

BULLETIN

2015/2016

MÁME VYBRÁNO

Veřejné sbírky a dotace

KRAJE A PÉČE O KULTURNÍ DĚDICTVÍ
JAK ZÍSKAT VÍCE FINANČÍ NA OBNOVU PAMÁTEK



Tom Droppa

ÚVODEM

Dostává se vám do rukou první vydání bulletinu, který je součástí projektu MÁME VYBRÁNO zaměřeného na oblast financování památek v České republice.

Institut pro památky a kulturu, který časopis vydává, se hledání potřebných zdrojů věnuje od roku 2007. Na stránkách portálu PROPAMÁTKY průběžně prezentujeme dotace, veřejné sbírky i další způsoby financování oprav historických staveb a objektů. Nezastupitelnou roli hrají prostředky veřejné v podobě evropských, státních, krajských nebo obecních dotací a příspěvků. Nelze opomenout ani zdroje soukromé, ať už od samotných vlastníků památek, nebo v podobě podpory nejrozličnějších nadací a nadačních fondů. Jsem přesvědčený, že je ale možné hledat další způsoby financování, například díky novým nápadům či využívání moderních technologií.

A právě tento bulletin chce začít pomáhat všem zájemcům se v této oblasti orientovat a hledat inspiraci.

Aleš Kozák



KRÁTKÉ ZPRÁVY

DOBROVOLNÍCI NA HARTENBERGU

Zřícenina hradu Hartenberg se nachází v obci Hřebeny na Sokolovsku. Stejnomená nezisková organizace pořádá ve spolupráci s INEX-SDA mezinárodní dobrovolnické kempy zaměřené na záchranu této památky. Od roku 2000 se do obnovy zapojili dobrovolníci ze 72 zemí. V posledních letech se opravovaly sklepy, kaple a v severním traktu se začalo připravovat zaklenutí prostor. V roce 2015 byla navíc s podporou dotace z Progra-



Archiv Hartenberg

mu rozvoje venkova opravena budova staré školy v Hřebenech, která bude tvořit zázemí hradu a sloužit propagačním činnostem.

ADOPCE KAPLIČEK

Adopce kapliček na Svatém kopečku v Mikulově byla zahájena v roce 2011. Postupně byla úspěšně obnovena celá křížová cesta. Zájemci objekty opravili a s adopcí zároveň přijali závazek se o kapličky

v dalších letech starat. V roce 2015 byla opravena i kaple sv. Šebestiána a zvonice. Projekt obnovy kulturněhistorické krajiny Svatého kopečku byl financován také z ROP Jihovýchod, celkové náklady činily 7,6 milionů korun.

ZA POKLADY BROUMOVSKA 2015



Jaroslav Winter

Desátý ročník hudebního festivalu Za poklady Broumovska navštívilo více než 3 700 posluchačů. Na dobrovolném vstupném se podařilo vybrat částku přesahující 220 tisíc korun, kterou pořadatelé předali místním farnostem na péči o unikátní kostely broumovské skupiny. Celková vybraná částka za dobu konání festivalu činí 1,4 milionu korun.

RODNÝ DŮM JANA KUBIŠE

V obci Dolní Vilémovice byla v říjnu 2015 slavnostně otevřena stálá expozice v rodném domě Jana Kubiše. Rozsáhlá obnova objektu probíhala několik let, pomáhala ji financovat veřejná sbírka, dalšími zdroji byly dotace Kraje Vysočina, příspěvek z Nadace ČEZ a dary spolků, měst i malých obcí. Na dofinancování projektu byla vyhlášena již druhá sbírka, která je na dobu neurčitou.

VEŘEJNÉ SBÍRKY NA PAMÁTKY

Veřejné sbírky na obnovu památek jsme na portálu PROPAMÁTKY začali monitorovat v roce 2012 a zaznamenali celkovou vybranou částku 20,5 milionů korun, za rok 2013 činila 9 milionů. Během roku 2014 se ve sbírkách shromáždilo téměř 12 milionů korun, největší objem finančních prostředků se v tomto časovém období podařilo vybrat v Moravskoslezském kraji.



VEŘEJNOU SBÍRKU NA POŘÍZENÍ ZVONU DO KOSTELA SV. PETRA A PAVLA VYUŽILO TAKÉ MĚSTO ÚSTĚK.



V LUČANECH NAD NISOU ZA POMOCI SBÍRKY OPRAVILI ROZHLEDNU BRAMBERK.

FINANCOVÁNÍ

Kraje a města pečují o památky

Kraje se významně podílí na financování obnovy památek ze svých zdrojů a zároveň oceňují úspěšné počiny v této oblasti. Příklady uvádíme na následujících stranách bulletinu, kde představujeme aktivity pěti krajů zaměřené na záchranu a prezentaci kulturního dědictví. Města a obce často využívají také veřejné sbírky jako jednu z dalších možností financování oprav památek.

Institut pro památky a kulturu každoročně připravuje projekt MÁME VYBRÁNO, který je zaměřen na financování obnovy památek z nejrozličnějších zdrojů, seznamuje se zkušenostmi organizátorů veřejných sbírek a inspirovuje zajímavými příklady dobré praxe. Součástí projektu je soutěž veřejných sbírek a konference určená pro majitele památek, zástupce obcí, měst i neziskových organizací a další zájemce o dané téma.

„Na portálu PROPAMÁTKY jsme za poslední tři roky evidovali 372 veřejných sbírek, které se věnovaly památkám. Nejčastěji se týkají sakrální architektury, ale pomáhají zachránit i další objekty kulturního dědictví. Příkladem jsou sbírky na opravy hradů, památek průmyslového dědictví nebo staveb připomínajících významné osobnosti. Města a obce patří k nejpočetnější skupině vyhlášovatelů. Tuto možnost financování jich využilo za sledované období více než 140,“ komentuje situaci Aleš Kozák z Institutu pro památky a kulturu, jenž portál provozuje.

Veřejné sbírky představují nezanebatelný finanční zdroj, což například dokládá projekt města Most, kde se tímto způsobem podařilo shromáždit přes 830 tisíc korun na obnovu sochy T. G. Masaryka. Sběrka byla v roce 2014 v soutěži MÁME VYBRÁNO oceněna jako druhá finančně nejúspěšnější. O rok později se na třetím místě této kategorie umístilo město Vimperk, kterému se na zvon do městské zvonice podařilo ve veřejné sbírce získat podobně vysokou částku 840 tisíc korun.

Základním cílem veřejné sbírky je shromáždění potřebných finančních prostředků. Významný přesah získává tehdy, když se do obnovy podaří výrazně zapojit místní komunitu a prohloubit tak pocit odpovědnosti za místo, kde lidé žijí. Tato skutečnost bývá velmi zásadní i pro další budoucnost památek, protože na její obnovu musí navázat soustavná údržba.

TEXT
FOTO
DAGMAR KOŽELUHOVÁ
ARCHIV MĚSTA ÚSTĚK A ARCHIV MĚSTA
LUČANY NAD NISOU



BŘEVNOVSKÝ KLÁŠTER ZÍSKAL V ROCE 2015 GRANT NA OPRAVU KROVU PRELATURY A STROPŮ.



DRENÁŽE A ODSOLENÍ KAMENNÉHO SOKLU LORETY BYLY FINANCOVÁNY Z GRANTU HL. M. PRAHY.

HLAVNÍ MĚSTO PRAHA

Prioritou hlavního města Prahy je obnova památkově významných objektů a lokalit na jeho území

Jednu z nejvýznamnějších součástí kulturního bohatství každého státu a národa tvoří památkový fond, jehož přínos pro společnost vyplývá z nenahraditelných hodnot historických, uměleckých, estetických, památkových i užitkových. Péče o tento fond indikuje v soudobé Evropě obecnou úroveň vyspělosti společenského systému.

PRAHA
PRAHA
PRAHA
PRAHA

TEXT JITKA KYSELÁKOVÁ
FOTO ARCHIV ODBORU PAMÁTKOVÉ PÉČE
MHMP

Hlavní město Praha, řadící se mezi historická města s dosud výrazně zjevnou vývojovou strukturou, je přímo ukázkou péče o kulturní dědictví. Její jádro má charakter městského sídla rostlého ve složitém vývoji a přitom zachovalého ve své konfiguraci, v půdorysné struktuře i prostorové skladbě postupných fází proměn růstu. Zjev historického jádra města, jasně ohraničeného na obou březích Vltavy, pronikavě převažuje nad přílehlou zástavbou převážně z 20. století. Praha je jedním z nejvýznamnějších

evropských reprezentantů urbanistického a architektonického vývoje v průběhu 1 100 let své existence.

