inštitúcie:

- zriadené mestom, krajom, ministerstvom kultúry – *zriaďovaná kultúra* mestom okrem PKC je **Mestské múzeum, Mestské informačné centrum a Centrum voľného času, Malokarpatská knižnica** je zriadená BSK a pôsobí aj ako krajská knižnica, **Malokarpatské múzeum** zriadené BSK pôsobiace aj v Stupave a Svätom Jure, **Schaubmarov mlyn** zriadený Ministerstvom kultúry ako Galéria insitného umenia svojho druhu nachádzajúca sa len v ďalších 4 mestách na Slovensku.
- Nezávislá, nezriaďovaná kultúra – predstavuje tvorivé skupiny, subjekty tretieho sektora rôznych formálnych a neformálnych neziskových alebo komerčných organizácií či subjektov v oblasti kultúry ako občianskych združení, spolkov, asociácií, nadácií, záujmových skupín a krúžkov – medzi významné patrí **Šimák zámok Pezinok, OZ Priatelia divadla a filmu, Galéria Štefana Prokopa, Pezinský chrámový zbor AD UNA CORDA, Karpatská muška s.r.o.,**

**Nezisková organizácia Barbora, MUSEUM VINORUM, Združenie pezinských vinohradníkov a vinárov, Spolok dychová hudba Cajlané, P.R.D. (Pezinské rozprávkové divadlo), Klub spoločenských tancov Petan Pezinok, Kaviareň Mlsná Ema, Občianske združenie Malokarpatská vína cesta, Chute malých Karpát - deväť malokarpatských vinárstiev, Malokarpatský banický spolok v Pezinku množstvo ďalších záujmových spolokov, Živena, OZ RADOŤ pri meste Pezinok, AKČNÁ KOPA Projekt festival slovanských tradícií, Pezinský okrášľovací spolok** a ďalšie. Väčšina týchto spolokov poberá dotáciu od mesta v celkovej výške cca 25 tis. EUR/ročne na realizáciu konkrétnych podujatí alebo zabezpečenie svojej činnosti.

Šírenie kultúry a informácií o dianí v meste pre jeho obyvateľov i návštevníkov zabezpečujú miestne médiá ako mestom vydávaný časopis mesačník **Pezinčan**, **TV Pezinok**, **webový portál mesta a PKC ako i sociálne siete**. Webové portále obsahujú neaktuálne informácie a zaslúžili by si redizajn ako i prepojenie s možnosťou on line kúpy lístkov na predstavenia. Sociálne siete a šírenie informovanosti je ešte len na začiatku.

Výlepové plochy na plagáty kultúrnych podujatí sú nechránené pred poveternostným počasím, čo neprispieva k dobrej informovanosti obyvateľstva. Odporúčala by som pár uzatvárateľných aspoň v centre mesta a blízkom okolí.

Kultúrny život v Pezinku, ktorý nadväzuje na bohaté tradície, zabezpečujú hore spomínané zriaďované inštitúcie so svojimi pravidelnými podujatiami a aktivitami nielen miestneho, ale aj regionálneho, celoslovenského a medzinárodného významu.

Patria k nim: **Keramické trhy** (jún, Malokarpatské múzeum), **Festival pouličného divadla** (jún, Pezinské rozprávkové divadlo), Medzinárodný súťažný festival malých dychových hudieb **Dychovky v Preši** (každoročne v auguste, Spolok dychová hudba Cajlané), **Pezinský Permoník** (medzinárodná výstava a burza minerálov, fosílií a drahých kameňov spojená s pouličným ryžovaním zlata – august, Nezisková organizácia Barbora), **Fyzulnačka** (súťaž vo varení fazuľovej polievky – august, mesto), **Pezinský stravec** (medzinárodná súťaž v tanečnom športe, každoročne v októbri, Klub spoločenských tancov Petan), **Víno pod hviezdami** (august, Karpatská muška s.r.o.), **Pezinské vínné pivnice** (február, Malokarpatské múzeum), **Vínné trhy** (apríl), **Víno a levanduľa** (júl), **Svätomartinské požehnanie vína** (november) (Združenie pezinských vinohradníkov a vinárov), **Deň otvorených pivníc** (november, Občianske združenie Malokarpatská vína cesta), **Chute malých Karpát** (október, deväť malokarpatských vinárstiev), **Festival Eugena Suchoňa** (október, ZUŠ E. Suchoňa), **PAFF** (júl, OZ Priatelia divadla a filmu), **koncerty Ad Una Corda** (chrámová hudba) a ďalšie ako **Vítanie Mikuláša**, **Vianočné trhy**, **MDD** (PKC). Zvláštnu pozornosť si zasluhujú obojstranné slávnosti **Vinobranie** (september, PKC), ktoré sú nielen oslavou vína, ale aj prehliadkou kultúrneho potenciálu Pezinka i širokého okolia.

V poslednom období významne zvýšili svoju činnosť a propagáciu Malokarpatské múzeum a Schaubamarov mlyn, a takisto z podnikateľského prostredia významne zamiešali karty Šimák zámok Pezinok so svojou kultúrno-eventovou nádielkou a programom už na rok dopredu. Naproti tomu veľmi cítiť hlbokú stagnáciu Pezinského kultúrneho centra ako kina, divadla a všeobecne veľmi málo a slabo prezentovanú účasť mesta na kultúrnom dianí v Pezinku.

