

Umowa
w sprawie warunków organizacyjno - finansowych działalności
Muzeum Miejskiego „Dom Gerharta Hauptmanna” w Jeleniej Górze

zawarta w dniu 5 lipca 2023 r.

pomiędzy Miastem Jelenia Góra, Plac Ratuszowy 58; 58-500 Jelenia Góra, NIP 611-000-38-99 reprezentowanym przez:

Prezydenta Miasta Jeleniej Góry - Pana Jerzego Łuźniaka
przy kontrasygnacie Skarbnika Miasta - Pana Jacka Kopcia
zwanym dalej **Organizatorem**,

a Panią Katarzyną Soboczyńską
zwaną dalej **Dyrektorem**

Na podstawie art. 15 ust. 5 ustawy z dnia 25 października 1991 r. o *organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej* (Dz. U. z 2020 r. poz. 194, z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą”, w związku z planowanym powołaniem Pani Katarzyny Soboczyńskiej na stanowisko Dyrektora Muzeum Miejskiego „Dom Gerharta Hauptmanna” w Jeleniej Górze, wpisanego do rejestru prowadzonego przez Organizatora pod nr 14/05 zwanym dalej „Instytucją”, Strony Umowy zgodnie określają warunki organizacyjno - finansowe działalności Instytucji oraz program jej działania.

§ 1.

Instytucja prowadzi działalność muzealną i kulturalną oraz wykonuje zadania w oparciu o Statut nadany przez Radę Miejską Jeleniej Góry oraz przepisy prawa powszechnie obowiązującego.

§ 2.

Instytucja gospodaruje samodzielnie przydzieloną i nabytą częścią mienia oraz prowadzi samodzielną gospodarkę w ramach posiadanych środków, w tym dotacji pochodzącej od Organizatora, kierując się zasadami efektywności ich wykorzystania.

§ 3.

Majątek Instytucji może być wykorzystywany jedynie do realizacji celów zgodnych z zakresem jej działania.

§ 4.

Instytucją zarządza Dyrektor, który odpowiada za gospodarkę finansową Instytucji, majątek Instytucji oraz całość spraw związanych z prawidłowym jej funkcjonowaniem oraz reprezentuje ją na zewnątrz.

§ 5.

Organizator sprawuje nadzór nad działalnością Instytucji, w tym nad gospodarką finansową.

§ 6.

1. Dyrektor zobowiązany jest do realizacji programu kadencyjnego działania Instytucji, stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszej umowy.
2. Szczegółowe warunki organizacyjno - finansowe działalności Instytucji określono w załączniku nr 2 do niniejszej umowy.

§ 7.

1. Umowa obowiązuje w okresie pełnienia obowiązków przez Dyrektora Instytucji i wchodzi w życie z dniem powołania na to stanowisko.
2. Organizator może odwołać Dyrektora przed upływem okresu, na który Dyrektor został powołany:
 - a) na własną prośbę dyrektora,
 - b) z powodu choroby trwale uniemożliwiającej wykonywanie obowiązków,
 - c) z powodu naruszenia przepisów prawa w związku z zajmowanym stanowiskiem,
 - d) w przypadku odstąpienia od realizacji niniejszej umowy,
 - e) w przypadku przekazania Instytucji innej jednostce samorządu terytorialnego, w trybie art. 21a ustawy o *organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej*,
 - f) w przypadkach określonych w Rozdziale II pkt 15 załącznika nr 2 do niniejszej umowy.

§ 8.

1. Dyrektor zobowiązuje się do niewykonywania w czasie trwania umowy, bez uprzedniej pisemnej zgody Organizatora, jakichkolwiek dodatkowych zajęć, które mogłyby powodować podejrzenie o ich konkurencyjność do działalności prowadzonej przez Instytucję.
2. W przypadku prowadzenia zajęć, o których mowa w ust. 1, przed powołaniem na stanowisko, Dyrektor

zobowiązany jest zaprzestać prowadzenia tych zajęć najpóźniej z dniem powołania na stanowisko Dyrektora.

3. Dyrektor, w okresie zajmowania stanowiska, zobowiązany jest do dbałości o dobre imię Instytucji.

§ 9.

1. Dyrektor zobowiązuje się wykorzystywać wszelkie informacje poufne, uzyskane w trakcie pełnienia swej funkcji, wyłącznie w celu należytego wykonywania obowiązków i nie przekazywać tych informacji żadnym osobom z wyjątkiem tych, z którymi współdziała w celu realizacji obowiązków wynikających z przepisów prawa i niniejszej umowy.
2. Dyrektor ma obowiązek zachowania poufności także przez okres sześciu miesięcy po upływie okresu obowiązywania niniejszej umowy.
3. Przez informację poufną należy w szczególności rozumieć informacje handlowe, techniczne, organizacyjne, programowe i know-how, uzyskane w związku z pełnieniem funkcji dyrektora.

§ 10.

Umowa obowiązuje od dnia 1 września 2023 r. do dnia 31 sierpnia 2027 r.