Na území hlavního města Prahy je v současnosti evidováno 2 110 státem chráněných nemovitých kulturních památek, další stavby se nacházejí v historicky významných lokalitách – ve 3 památkově chráněných rezervacích a 18 památkových zónách. Praha, ač je moderní metropolí 21. století, nezapomíná na své jedinečné kulturní dědictví, proto pravidelně a systematicky podporuje obnovu tohoto jedinečného fondu tím, že přispívá na jeho záchranu a údržbu.

Pro vlastníky památkově významných objektů hlavní město Praha každým rokem vyhlašuje granty, které jsou určeny na zachování památkové hodnoty a podstaty objektů nacházejících se na území města. Za posledních 10 let bylo prostřednictvím finančních příspěvků vlastníkům památkově významných

objektů přiděleno Radou hl. m. Prahy a Zastupitelstvem hl. m. Prahy více než 835 milionů korun. V rámci tohoto programu bylo obnoveno 951 památkově významných objektů. Díky této grantové pomoci a aktivní spolupráci vlastníků se významně zlepšil stav památkového fondu města Prahy. Důvodem udělení příspěvků je, že obnova objektů, včetně zachování historických hodnot, představuje náročný a odborně velmi specifický přístup, se kterým jsou spojené zvýšené finanční náklady. Výsledkem programu je zlepšení vzhledu města a podpora jeho kulturního i ekonomického potenciálu. Úspěšnou spolupráci v rámci tohoto

dotačního programu dokumentuje publikace, kterou vydalo hl. m. Praha v roce 2014. Nese název Úspěchy v oblasti péče o památky v Praze a představuje 70 vybraných památkově hodnotných staveb nebo jejich součástí, jejichž obnova byla realizována právě s podporou hlavního města.

Hlavní město Praha se cíleně zaměřuje na oblast ochrany kulturního dědictví. Z rozpočtu města jsou poskytovány nemalé finanční prostředky na obnovu objektů v jeho majetku. Například za posledních pět let poskytlo hl. m. Praha na obnovu památkové hodnoty a podstaty těchto objektů jen na území

Pražské památkové rezervace přibližně 2 mld. korun. Finanční prostředky na obnovu památkově chráněných objektů a lokalit přispívají k poznání našeho kulturního dědictví.

„Dědictví je odkaz minulosti, s nímž žijeme v současnosti a který předáme budoucím generacím. Naše kulturní a přírodní dědictví je nenahraditelným zdrojem života a inspirace. Je základem našeho jednání, měřítkem uvažování, základem naší identity.“
(Věra Kučová, Světové kulturní a přírodní dědictví UNESCO, NPÚ 2009)

www.pamatky.praha.eu

FINANČNĚ NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ SBÍRKY HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY V SOUTĚŽI MÁME VYBRÁNO V LETECH

2013



34 813 Kč

ŘÍMSKOKATOLICKÁ FARNOST
U KOSTELA STĚTÍ SV. JANA KŘTITELE
PRAHA-HOSTIVAŘ – ZÁCHRANA
POZDNĚ PŘEMYSLOVSKÝCH FRESEK
V KOSTELE

Foto: archiv farnosti u kostela Stětí sv. Jana Křtitele Praha Hostivař

2014



11 395 Kč

MĚSTSKÁ ČÁST PRAHA 22
– ZHOTOVENÍ KOPIÍ TŘÍ RELIÉFŮ
U SOCHY SV. JANA NEPOMUCKÉHO

Foto: městská část Praha 22

2015



1 033 354 Kč

KRÁLOVSKÁ KANONIE
PREMONSTRÁTŮ NA STRAHOVĚ
– OPRAVA, REKONSTRUKCE
A MODERNIZACE STRAHOVSKÉ
KNIHOVNY VČETNĚ FONDŮ

Foto: hlavní město Praha

FINANCOVÁNÍ OBNOVY PAMÁTKOVĚ VÝZNAMNÝCH OBJEKTŮ Z ROZPOČTU HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY (V MIL. Kč)

ROK	GRANTY V OBLASTI PAMÁTKOVÉ PÉČE	VÝDAJE NA CÍRKEVNÍ STAVBY V MAJETKU MĚSTA	OSTATNÍ VÝDAJE NA OBJEKTY V MAJETKU MĚSTA	CELKOVÉ VÝDAJE NA OBNOVU HISTORICKÝCH STAVEB
2010	56,6	4,6	436,6	497,8
2011	54,8	3,4	327,8	386,0
2012	48,1	2,8	289,2	340,1
2013	39,4	4,1	167,78	211,2
2014	40,9	23,9	245,13	309,9
CELKEM				1 745,1



ZA OBNOVU VODNÍHO MLÝNA V RYBNÍKÁCH KRAJ UDĚLIL V ROCE 2015 ZVLÁŠTNÍ CENU.



V KATEGORII DROBNÉ STAVBY ZVÍTĚZILA V ROCE 2015 OBNOVA KAPLE V TVAROŽNÉ.

JIHOMORAVSKÝ KRAJ

Nejlépe opravená kulturní památka Jihomoravského kraje

Rada Jihomoravského kraje v lednu letošního roku již po osmé vyhlásila soutěž Nejlépe opravená kulturní památka Jihomoravského kraje. Jihomoravský kraj se každoročním vyhlášením soutěže snaží o vhodnou motivaci a přístup vlastníků kulturních památek k jejich příkladné obnově. Dalším smyslem soutěže je propagace památek na území Jihomoravského kraje a také seznámení široké veřejnosti s problematikou památkové péče.

žitými členy vždy zástupci Národního památkového ústavu, územního odborného pracoviště v Brně. Spolupráce s tímto pracovištěm je pro fungování soutěže zcela zásadní, neboť jeho garanti a specialisté pro ni zpracovávají odborné zhodnocení oprav, na jehož základě komise vybírá maximálně 30 památek, které následně rozdělí do tří kategorií (velké stavby, díla výtvarného umění, drobné stavby).

Hlasování o vítězích soutěže, kterého se účastní vždy kolem 10 tisíc občanů Jihomoravského kraje, probíhá pravidelně formou SMS a bývá skutečně napínavé do poslední minuty. Podle počtu zaslaných hlasů komise soutěže určí konečné pořadí a přidělí ceny. Také ty kraj stanovil ve výši jistě motivační: jedná se o 150 tisíc korun a 50 tisíc korun za první a druhé místo v kategorii velkých staveb, 50 tisíc korun pro vítěze v kategorii díla výtvarného umění a 50 tisíc korun pro vítěze v kategorii drobných staveb.

V posledních dvou ročnících Rada Jihomoravského kraje nově udělila mimo hlasování veřejnosti dvě zvláštní



TEXT HANA HOLUŠOVÁ
FOTO ARCHIV JIHOMORAVSKÉHO KRAJE

ceny ve výši 25 tisíc korun. Jednu vlastníku kulturní památky, která v daném ročníku zaujala například kvalitou oprav, mimořádnou historií či zvláštním přístupem vlastníka, a vedle toho ocenila a podpořila zvláštní kategorie památek, které při hlasování v minulých pěti letech i přes kvalitně provedenou obnovu nedosáhly na stupně vítězů – v roce 2014 to byly technické památky, v letošním roce pak památky ve vlastnictví fyzických osob.

Většina kulturních památek, které se soutěže účastní, zároveň obdržela na svou obnovu dotaci z Programu podpo-

ry rozvoje v oblasti kultury a památkové péče, který pravidelně vyhlašuje Jihomoravský kraj vždy na počátku roku. V rámci dotačního programu jsou vyhlašovány dva dotační tituly ve vztahu k památkové péči, a to dotační titul na obnovu nemovitých kulturních památek a dotační titul na restaurování kulturních památek, přičemž každý z nich má vymezeny priority a pevně stanovená kritéria výběru. Dalšími finančními prostředky jsou každoročně podporovány akce zachraňující kulturní památky v havarijním stavu. Celková podpora památek z rozpočtu kraje v roce 2014 tedy činila cca 10 milionů korun.