V Pezinku a okolí pôsobí veľké množstvo umelcov, kreatívcov a všeobecne ľudí s kultúrno-umelecko-vzdelávacím pozadím, ktorým záleží na rozvoji kultúry v meste a regióne ako takom, čo je výborným predpokladom na utvorenie novej platformy odborníkov, brainstormu a podieľania sa aktívne na obnove a rozvoji kultúrno-umelecko-vzdelávacieho života v meste.



Mesto Modra je našim susedom, mestom s obdobným geografickým, historickým a kultúrnym aspektom, ktoré je v mnohých smeroch popredu, môže byť pre Pezinok inšpiráciou a partnerom pre ďalší rozvoj regiónu.

Pezinok z pohľadu Bratislavského kraja a celoslovenského pôsobenia má osobité miesto z pohľadu tradícií a kultúry, má čo ponúknuť aj za hranicami Slovenska. Spolupracuje s partnerskými mestami Neusiedl am See (Rakúsko), Mosonmagyaróvár (Maďarsko), Mladá Boleslav (Česká republika) a Izola (Slovinsko) v rámci propagácie kultúry na tradičných kultúrno spoločenských podujatiach v jednotlivých partnerských mestách. Cezhraničné partnerstvá sú tiež zdrojom potenciálnych externých finančných zdrojov v rámci čerpania dotácií z EU.

#### Kreatívny priemysel ako zdroj rastu a inovácií nielen v oblasti kultúry:

V rámci EÚ sa tlačí do popredia **kultúrny a kreatívny priemysel** a jeho podpora financovania v rámci operačného programu Veda a výskum. V súčasnosti sa kreativita stáva hnacou silou ekonomík. Význam kreatívnych odvetví v súčasnosti narastá. Kreatívny priemysel označuje tie časti ekonomiky, ktoré vytvárajú ekonomickú hodnotu na základe individuálneho tvorivého vkladu či umeleckého nadania. Ide o sektor postavený na zhodnocovaní duševného vlastníctva, do ktorého možno zaradiť oblasti tvorivej činnosti ako architektúra, dizajn, film, hudba, ale aj tvorba počítačových hier či reklama.

Osobitosť kultúrneho a kreatívneho priemyslu spočíva v tom, že vytvára most medzi umením, kultúrou, podnikaním a technológiami. Kultúrny a kreatívny priemysel je navyše charakteristický tým, že vytvára pracovné miesta, ktoré nemožno presunúť do zahraničia, pretože sa viažu na špecifické kultúrne a historické zručnosti a sú späté s územím a tradíciami, ktoré ich určujú. Významná je tiež skutočnosť, že kultúrny a kreatívny priemysel prispieva viac ako akékoľvek iné odvetvie k zamestnanosti mládeže a žien.

Takou prvou lastovičkou v tomto odvetví bude **v Modre v kaštieli moderné kultúrno-kreatívne centrum s digitálno-dokumentačným centrom aj študovňou a priestormi pre potreby výstav a podujatí.**

Toto odvetvie je veľkou výzvou pre celý región v zmysle ekonomického a hospodárskeho rastu, nakoľko kreatívny priemysel je katalyzátor a šíriteľ inovácií a jeho vplyv sa neobmedzuje iba na oblasť kultúry a tvorivosti, ale zasahuje aj do mnohých odvetví hospodárstva.

*Vytvoriť priestor na dialóg s malými a strednými podnikateľmi, inštitúciami mestskými a regionálnymi a umelecko-kreatívnymi potenciálnymi vlastníckymi zaujímavého duševného vlastníctva v oblasti dizajnu, architektúry, filmu, hudby, reklamy, PC hier a realizovať hodnotný projekt z ekonomického, inovatívneho a hodnotového pohľadu. Príkladom okrem spomínanej Modry je Dizajnárske štúdium v TT, Webdeveloperské štúdium, štúdium módnych a grafických dizajnérov, reklamné agentúry...*

#### Podpora:

- Publikum.sk Trnava- podujatie PechaKucha Night, cyklus podujatí Kreatívny človek, Publikum PRO, workshopy, prednášky a odborné diskusie – pre študentov, kultúrnych manažérov, podnikateľov, umelcov, 2019 – fokus na divadlo, hudbu a vizuálne umenie
- Art & Tech Days 2019 Košice

Kultúra generuje ekonomické hodnoty, vrátane kvantifikovateľného zisku a výrazne podnecuje celkový spoločensko-hospodársky rozvoj. Navyše ide o „ekonomické odvetvie“ málo ohrozované

výkyvmi ekonomického vývoja. V súčasnosti sú všeobecne považované kultúra (jej špecifická časť – tzv. kreatívny priemysel) spolu so službami a cestovným ruchom za piliere prosperujúcej ekonomiky.

## 2. Pezinské kultúrne centrum (PKC) – analýza stavu

Pezinské kultúrne centrum Pezinské kultúrne centrum je príspevkovou organizáciou mesta Pezinok. Mesto ho zriadilo za účelom uspokojovania kultúrnych potrieb svojich občanov. V rámci tohto organizuje kultúrne podujatia a aktivity. V Dome kultúry sa konajú rôzne súťaže, prehliadky, festivaly, výchovnovzdelávacie akcie, kultúrno-spoločenské a iné podujatia.

PKC Pezinok – Dom kultúry ponúka na prenájom tieto priestory: Veľká sála s kapacitou 420 miest, (v ktorej je ročne premietnutých viac ako 200 filmov); Malá sála s kapacitou 120 miest; Spoločenská sála s kapacitou 600 miest a Malý salónik s kapacitou do 70 miest.

Priestory sú využívané spolkami (Petan, Radosť), klubmi (Pilates, Joga, seniory, folkloristi, AJ), ZŠ (vystúpenia, výstavy...), cirkvou (birmovanci), navštevujú ich deti, mládež, seniory za symbolické poplatky.