§ 11.

1. W sprawach nieuregulowanych w umowie mają zastosowanie w szczególności przepisy kodeksu cywilnego, kodeksu pracy, ustawy o wynagradzaniu osób kierujących niektórymi podmiotami prawnymi, a także ustawy o finansach publicznych.
2. Wszelkie zmiany umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach: dla Dyrektora oraz dla Organizatora.

ORGANIZATOR:

DYREKTOR:

Prezydent Miasta
(---)
Jeleniej Góry

Katarzyna Soboczyńska

Skarbnik Miasta
(---)
Jacek Kopeć

Autorska koncepcja funkcjonowania (programowa/plan rozwoju, organizacyjna i finansowa, w tym alternatywne źródła finansowania) uwzględniająca pozyskiwanie środków zewnętrznych dla Muzeum Miejskiego „Dom Gerharta Hauptmanna” w Jeleniej Górze, od 1 czerwca 2023 r. do 1 czerwca 2027 r.

Katarzyna Soboczyńska

Założenia

W opracowaniu koncepcji opierałam się na statucie Muzeum Miejskiego i wzięłam pod uwagę analizę i wnioski z aktualnej strategii rozwoju Miasta Jelenia Góra.

Wspólnym mianownikiem wszystkich działań Muzeum chciałabym uczynić jasny i atrakcyjny przekaz dla osób odwiedzających i zainteresowanych – podkreślenie znaczenia i wyjątkowości miejsca. Ścisły związek z osobą pisarza-noblisty powinien mieć czytelny adres (Jelenia Góra) i jednocześnie być upowszechniany w szerszym kontekście – sprofilowanym na zagadnieniach z zakresu historii, literatury, sztuki i regionalistyki. Działalności Muzeum nieustająco powinny przyświecać dbałość o tradycję, dziedzictwo, łączenie pokoleń, współpraca z różnymi środowiskami, wspólnota oraz inspirowanie współczesnych i przyszłych pokoleń.

Potencjał kulturowy i kulturotwórczy Muzeum jest duży. Czytelna powinna być misja i kompetencje instytucji jako ukierunkowanej w działaniach w zgodzie z określonym miejscem (Jelenia Góra, Karkonosze), typem (muzeum biograficzne), konsekwentnie realizującej program na fundamencie naukowo-tożsamościowo-edukacyjnym. Z czasem zakładam zmianę proporcji w funkcjonowaniu Domu Gerharta Hauptmanna w Jeleniej Górze z „biograficzności” na rzecz „miejskości” placówki. To zależy w dużym stopniu od możliwości i społecznego oddźwięku działań. Stawiam na współpracę.

I. Koncepcja programowa

Program działalności statutowej Muzeum Miejskiego „Dom Gerharta Hauptmanna” w Jeleniej Górze skoncentruję na dwóch głównych obszarach tematycznych, w których widzę potencjał instytucji jako: **muzeum biograficzno-objektowe** oraz **miejsca spotkań i generatora zmiany**.

1. Muzeum biograficzno-objektowe

Cel: utrzymanie i ześrodkowanie działalności muzeum na związku biografii Gerharta Hauptmanna z Jelenią Górą – z akcentem na tworzenie i upowszechnianie „mitologii” miejsca.

Służyć temu ma m.in.:

- stałe powiększanie kolekcji muzealiów i dokumentów oraz wiedzy o nich (opracowania naukowe) – traktowanych jako źródła do badań oraz służących celom ekspozycyjnym i popularyzatorskim;
- organizowanie spotkań, konferencji, wystaw, imprez itp. – ogólnie pojęta aktywizacja odbiorców i popularyzacja oferty muzeum przygotowywanej z dbałością o podkreślanie historyczności i wyjątkowości miejsca;
- podnoszenie potencjału Muzeum i jego oddziaływania (lokalnie i ponadregionalnie) w ożywianiu zainteresowania przeszłością i refleksją nad przemianami historii XX w.;
- dbałość o wysoki poziom merytoryczny działalności, upowszechnianie wizerunku i znaczenia Muzeum, które nie jest jedną z wielu podobnych, lecz specyficzną (miejsce, tematyka, historia) instytucją muzealną regionu, o czym świadczą mają zgromadzone i odpowiednio prezentowane eksponaty (obiekty), okoliczności powstania i architektura budynku, założenie parkowe, dzieje miejsca, biografia i twórczość dawnego właściciela willi;
- wykorzystanie hasła „Noblista z Jeleniej Góry” dla identyfikacji instytucji.