Těmito dvěma kroky Jihomoravský kraj aktivně pozitivně zasahuje každý rok do procesu, který v návaznosti na mezinárodní a státní programy podpory zachování kulturního dědictví umožňuje stálé pokračování obnov kulturních památek na jižní Moravě, území, které je na kulturní památky všech kategorií velmi bohaté a je jimi proslulé. Nemusí se to týkat přímo památek zapsaných na Seznam světového dědictví UNESCO – vily Tugendhat a Lednicko-valtického areálu.

www.kr-jihomoravsky.cz

FINANČNĚ NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ SBÍRKY JIHOMORAVSKÉHO KRAJE V SOUTĚŽI MÁME VYBRÁNO V LETECH

2013



598 155 Kč
OBEC KOBYLÍ NA MORAVĚ
– OPRAVA STŘECHY KOSTELA
SV. JIŘÍ

Foto: archiv Muzea obce Kobylí

2014



324 804 Kč
ŘÍMSKOKATOLICKÁ FARNOST
DOUBRAVICE NAD SVITAVOU –
OPRAVA VARHAN V KOSTELE
SV. JANA KŘTITELE

Foto: Římskokatolická farnost Doubravice nad Svitavou

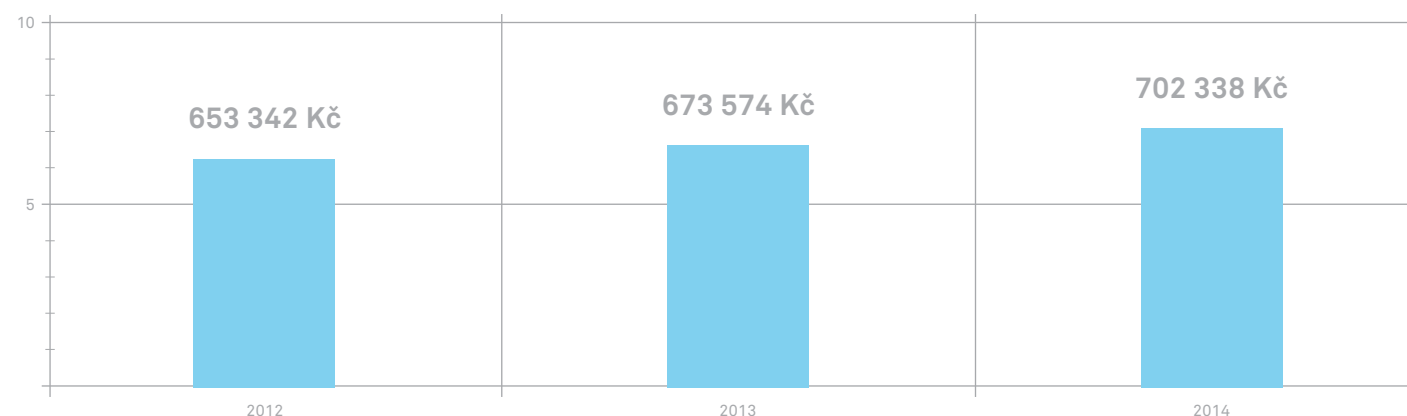
2015



408 252 Kč
OBEC BOŘETICE – OPRAVA STŘECHY
KOSTELA SV. ANNY

Foto: archiv obce Bořetice

CELKEM VYBRÁNO NA ÚZEMÍ KRAJE





VEŘEJNÁ SBÍRKA POMOHLA ČÁSTEČNĚ FINANCOVAT RESTAUROVÁNÍ KOROUHVE NA VĚŽI KOSTELA SV. GOTHARDA V BUDIŠOVĚ.



OBNOVU KŘÍŽOVÉ CESTY V NOVĚ ŘÍŠI TAKÉ PODPOŘILA VEŘEJNÁ SBÍRKA.

KRAJ VYSOČINA

Trvalé zachování kulturního dědictví je závislé na spolupráci všech dotčených subjektů

Kraj Vysočina vytvořil vlastní široký grantový a dotační systém, jehož cílem je zvyšovat úroveň péče o kulturní dědictví a zlepšovat stav kulturních památek. Tyto finanční podpůrné mechanismy svým zaměřením nechtějí suplovat programy Ministerstva kultury určené na obnovu kulturních památek, ale vhodně je doplňovat, případně kombinovat, a tím přispívat k efektivnějšímu využití finančních prostředků.

Kraj Vysočina

TEXT JANA ZADRAŽILOVÁ
FOTO ARCHIV KRAJE VYSOČINA

Jedním ze základních pilířů uchování kulturního dědictví je však aktivní přístup vlastníka nebo angažovanost místních obyvatel či spolků, kterým není osud památky lhostejný. Jak ukazují četné příklady z území Kraje Vysočina, záchrana mnohých památek by nebyla možná bez zanícení místních patriotů, jejichž snažení našlo pochopení u vedení obcí, kraje a jiných donátorů.

Dokladem toho jsou i veřejné sbírky. Peníze ze sbírek jsou častokrát základem pro získání dalších finančních prostředků z grantových programů kraje nebo Ministerstva kultury. Tato praxe se v kraji objevuje stále častěji. Dokládá to například obnova unikátních maleb v kostele sv. Víta v zatopené obci Zahrádka nebo revitalizace kaple sv. Anny v Pelhřimově, jejichž financování obnovy probíhá právě tímto kombinovaným způsobem. Navzdory nesmírným finančním nákladům spojeným s restaurováním varhan se v posledních letech touto cestou v kraji podařilo zachránit varhany v Sopotech, Lukách nad Jihlavou, Osově Bítýšce nebo v Třebíči.

Na opravu památek motivačně navazuje ocenění kvalitně provedené obnovy kulturního dědictví, což v Kraji Vysočina probíhá již od roku 2005 prostřednictvím veřejné ankety Zlatá jeřábina. Cílem je propagovat a prezentovat kulturní dědictví a podporovat odpovědný přístup k jeho ochraně. Je

příjemné konstatovat, že na předních místech se v anketě vícekrát umístily akce, na jejichž obnově participovali občané prostřednictvím veřejné sbírky. Jednalo se například o revitalizaci křížové cesty v Nové Říši nebo restaurování jedinečné korouhve věže kostela sv. Gotharda v Budišově.

Reálný zájem občanů je hlavním důvodem, proč mohou mnohé památky opět zazářit v celé své nádheře, a vedení Kraje Vysočina těší i skutečnost, že se tak místy děje i za finančního přispění kraje.

www.kr-vysocina.cz

FINANČNÍ PODPORA KRAJE V PÉČI O PAMÁTKY

DOTAČNÍ TITUL	2015
Dotace na obnovu kulturních památek	13 000 000
Dotace na zpracování předprojektové dokumentace obnovy kulturních památek	473 583
Dotace městům s památkou UNESCO	900 000
Památkově chráněná území – obnova nepamátek v rezervacích a zónách	1 600 000
Celkem	15 973 583

FINANČNĚ NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ SBÍRKY KRAJE VYSOČINA V SOUTĚŽI MÁME VYBRÁNO V LETECH

2013



1 273 711 Kč
OBEC DOLNÍ VILÉMOVICE
– REKONSTRUKCE, OPRAVY
A PROVOZ RODNÉHO DOMU
JANA KUBIŠE

Foto: archiv obce Dolní Vilémovice

2014



226 882 Kč
ECCLESIA – OPRAVA VARHAN
V KOSTELE NA KŘIŽÁNKÁCH

Foto: archiv spolku Ecclesia

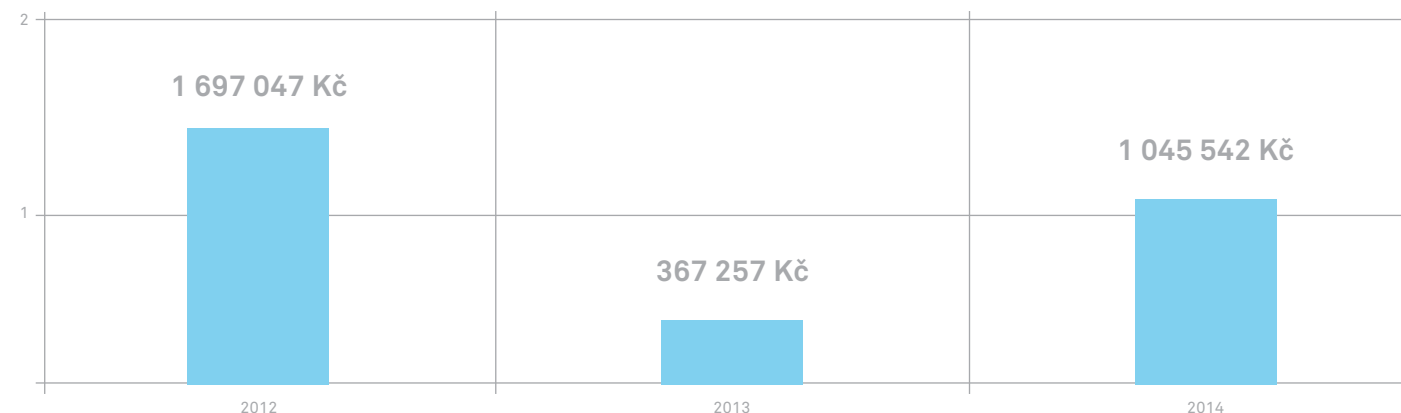
2015



755 168 Kč
PŘÁTELÉ ZAHŘÁDKY – OPRAVA
A RESTAUROVÁNÍ KOSTELA SV. VÍTA
V KRAJI VYSOČINA

Foto: archiv Spolku Přátelé Zahrádky

CELKEM VYBRÁNO NA ÚZEMÍ KRAJE





OBNOVA DOLNÍ OBLASTI VÍTKOVICE BYLA SPOLUFINANCOVÁNA POMOCÍ ROP MORAVSKOSLEZSKO.