Menšie priestory na prízemí a 1. poschodí sú prenajímané podnikateľom zväčša dlhodobo, tento rok je poddimenzovaný, bol nižší záujem o krátkodobý prenájom – tento príjem je podstatný v štruktúre celkových príjmov PKC 9,5% (z príjmov mimo mesta až 20%).

Ďalej sa sály využívajú na plesy (cca 4x ročne, ešte nie sú na stránke!), svadby a oslavy, promócie a pod. neboli historicky povolené. Hlavným zdrojom príjmov (80%) sú kino, divadelné predstavenia, koncerty, prenájom amfiteátra v letnom období – toto leto bol zaujímavý program, vnímané ako niečo nové.

---

### *Krátky finančný pohľad na PKC:*

V roku 2018 predstavoval príspevok PKC 282 900 € (z toho pre PKC 242 900 € a na Vinobranie 40 000 €). Celkové náklady činili 575 707,51 €, Celkové výnosy dosiahli výšku 582 983,33 €. Hospodársky výsledok – zisk 7 275,82 €. Nevyčerpaný príspevok z roku 2018 vo výške 4 275,86 € bol zriaďovateľovi vrátený v roku 2019.

Pre oblasť kultúry mesto schválilo dotácie vo výške 25 000 €, z toho rezerva primátora 2 112 €.

---

Čo sa týka kultúrnych podujatí pod taktovkou PKC sa realizuje Vinobranie, Víťanie Mikuláša, Vianočné trhy, MDD, ostatné podujatia sa realizujú za hlavnej účasti iných organizácií, PKC poskytuje podporu z pohľadu prenájmu priestorov, reklamy a propagácie a ďalších podporných aktivít. Takýchto podujatí je cca 160 ročne vrátane komerčných akcií ako divadlo, koncerty, mimo kina – predstavení je asi 350 ročne.

Jedenkrát do roka sa stretáva PKC, Malokarpatské múzeum, referent propagácie z mesta, Schaubmarov mlyn a teraz aj Šimák zámok za účelom koordinácie dátumov podujatí, aby sa neprekrývali. Nevyužívajú však túto platformu ako kreatívny nástroj na podporu a rozvoj kultúry v meste. Chýba zastrešenie – hlava, ktorá by to zorganizovala a ďalej pracovala s výstupmi.

V minulosti bola p. Noskovičová výborným partnerom v oblasti poradenstva z pohľadu odporúčaní divadla, hudobných skupín a pod., v oblasti živej kultúry ako podpory pre ZŠ, spolky, neprofesionálny kultúrny rámec, čo je i základným pilierom činnosti PKC pre mesto. V súčasnosti sa rozvíjajú v oblasti dramaturgie v PKC 2 ľudia z pohľadu prípravy a realizácie komerčných predstavení a kultúrnych podujatí za podpory 1 výtvarníčky. PKC chýba vlastná dramaturgická tvorba kultúrnych podujatí – priestor na rozvíjanie za predpokladu dostatku personálu a financií.

V súčasnosti však vzniká potreba užšej komunikácie medzi inštitúciami nielen kvôli koordinácií termínov, ale z celkového pohľadu rozvoja kultúry a jej zastrešenia práve z pohľadu mesta. Mesto a jeho vnímanie kultúry je kľúčové, či kvôli stanoveniu stratégie, a potom následnej kooperácie s jednotlivými oddeleniami ako projektový manažment, PR, média a ďalšie súčasti organizačných zložiek mesta, do ktorých kultúra preniká (cestovný ruch, ochrana kultúrneho dedičstva a ďalšie), ale i z pohľadu image mesta ako kultúrneho centra malokarpatského regiónu, kolísky kultúrneho dedičstva, cestovného ruchu a vzdelávania.

Na meste nie je odbor kultúry, a to vnímam ako kľúčové z pohľadu nastavenia kompetencií a zodpovedností v oblasti kultúry ako celku. PKC je vnímané z pohľadu mesta ako nástroj na výkon kultúrnych podujatí a správu budovy, ktorá je v nájme PKC, avšak to je len jeden aspekt činnosti, ktorý nebude fungovať bez silného zázemia na meste a jeho podpory. Kultúra v meste potrebuje zastrešiť vo všetkých svojich aspektoch.

Ako strategickú vidím komunikáciu voči mestu a stanovenie priorít v danej oblasti, stanovenie výšky dotácií na rozvoj kultúrnych podujatí (personál, platy, materiál), výšku kapitálových výdavkov na opravu a revitalizáciu DK vo veľmi krátkom časovom horizonte.

Ďalej pripraviť bohatú ponuku podujatí určených pre všetky vekové kategórie a cieľové skupiny, ktoré žijú v našom meste a v jeho okolí v spolupráci s občianskymi združeniami a záujmovými skupinami, ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou kultúrneho života.

V dramaturgii podujatí je veľký potenciál na rozvoj – napr. nadviazať na históriu a umelcov pôsobiacich v Pezinku a ich záber umeleckej tvorby, napr. v oblasti sklárstva urobiť workshopy pre ZŠ s následnou výstavou Umeleckého skla v Šimák zámku Pezinok, ktorého vnímam ako strategického partnera v oblasti rozvoja kultúry v PK. Obdobným spôsobom sa dá nadviazať na ďalšie spektra umeleckej tvorby našich domácich umelcov.