Realizacja celu zakłada:

- prezentację (upowszechnianie) biografii Gerharta Hauptmanna jako części „biografii” miasta i w efekcie – wpisanie muzeum na listę miejsc koniecznych do odwiedzenia przez turystów i gości;
- kontynuację i poszerzenie współpracy z naukowcami i badaczami spuścizny literackiej Gerharta Hauptmanna, ale też z regionalistami i twórcami;
- trwałe zespolenie postaci Gerharta Hauptmanna z lokalizacją Muzeum (miejscem), np. poprzez podkreślanie fascynacji pisarza górami;
- ściślejszą współpracę z innymi muzeami poświęconymi dorobkowi i życiu Gerharta Hauptmanna, przy czym należy podkreślić lub na nowo określić różnice i wyróżnić Dom Hauptmanna jako wyjątkowe miejsce zamieszkania twórcy (intensywna promocja szlaku ze Szklarskiej Poręby do Jagniątkowa, szczególnie jako atrakcji dla rodzin);
- nadanie ogrodowi otaczającego Muzeum przyrodniczo-miejskiego kontekstu kulturowego (jako ulubionego miejsca pisarza, przyjaznego i teraz dla twórców, chętnie odwiedzanego na dłuższe pobyty/pikniki), co stanowiłoby uzupełnienie oferty Muzeum prezentowanej we wnętrzu budynku (wpisanie ogrodu do programu „Ogrody i parki Kotliny Jeleniogórskiej”);
- promocję poza regionem;
- w dalszych planach: powołanie Stowarzyszenia Muzeów Miejskich i organizacja festiwalu biografii BIOGFEST.

2. Muzeum jako miejsce spotkań i generator zmiany

Cel: zgodnie z dzisiejszymi potrzebami muzeum powinno być otwartym miejscem kultury i sztuki, gdzie buduje się i rozwija tożsamość współczesnego i przyszłych pokoleń, i które pozytywnie wpływa na lokalne miejsca pracy, zamieszkania na wielu poziomach, będąc też atrakcją na skalę ponadregionalną.

Program działań i rozwoju muzeum zakłada angażowanie zwiedzających, uczestników i obserwatorów, w tym lokalną społeczność, ale też pracowników i współpracowników (obecnych i przyszłych) poprzez:

- stworzenie atrakcyjnej, spójnej oferty Muzeum skoncentrowanej na specyfice miejsca;
- kształtowanie wrażliwego odbiorcy (oglądającego, podziwiającego, doświadczającego, ale też poddającego krytyce, zaangażowanego) przez zapewnienie autentycznych i głębokich emocji, zachwytu, zmysłowych wrażeń, różnorodność;
- w praktyce aktywności Muzeum stawianie na „zanurzenie w historii”, zachęcanie odbiorców do uczestnictwa – zastosowanie tych wyznaczników w rearanżacji wystaw stałych, opracowywaniu tekstów komentarzy, programu/zasad usług przewodnickich, pielęgnacji ogrodu, organizacji wszystkich wystaw, spotkań, imprez, wydarzeń itp.;
- preferowanie oprowadzania selektywnego, dostosowanego do wieku odbiorców, ich możliwości poznawczych czy ograniczeń – priorytetem jest zapewnienie dostępności Muzeum dla wszystkich zwiedzających;
- działania na rzecz (i z udziałem) lokalnej społeczności – uczynienie z Domu Hauptmanna „naszym Muzeum”; nie tylko zachęcanie do udziału, lecz także angażowanie do współpracy przy organizacji planowanych przedsięwzięć kulturalnych;
- „otwarcie się” Muzeum na wszystkie pokolenia - formułę tradycyjnego muzeum trzeba stale uwspółcześniać, by była atrakcyjna; nie chodzi o nowoczesne środki przekazu, ale współczesność przekazu, szkolenia pracowników i monitoring dobrych praktyk własnych i innych muzeów) też poprzez autorefleksję i stworzenie punktu kontaktu;
- stosowanie zasady „mobilności” (rozumianej jako akcja i dostępność) w każdym możliwym do realizacji aspekcie, tak aby widz nie odczuwał sztuczności i niemożności odtworzenia autentycznej przestrzeni domu G.H. Widz poruszałby się w świecie zmysłów i wrażeń, które dają mu poczucie więzi z historią. Uczymy związku przeszłości i przyszłości, w ten sposób zachowujemy ciągłość dla następnych pokoleń, wierząc w ich mądrość i lepsze jutro. Jednak musimy użyć narzędzi i sposobu rozumowania najmłodszych pokoleń, dotrzeć do nich z przesłaniem dotyczącym przeszłości miejsca i jego kultury.

II. Propozycje działań w ramach koncepcji programowej

1. Oferta Muzeum

- opracowanie i stosowanie spójnych programowo konspektów/schematów dla inicja-

tyw wystawienniczo-popularyzatorskich Muzeum;