KRAJ FINANCUJE SPRÁVU ZÁMKU BRUNTÁL, JENŽ MÁ VE SVÉM VLASTNICTVÍ.

MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ

Moravskoslezský kraj je pyšný na své památky

Charakteristickým znakem památkového fondu Moravskoslezského kraje je především jeho typová rozmanitost. Tak jako v ostatních krajích je i zde zastoupen nespočet sakrálních památek, měšťanská či tradiční lidová architektura a hradní a zámecká architektura, jako je zámek Bruntál, hrad Sovinec, hrad Hukvaldy či několikaletý vítěz ankety Nejpoohádkovější zámek – zámek Hradec nad Moravicí.



TEXT JITKA KOŠČÁKOVÁ
FOTO BORIS RENNER, MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ

V neposlední řadě se v kraji nachází také významné industriální památky, které k regionu vzhledem k jeho průmyslové tradici neodmyslitelně patří. Vedle objektů těžního a těžkého průmyslu jsou zde zastoupeny památky textilního průmyslu či větrné a vodní mlýny. Ve spojení s živou kulturou a snahou o jejich maximální využití a prezentaci se technické a průmyslové památky stávají v posledních letech nevšedním lákadlem pro návštěvníky severní Moravy. Jedním

z takových příkladů je i využití národní kulturní památky dolu Hlubina a vysoké pece a koksovy Vítkovických železáren v Ostravě, ze které se postupem času stal živý komplex s výstavními prostory, multifunkční halou, hudebním klubem či horolezeckou stěnou a s unikátními prostory pro pořádání kulturních akcí. Tuto památku si široká veřejnost z celé republiky i zahraničí spojuje s festivalem Colours of Ostrava a určitě i s jinými zajímavými akcemi. To se odráží ve stále se zvyšující návštěvnosti dané lokality. Dolní oblast Vítkovice s areálem Landek Parku se v minulém roce stala druhou nejnavštěvovanější památkou v České republice a v letošním roce návštěvnost přesáhla magickou cifru milion (koncem listopadu více než 1,15 mil. návštěvníků).

Vzhledem k rozsáhlému památkovému fondu se Moravskoslezský kraj od roku 2004 zaměřuje na systematickou podporu péče o hmotné kulturní dědictví regionu, a to jak prostřednictvím dotačního Programu obnovy kulturních památek a památkově chráněných nemovitostí v Moravskoslezském kraji,

tak formou individuálních dotací. Podpora je určena především vlastníkům památek, které mají určující význam pro kraj, nacházejí se ve špatném technickém stavu a jsou zpřístupněny či prezentovány veřejnosti.

V posledních pěti letech bylo prostřednictvím dotačního programu podpořeno 135 žádostí v celkové výši 36 milionů korun. Doposud bylo s finančním přispěním kraje obnoveno bezmála 250 kulturních památek a památkově chráněných nemovitostí různorodého charakteru.

www.msk.cz

PROGRAM OBNOVY KULTURNÍCH PAMÁTEK A PAMÁTKOVĚ CHRÁNĚNÝCH NEMOVITOSTÍ

ROK	ŽÁDOSTI PODANÉ / PODPOŘENÉ	FINANČNÍ PODPORA POŽADOVANÁ / POSKYTNUTÁ (V KČ)
2010	52 / 30	18 037 200 / 10 000 000
2011	52 / 21	14 766 521 / 5 500 000
2012	50 / 22	13 330 000 / 5 500 000
2013	58 / 20	15 888 700 / 5 000 000
2014	59 / 21	14 441 500 / 5 000 000
2015	60 / 21	16 021 334 / 5 000 000
Celkem	331 / 135	92 485 255 / 36 000 000

FINANČNĚ NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ SBÍRKY MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE V SOUTĚŽI MÁME VYBRÁNO V LETECH

2013



1 239 785 Kč

SDRUŽENÍ ŘÍMSKOKATOLICKÝCH VĚŘÍCÍCH V DARKOVÍČÍCH – STAVBA VARHAN A VYBAVENÍ INTERIÉRU KOSTELA V DARKOVÍČÍCH

Foto: archiv obce Darkovice

2014



482 724 Kč

ANGELUS AUREUS, O. P. S. – DOKONČENÍ 2. ETAPY RESTAUROVÁNÍ OBRAZU ZAVRAŽDĚNÍ SV. VÁCLAVA

Foto: Petr Berger

2015

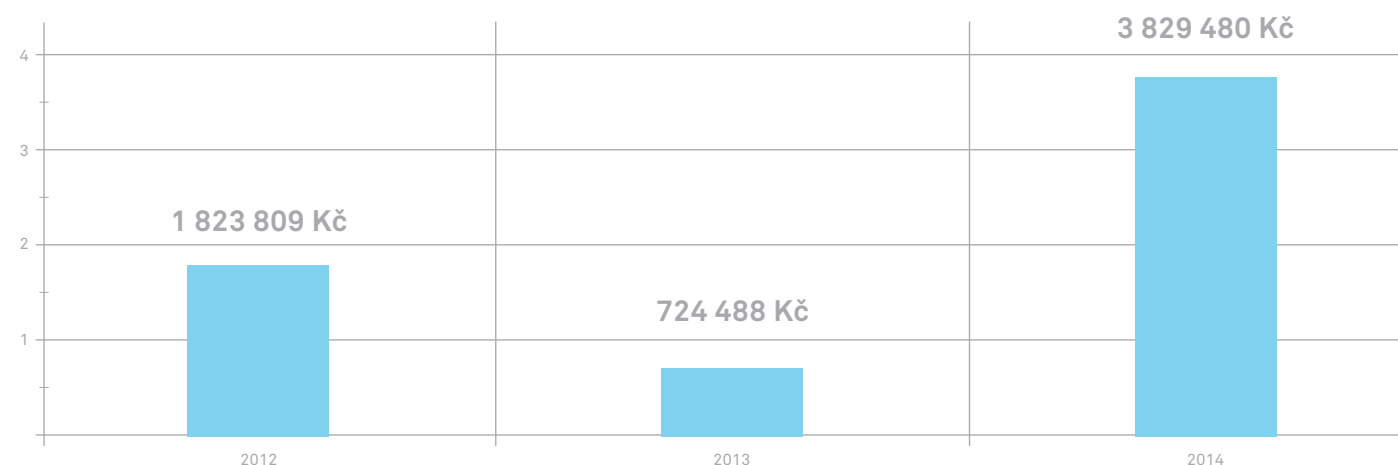


3 704 388 Kč

KČT OBLAST MORAVSKOSLEZSKÁ – OBNOVA BEZRUCHOVY CHATY NA LYSÉ HOŘE

Foto: Jiří Stejskalík

CELKEM VYBRÁNO NA ÚZEMÍ KRAJE





V ROCE 2014 BYLA Z DOTACE FONDU ROZVOJE ÚSTECKÉHO KRAJE OBNOVENA FARA V NOVÉM SEDLE.



K 200. VÝROČÍ BITVY 1813 U VARAŽOVA BYL V ROCE 2013 OBNOVEN RAKOUSKÝ POMNÍK.

ÚSTECKÝ KRAJ

Kulturní památky prezentují jedinečnost kraje

Změnit pohled na krajinu Ústeckého kraje se daří zejména dobrou propagací cestovního ruchu, jehož nejdůležitější součástí je právě kulturní bohatství a historie lidí, kteří v tomto kraji žili a žijí. Důležitou roli v oblasti péče o toto kulturní dědictví hrají vlastníci kulturních památek, kteří o památky pečují a využívají možných dotačních programů.



TEXT JANA KURÁŇOVÁ A SPOL.
FOTO ARCHIV ÚSTECKÉHO KRAJE

Ústecký kraj podporuje vlastníky památek dvěma dotačními programy. Jedná se o:

- 1) Program na záchranu a obnovu kulturních památek Ústeckého kraje
- 2) Program na záchranu a obnovu drobných památek a architektury dotvářejících kulturní krajinu Ústeckého kraje

První program je zaměřen na obnovu širokého spektra kulturních památek – objektů uvedených v seznamu ohrožených nemovitých památek (zdroj:

portál NPÚ); národních kulturních památek; movitých i nemovitých kulturních památek bezprostředně souvisejících s nominací na zápis na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO; ohrožených hodnotných architektonických a historických kulturních památek; ostatních movitých i nemovitých kulturních památek (např. opravy hradů, zámků, církevních staveb, lidové architektury, hodnotné městské architektury, historické zeleně, technických památek, restaurování plastik a vybavení interiérů a dalších objektů prohlášených za kulturní památku).

