

Agnieszka Szostak

Projekt

M

uzea
prywatne

zarządzanie
i finansowanie

Kraków, grudzień 2021

dobre
praktyki

Dobre praktyki zarządzania i finansowania muzeami prywatnymi

Jak podaje Encyklopedia Zarządzania¹, dobra praktyka to *działanie przynoszące konkretne i pozytywne rezultaty oraz zawierające w sobie pewien potencjał innowacji. Jest ono trwałe i powtarzalne oraz możliwe do zastosowania w podobnych warunkach w innym miejscu lub przez inne podmioty. Dobre praktyki są wykorzystywane głównie w celu udoskonalenia standardów prowadzonej działalności, a także są narzędziem podnoszenia jakości kapitału ludzkiego oraz uczą, jak wzbogacać swoją wiedzę wykorzystując doświadczenia innych.*

Kryteria identyfikacji dobrych praktyk są różne. Autorka przedstawia wybrane, którymi kierowała się w wyborze prezentowanych poniżej opisów:

1. *skuteczność (osiągnięcie założeń, realizacja planów, przyczynienie się do dalszego rozwoju,...);*
2. *innowacyjność (poziom nowatorstwa proponowanej praktyki);*
3. *uniwersalność (możliwość zaadaptowania już zrealizowanych projektów do nowych lub zbliżonych warunków i kontekstów lub wykorzystanie tylko jako źródło inspiracji);*
4. *realizowanie korzyści społecznych...².*

Korzystając z powyższych kryteriów, w toku realizacji projektu autorka zidentyfikowała następujące dobre praktyki:

1. **Projekt „Witryna z zabawkami”.**
2. **Współpraca prywatnego muzeum ze społecznością lokalną na przykładzie Muzeum Fabryki w Łodzi i Stowarzyszenia Byłych Włóknarzy i Włóknerek oraz Sympatyków Historii Łodzi "Ludzie Fabryki".**
3. **Finansowanie społecznościowe działalności muzeów prywatnych – przykład kampanii Muzeum Apple na platformie Patronite.**

¹ www.mfiles.pl hasło: dobre praktyki, [dostęp: 8.11.2021 r.].

² www.mfiles.pl hasło: dobre praktyki, [dostęp: 8.11.2021 r.].



W opisie wyżej wymienionych praktyk autorka zastosowała następujący schemat:

1. charakterystyka organizacji;
2. kontekst przedsięwzięcia;
3. działania w ramach przedsięwzięcia (działania przyczyniające się do osiągnięcia celu);
4. opis efektów, wartości dodanej projektu;
5. czas trwania projektu, budżetu (środki finansowe, źródła finansowania);
6. uzasadnienie (dlaczego projekt jest przykładem dobrej praktyki?)³.

³ Na podstawie www.mfiles.pl hasło: dobre praktyki, [dostęp: 8.11.2021 r.].

Projekt „Witryna z zabawkami”, Kraków

Charakterystyka organizacji

Projekt jest realizowany przez Muzeum Zabawek założone w 2021 roku przez Fundację Zbiorów Rodziny Sosenków - prywatnych krakowskich kolekcjonerów. Muzeum jest w trakcie organizacji i nie ma jeszcze swojej siedziby. W muzeum prezentowane będą zabawki z prywatnej kolekcji liczącej ponad 40 tysięcy artefaktów. Jednocześnie jest to jedna z największych na świecie kolekcji historycznych zabawek, prezentująca zabawki polskie i zagraniczne od XVI wieku po czasy współczesne.

Kontekst przedsięwzięcia

Muzeum jest w trakcie organizacji i nie ma jeszcze swojej siedziby, ani wystawy stałej. Dlatego projekt „Witryna z zabawkami” jest realizowany z wybranymi krakowskimi muzeami i instytucjami publicznymi, tj. Muzeum Krakowa (oddział Muzeum Podgórze) Muzeum Narodowym w Krakowie (oddział Kamienica Szołayskich) oraz Ośrodek Dokumentacji Sztuki Tadeusza Kantora CRICOTEKA w Krakowie).