- zwiększenie w ofercie Muzeum przedsięwzięć adresowanych „dla rodzin” (zamiast „dla dzieci”), w tym o charakterze kreatywnym;
- organizowanie (lub współorganizowanie) imprez/wydarzeń (z nastawieniem na ich cykliczność) budujących dobre i trwałe relacje z odbiorcami, np. rodzinnych weekendów z miniwykładami, zwiedzanie z mikrowarsztatami plastycznymi i teatralnymi, zajęcia i spotkania Uniwersytetów Trzeciego Wieku itp.;
- otwarcie przestrzeni ogrodu na potrzeby zwiedzających oraz uczynienie z niego dodatkowej przestrzeni „ekspozycyjnej” (np. przez umieszczenie tablic z cytataми z utworów G.H.) oraz dla spotkań, warsztatów, plenerów, pikników, koncertów itp.;
- opracowanie nowych scenariuszy i wprowadzenie zasady zwiedzania tematycznego, oprowadzania selektywnego – dopasowanego do możliwości poznawczych i potrzeb różnych grup odbiorców itp. Materiały powstaną przy zaangażowaniu również zwiedzających, turystów, regionalistów, przewodników turystycznych. W formie informato-
rów zdeponowane zostaną w wirtualnym muzeum dostępnym online;
- nastawienie na zwiedzanie tematyczne (szczególna uwaga zwrócona na najciekawsze eksponaty, np. opowieść o jednym przedmiocie) i zadaniowe (gry, karta pracy, zadania dla zwiedzających, questy);
- organizowanie (lub współorganizowanie) warsztatów tematycznych z zakresu dramatu/teatru/literatury itp., w tym dla uczniów (sketchnoting/myślenie wizualne), warsztaty literackie, kursy języka niemieckiego, warsztaty z kaligrafii, warsztaty pisania itp.;
- udostępnienie zbiorów Muzeum poprzez digitalizacja artefaktów i archiwum;
- działalność wydawnicza online dotycząca historii i kultury regionu oraz Noblisty;
- wyjście z ofertą popularyzatorską Muzeum poza siedzibę – przygotowanie nowych tzw. wystaw mobilnych (planszowej) do wypożyczenia i prezentowania w różnych lokalizacjach poza regionem (szkoły, domy kultury, domy zdrojowe, deptaki, rynki itp.);
- aktywizacja środowisk lokalnych, szczególnie związanych z twórczością literacką i plastyczną (organizowanie spotkań z publicznością);
- powiększenie i urozmaicenie oferty sprzedażowej Muzeum – reorganizacja sklepu muzealnego (np. tekstylia z wizerunkiem i cytataми z twórczości Noblisty z Jeleniej Góry, książkami, zeszytami, kalendarzami, a nawet lokalnymi produktami lub ulubionymi produktami pisarza), dodatkowo pełniącego również funkcję kasy i punktu informacyjnego Muzeum.

2. Wizerunek muzeum i komunikacja z odbiorcami

- uwspółcześnienie aranżacji wystaw (rearanżacja);
- redakcja i adiuścacja przekazu słownego (informacje o eksponatach, historii miejsca, informatory itp.);
- audyt oświecenia oraz zagospodarowania przestrzeni;
- opracowanie i zastosowanie spójnej, jednolitej, całkowitej identyfikacji wizualnej doty-

czącej materiałów graficznych, wydawnictw, strony internetowej, mediów społecznościowych itp.;

- zmiana aktualnej strony internetowej muzeum na responsywną, dostosowaną do różnych urządzeń i graficznie „lżejszą”, opartej na szablonie do szybkiego modyfikowania treści (przez pracowników), co zapewni optymalną komunikację z odbiorcami;
- stworzenie repozytorium elektronicznego, wirtualnego muzeum, wzbogacona oferta o płatną edukację online, filmy, podcasty itp.;
- bieżąca aktualizacja mediów społecznościowych, a w tym celu szkolenia i podniesienie kompetencji pracowników;
- „Autobus do Gerharda” (reklama/informacja o Muzeum na/w autobusie linii nr 15);
- promocja Muzeum dostosowywana do konkretnych przedsięwzięć (np. hasło „Szlakiem słów” dla szlaku turystycznego Hauptmannów);
- w dłuższej perspektywie organizacja ponadregionalnego konkursu literackiego i ponadregionalnych spotkań np. jako miejsca aktywności Stowarzyszenia Tłumaczy Literackich czy powołanie Stowarzyszenia Muzeów Biograficznych lub Miejskich;
- organizacja aktywizujących zajęć (warsztatów, wspólnych akcji np. sadzenia, porządkowania terenu) w przestrzeni wokół budynku Muzeum, z wykorzystaniem motywu ekoturystyki (możliwe ekoprojekty, współpraca z Muzeum Przyrodniczym);
- utworzenie Klubu Muzealnego / Kręgu Przyjaciół Muzeum, skupiającego sympatyków Muzeum, którego uczestnikiem mógłby zostać każdy chętny, z zaproszeniem dla potencjalnych sponsorów; organizowanie spotkań i specjalnych wydarzeń Klubu / Kręgu / Towarzystwa;
- współpraca transgraniczna polsko-niemiecko-czeska i udział w programach z partnerami czeskimi (dodatkowa transkrypcja w j. czeskim i j. angielskim).