Finanční podpora záchrany a obnovy kulturních památek v Ústeckém kraji umožňuje rozšířit povědomí obyvatel kraje o nezbytnosti uchovávat historické dědictví minulosti jako přirozenou součást života, zlepšit technický stav kulturních památek a snížit vysoké procento nejohroženějších památek v kraji. Využití existence kulturních památek pro prezentaci jedinečnosti kraje z pohledu industriálního a zemědělského dědictví nadregionálního významu a pokračovat v již započatém procesu zapsání kulturních památek do Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. V roce 2015 bylo rozděleno 10 milionů korun.

Příjemci dotace jsou církve, obce, právnické a fyzické osoby. Program je financován z Fondu rozvoje Ústeckého kraje. Není třeba, aby příjemce dotace využil poskytnuté prostředky v jednom kalendářním roce, může je z různých

důvodů využít i v roce následujícím po podání žádosti.

Druhý z programů je úzce zaměřen na obnovu drobné architektury usazené volně v krajině mimo intravilány obcí. Program je určen na podporu stavebních a uměleckořemeslných prací souvisejících přímo se záchranou a obnovou bezprostředně ohrožených drobných památek a architektury dotvářející kulturní krajinu Ústeckého kraje, tj. hmotného kulturního dědictví, které není prohlášeno za kulturní památku ve smyslu zákona č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů (jedná se o křížky, boží muka,

kapličky, výklenkové kaple, zastavení, křížové cesty, smírčí kříže, odpočivné kameny, samostatné stojící sochy a sousoší, kašny, zvoničky, význačné náhrobky, pomníky a pomníčky padlých, historické pamětní desky vzniklé před rokem 1950, milníky, mezníky, skalní reliéfy, pamětní nápisy, památky místního významu apod.). Finanční prostředky v rámci tohoto programu je nutno využít vždy v jednom kalendářním roce.

V roce 2015 byl rozdělen jeden milion korun. Vlastníci kulturních památek také často využívají vícezdrojové financování obnovy památek buď s podporou státních programů z Mini-

sterstva kultury, nebo jde o kofinancování za pomoci veřejných sbírek či některých obcí v Ústeckém kraji, které mají vlastní dotační programy.

Zájmem Ústeckého kraje je, aby co nejvíce památek bylo přístupno široké veřejnosti prostřednictvím kulturních akcí nebo výukových programů. V budoucnu proto plánuje vyhlásit nový dotační titul pro neziskové organizace, jejichž náplní je mimoškolní výchovná činnost dětí a mládeže v oblasti památkové péče za spolupráce vlastníků kulturních památek.

www.kr-ustecky.cz

FINANČNĚ NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ SBÍRKY ÚSTECKÉHO KRAJE V SOUTĚŽI MÁME VYBRÁNO V LETECH

2013



185 995 Kč

LENEŠICKÝ OKRAŠLOVACÍ SPOLEK – OBNOVA KOSTELA SV. ŠIMONA A JUDY

Foto: Lenešický okrašlovací spolek

2014



837 003 Kč

MĚSTO MOST – ZHOTOVENÍ SOCHY T. G. MASARYKA

Foto: Magistrát města Mostu

2015

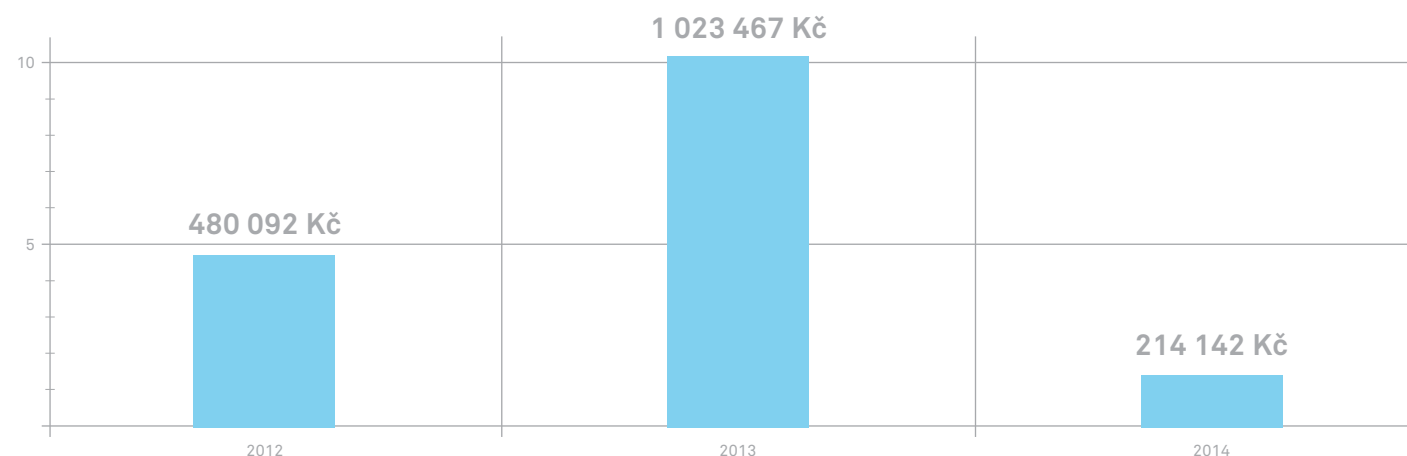


117 969 Kč

PETROVICKÝ SPOLEK PRO OBNOVU A ZACHOVÁNÍ TRADIC – ZAKOUPENÍ VĚŽNÍCH HODIN A OPRAVA KOSTELA SV. MIKULÁŠE

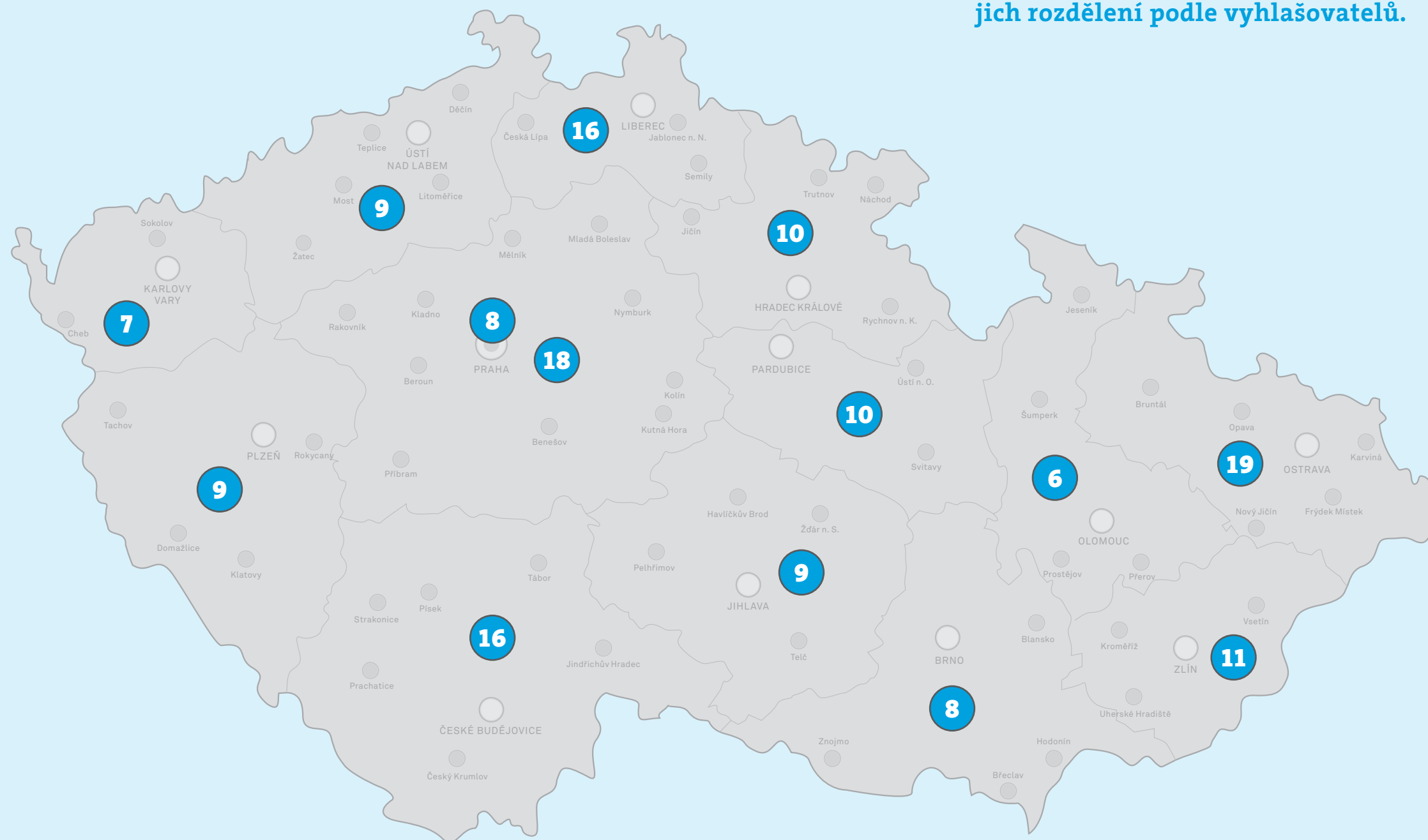
Foto: obec Petrovice

CELKEM VYBRÁNO NA ÚZEMÍ KRAJE



Veřejné sbírky

Veřejné sbírky mohou být důležitým zdrojem při financování obnovy kulturního dědictví. V mapě představujeme počty sbírek v jednotlivých krajích, v pravé části této strany jejich rozdělení podle vyhlášovatelů.