Ďalej je to úzka kooperácia s inštitúciami a spolkami v oblasti tradícií ako napr. v kole roka zorganizovať podujatia viažuce sa na jednotlivé významné udalosti v roku (Fašiangy, Turíce, Dožinky, Lucie a pod...), vytiahnuť z histórie a pripomenúť časy, kedy chodili páni a dámy na prechádzky po Panskom chodníku (voľakedy dubová alej) a smerovali do kúpeľov (terajší areál Pinelky) ... formou podujatia v Parku.

Ďalšie možnosti rozvoja kultúry - Rozvinúť spoluprácu s mladými umelcami – VŠVU, VŠMU;

ZUŠ – podpora výstav prác detí s umiestnením do ulíc; Šimák Zámok – partner pre PKC v oblasti vzdelávania, workshopov pre deti a mládež; Vytiahnuť žijúce osobnosti mesta v oblasti kultúry – výstava, PR články, workshopy – vzor pre deti a mládež; Fokus rovnomerne rozdeliť medzi hudbu, divadlo, literatúru, kino. Priestorovo priblížiť kultúru ľuďom, do ulíc, parku, vytvárať pešiu zónu na Štefánikovej častejšie... Využívať výmenníky v Pezinku na festivaly, koncerty.

Takisto napríklad zaviesť oceňovanie významných osobností pôsobiacich v oblasti kultúry za určité zásluhy.

Mnoho ľudí nemusí aktuálne vnímať úpadok kultúry v meste vzhľadom na aktivity Šimák zámku a jeho významnému pričineniu sa k pozdvihnutiu úrovne kultúry v meste.

**Cieľom je dobre zvolenou stratégiou vrátiť mestu jeho kultúrny ráz, sebavedomie a povest' kultúrneho mesta s bohatou tradíciou, históriou a inšpirujúcou tvárou.**

Súčasný stav budovy:

30 rokov sa neinvestovalo do obnovy a revitalizácie zariadenia. Alarmujúci stav je najmä vo vzduchotechnike v celej budove, v hornej malej sále obzvlášť zápachy – inhalácia škodlivín neidentifikovaného pôvodu – zdravotné respiračné riziko u detí a mládeže – každý deň tanečné tréningy, oknách a exteriérových dverách – energetické úniky, parkety majú veľké dilatácie – hrozí zlomenina a vážne úrazy pri zakopnutí a páde, kotolňa je v závažnom technickom stave – časovaná bomba, kinosála – nevyhovujúce sedenie, podlahy.

Toalety – sú definované ako verejné na prízemí – spôsobuje veľké množstvo problémov od ničenia, cez hygienické problémy, údržbu a opravu až po riziko nákaz a pohybu neželaných návštevníkov po DK, súběžne sú toaletami pre návštevníkov divadla a kina napr.. Má to negatívny vplyv na celkovo neželaný pohyb pochybných individuí v okolí DK, páchajúcich škody na majetku mesta a podieľajúcich sa na znečisťovaní okolia závažným spôsobom a následným nutným odstraňovaním zo strany zamestnancov PKC.

Nutné kapitálové výdavky – stanoviť plán postupnej rekonštrukcie. Ako prvé kinosála – predpoklad rýchlej návratnosti pri zvýšenej vyťaženosti kina – zákazníkov odoberá v súčasnosti už Kino Modra. Zvýši sa návštevnosť všetkých podujatí v DK, pri zvýšenom príjme je možnosť dopĺňať a rozvíjať postupne ďalšie kultúrne podujatia.

Propagácia – web a sociálne siete – sú spomenuté vyššie.

Personál – 15 osôb na TPP (riaditeľ, administratíva 2, dramaturgia 2, výtvarník 1, technik zvuku 1, kotolník 1, kurič, údržbár 2, upratovačky 3, vrátnica 2, a 7 na DoVP, (premietač 3, uvádzači 2, pokladňa 2), 1 služba dodávateľsky (dramaturgia kina).

Problém zohnať kvalifikovaných ľudí, práca sa presúva na ľudí podľa priorít, ide o hasenie problémov, z dlhodobého pohľadu neudržateľné. Nutné upraviť odmeňovací systém, zainvolvovať mladých ľudí do procesov - vytvoriť pre nich atraktívne pracovné prostredie, najväčšia šanca osloviť mamičky, študentov na skrátenej úväzky a kvalitných odborníkov, profesionálov za prijateľnú finančnú odmenu.

Motiváciou by mala byť aj jasná vízia vedenia a stabilita prostredia, to je možné len za jasne deklarovanej účasti mesta na riešení problémov – finančný plán, jasne deklarovaný postoj voči kultúre, strategický plán, časový plán – stanovenie cieľov jasných, dosiahnuteľných v relatívne krátkom čase.