Działania w ramach przedsięwzięcia

W ramach projektu przewidziano 5 cykli warsztatów z udziałem zainteresowanych osób. Każdy cykl składa się z 7 spotkań i obejmuje prezentację wybranych obiektów z kolekcji zabawek oraz opowieść właściciela na ich temat. Następnie uczestnicy warsztatów, wchodzący w rolę kuratorów, tworzą mini wystawę wybierając zabawki, które zostaną zaprezentowane w szklanej witrynie. Z pomocą

artysty aranżera przygotowują oprawę plastyczną wystawy, a także tworzą podpisy. Efekt ich prac zostanie zaprezentowany podczas wernisażu odbywającego się w przestrzeni muzealnej.

Opis efektów, wartości dodanej projektu

To dla uczestników możliwość poznania historii wybranych zabawek, bezpośredniego kontaktu z obiektami, które będą prezentowane na wystawie, a także możliwość współkreowania wystawy, postawienie się w roli jej twórcy-kuratora. Dla właścicieli Muzeum to możliwość prezentacji wybranych obiektów ze swojej kolekcji, upowszechnienie wiedzy na jej temat wśród publiczności, co w przyszłości może przełożyć się na zainteresowanie działalnością już funkcjonującego Muzeum Zabawek. Dla partnerów (muzeów i instytucji kultury, gdzie wystawy są prezentowane) to możliwość zaangażowania się w ciekawy społecznie projekt oraz współpracy z muzeum prywatnym i prezentacji ciekawych artefaktów.

Czasu trwania projektu, budżetu (środki finansowe, źródła finansowania)

Projekt jest realizowany w latach 2021 i 2022 i finansowany ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego (Fundusz Promocji Kultury).

Uzasadnienie (dlaczego projekt jest przykładem dobrej praktyki?)⁴

Projekt ten jest przykładem dobrej praktyki w zakresie partycypacyjnej działalności muzeum⁵ prywatnego. Realizowany jest wspólnie z odbiorcami muzeum (publicznością) i daje możliwość nawiązania bliższych relacji pomiędzy muzeum, a odbiorcami jego oferty. Dla muzeum jest okazją do promocji swojej działalności oraz kolekcji zbiorów. Odbiorcom daje możliwość poznania specyfiki muzeum, w sposób angażujący i bezpośredni, a także uczestniczenia w procesie tworzenia wystawy.



⁴ Na podstawie www.mfiles.pl hasło: dobre praktyki, [dostęp: 8.11.2021 r.].

⁵ Muzeum partycypacyjne to miejsce, w którym odwiedzający tworzą, dzielą się i nawiązują relacje wokół treści. Tworzą w tym znaczeniu, że wnoszą swoje własne pomysły, obiekty i twórczość, zarówno na rzecz instytucji, jak i dla siebie nawzajem. Dzielą się w tym sensie, że dyskutują, zabierają do domów, przetwarzają i ponownie udostępniają zarówno to, co zobaczą podczas wizyty, jak też to, co zrobią. Nawiązują relacje w tym sensie, że socjalizują się z innymi osobami – pracownikami i zwiedzającymi – które podziеляją ich zainteresowania. Wokół treści oznacza, że rozmowy i działania twórcze odwiedzających dotyczą świadectw, obiektów i idei, które są dla danej instytucji najbardziej istotne. (cyt. Za: Katarzyna Jagodzińska, Granice partycypacji w muzeum? [w:] rocznik Muzealnictwo 2016(57), s. 113.