Údaje jsou zpracované k září 2015.
Aktuální informace naleznete na www.propamatky.info.



56

MĚSTA A OBCE

Nejčastěji vyhláší veřejné sbírky na obnovu kulturního dědictví města a obce při financování oprav drobných sakrálních památek, ale také kostelů, historických objektů, rozhleden apod.

51

NEZISKOVÉ ORGANIZACE

Financování pomocí sbírek využívají i neziskové organizace, které představují druhou největší skupinu. Většinou dokáží propojit obnovu památky s rozvojem komunitního života v místě.

32

CÍRKVE

Třetí významnou skupinou jsou církve a církevní organizace. Sbírkou vyhláší převážně na obnovu kostelů, jejich vybavení a záchranu varhan.

17

DALŠÍ

Poslední skupina zahrnuje všechny ostatní subjekty, například příspěvkové organizace, firmy nebo nadace.

sbirky.propamatky.info



OPRAVA KONVENTU FRANTIŠKÁNSKÉHO KLÁŠTERA V HOSTINNÉM BYLA FINANCOVÁNA Z ROP SEVEROVÝCHOD.



ROP JIHOZÁPAD PODPOŘIL VZNIK REGIONÁLNÍHO ÚZKOKOLEJNÉHO MUZEA NOVÁ BYSTRICE.

ROZHOVOR

Evropské dotace

Tomáše Chmely ze Sdružení místních samospráv ČR jsme se zeptali na dotační zdroje určené na obnovu kulturního dědictví.

TEXT ALEŠ KOZÁK, DAGMAR KOŽELUHOVÁ
FOTO ARCHIV FRANTIŠKÁNSKÉHO KLÁŠTERA V HOSTINNÉM A ROP JIHOZÁPAD

Jaké jsou dotační možnosti v novém programovém období?

Prostředků na obnovu a rozvoj kulturního dědictví je v současném začínajícím programovém období Evropské unie poměrně velké množství a patrně do roku 2023 přesáhnou 15 miliard korun. Zhruba dvě třetiny z alokací Integrovaného regionálního operačního programu (IROP) jsou nyní určeny na obnovu památek UNESCO nebo národních kulturních památek. Přestože takto budou podpořeny desítky objektů, na drobné památky se nedostane. Mírně posíleny či alespoň zachovány zůstanou některé jiné zdroje.

Které zdroje to jsou?

Obnovu drobných památek bude možné financovat například ze zdrojů pětice operačních programů přeshraniční spolupráce. Podmínkou je, aby realizace projektů probíhala se zapojením zahraničního partnera. Další stabilní možnosti financování obnovy památek jsou národní dotační tituly vyhlašované některými ministerstvy. V první řadě to je Ministerstvo kultury, dále například Ministerstvo zemědělství či Ministerstvo pro místní rozvoj.

Jak pomáhá Sdružení?

Navzdory současné situaci zůstávám optimistou. IROP totiž stanovil poměrně přísné stropy pro maximální výši alokací na jednotlivé projekty. Ukazuje se, že i při velké snaze o čerpání budou po první výzvě stále k dispozici prostředky pro tento

specifický cíl. Zároveň se k roku 2017 vztahuje milník střednědobého hodnocení, kde je možné zpřesnit či změnit určení, kam tyto prostředky poputují. Naši prvořadou snahou je dojednat, aby se okruh podporovaných památek z IROPu rozšířil. Dalším úkolem je zajistit v rámci vyjednávání zákona o státním rozpočtu na rok 2016 posílení národních dotačních titulů, které jsou často jedinou možností při obnově drobných památek. V této věci se velmi angažuje poslankyně Věra Kovářová, která je zároveň členkou našeho předsednictva.

Sdružení zastupuje více než tisíc obcí. Jak situaci vnímají starostové?

Samozřejmě mezi starosty cítím skepsi a rozčarování, které pramení z nenaplněných očekávání ve vztahu k zanedbaným památkám na venkově, ale doporučuji v obnově památkových objektů v obcích pokračovat. Drtivá většina krajů se nachází v působnosti programů přeshraniční spolupráce, které již vyhlašují první výzvy, jež se týkají kulturního dědictví. Na přelomu let 2015 a 2016 tak bude možné předkládat projekty na obnovu památkových objektů, ale také na investice do související infrastruktury. U národních dotací se intenzivně snažíme o jejich posílení na rok 2016, aby představovaly určitou kompenzaci po ukončení regionálních operačních programů, za něž v případě drobných památek zatím schází adekvátní náhrada.

PRAKTICKÉ TIPY

TEXT MARKÉTA BAROŠOVÁ LAJDOVÁ

Šest kroků jak získat více peněz na obnovu památek

Při obnově památek je kromě odborného a citlivého přístupu potřeba také dostatek financí. I když by se mohlo zdát, že marketingové a PR strategie a různé propagační aktivity jsou vyhrazeny komerčním subjektům, které se snaží prodat své výrobky nebo služby, bez marketingového přístupu se neobejde ani ten, kdo chce úspěšně financovat obnovu památky či jiný neziskový kulturní projekt.

Základem každé marketingové strategie je prosté přemýšlení nad tím, pro koho je určen výrobek nebo služba, jakou cestou dát své cílové skupině o výrobku vědět, kolik to bude stát peněz a co se musí stát, aby byl výrobek úspěšný. Dosadte si do předchozí věty místo výrobku podporu svého projektu a je jasné, že do podobného přemýšlení se musí pustit i každý, kdo chce veřejnosti „prodat“ příběh o potřebě obnovy konkrétní památky.

Z public relations (PR) a marketingových strategií se často dělá „velká věda“, ale chcete-li v komunikaci uspět, je dobré se především průběžně radit s dobrým pomocníkem zvaným zdravý selský rozum. Naši předkové méně mluvili, více jednali a svou zkušenost dokázali následujícím generacím předat ústně v podobě výstižných

lidových rčení. Některá z nich se dobře hodí i pro popis zákonitostí komunikace s veřejností:

ŠTĚSTÍ PŘEJE PŘIPRAVENÝM

Součástí každého projektu by od samého počátku měl být komunikační plán, který zapadá do celkové komunikační a ideové strategie organizace.

ČAS JSOU PENÍZE

Aby bylo možné komunikační aktivity vykonávat kvalifikovaně a se ziskem pro projekt, je třeba investovat adekvátní množství času do jejich přípravy, realizace a vyhodnocování.

KDO CHCE S VLKY BÝTI, MUSÍ S NIMI VÝTI

Pro podporu svých projektů potřebujete získat pozornost veřejnosti nebo jiných cílových skupin a vaše

komunikace se tomu musí podřídit po stránce obsahové i jazykové. V případě, že vstupuje do hry prostředník, médium, musíte se přizpůsobit i jeho zvyklostem.

VE DVOU SE TO LÉPE TÁHNE

Máte-li možnost spolupracovat na komunikaci s partnery z řad médií, institucí, dalších neziskových organizací, zvyšuje se potenciál zásahu cílových skupin.

NEVSTOUPÍŠ DVAKRÁT DO STEJNÉ ŘEKY

Prostředí, ve kterém komunikujete, je proměnlivé a i na vaší komunikaci se dá vždy něco zlepšit. Proto je na místě vyhodnocovat své komunikační aktivity, učit se z omylů a snažit se zlepšovat.