### 3. SWOT analýza kultúrneho prostredia mesta Pezinok

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>↑ Poloha v Malokarpatskej oblasti (MKO)</li> <li>↑ Konektivita Bratislava – Pezinok</li> <li>↑ Súčasťou siete miest a obcí v MKO</li> <li>↑ Najväčšie mesto v MKO</li> <li>↑ Atraktívne kultúrne dedičstvo</li> <li>↑ Výrazná kultúrna tradícia, kultúrna vyspelosť obyvateľov, vysoký „dopyt“ po kultúre</li> <li>↑ Kumulácia obrovského „kultúrneho potenciálu“</li> <li>↑ Diverzita kultúry, jej druhov, oblastí, foriem, žánrov, platforiem</li> <li>↑ Rozvíjajúci sa cestovný ruch</li> <li>↑ Pevné základy v živej kultúre (občianskej neprofesionálnej) a využívaní DK na krúžky a voľnočasové aktivity</li> <li>↑ Tradičné podujatia so silným zázemím (Vinobranie, Dychovky v Preši, Pezinský stravec, Permoník, Pouličný divadelný festival resp. voľakedy Cibulák, PAFF, a ďalšie)</li> <li>↑ Rozvíjajúce sa novodobé podujatia (Vino a levanduľa a ďalšie)</li> <li>↑ Rozmach kultúrnych inštitúcií a ich program ako Schaubmarov mlyn, Šimák zámok Pezinok, Malokarpatské múzeum a ďalšie organizácie</li> <li>↑ Vedenie mesta a ich potenciál smerujúci k modernizácii a inováciám</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absencia oddelenia kultúry/zodpovednej osoby za stratégiu v oblasti kultúry ako celku v štruktúre organizácie mesta</li> <li>- Absencia dokumentu stratégie rozvoja mesta v oblasti kultúry, cestovného ruchu a ochrany kultúrnych pamiatok</li> <li>- V Programe hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta 2017-2023 nie je žiadna zmienka o rozvoji v oblasti kultúry, ani žiadne plánované kapitálové výdavky na obnovu a rekonštrukcii Domu Kultúry</li> <li>- Priebežné neinvestovanie do udržiavania stavu a modernizácie DK</li> <li>- Minimálna alebo žiadna spolupráca medzi mestami Pezinok, Modra a ďalšími na koncepčných a rozvojových stratégiách avšak ani v oblasti koordinácie aktuálnych veľkých podujatí</li> <li>- Slabá platforma pre kultúrne inštitúcie a ich vzájomná komunikácia a kooperácia (stretávajú sa 1x ročne iba kvôli koordinácii termínov podujatí)</li> <li>- Výlepové plochy mesta (bez možnosti uzatvárania a ochrany plagátov pred nepriaznivým počasím)</li> <li>- Nedostatočná propagácia kultúrnych aktivít a podujatí organizovaných mestom, v DK</li> <li>- nevyhovujúci web PKC (spustený v novembri 2019), nedostatočná informovanosť na stránkach mesta – neaktuálnosť informácií</li> <li>- propagácia na sociálnych sieťach (FB, Instagram) – v začiatkoch, cca 280 fanúšikov, skupina Pezinok na FB má 25 tis.</li> <li>- Neprepojenosť webu PKC s kalendárom podujatí a on line systémom na kúpu lístkov</li> <li>- Spolupráca PKC s PR a marketingom na meste – časopis, médiá</li> <li>- Spolupráca s oddelením projektového manažmentu – nevyužívanie a nečerpanie externých zdrojov na</li> </ul>

	<p>revitalizáciu PKC ako i realizáciu podujatí</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Celková veľmi slabá kooperácia s mestom</li> <li>- Chýba systém viaczdrojového financovania a dlhodobej podpory rozvoja kultúry</li> </ul>
<b>Príležitosti</b>	<b>Hrozby</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>↑ Pôsobenie mnohých známych osobností v oblasti kultúry a umenia v tomto regióne</li> <li>↑ Prítomnosť ľudí z kultúry, organizácií a spolkov, ktorým na rozvoji kultúry v Pezinku záleží</li> <li>↑ Výberové konanie na Riaditeľa KPC</li> <li>↑ Stanovenie kompetencií a zodpovedností riaditeľa PKC/Zmena v organizačnej štruktúre mesta z pohľadu kompetentnej osoby zodpovednej za strategický rozvoj kultúry v meste a kooperácie s ostatnými oddeleniami MKG, Projektového manažmentu, právnického odd.</li> <li>↑ Nové vedenie mesta a snaha o nastavenie smerovania kultúry v meste z pohľadu dlhodobej i krátkodobej stratégie – strategický partner v stanovení kultúrnej politiky mesta, ktorá je previazaná s prierezovo ostatnými rezortami mesta</li> <li>↑ Záujem poslancov i kultúrnej komisie o oblasť kultúry v zmysle potreby tvorby novej koncepcie a výberu človeka zodpovedného za kultúru v meste</li> <li>↑ Silný záujem kultúrnych organizácií, spolkov a umelcov o kooperáciu a podieľanie sa na tvorbe a smerovaní kultúry v meste</li> <li>↑ Nastavenie a uplatňovanie efektívnej kultúrnej politiky mesta</li> <li>↑ Záujem od okolitých miest na budovaní spoločného strategického rozvoja kultúry v regióne</li> <li>↑ Grantové schémy v kreatívnom priemysle, na obnovu a udržateľnosť kultúrneho dedičstva, obnova a rekonštrukcia priestorov na komunitné kultúrne a voľnočasové aktivity, rozvoj a podpora kultúry</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatok komunikácie medzi verejnou správou a kultúrnou obcou</li> <li>• Nevyčlenené finančné prostriedky na opravu a modernizáciu KD</li> <li>• Poddimenzovanie pracovníkmi na MÚ z pohľadu koncepčného prístupu ku kultúre</li> <li>• Absencia strategického plánu rozvoja v oblasti kultúry s prepojením na cestovný ruch, kultúrne pamiatky a spoločnú propagáciu ako nástroj budovania povedomia o Pezinku, jeho statusoch, hodnotách, priorit, prístupu k občanom a budovania mena mesta Pezinok skloňovaného v spojení s mestom vhodným pre život, kultúrnym mestom, mestom moderným, mestom hospodársko- sociálno-ekonomicko-kultúrnym</li> <li>• Nedostatok kvalitného personálu v PKC</li> <li>• Nedostatočné/žiadne informačné technológie v oblasti kultúry</li> <li>• Nespolupráca mesta s kultúrnou obcou v Pezinku a s okolitými obcami</li> <li>• Niektoré kultúrne inštitúcie sa necítia byť súčasťou mesta Pezinok – návštevnosť viac z BA ako PK (Schaubmarov mlyn) – spoločná propagácia a podpora kultúrnych inštitúcií na území PK</li> <li>• Slabá platforma stretávania sa kultúrnych inštitúcií (iba raz ročne Schaubmarov mlyn, PKC, MKM, Zámok Šimák, z mesta referent propagácie)</li> <li>• Nie je spracovaná analýza spolkov, zacielenie – otázka na KK a prerozdeľovanie dotácií podľa akého kľúča, priority na prerozdeľovanie dotácií</li> <li>• nezáujem podnikateľskej sféry o kultúru</li> </ul>