3. Rezyliencja Muzeum

- audyt i raport ryzyk oraz monitoring i zwiększenie odporności na kryzysy, jak pandemia i zmiany klimatyczne, w tym monitorowanie stanu budynku i parku;
- audyt dostępności, wyznaczenie miejsc dla osób z niepełnosprawnościami oraz do karmienia i przewijania dzieci, parking dla wózków dziecięcych, skrytka dla dużych bagaży, krzesła dla seniorów itp.
- utworzenie młodzieżowej rady muzealnej tworzącej wizję „muzeum przyszłości”;
- doksztalcanie/szkolenia dla pracowników;
- monitorowanie i reagowanie (w miarę możliwości) na potrzeby i oczekiwania gości, odbiorców oferty Muzeum.

III. Organizacja

W realizacji zadań kierować się będą zasadami, które stosowane są we współczesnych instytucjach kultury, wykorzystując tzw. dobre praktyki. Planuję zapewnić Muzeum przed wszystkim tzw. **odporność na zmiany**, zakładającą w zarządzaniu instytucją m.in. zastępowalność, transparentność działań, poszerzanie kompetencji pracowników w wymienionych już wcześniej zakresach, szczególnie kompetencji modyfikacji treści cyfrowych i aplikowania o dotacje/granty.

Przydatne dla funkcjonowania Muzeum byłoby powołanie działu promocji (zatrudnienie specjalisty ds. komunikacji cyfrowej i sprzedawanych produktów online lub grafika) do realizacji elektronizacji i dokumentacji wizualnej (zdalne dostępy wewnętrzne, digitalizacja zbiorów na potrzeby wystaw online, zakup biletów online, aplikacja, e-kioski, płatne usługi edukacyjne). W dalszych etapach: powołanie działu/pracowni historii kultury i sztuki miasta/regionu.

W miarę możliwości finansowych instytucji i z wykorzystaniem pozyskanych dotacji planuję: doskazywanie pracowników (szkolenia), wprowadzenie systemu motywacji. Ale też korzystanie z możliwości jakie dają np. wolontariat, staże pracownicze czy praktyki studenckie.

Ewentualne zmiany w strukturze organizacyjnej i zakresie obowiązków zatrudnionych w Muzeum pracowników możliwe byłyby po upływie czasu (zapoznaniu się z realiami funkcjonowania placówki) i uzgodnieniu z organizatorem instytucji.

IV. Źródła finansowania

1. Budżet

Koszty stałe i przychody Muzeum. Przychód z prowadzonej działalności z innymi dotacjami stanowiły w 2022 r. kwotę 204 391,22 zł, co stanowi prawie 1/3 kwoty 669 205,00 zł dotacji organizatora (po odjęciu dotacji celowej na zakup mebli i wydarzenia kulturalne). Średnio w polskich instytucjach kultury przychód własny zgodnie z raportem NIK to 20%. Na rok bieżący (2023) zaplanowano podobną kwotę dotacji organizatora 685 390,00 zł. Ze sprawozdania i ogólnych czynników wynika, że kosztów stałych – po dotychczasowych działaniach w kierunku oszczędności – w 2023 r. nie można obniżyć, a raczej mogą wzrosnąć ze względu na ceny paliw i koszt remontu budynku czy wzrosty inflacji, płacy minimalnej itp.

Środki na działalność merytoryczną. „Dotacje inne” w MM GH w 2022 r. stanowiły 2,74% kwoty dotacji (łącznie dotacja organizatora i inne).

W zasięgu możliwości byłoby podwyższenie do uśrednionego (z raportu NIK) udziału 5% w muzeach polskich, a następnie ustalenie w strategii wyższej wysokości wskaźnika w następnych latach i monitorowanie realizacji tak, aby udział dotacji przekroczył wymienioną średnią.

Proponuję:

1. W celu obniżenie kosztów stałych od 2024 r.:

- audyt energetyczny;
- podjęcie starań o dofinansowanie z funduszy zewnętrznych zmiany systemu oświetlenia i ogrzewania na źródła odnawialne, ekologiczne;
- oszczędne gospodarowanie majątkiem Muzeum;
- racjonalizacja i optymalizacja pracy – w miarę możliwości i potrzeb ewentualne zmiany w strukturze organizacyjnej i zakresie obowiązków zatrudnionych w Muzeum pracowników.