Współpraca prywatnego muzeum ze społecznością lokalną na przykładzie Muzeum Fabryki w Łodzi i Stowarzyszenia Byłych Włókniarzy i Włókniarek oraz Sympatyków Historii Łodzi „Ludzie Fabryki”

Charakterystyka organizacji

Muzeum Fabryki w Łodzi powstało w roku 2007, a jego zadaniem jest opowiadanie o historii miejsca⁶ (terenów dawnej fabryki włókienniczej). Muzeum zarządza Grupa Fabricum sp. z o.o., a właścicielem jest właściciel Centrum Handlowego Manufaktura, firma Union Investment, działająca w Łodzi za pośrednictwem Apsys Polska S. A.⁷ W budynku dawnej wykończalni, na powierzchni 400 m², powstała interaktywna i multimedialna wystawa poświęcona losom właściciela fabryki oraz jej historii – powstaniu i rozwojowi zakładów, technice produkcji bawełny, pracy robotników. Atrakcją wystawy są także autentyczne, działające wciąż krosna, których funkcjonowanie jest prezentowane zwiedzającym przez pracowników Muzeum w celach edukacyjnych. Ponadto Muzeum organizuje wystawy czasowe, oprowadzania i spacerki po terenie Manufaktury, warsztaty, otwarte wykłady. Posiada także bogatą ofertę eventową (m. in. escape room, gry edukacyjne w oparciu o dziedzictwo fabryki, imprezy rodzinne, firmowe)⁸. Prowadzą także projekty edukacyjno–kulturalne we współpracy z lokalnymi partnerami społecznymi.

Stowarzyszenie Byłych Włókniarzy i Włókniarek oraz Sympatyków Historii Łodzi „Ludzie Fabryki” powstało w 2019 roku i działa we współpracy z Muzeum

⁶ Lisiewicz Anna, Muzeum Fabryki w Łodzi otwarte na człowieka, otwarte terytorialnie, Rocznik Muzealnictwo nr 49 z 2008 roku, s. 227.

⁷ www.manufaktura.com.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].

⁸ www.muzeumfabryki.com.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].

Fabryki. Jego członkami są pracownicy dawnych zakładów „Poltex” oraz osoby zainteresowane historią i dziedzictwem Łodzi. Jego misją jest *przekazywanie wiedzy o przeszłości bezpośrednio od jej świadków*⁹, głównie byłych pracowników zakładów włókienniczych zlokalizowanych w miejscu XIX - wiecznej fabryki włókienniczej i przetwórstwa bawełny Izraela Poznańskiego.

Kontekst przedsięwzięcia

Klub Przyjaciół Muzeum Fabryki¹⁰ to inicjatywa pracowników Muzeum Fabryki, którzy nawiązali i utrzymują kontakt z byłymi pracownikami Zakładów Przemysłu Bawełnianego Poltex. Klub przez wiele lat organizował spotkania i uroczystości, aby poprzez rozmowy i wspomnienia integrować społeczność pracowników, a także utrzymywać ich wspomnienia z czasów funkcjonowania zakładów. Do cyklicznych wspólnych wydarzeń należą spotkania świąteczne oraz wspólnie świętowane urodziny Muzeum. W roku 2019 Klub dzięki zaangażowaniu pracowników Muzeum Fabryki został przekształcony w Stowarzyszenie. Osią współpracy pomiędzy Muzeum a Stowarzyszeniem jest miejsce i jego historia – istniejąca fabryka włókiennicza, która po II wojnie światowej została znacjonalizowana i funkcjonowała w tym miejscu do 1992 roku. Pod koniec lat 90-tych XX wieku francuska firma

⁹ www.ludziefabryki.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].

¹⁰ www.muzeumfabryki.com.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].

Apsys-Polska nabyła tereny dawnych zakładów Poltex i przekształciła je w Centrum Handlowe „Manufaktura”¹¹.

Działania w ramach przedsięwzięcia (działania przyczyniające się do osiągnięcia celu)

W latach 2019 – 2021 Stowarzyszenie wspólnie z Muzeum zrealizowało 3 projekty:

1. „Ludzie Fabryki - wizja lokalna”- projekt zrealizowany w listopadzie i grudniu 2019 roku, w ramach którego odbyły się wycieczki z przewodnikiem po miejscach związanych z dziedzictwem przemysłowym miasta, terenach dawnych fabryk Geyera, Scheiblera i Poznańskiego. Zwiedzanie tych miejsc odbyło się z udziałem byłych włóknarzy i młodzieży szkolnej, co dało możliwość konfrontacji przeszłości z obecnym stanem oraz możliwość poznania historii miasta bezpośrednio od jej świadków¹².
2. „200 lat ulicy Ogrodowej” – projekt zrealizowany w miesiącach wrzesień – grudzień 2020 roku, wpisujący się w rocznice 200-lecia Łodzi Przemysłowej, w ramach którego odbyły się wycieczki tematyczne po ulicy Ogrodowej, wystawy (łódzkich artystów oraz plenerowa wystawa archiwalnych zdjęć), a także wydarzenia kulturalne (koncerty oraz spotkanie z autorem książki „Ogrodowa – imaginariusz społeczny”, Bogdanem Jankowskim). Ponadto w Muzeum Fabryki odbyła się konferencja oraz wykłady naukowe. Efektem projektu są filmy oraz zebranie opowieści byłych mieszkańców ulicy oraz pracowników zakładów przemysłowych.
3. „Co wydarzyło się 50 lat temu – przesłanie od łódzkich włókniarek” – projekt zrealizowany w miesiącach luty - ? 2021, którego celem było upamiętnienie strajku włókniarek, jaki miał miejsce w lutym 1971 roku.

¹¹ Wikipedia, hasło: Fabryka Izraela Poznańskiego w Łodzi [dostęp: 10.11.2021 r.].

¹² www.ludziefabryki.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].

W ramach projektu:

- opracowano kalendarium wydarzeń strajkowych, zgodnie z godzinami zdarzeń;
- przygotowano wystawę identyfikującą miejsca zdarzeń, która była prezentowana na terenie Manufaktury;
- opracowano lekcje online dla młodzieży na temat strajku oraz broszurę edukacyjną;
- wykonano podcasty oraz filmy ze wspomnieniami byłych pracowników zakładów Poltex o wydarzeniach strajkowych na terenie obecnej Manufaktury;
- odkrywano historię sztandaru ufundowanego przez włóknarki na pamiątkę strajku.

Powyższe projekty odbyły się z zaangażowaniem pracowników Muzeum Fabryki, a wiele wydarzeń w toku ich realizacji miało miejsce w przestrzeniach Muzeum.

Opis efektów, wartości dodanej współpracy

Dzięki współpracy został wypracowany model działań, które Stowarzyszenie przekazuje środowisku byłych pracowników innych łódzkich fabryk. Projekt „Zostawić coś po sobie – historie łódzkich rodzin robotniczych” polega na pomocy w tworzeniu nowych grup, działających podobnie, w nowych miejscach, we współpracy z lokalnymi domami kultury. Projekt obejmuje wspólne warsztaty rękodzielnicze, artystyczne, arteterapeutyczne, a także spotkania integracyjne środowisk byłych pracowników różnych łódzkich fabryk. Jego celem jest zbieranie historii łódzkich rodów robotniczych.

Finansowanie

Projekty realizowane w ramach współpracy Muzeum ze Stowarzyszeniem były finansowane ze środków budżetu Miasta Łodzi, ze środków Samorządu Województwa Łódzkiego oraz Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich



na lata 2014 – 2020. Członkowie Stowarzyszenie mają bezpłatny wstęp do Muzeum.

Uzasadnienie *(dlaczego projekt jest przykładem dobrej praktyki?)*

Przedstawione projekty są przykładem długofalowej współpracy pomiędzy prywatnym muzeum, a społecznością lokalną, w tym przypadku reprezentowaną przez byłych pracowników dawnych zakładów włókienniczych. To, co łączy obie organizacje, to miejsce (Manufaktura, tereny dawnych zakładów Poltex) oraz zbieżne cele działalności.

Dla Stowarzyszenia jest to gromadzenie wspomnień pracowników z czasów ich pracy w fabryce, a dla Muzeum to *wspieranie, utrwalanie i promowanie historycznej oraz kulturowej tożsamości Manufaktury, trwałe polepszenie identyfikacji mieszkańców Łodzi z jej historią i dziedzictwem kulturowym, wzrost rangi Muzeum jako instytucji edukacyjnej i atrakcji turystycznej oraz miejsca spotkań oraz wzmocnienie relacji pomiędzy byłymi pracownikami ZPB Poltex, a odbiorcą*¹³.