<p>v mestách, technické vybavenie priestorov a ďalšie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>↑ Obnova a revitalizácia DK</li> <li>↑ Disponibilita nástrojov nefinančnej podpory kultúry (Rozšírenie verejných priestranstiev – dočasné pešie zóny, výmenníky, zimný štadión, využiť možnosti, ktoré poskytuje park, ako plnohodnotné miesto pre prezentáciu kultúrnych aktivít)</li> <li>↑ Nová platforma kultúrneho fóra v Pezinku – pozostávajúca okrem inštitúcií aj z významných osobností v oblasti kultúry pôsobiach v Pezinku</li> <li>↑ Vzájomné dopĺňanie, podnecovanie a spolupráca sektorov a foriem kultúry</li> <li>↑ Zlepšenie komunikácie s umeleckou obcou a nezriaďovanou kultúrou</li> <li>↑ Optimalizácia infraštruktúry kultúry</li> <li>↑ Využitie potenciálu hmotného a nehmotného kultúrneho dedičstva- na vlastnú dramaturgiu PKC</li> <li>↑ prepojenie ponuky kultúrnych produktov a služieb s výchovno-vzdelávacím procesom v školstve</li> <li>↑ Digitalizácia ako nástroj na podporu inovácií z hľadiska prístupu, prejavu, uchovávaní, šírení a spotreby - a inovatívne možnosti štatistiky ako podporu tvorbu politiky založenej na dôkazoch</li> <li>↑ Využitie kultúry ako potenciálu pracovných príležitostí</li> <li>↑ Efektívna propagácia a prezentácia regiónu</li> <li>↑ Cezhraničná spolupráca s partnerskými mestami – možnosti grantov</li> <li>↑ využitie potenciálu podnikateľského prostredia na podporu kultúry</li> <li>↑ zvýšenie podielu mesta na spolufinancovaní kultúrnych aktivít organizácií iných zriaďovateľov a ochrany kultúrneho dedičstva</li> </ul>	
---	--