2. W celu zwiększenia frekwencji i przychodów z działalności własnej Muzeum:

- stałe dostosowywanie oferty Muzeum, zgodnie z koncepcją programową;
- organizacja spotkań dla całych rodzin (uczestnicy od niemowlaka do seniora);
- współpraca z Uzdrowiskiem Cieplice Sp. z o.o. i Termami Cieplickimi sp. z udziałem Miasta – np. mobilne wystawy, promocja Muzeum jako atrakcji dla kuracjuszy;
- reklama dla turystów we współpracy z MZK w Jeleniej Górze;
- zainicjowanie ustaleń w celu ułatwienia ruchu turystycznego: dostosowanie komunikacji kolejowej i autobusowej, dojazdu z Karpacza i Szklarskiej Poręby, wyznaczenia nowych szlaków itp.;
- przygotowanie ofert zwiedzania adresowanych do szkół (w tym tych realizujących naukę j. niemieckiego), grup i organizacji turystycznych z Polski i zagranicy;
- wprowadzenie dłuższych godzin zwiedzania w sezonie letnim jednym dniu roboczym w tygodniu;
- podjęcie prób współpracy z Kolejami Dolnośląskimi (stacja PKP Piechowice);
- szkolenie pracowników w zakresie pozyskiwania dotacji i tworzenia projektów;
- otwarcie na szerszą regionalną współpracę czesko-polsko-niemiecką (Sudety – projekty unijne transgraniczne), w tym mikroprojekty polsko-czeskie jako źródło finansowania;
- kontynuacja działań na rzecz pełnego przystosowania obiektu, pozyskanie na ten cel funduszy np. z PFRON, programów Kultura bez barier, Dostępność Plus itp.;
- usprawnienie udziału w konkursach dotacyjnych i programach, których wykaz dostępny jest na stronie Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, w związku z tymi bogatymi publikacjami, zrezygnowałam z podawania konkretnej mnogości programów, bo wraz z poradnikami są one udostępnione i publikowane w aktualizowanych poradniach, ostatnia z 19.04.2023r.: (<https://nimos.pl/dzialalnosc/wsparcie-finansowe/przegląd-konkursow-dotacyjnych>);
- rozpoznanie możliwości udziału w projektach ze środków z Funduszy Europejskich;
- podjęcie starań o pozyskanie środków sponsorskich, szczególnie na konkretne, wskazane zadania (wystawa, publikacja, wydarzenia i in.);
- inicjowanie starań o patronaty i mecenat stały;
- opracowanie oferty komercyjnej Muzeum, w tym: na wynajem pomieszczeń, specjalne

- oprowadzania, asortyment sklepu muzealnego;
- wprowadzenie płatnej usługi przewodnickiej.

IV. Etapy i zakres realizacji koncepcji programowej, propozycje działań statutowych

1.06.2023 – 31.12.2023

- Realizacja zaplanowanego na 2023 r. programu merytorycznego Muzeum.
- Opracowanie długoterminowej strategii rozwoju muzeum, w tym określenie polityki i zasad gromadzenia zbiorów, ujednoczenie polityki edukacyjnej, naukowej i wydawniczej oraz promocyjnej.
- Aplikowanie do programów dotacyjnych.
- Prace nad wprowadzeniem oferty merytorycznej wg koncepcji programowej i utworzeniem sklepu muzealnego.
- Podjęcie działań w celu zwiększenia frekwencji i przychodów z działalności własnej Muzeum oraz obniżenia kosztów stałych.
- Przygotowanie założeń budżetowych na 2024 r. w oparciu o konkretne kwoty dotacji, intensywne prace na rzecz dofinansowania planowanych działań.
- Opracowanie szczegółów nowych wystaw i działań popularyzatorskich na lata 2024-2027 przy współpracy z pracownikami Muzeum oraz osobami i podmiotami z zewnątrz – merytorycznie w myśl koncepcji programowej.
- Tworzenie sieci współpracy muzealników, regionalistów, lokalnych pracowników kultury i edukacji, przedsiębiorców, w tym we współpracy z Karkonosko-Izerskim Kłostrem Turystycznym, Jeleniogórką Organizacją Turystyczną, Przewodnikami Sudeckimi, Polsko-Niemiecką Izbą Przemysłowo-Handlową, Czesko-Polską Izbą Handlową.
- Prace nad organizacją seminarium muzealnictwa lub konferencji pn. „Przyszłość muzeów miejskich”.
- Opracowanie i przygotowanie do produkcji (lub produkcja) ogólnej wystawy mobilnej z tematyką związaną z działalnością Muzeum, ale skierowanej do szerokiej publiczności np. w czasie Jarmarku czy Festiwalu Teatralnego.

2024-2027

- Realizacja założeń koncepcji programowej oraz strategii i działań przygotowywanych na jej podstawie.
- Kontynuacja działań w obszarach przyjętych w długoterminowej strategii rozwoju muzeum.

Wybrane propozycje przedsięwzięć z zakresu działalności wystawienniczej i popularyzatorskiej Muzeum:

1. **Rozszerzona Biografia Domu** – wystawa/publikacja dotycząca historia willi jako bu-