Jest także przykład współpracy w obszarze finansowym, gdzie organizacja pozarządowa pozyskuje środki publiczne na realizowane wspólnie z prywatnym muzeum przedsięwzięcia z zakresu ochrony dziedzictwa.

¹³ Raport z działalności Muzeum Fabryki za rok 2018, s. 2.

Finansowanie społecznościowe działalności muzeów prywatnych – przykład kampanii Muzeum Apple na platformie Patronite.

Charakterystyka organizacji

Muzeum Apple

Muzeum powstało w kwietniu 2014 roku, a od czerwca 2017 roku udostępnia zbiory zainteresowanym. Początkowo w prywatnej przestrzeni właściciela, a od 2019 roku w podwarszawskim Piasecznie. Obecnie¹⁴ Muzeum jest w trakcie przenoszenia do Fabryki Norblina w Warszawie. Tereny dawnej fabryki wyrobów metalowych, powstałe w 1820 roku jako zakład brązowniczy na warszawskiej Woli, zostały zrewitalizowane i przekształcone na nowoczesną przestrzeń biurowo-handlową oraz gastronomiczno-rozrywkową¹⁵.

Kolekcja Muzeum liczy ponad 1500 eksponatów – stare komputery Apple, Macintosh, NeXt, oprogramowanie, akcesoria, multimedia. Ciekawostką jest pieczołowicie wykonana działająca replika pierwszego komputera Apple (Apple – 1) z lat 70 – tych XX wieku wraz z autentycznym podpisem współzałożyciela firmy Appple Steve’a Wozniaka na płycie komputera oraz instrukcji.

Celem działalności Apple Muzeum Polska jest:

- *Zachowanie dziedzictwa technologicznego oraz kulturowego pionierów komputerów osobistych a także twórców oprogramowania dla*

¹⁴ Tj. Listopad 2021 r.

¹⁵ https://pl.wikipedia.org/wiki/Norblin,_Bracia_Buch_i_T._Werner oraz <https://fabrykanorblina.pl/#o-projekcie> [dostęp: 15.11.2021 r.].

przyszłych pokoleń programistów, wielbicieli starych komputerów, artystów i jednostek kreatywnych.

- *Promowanie twórczych postaw w kulturze poprzez wykorzystanie narzędzi technologicznych, które zostały zapomniane.*
- *Rozwijanie poziomu wiedzy wśród uczniów i osób związanych z edukacją informatyczną i projektową.*
- *Organizowanie wykładów, prelekcji i wszelkich form prezentacji związanych z tematyką szeroko pojętej kultury cyfrowej i multimedialnej oraz promocja działalności Apple Muzeum Polska.*
- *Opracowywanie naukowe, katalogowanie zbiorów muzealnych, archiwizacja oprogramowania oraz ich udostępnianie w celach naukowych i edukacyjnych.*¹⁶

Swoją działalność Muzeum prowadzi w siedzibie oraz aktywnie angażując się w okolicznościowe wydarzenia, np. Noc Muzeów, wykłady i prelekcje związane z historią informatyki i technologii prowadzone w różnych miejscach Polski (Centrum Nauki Kopernik w Warszawie, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie).

Kontekst przedsięwzięcia

W toku badania, analizując źródła finansowania, autorka rozmawiała

¹⁶ <https://www.applemuzeumpolska.pl/o-muzeum> [dostęp: 15.11.2021 r.].

z właścicielami muzeów prywatnych na temat korzystania z platform finansowania społecznościowego.

Crowdfunding to połączenie dwóch angielskich słów: crowd – tłum oraz funding – finansowanie, co jest tłumaczone jako finansowanie społecznościowe. Jak podaje Anna Pluszyska, *crowdfunding można zdefiniować jako: współfinansowanie (przeważnie oparte na małych wpłatach) indywidualnych projektów przez rzesze internautów, zazwyczaj w zamian za świadczenia zwrotne*¹⁷. Dodać można, że odbywa się to za pośrednictwem platform internetowych. W Polsce są to m. in. „Patronite”, „Wspieram Kulturę”, „Odpal Projekt”, „Polak Potrafi”, „Wspieram To”, „Zrzutka”, „Się Pomaga”, „Pomagam”.