V komunikaci byste měli především myslet na ty, od nichž požadujete peníze, ať jsou to individuální dárci, sponzoři či úřady. Chytře promyšlená PR strategie vám umožní nejen představit váš projekt veřejnosti a oslovit potenciální dárce a sponzory, ale také udržet jejich zájem a získat od každého z nich více peněz. Budete-li navíc své aktivity průběžně vyhodnocovat, zjistíte, v čem je potřeba komunikaci zlepšit. Díky tomu pak oslovíte a získáte ještě více přispěvatelů.

Seznamte se s 6P, která představují jednotlivé kroky komunikačního cyklu, jenž lze zvládnout i s omezenými finančními a personálními kapacitami.

KROK

1

POCHOPTE SVÉ DÁRCE

Dobře provedená rešerše vám ušetří čas, peníze a zklamání z neúspěchu v dalších fázích kampaně.

Abyste lépe porozuměli tomu, koho budete při komunikaci o svém projektu oslovovat, hledejte odpovědi na následující dvě skupiny otázek:

1. Kdo jsou a kde žijí lidé, od nichž chcete podporu? Co mají společného? Co je baví? Co je trápí? Co si slibují od podpory projektů, jako je ten váš?
2. Jak nejčastěji komunikují? Jaká média sledují? Jakým informačním zdrojům věří? Jaký jazyk a styl jim vyhovuje?

Jak zjišťovat odpovědi a hledat tipy na efektivní oslovení veřejnosti:

- Sledujte v médiích dění na území, které chcete oslovit (obec, kraj, stát).
- Pozorujte lidi v běžném životě (kulturní akce, obchody, restaurace).
- Ptejte se lidí nezainteresovaných do vaší činnosti.
- Máte-li příležitost, sbírejte kontakty na lidi, které následně oslovíte. Neoslovujte však masově bez souhlasu oslovovaných.
- Definujte si „průměrného podporovatele“. Na základě informací, které máte, si sepište fiktivní profil osoby, jejíž vlastnosti a zájmy odpovídají vašim zjištěním o potenciálních podporovatelích. Na tuto imaginární osobu, tzv. personu, pak myslíte

při veškeré komunikaci o projektu. Jeden projekt může mít více person, komunikaci směrem k nim však není dobré navzájem míchat.

- Učte se z pozitivních příkladů jiných (i zahraničních) organizací, nikdy však slepě nekopírujte cizí nápady. Promyslete si, jaké způsoby oslovení dárců vás zaujaly a zároveň jsou přenositelné do vaší praxe.
- Spolupracujte. Zamyslete se, kdo může váš projekt podpořit jinak než finančně či mediálně. Navažte kontakty s městem či obcí, obdobně smýšlejícími organizacemi, školami apod. Získáte tím další kanály pro šíření informací o svém projektu.

Příklad z praxe:

Mělnický osvětový a okrašlovací spolek, který vyhlásil veřejnou sbírku na obnovu varhan v chrámu sv. Petra a Pavla v Mělníce, pořádal benefiční koncerty, na nichž byla dobrá příležitost hovořit s potenciálními dárci a dárkyněmi. Více se o projektu dozvíte na stránkách www.moosmelnik.cz.

INTERIÉR CHRÁMU SV. PETRA A PAVLA V MĚLNÍCE



VARHANY POMOHLA OBNOVIT VEŘEJNÁ SBÍRKA.



KROK

2

PROMYSLETE PŘÍBĚH

V záplavě informací a žádostí o peníze zaujme ten, kdo je kreativní a předloží potenciálním dárcům a dárkyním příběh, se kterým se dokážou ztotožnit.

Jednu věc lze popsat tisíci způsoby. Vyberte si, co v komunikaci zdůrazníte podle toho, s kým právě komunikujete. Vybraných příběhů se pak při komunikaci s konkrétními skupinami oslovovaných držte.

To, čemu říkáme příběh, je vlastně rámec, který udělá téma zajímavým pro vaše cílové skupiny a potažmo pro média. Dá se říci, že jde o nápad, jak zaujmout. Velkou šanci na úspěch má takový příběh, který lze kromě textové formy ve zkratce odvyprávět také na videu či ve fotografiích, abyste měli k dispozici více kanálů, jak informace šířit.

Sháníte-li peníze na kompletní opravu kostela, bude širší veřejnost zajímat například příběh soch v oltáři, jimž sovětští okupanti utrhali hlavy, protože jde o dramatickou příhodu o nespravedlnosti. Stavební firmu, kterou chcete požádat o finance či materiál, může spíše zaujmout problém s vlhkostí zničenou omítkou, protože to je problém, který umí řešit.

Dvě zásady, kterých je dobré se při promýšlení příběhu držet:

1. Využívejte událostí a obecnějších témat, které lze spojit s vaším projektem. Může jít o záležitosti dané

kalendářem (Vánoce, roční období), událostmi v místě (tradiční pouti, kulturní události) apod.

2. Sdělte dárcům, co budou mít oni sami z toho, když přispějí (tato zásada je zvláště důležitá při oslovování firem). Pokud možno se vyvarujte mnohokrát omílaných obecných formulací jako „dobrý pocit“ a buďte konkrétní.

Příklad z praxe:

Městský úřad v Poběžovicích upozornil na neutěšený stav místního zámku prostřednictvím akce Adoptuj si své okno. Každý, kdo se chtěl zapojit, dostal příležitost pomalovat jednu z dřevěných desek, kterými byla zakryta chybějící okna zámku. Podařilo se tak zapojit místní obyvatele, média i představitele města, a to způsobem, který zaujal a byl viditelný delší dobu. Více se dozvíte na stránkách www.zamekpobezovice.cz.

AKCE ADOPTUJ SI SVÉ OKNO



MĚSTSKÝ ÚŘAD V POBĚŽOVICÍCH ČÁSTEČNĚ FINANCUJE OBNOVU ZÁMKU TAKÉ Z VEŘEJNÉ SBÍRKY.





PŘIPRAVTE SE

Chcete-li podporu veřejnosti, předávejte ji informace stručně, jasně, srozumitelně a profesionální formou, která budí důvěru.

Při získávání pozornosti veřejnosti, zvláště pokud mají být zapojena média, je nejdůležitější „umět se prodat“. Buďte sebevědomí a profesionální. Pokud nemáte v týmu člověka se zájmem v public relations či marketingu, získajte ho třeba jako externistu, případně nechte někoho z týmu proškolit.

Základy vaší komunikace s veřejností jsou:

- Zaměstnanci a zaměstnankyně vaší organizace či dobrovolníci a dobrovolnice by si měli uvědomovat, že když mluví o své práci, podílejí se na utváření jména organizace. Je proto nasnadě zajistit, aby projekt uměli představit všichni zaměstnanci bez ohledu na to, zda k jejich náplni práce oficiálně patří komunikace s veřejností.
- Internetové stránky musí být přehledné, jasné, pravidelně aktualizované a cílené na uživatele. Pokud možno nespolehejte na „kamaráda, který umí trochu programovat“. Najděte někoho, kdo prokazatelně vytvořil pěkné a funkční stránky pro více organizací. Pokud nemáte na internetové stránky peníze, pokuste se získat jejich vytvoření darem. Prioritu musí mít takové informace, které na stránkách hledá ten, od koho očekáváte podporu.

- Využívejte sociální sítě. Založte (osvěžte) si profil na Facebooku. Pamatujte na to, že pro úspěšnou komunikaci v této sociální síti je nezbytné profil pravidelně (několikrát týdně nebo i denně) aktualizovat a pružně reagovat na aktivity fanoušků a fanynek.
- Dbejte na vizuální a obsahovou identitu. Ve všech propagačních materiálech (internetové stránky, vizitky, letáky) používejte stejné vizuální prvky a stejná základní sdělení.

Příklady z praxe:

Příklady vhodně zpracovaných internetových stránek, které dobře prezentují účel sbírky a umožňují okamžité zapojení dárce, mohou být stránky Píštaly pro ČVUT varhany.cvut.cz či stránky www.nase-rotunda.cz, s jejichž pomocí Matematicko-fyzikální fakulta Univerzity Karlovy vybírá peníze na rekonstrukci rotundy sv. Václava na Malé Straně.



PŘIPOUTEJTE POZORNOST

Základem úspěchu projektu je komunita příznivců a příznivkyň. Chcete-li připoutat i pozornost médií, musíte se přizpůsobit jejich logice.

Abyste získali komunitu příznivců, je třeba připoutat pozornost konkrétních jednotlivců a udělat z nich podporovatele i propagátory vaší myšlenky směrem k dalším lidem.

Při budování komunity příznivců a příznivkyň vám pomohou:

- zasílání informačních e-mailů na databázi kontaktů, kterou si postupně vytvoříte,
- výzvy k zapojení vhodně umístěné na webových stránkách,
- komunikace na Facebooku,
- propagační materiály, které rozdáte lidem například na kulturních akcích,
- lidé pracující pro vaši organizaci, kteří budou o projektu vhodně komunikovat se svým okolím.