- dowli i siedziby, na tle historii budownictwa i rozwoju architektury.
2. **Historia Wina** – reńskie było ulubionym winem Gerhardta Hauptmanna, stąd pomysły na wystawę/wydarzenie o tej tematyce (przy realizacji możliwa współpraca z producentami Stowarzyszenie Winnice Dolnośląskie, importerami i Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze).
 3. **Co tu jadano?** – wystawa/wydarzenie/publikacja dotyczące potraw lokalne i zwyczaje kulinarne z pierwszej połowy XX w., czyli co się jadło w willi Hauptmanna sto lat temu (inspiracja: książka kucharska ze zbiorów i inne).
 4. Wystawy/publikacje łączące twórczość literacką oraz dzieła sztuki ze zbiorów dolnośląskich muzeów.
 5. Powołanie cyklicznego festiwalu plenerowego biograficzno-literackiego w sezonie letnim.
 6. Cykliczna impreza dotycząca historii lokalnej w sezonie zimowym.
 7. Wystawa i pokaz literackiego dziennika budowy Muzeum G. Hauptmanna w Kloster, Hiddensee.
 8. **Cirillo dell' Antonio – rzeźbiarz z Cieplic** – wystawa/publikacja.
 9. **Jagniątków wczoraj i dziś – po latach. 2. Edycja po latach** – wystawa/publikacja.
 10. Hala Baśni (Legend). Polsko-Niemiecki Związek Muzeów Gerharta Hauptmanna – wystaw/publikacja.
 11. „Noblista z Jeleniej Góry” – akcja promocyjna.

V. Uwagi końcowe

Muzeum Miejskie „Dom Gerharta Hauptmanna” w Jeleniej Górze jest uznane jako ważny element pojednania z Niemcami, a także miejsce gromadzenia muzealiów, drobiazgowej pracy archiwistycznej i kolekcjonerskiej oraz lokalna instytucja kulturotwórcza. Moja koncepcja programowa i przedstawione założenia to propozycja kontynuacji dorobku i postawienie na rozwój instytucji „odpornej”, dostępnej, otwartej dla wszystkich – w konkretnym miejscu, z którego jest dumne.

„Noblista z Jeleniej Góry” – to niepowtarzalna marka. I dla Muzeum, i dla miasta. Jednak w praktyce okazuje się, że sama postać pisarza, jego muzeum biograficzne – to za mało, by wybić się spośród licznych atrakcji kulturalno-turystycznych regionu. Myślę, że dzięki konsekwentnemu podnoszeniu jakości sprofilowanej na „miejsce” oferty, wzbogacaniu usług, budowaniu relacji z odbiorcami, kontaktom i współpracy z innymi instytucjami oraz usprawnieniu pozyskiwania dotacji na zadania i rozwój – Muzeum dotrzyma kroku najlepszym. Chciałabym mieć w tym swój udział.

Katarzyna Baboanyska

Szczegółowe warunki organizacyjno-finansowe działalności
Muzeum Miejskiego „Dom Gerharta Hauptmanna” w Jeleniej Górze,
zwanego dalej „Instytucją”

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

Instytucja posiada następujące źródła przychodów:

- 1) dotacja podmiotowa i dotacje celowe pochodzące od Organizatora,
- 2) wsparcie Organizatora w celu zapewnienia wkładu własnego niezbędnego do realizacji projektów z udziałem środków zewnętrznych realizowanych przez Instytucję,
- 3) przychody z działalności,
- 4) inne przychody (m. in. środki uzyskane w ramach pomocy zagranicznej, środki i dotacje uzyskane z funduszy krajowych i Unii Europejskiej, darowizny, spadki i zapisy, odsetki od środków zgromadzonych na rachunkach bankowych).

II. OBOWIĄZKI I PRAWA DYREKTORA

1. Dyrektor zobowiązany jest sprawować obowiązki wynikające z umowy ze szczególną zawodową starannością i dokładnością, dążąc do realizowania przez Instytucję zaplanowanej działalności programowej, finansowej i inwestycyjnej.
2. Dyrektor kieruje Instytucją przy pomocy podległych mu pracowników, którzy są wobec niego odpowiedzialni za całość spraw objętych zakresem ich działania. W razie nieobecności Dyrektora lub czasowej niemożności wykonywania przez niego obowiązków, działalnością Instytucji kieruje i reprezentuje ją na zewnątrz wskazany przez Dyrektora pracownik, w granicach udzielonego mu upoważnienia.
3. Dyrektor współpracuje z Radą Muzeum w zakresie określonym przez statut Instytucji, uchwałę w sprawie powołania Rady i ustawy. Rada Muzeum spotyka się przynajmniej 2 razy w roku. Dyrektor zobowiązany jest do uwzględnienia opinii Rady dotyczącej rocznego planu pracy merytorycznej Instytucji.
4. Dyrektor określi podział zadań między pracownikami - w regulaminie organizacyjnym Instytucji.
5. Dyrektor może ustanawiać i odwoływać pełnomocników, którzy działają w granicach pisemnie udzielonego pełnomocnictwa.
6. Dyrektor zawiera umowy o pracę oraz wykonuje inne czynności z zakresu prawa pracy w stosunku do pracowników Instytucji.
7. Do zawierania umów o pracę oraz dokonywania innych czynności z zakresu prawa pracy Dyrektor może wyznaczyć pisemnie innych pracowników Instytucji.
8. Dyrektor przedkłada Organizatorowi plany działalności merytorycznej, plany finansowe na dany rok oraz sprawozdania z realizacji tychże planów, zgodnie z wytycznymi Organizatora.
9. Dyrektor odpowiada za prowadzenie gospodarki finansowej Instytucji zgodnie z zasadami określonymi w ustawie z dnia 27 sierpnia 2009 r. o *finansach publicznych* (Dz. U. z 2022 r. poz. 1634) oraz ustawie z dnia 29 września 1994 r. o *rachunkowości* (Dz. U. z 2023 r. poz. 120).
10. Podstawą gospodarki finansowej Instytucji jest plan finansowy ustalony przez Dyrektora zgodnie z przepisami ustaw, o których mowa w pkt 9.
11. Dyrektor składa sprawozdania z realizacji planów, do opracowywania których jest zobowiązany na podstawie przepisów wymienionych w pkt 9, wynikających z realizacji niniejszej umowy oraz uregulowań prawnych Organizatora.
12. Dyrektor zobowiązany jest do pozyskiwania środków finansowych na działalność statutową także z innych źródeł niż te, o których mowa w pkt I pkt 1, 2 i 3.
13. Dyrektor ma prawo do samodzielnego podejmowania decyzji dotyczących działalności finansowej i statutowej Instytucji w granicach określonych przez przepisy powszechnie obowiązujące, statut oraz plan merytoryczny i finansowy uzgodniony z Organizatorem.
14. Dyrektor zobowiązuje się do:
 - 1) uzyskiwania zakładanego (w planie strategicznym i rocznym planie działalności instytucji) poziomu przychodów,