Jedynie dwa muzea miały doświadczenia w prowadzeniu kampanii i zbieraniu funduszy na działalność muzeów w ten sposób. Mimo to narzekały na brak znajomości specyfiki pozyskiwania finansowania społecznościowego oraz trudności w realizacji swoich kampanii. Nie oznacza to, że ten sposób pozyskiwania funduszy jest nieznanym muzeom prywatnym. Krótki przegląd¹⁸ projektów muzealnych na najpopularniejszych platformach finansowania społecznościowego wskazuje, że kilkadziesiąt muzeów prowadziło i prowadzi kampanie, a jedynie 16 z 66 zakończyło je sukcesem (6 jest w toku).

Poniżej charakterystyka jednej kampanii prywatnego muzeum na platformie Patronite.

Działania w ramach przedsięwzięcia

Kampania na platformie Patronite (www.patronite.pl) była ogłoszona w roku 2020 pod hasłem zbiórki środków na dokończenie remontu nowej siedziby

¹⁷ Pluszyska Anna, Crowdfunding – historia i definiowanie [w:] Crowdfunding w Polsce pod red. Anny Pluszyskiej i Anny Szopy, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018 r., s. 15.

¹⁸ Autorka dokonała przeglądu kampanii na 6 platformach finansowania społecznościowego, wpisując w wyszukiwarce słowo „muzeum”. 16.11.2021 r.

Muzeum. Patronite jest polską platformą finansowania społecznościowego, działającą w oparciu o model subskrypcyjny. Wspiera przede wszystkim projekty twórcze oraz realizowane przez organizacje pozarządowe. „Patroni” w zamian za comiesięczne wsparcie finansowe otrzymują benefity.

Muzeum zwróciło się z następującym apelem: *Muzeum jest gotowe w połowie, dlatego zakładamy Patronite, aby zebrać środki na jego ukończenie i dalszą działalność. Jesteśmy już tak blisko! Projekt architektoniczny oraz aranżacji przygotował Jacek Łupina. Powstawało wiele wersji i koncepcji, aż ostatecznie wyklarowała się najlepsza opcja z chronologiczną osią czasu oraz dużą częścią powierzchni przeznaczoną na kawiarnię i część eventową, która umożliwiłaby integrację fanów i organizację ciekawych wydarzeń. Prace związane z remontem oraz zagospodarowaniem zapuszczonego podziemia rozpoczęły się w sierpniu 2019. Wszelkie koszty i wydatki były pokrywane z własnych oszczędności i tych zebranych przez Fundację Apple Muzeum Polska.... Z wielką radością powitamy każdego gościa, gdy uda się doprowadzić ten ambitny szalony projekt do finału. WIELKIE OTWARCIE będzie okazją do podziękowania i spotkania z naszymi PATRONAMI. Dzięki Waszemu wsparciu możemy zrealizować również nasze ambitne plany związane z działalnością tego wyjątkowego muzeum. Z racji specyfiki zebranych eksponatów i ich eksploatacji niezbędna będzie opieka konserwatorska, aby utrzymać je w najlepszej technicznej kondycji. Te sędziwe niekiedy 40 letnie maszyny będą wymagały różnych napraw. Pozyskane środki pozwolą również zdobywać kolejne unikalne eksponaty, o czym będziemy Was informować*¹⁹. Ponadto w ramach akcji zbierania funduszy Muzeum wykonało krótki film²⁰, pokazujący zbiory w nowej siedzibie, a także zamieściło informację na swojej stronie internetowej wraz z podziękowaniami²¹ dla donatorów.

¹⁹ <https://patronite.pl/applemuzeumpolska/description> [dostęp: 16.11.2021 r.].

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=mi1C2eHudv0> [dostęp: 16.11.2021 r.].

²¹ <https://www.applemuzeumpolska.pl/podziekowania> [dostęp: 16.11.2021 r.].