#### 4. SWOT analýza interného prostredia PKC

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kvalitná živá kultúra v DK – občianska neprofesionálna (krúžky pre deti a mládež, spolky)</li> <li>✓ Fungujúca komercia – kino, divadelné predstavenia</li> <li>✓ Tradičné podujatia organizované PKC Vinobranie, Festival pouličného divadla, Vianočné trhy, Mikuláš, MDD</li> <li>✓ 161 podujatí/rok celkovo (divadelné predstavenia, vernisáže, súťaže pre ZŠ, vzdelávacie cykly pre ZŠ, koncerty)</li> <li>✓ 353 x kino predstavenie</li> <li>✓ Vyrovnané hospodárenie</li> <li>✓ PKC a osobný kontakt p. riaditeľky ku ostatným organizáciám v rámci konzultácií a koordinácií podujatí bol výborný</li> <li>✓ Dobrá spolupráca so ZŠ, spolkami, ZUŠ, seniormi, klubmi (minimálne poplatky za prenájom)</li> <li>✓ Prenájom amfiteátra – zaujímavý program počas leta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Absencia dramaturgie tvorby kultúry pod hlavičkou mesta</li> <li>➤ Financovanie z externých zdrojov žiadne (granty, súkromný sektor)</li> <li>➤ Minimálna podpora zo strany mesta v potrebách PKC – aktuálne (voľakedy priama spolupráca s primátorom)</li> <li>➤ Chýba partner na strane mesta</li> <li>➤ DK – nevyhovujúci stav <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ vzduchotechnika – nevyhovujúci stav, ohrozenie zdravia</li> <li>➤ parkety – ohrozenie zdravia detí a návštevníkov</li> <li>➤ okná, dvere – únik energií</li> <li>➤ kino sedenie – strata návštevníkov</li> <li>➤ kotolňa zlý technický stav</li> <li>➤ toalety ako verejné – riziko hygienické, devastačné, pohyb neželaných osôb po objekte aj v jeho okolí, znečisťovanie</li> </ul> </li> <li>➤ Absencia cenníkov na prenájom priestorov a smerníc ich používania</li> <li>➤ Absencia personálu, odborníkov, nízke platové ohodnotenie, nevyhovujúce pracovné podmienky</li> <li>➤ Web, sociálne siete – málo akčné, nutná prestavba</li> <li>➤ Na webe chýba kalendár udalostí s možnosťou on line kúpy lístkov</li> <li>➤ Nepodporované akcie ako svadby, stužkové, oslavy</li> </ul>
Príležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>↑ Pozitívny postoj k riešeniu problémov v oblasti kultúry zo strany vedenia Propagácie a MKG (zastrešujú IC, cestovný ruch, kult. Pamiatky)</li> <li>↑ Stanovenie kompetencií a zodpovedností za kultúru a jej riadenie (MÚ/KPC)</li> <li>↑ Vinobranie – 2019 nové prvky /vínna ulička/ - potenciál tvorby</li> <li>↑ Nové zdroje financovania – granty, public-private partnership PPP, súkromné zdroje – Cinema Century napr.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↑ Kompetentná osoba na meste riešiť a zastrešovať kultúru komplexne – chýba partner pre KPC</li> <li>↑ Znížený záujem o krátkodobý prenájom priestorov zo strany firiem</li> <li>↑ Uzavretie DK pre nevyhovujúci stav</li> <li>↑ Kino Modra odoberá zákazníkov kina a postupne ďalších komerčných podujatí</li> <li>↑ Príjmy DK len z komercie (divadlo, kino) a prenájmu priestorov podnikateľom</li> <li>↑ Prenájom amfiteátra – slabý zdroj príjmov vzhľadom na dobrú vyťažiteľnosť počas leta a možný príjem</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>↑ Nové sedenie – zvýšenie návštevnosti, príjmov z kina, divadla, koncertov, zvýšenie atraktívnosti DK, budovanie image mesta</li> <li>↑ Bufet - rozvojové možnosti v ponuke, otváracích hodin</li> <li>↑ Nové okná a dvere – úspora energií /rýchla návratnosť/</li> <li>↑ Nové parkety – zníženie rizika úrazu a zodpovednosti zaň, zákazu prevádzky, zvýšenie bezpečnosti</li> <li>↑ Personál PKC – organizačná štruktúra, zariadení ľudí</li> <li>↑ Dokončenie webu – digitálny marketing optimalizácia, zvýšenie sledovanosti on line, zvýšenie informovanosti a povedomia</li> <li>↑ Lepšia spolupráca s mestom ohľadom propagácie a PR – pravidelné články, informovanosť, akčný a média plán</li> <li>↑ Zvýšenie príjmu – svadby, stužkové, oslavy</li> <li>↑ Vlastná dramaturgia kultúrnych akcií</li> <li>↑ Vytiahnutie kultúry do ulíc</li> <li>↑ Pezinské rozprávkové divadlo vs Cibulák, obnova tradície</li> <li>↑ Nadviazanie spolupráce so spolkami z okolitých obcí</li> <li>↑ Šimák zámok Pezinok – spolupráca priestory, financie</li> <li>↑ Umelci pôsobiaci v oblasti sklárstva napr. – workshop pre školy – ukážka výroby skla a výstava skla na zámku...</li> <li>↑ PK má mnoho umelcov z rôznych oblastí – workshopy, výstavy...</li> <li>↑ Tvorba multižánrových mestských podujatí</li> <li>↑ Mestský ples – ukážka mesta, budovanie image</li> <li>↑ Externé zdroje – BSK, Audiovizuálny fond, Fond na podporu umenia</li> <li>↑ Otázka príjmov z prenájmu plôch stánkarom</li> </ul>	
--	--

## 5. Stratégia a akčný plán

1. Mesto ako rovnocenný partner v oblasti kultúry
  - a. stanovenie zodpovednej osoby za kultúru ako celok v danom regióne
  - b. vypracovanie a prijatie konceptie strategického rozvoja kultúry ako celku s prepojením na cestovný ruch, ochranu kultúrneho dedičstva, tradícií a kultúrnych pamiatok s presahom do ostatných rezortov mesta
2. Urgentné riešenie krízového stavu DK vzhľadom na obrovské riziko dopadu škôd v rámci zodpovednosti za zdravie návštevníkov, riziko uzavretia DK vzhľadom na nevyhovujúci technický stav a prehľbovanie úpadku PKC vzhľadom na stratu diváka a nájomcov - schválenie finančného plánu opráv a revitalizácie priestorov PKC v krokoch:
  - a. Kinosedenie – pripravené podklady, predpoklad 150 000,- EUR (cez PPP/úvery), zníženie kapacity o cca 30 miest, rýchla návratnosť, väčší počet divákov, realizované väčšie množstvo predstavení, prilákanie nových divákov – postupné generovanie väčších príjmov na skvalitňovanie podujatí a predstavení
  - b. Vstupné dvere
  - c. Parkety – renovácia alebo výmena
  - d. Kotolňa a vzduchotechnika
  - e. Súbežne renovovať administratívne priestory pre zamestnancov PKC – je to motivačný kreatívny nástroj vyhovujúceho a príťažlivého prostredia pre prácu a získanie nových ľudí do tímu
3. Zvýšenie výšky dotácií na rozvoj PKC z pohľadu rozvoja kultúrnych podujatí s previazaním na dostatočný personál, platy a materiál.
  - a. Otázka výšky plátov /odmien je horúcou témou, nakoľko chýbajú v tíme aktuálne 2 osoby a je dlhodobý problém s obsadením pozícií
  - b. Príprava výšky dotácií na rok 2021 s ohľadom na nový rozvojový plán kultúrnych podujatí, ktorý sa bude kreovať v prvej polovici roku 2020 ako i novú organizačnú štruktúru a plánovaný počet osôb v tíme
4. Tvorba novej kultúrnej platformy ako priestoru na stretávanie predstaviteľov zriaďovanej a nezriaďovanej kultúry ako potreba a nutnosť pre efektívny rast a rozvoj kultúry a mesta ako celku s presahom na malokarpatský región, celoslovenský a cezhraničný význam.
  - a. Vytvoriť platformu z pravidelných členov a pozývaných účastníkov na určitej časovej báze s cieľom:
    - i. Koordinácie podujatí časovej, významovej, obsahovej, kreatívnej
    - ii. Rozvojovej koncepcie plánu kultúry v meste dlhodobej, strednodobej, krátkodobej – brainstorm
    - iii. Položiť základy kreatívneho priemyslu v regióne
    - iv. Vyhodnocovanie podujatí a prijímanie úprav, zmien
5. Stanovenie rozvojového plánu dramaturgie podujatí PKC a ďalších aktivít– základné poslanie PKC
  - a. organizovať kľúčové multižánrové mestské podujatia ako Vinobranie a ďalšie
  - b. tvoriť množstvo menších akcií zameraných tematicky na konkrétne cieľové skupiny v rôznych druhoch umenia a špecifických žánrov