- 2) dokonywania wydatków w sposób celowy przy optymalnym doborze metod i środków umożliwiających terminową realizację zadań,
 - 3) bezwzględnego przestrzegania dyscypliny finansowej w zakresie gospodarki finansowej Instytucji,
 - 4) szczegółowego rozliczania dotacji otrzymanych z budżetu Miasta Jelenia Góra, zgodnie z zasadami przyjętymi w Urzędzie Miasta Jelenia Góra,
 - 5) realizacji zgodnie z harmonogramem programu, o którym mowa w § 6 pkt 1 niniejszej umowy i rocznego planu działalności instytucji,
 - 6) racjonalizacji wydatków Instytucji,
 - 7) dbania o dobry wizerunek Muzeum w mediach lokalnych, ogólnopolskich i zagranicznych.
15. Brak realizacji przez Dyrektora planów, w tym planu merytorycznego, w szczególności:
- 1) niemożność zażegnania konfliktów pracowniczych w Instytucji,
 - 2) prowadzenie działalności Instytucji przynoszącej straty w gospodarce finansowej, stanowi podstawę do odwołania Dyrektora przez Organizatora.
16. Dyrektor przekazuje Organizatorowi:
- 1) niezwłocznie po zakończeniu kontroli zewnętrznych w Instytucji kopie wyników tych kontroli (protokołów, sprawozdań pokontrolnych, informacji z kontroli, itp.),
 - 2) przekazuje dodatkowe informacje przygotowane na każde żądanie.
17. Na żądanie Organizatora Dyrektor umożliwi dokonywanie kontroli działalności w Instytucji.

III. OBOWIĄZKI ORGANIZATORA

1. Organizator na podstawie przedstawionych i zatwierdzonych planów zobowiązuje się do zapewnienia Instytucji środków niezbędnych do prowadzenia działalności kulturalnej oraz do utrzymania obiektów, w których ta działalność jest prowadzona w każdym roku w kwocie ustalonej w budżecie na dany rok. W szczególności Organizator zabezpiecza:
 - 1) dotację podmiotową na utrzymanie i działalność instytucji, która jest wynikiem uzgodnień z Dyrektorem Instytucji planu strategicznego i rocznego planu finansowego Instytucji, ustalonej w procesie prac nad budżetem na dany rok,
 - 2) dotację celową na wydatki majątkowe (dofinansowanie inwestycji o charakterze budowlanym i zakupów inwestycyjnych, w tym również prac budowlanych przy obiektach zabytkowych wpisanych do rejestru zabytków) - zaakceptowane w ramach planu strategicznego i rocznego planu finansowego Instytucji,
 - 3) dotację celową na wydatki bieżące,
 - 4) wsparcie w celu zapewnienia wkładu niezbędnego do realizacji projektów z udziałem środków zewnętrznych realizowanych przez Instytucję, po wcześniejszym uzgodnieniu z Organizatorem, w ramach posiadanych środków w budżecie Miasta przeznaczonych na wkłady własne,
 - 5) przekazywanie środków finansowych na rachunek bankowy zgodnie z zatwierdzonym przez Miasto Jelenia Góra harmonogramem.
2. W szczególnie uzasadnionych przypadkach na umotywowany wniosek Dyrektora, Organizator może wyrazić zgodę na zmianę wysokości lub terminu wypłaty transzy dotacji.
3. Sprawy z zakresu prawa pracy, dotyczące Dyrektora, prowadzi Prezydent Miasta Jeleniej Góry.

ORGANIZATOR:

Prezydent Miasta
(---)
Jeleniej Góry

Skarbnik Miasta
(---)
Jacek Kopec

DYREKTOR:

Katarzyna Soboczyńska