W zamian za comiesięczne wsparcie Muzeum proponuje następujące benefity²²:

²² <https://patronite.pl/applemuzeumpolska/description> [dostęp: 16.11.2021 r.].

| 10 zł | 30 zł | 50 zł | 100 zł | 300 zł |
|---|---|---|--|--|
| Imienne podziękowania na stronie www Muzeum. | Imienne podziękowania na stronie www Muzeum. | Imienne podziękowania na stronie www Muzeum. | Imienne podziękowania na stronie www Muzeum. | Imienne podziękowania na stronie www Muzeum. |
| Bilet wstępu na zwiedzanie Muzeum z przewodnikiem. (po wsparciu przez co najmniej 6 miesięcy) | Bilet wstępu (raz na kwartał); możliwość zwiedzenia. Muzeum w trakcie tworzenia | Bilet wstępu (raz na miesiąc); możliwość zwiedzenia. Muzeum w trakcie tworzenia | Bilet wstępu (raz na miesiąc); możliwość zwiedzenia. Muzeum w trakcie tworzenia | |
| 3 sztuki okolicznościowej wlepki Muzeum wysyłany pod wskazany adres. | 3 sztuki okolicznościowej wlepki Muzeum wysyłany pod wskazany adres. | 3 sztuki okolicznościowej wlepki Muzeum wysyłany pod wskazany adres. | 3 sztuki okolicznościowej wlepki Muzeum wysyłany pod wskazany adres. | 3 sztuki okolicznościowej wlepki Muzeum wysyłany pod wskazany adres. |
| | Koszulka lub kubek (przy wsparciu przez co najmniej 6 miesięcy). | Koszulka lub kubek (przy wsparciu przez co najmniej 6 miesięcy). | Koszulka lub kubek (przy wsparciu przez co najmniej 6 miesięcy). | Koszulka lub kubek (przy wsparciu przez co najmniej 6 miesięcy). |
| | | Oryginalna nalepka Apple z tęczowym logo (po 6 miesiącach wsparcia). | Oryginalna nalepka Apple z tęczowym logo (po 6 miesiącach wsparcia). | |
| | | 3 sztuki plakatów (raz na rok). | 3 sztuki plakatów (raz na rok). | 3 sztuki plakatów (raz na rok). |
| | | | Informacje o planowanych eventach oraz postępach prac w Muzeum i jego działalnością. | |
| | | | | Imię i nazwisko zamieszczone na tablicy fundatorów w siedzibie Muzeum (po 6 miesiącach wsparcia). |
| | | | | Upominek (mysz Macintosha oprawiona w oszkloną ramkę) wraz z podziękowaniami oraz oryginalny kubek Apple z tęczowym logo (po 6 miesiącach wsparcia). |
| | | | | Możliwość zorganizowania imprezy dla 20 osób w siedzibie Muzeum (po 6 miesiącach wsparcia). |

Opis efektów, wartości dodanej projektu.

Założeniem kampanii było uzyskanie 1500 zł miesięcznie i cel ten został osiągnięty. 22 patronów przekazało Muzeum łącznie kwotę 22 020 zł, co daje 1530 zł miesięcznie. Kwotą 10 zł miesięcznie Muzeum wspiera 4 Patronów, kwotą 30 zł miesięcznie 8 Patronów, kwotą 50 zł miesięcznie 7 Patronów, kwotą 300 zł miesięcznie 3 Patronów.

Uzasadnienie *(dlaczego projekt jest przykładem dobrej praktyki?)*

Do najpopularniejszych źródeł finansowania działalności muzeów prywatnych należy sprzedaż biletów wstępu, sprzedaż produktów (pamiątki, książki, etc.) i/lub usług (zwiedzanie z przewodnikiem, zajęcia edukacyjne). Jednocześnie wielu właścicieli wskazywało na ograniczoną dostępność publicznych źródeł finansowania (granty i dotacje dla muzeów prywatnych). Stąd istotne jest poszukiwanie innych, alternatywnych (w relacji do omawianych) możliwości finansowania projektów realizowanych przez muzea prywatne. Do takich należy finansowanie społecznościowe, które nie jest rozpowszechnione wśród tych muzeów, a prowadzone przez nie kampanie rzadko kończą się sukcesem.