- c. poskytovať kvalitné zázemie pre komunitné združenia a organizácie a podporovať rozvoj miestnej tvorby, umenia a kultúry
    - i. Rozšírenie verejných priestranstiev vhodných na kultúrne podujatia– dočasné pešie zóny, využiť možnosti, ktoré poskytuje park, ako plnohodnotné miesto pre prezentáciu kultúrnych aktivít („mobilita kultúry“)
    - ii. Prepojiť ponuky kultúrnych produktov a služieb s výchovno-vzdelávacím procesom v školstve
    - iii. Prepojiť podujatia s aktivitami subjektov v cestovnom ruchu, vytvárať balíčky komplexných služieb pre turistov v záujme zvýšenia atraktivity ponúkaných služieb
  - d. Pripravovať rozsiahle významné kultúrne projekty s cieľom oslovovať širokú občiansku i podnikateľskú verejnosť so zámerom druhotného vplyvu na ekonomický rozvoj, vytvorenie nových pracovných miest, nadväzovať trvalú spoluprácu s podnikateľskými subjektami - dosiahnuť uznanie kultúry ako ekonomického faktora a faktora sociálnej a občianskej integrácie
  - e. Zavedenie morálneho stimulu – Ceny za kultúru, ktorá by bola každoročne udeľovaná za výnimočné činy v oblasti divadla, filmu, hudby, pohybového umenia, literatúry, výtvarného umenia, architektúry, dizajnu a za výnimočné diela a počiny v ďalších oblastiach kultúry a umenia.
6. Stanovenie média plánu na účinnú a efektívnu propagáciu podujatí, PR a budovania mena mesta Pezinok ako kultúrneho centra Malokarpatského regiónu
- a. Vyčleniť prostriedky na obnovu resp. dotvorenie webu s aktívnym kalendárom podujatí a on line rezervačným systémom lístkov, zaktívniť sociálne siete – byť online, realizácia digitálneho marketingu – content marketing, efektívne PR články, budovanie mena a povesti
  - b. Nastavenie spolupráce s mestom
    - i. Web mesta – aktuálny obsah v sekcii kultúra
    - ii. Časopis Pezinčan – média plán, zaradenie PR článkov, vyčlenenie určitého rozsahu na kultúru – okrem programu, edukatívne články v oblasti kultúry, legislatívy, financovania, zaujímavostí, PR články – budovanie mena PKC
    - iii. Televízia Pezinok – média plán, okrem reportáží z podujatí, PR rozhovory so zamestnancami PKC, umelcami, inštitúciami kultúrnymi, cyklus vzdelávací z oblasti kultúry, pozvánky na podujatia a pod.
7. Vytvoríť viaczdrojové financovanie v oblasti kultúry, nové zdroje financovania
- a. aktívne zapojiť do diania v kultúre podnikateľov pôsobiacich na území mesta - Vytvárať motivačné stimuly pre investovanie podnikateľskej sféry do kultúry
  - b. granty, Audiovizuálny fond, Fond na podporu umenia, BSK, nadácie, výzvy pre mestá, podpora Kreativného priemyslu – OP Veda a výskum
  - c. public-private partnership PPP, npr Cinema Century na kinosedenie
8. Z pohľadu dlhodobej stratégie je dôležité myslieť na rozvoj kreatívneho priemyslu ako zdroj rastu a inovácií nielen v oblasti kultúry
- a. Vytvoríť priestor na dialóg s malými a strednými podnikateľmi, inštitúciami mestskými a regionálnymi a umelecko-kreatívnymi potenciálnymi vlastníkami zaujímavého

duševného vlastníctva v oblasti dizajnu, architektúry, filmu, hudby, reklamy, PC hier a realizovať hodnotný projekt z ekonomického, inovatívneho a hodnotového pohľadu

---

Zdroje:

1. Stratégia rozvoja kultúry v Bratislavskom samosprávnom kraji na roky 2015 – 2020
2. Možnosti a výzvy uplatnenia PPP na Slovensku
3. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja mesta Pezinok 2017-2023
4. Záverečný účet mesta Pezinok za rok 2018
5. Rozbor hospodárenia príspevkovej organizácie Pezinské kultúrne centrum za rok 2018
6. Štúdia o prínose kultúry k miestnemu a regionálnemu rozvoju, centre for strategy and evaluation services, 2010
7. Kultúrny a kreatívny priemysel – stránka Ministerstva kultúry
8. Webové portály Mesta Pezinok, PKC, Modra, Nitra
9. Osobné a telefonické stretnutia so zastupujúcim riaditeľom PKC, riaditeľkou Schaubmarovho mlyna, riaditeľkou KC v Modre, Riaditeľom Galérie Prokop, Vedúcou oddelenia propagácie, marketingu a IT, nezávislými umelcami a podnikateľmi, ktorí sa podieľajú aktívne na kultúrnom živote v Pezinku