Chcete-li oslovovat veřejnost také skrze média, stojí mezi vámi a potenciálními dárci novinář či novinářka. Obvykle má jasný názor na to, co je a co není pro čtenáře (posluchače, diváky) jeho média zajímavé. Navíc o tom, zda bude konkrétní zpráva publikována či odvysílána, rozhodují další lidé, jako jsou editoři, vedoucí vydání a další. Nabízejte médiím taková témata, která je zaujmou, protože je vyhodnotí jako zajímavá pro své čtenáře.

Buďte aktivní a nečekejte, že se média o vaše téma začnou zajímat sama. Komunikujte s novináři nejen prostřednictvím tiskových zpráv, ale vytvořte si s těmi pro vás důležitými bližší vztah.

Buďte kreativní. Promýšlejte, s čím propojit vaše téma, aby mělo šanci zaujmout konkrétní média, a buďte kreativní při zpracovávání těchto témat.

Buďte originální. Pokuste se představit téma na základě zajímavých, téměř exkluzivních informací.

Poskytněte novinářům a novinářkám maximální servis. Podle typu média mějte připraveny texty, fotografie v dobré kvalitě a dostatečném počtu včetně popisků, případně videa. Mějte jasno v tom, kdo bude za váš projekt vystupovat v rozhlasu či televizi, a ujistěte se, že tento člověk zvládá o projektu mluvit srozumitelně a bez trémy.

Příklad z praxe:

Občanské sdružení Pod Studencem dokázalo svým příběhem o obnově rozhledny na Studenci zaujmout několik celostátních médií. Více informací naleznete na stránkách www.rozhlednastudenec.cz.

BETLÉMSKÁ KAPLE NA PRAŽSKÉM STARÉM MĚSTĚ



VEŘEJNÁ SBÍRKA PÍŠTALY PRO ČVUT PODPORUJE POŘÍZENÍ VARHAN DO BETLÉMSKÉ KAPLE.



OBNOVENÁ ROZHLEDNA NA STUDENCI



ZÁJEMCI PODPOŘILI OPRAVU ROZHLEDNY KOUPI JEDNOTLIVÝCH SCHODŮ.



KROK 5

POVÍDEJTE SI S DÁRCI A PARTNERY

Více peněz získá ten, kdo přispěvatele průběžně informuje o vývoji projektu.

Povídáním se v tomto kontextu myslí průběžná komunikace. Vybrat peníze na konkrétní účel nějakou dobu potrvá a je důležité, aby se dárci cítili být součástí celého procesu. Váš projekt pak budou spíše brát i za svůj projekt, budou ho propagovat dále svými vlastními cestami a budou ochotni sami přispět znovu a možná i více. V komunikaci nezapomínejte ani na nefinanční partnery, které jste si našli. Buďte otevření a připraveni svůj projekt sdílet s ostatními. Při komunikaci vám pomohou:

E-MAILING

Informujte v pravidelných intervalech o tom, co už se podařilo s pomocí peněz od dárců a dáreků udělat. Nezapomínejte, že e-mailová adresa se považuje za osobní údaj a je tedy třeba od dárců získat souhlas s oslovováním prostřednictvím e-mailu.

FACEBOOK, INTERNETOVÉ STRÁNKY

V sociálních sítích a na internetových stránkách vhodně komunikujte vděk za již poskytnuté dary a zároveň upozorněte, že potřebujete další peníze – například vypsáním konkrétních oprav, které chcete podniknout, a počítadlem, kolik peněz na tu kterou ještě chybí.

MÉDIA

Komunikujte s novináři o průběžném vývoji projektu. Zvolte správnou míru,

aby novináři a novinářky neměli pocit, že je spamujete.

AKCE PRO DÁRCE A PARTNERY

Uspořádejte výlet, piknik, přednášku, výstavu (dle svých finančních a časových možností), pozvěte na akci dárce a partnery, věnujte se jim.

OSOBNÍ DOPIS

Významným (firemním) přispěvatelům zašlete jednou za čas dopis s informacemi o tom, jak využíváte jejich dar, včetně vhodné fotodokumentace. Je-li to právě aktuální, přiložte i výroční zprávu vaší organizace či obdobný dokument.

Příklad z praxe:

Mecenášský klub Národního divadla pořádá pro dárce a dárkyně pravidelné akce s možností nahlédnout do zákulisí divadla. Více o projektu naleznete na stránkách www.narodni-divadlo.cz/cs/mecenassky-klub

INTERIÉR NÁRODNÍHO DIVADLA



MECENÁŠSKÝ KLUB PŘIPRAVUJE PRO ČLENY ŘADU ZAJÍMAVÝCH AKCÍ.



KROK 6

PODĚKUJTE A POKRAČUJTE DÁLE SPOLEČNĚ

Udělejte z dárců hlavní hrdiny svého příběhu, protože oni jimi skutečně jsou a budete potřebovat, aby jimi zůstali i nadále.

Poděkování za podporu je marketingovým (fundraisingovým) nástrojem. Vhodně napsaný děkovný dopis (ať ho automaticky generuje systém po připsání platby, nebo ho píšete osobně) či poděkování na internetových stránkách by měl podporovatele znovu ujistit o přínosu jeho podpory a vyvolat jeho touhu zapojit se více, například jako dobrovolník či formou podpory dalšího projektu. Nezapomeňte na zviditelňování podporovatelů a všech, kdo nějakým způsobem umožňují vaši činnost, na svých propagačních materiálech.

Dvě zásady, kterých je dobré se při děkování držet:

1. Píšete dárci nebo dárkyni, hlavním hrdinou dopisu tedy musí být on či ona. Vzpomeňte si na příběh, který vám pomohl dárce získat a v děkovné komunikaci učiňte z dárce jednoho z hrdinů a hrdinek tohoto příběhu. Budete-li úspěšní a přesvědčíte dárce o jeho důležitosti, máte zároveň otevřené dveře k tomu oslovit ho i v budoucnu s žádostí o podporu dalšího projektu.
2. Snažte se z dárců udělat své médium. Nabídněte dárcům a dárkyním vhodné způsoby, jak mohou infor-

maci o vašem projektu šířit dále – například sdílením na Facebooku, přeposláním e-mailu, vylepením samolepek na auto apod.

Příklad z praxe:

Institut pro památky a kulturu, o.p.s., založil pro své podporovatele Klub PROPAMÁTKY. Po zaslání daru je adresně poděkováno každému dárci, který pak může po celý rok čerpat výhody Klubu. Ve vhodný čas je mu představena i možnost stát se pravidelným dárce. Více informací naleznete na stránkách klub.propamatky.info.

Tento článek obsahuje pouze základní informace a tipy pro marketing financování památek. Potřebujete-li další konzultaci a konkrétnější informace k některé z popsaných oblastí, můžete kontaktovat autorku článku prostřednictvím redakce bulletinu: redakce@instituteu.cz.

DŮLEŽITOU SOUČÁSTÍ KOMUNIKACE PŘI ROZVOJI DÁRCOVSTVÍ JE PREZENTOVÁNÍ TÝMU PROPAMÁTKY, KTERÝ NAPLŮJE POSLÁNÍ SPOLEČNOSTI.



PROJEKT MÁME VYBRÁNO MAPUJE VEŘEJNÉ SBÍRKY A DALŠÍ MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ PAMÁTEK V ČESKÉ REPUBLICE.

Součástí projektu je konference,
jejíž pátý ročník se uskuteční 31. května 2016
v dominikánském klášteře v Praze.

www.mamevybrano.cz

Institut pro památky a kulturu, o.p.s., je nezisková organizace, která provozuje portál PROPAMÁTKY, pořádá konference, realizuje projekt MÁME VYBRÁNO, nabízí poradenství při financování projektů v oblasti obnovy památek a představuje zajímavá místa v rámci putovní výstavy. Institut je sociální podnik a zaměstnává lidi, kteří se vzhledem ke své zdravotní situaci obtížněji uplatňují na trhu práce. Zachovává k nim individuální přístup a respektuje jejich potřeby.

Tento bulletin byl vydán ve spolupráci s:



Jihomoravský kraj



Kraj Vysočina



Moravskoslezský kraj



Ústecký kraj

Bulletin MÁME VYBRÁNO

Ročník 1, číslo 1

Vydává: Institut pro památky a kulturu, o.p.s.

Editor: Aleš Kozák

Redakce: Dagmar Koželuhová, Markéta Barošová

Lajdová Jazyková redakce: Lenka Kuboušková

Grafická úprava: Jiří Pobřísko a Jan Štunc

E-mail: mamevybrano@instituteu.cz

© Institut pro památky a kulturu, o.p.s.