Do zalet tego sposobu pozyskiwania funduszy na działalność z pewnością można zaliczyć prostotę – łatwy dostęp do internetowych narzędzi czy stosunkowo niskie nakłady finansowe. Kluczem do sukcesu jest pomysł i dobrze przeprowadzona kampania projektu, angażująca internautów i skłaniająca ich do wsparcia finansowego. W tym celu można wykorzystać zarówno osobiste kontakty (przyjaciele, rodzina), dotychczasową obecność w mediach społecznościowych, jak i działania PR (np. spotkania z potencjalnymi wspierającymi za pośrednictwem Internetu), czy płatną reklamę. Uzyskane w ten sposób środki finansowe mogą być przeznaczone na dowolne cele związane z projektem (brak jest ograniczeń charakterystycznych np. dla grantów ze środków publicznych), co przyczynia się do niezależności w prowadzonej działalności. Wartością dodaną jest budowanie społeczności wokół aktywności muzeum, osób zaangażowanych i wspierających jego działalność.

Jednocześnie trzeba sobie zdawać sprawę z pewnych ograniczeń tego sposobu finansowania – ryzykiem związanym z nieosiągnięciem zakładanego celu, czy długotrwałym i angażującym procesem tworzenia i realizacji kampanii promocyjnej przedsięwzięcia bez pewności osiągnięcia efektów.



Przy opracowaniu powyższych opisów autorka korzystała z następujących źródeł informacji:

1. Jagodzińska Katarzyna, Granice partycypacji w muzeum? [w:] rocznik Muzealnictwo 2016(57), s. 113.
2. Lisiewicz Anna, Muzeum Fabryki w Łodzi otwarte na człowieka, otwarte terytorialnie, Rocznik Muzealnictwo nr 49 z 2008 roku, s. 227.
3. Pluszyska Anna, Crowdfunding – historia i definiowanie [w:] „Crowdfunding w Polsce” pod red. Anny Pluszyskiej i Anny Szopy, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018 r., s. 15.

Źródła internetowe:

4. Apple Muzeum Polska www.applemuzeumpolska.pl [dostęp: 15.11.2021 r.].
5. Encyklopedia zarządzania – www.mfiles.pl, hasło: dobre praktyki [dostęp: 8.11.2021 r.].
6. Fabryka Norblina w Warszawie <https://fabrykanorblina.pl/#o-projekcie> [dostęp: 15.11.2021 r.].
7. Facebook – Muzeum Zabawek Kraków, Apple Muzeum Polska [dostęp: 8.11.2021 r., 15.11.2021 r.].
8. Łódzka Manufaktura www.manufaktura.com.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].
9. Muzeum Fabryki www.muzeumfabryki.com.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].
10. Platforma Finansowania Społecznościowego <https://patronite.pl/applemuzeumpolska/description> [dostęp: 16.11.2021 r.]
11. Projekt Startup <https://projektstartup.pl/crowdfunding-co-to-jest-i-jak-dziala-pelny-poradnik/> [dostęp: 16.11.2021 r.].
12. Stowarzyszenie Ludzie Fabryki www.ludziefabryki.pl [dostęp: 10.11.2021 r.].
13. Wikipedia, hasło: Fabryka Izraela Poznańskiego w Łodzi, Fabryka Norblina w Warszawie [dostęp: 10.11.2021 r.].

14. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=mi1C2eHudv0> [dostęp: 16.11.2021 r.].

Materiały niepublikowane:

15. Raport z działalności Muzeum Fabryki za rok 2018, s. 2.

Autor:

Agnieszka Szostak

ID 0000 – 0003 – 2062 – 7698

Opis dobrych praktyk dostępny na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne 4.0 (CC BY-NC 4.0)



Publikacja jest dostępna w sieci pod adresem:

www.zarzadzaniemuzeami.pl

Projekt graficzny, skład, łamanie:

Weronika Trębacz

