

O TYM, JAK NOWE MUZEA BUDUJĄ WIZERUNEK MIEJSC W POLSCE

Efektywna promocja miejsca nie jest wyłącznie wynikiem kampanii promocyjnych. Warto pamiętać, że zainteresowanie konkretnym miejscem to wypadkowa wielu elementów marketingu mix, w tym także wizerunkowych obiektów i przestrzeni, które komunikują jego tożsamość.

Pomysłem na zbudowanie trwałego zainteresowania miastami, miasteczkami czy regionami są elektryzujące swoją architekturą gmachy, które mieszczą w sobie interaktywne ekspozycje. Swoją ofertą przyciągają zarówno dzieci, młodzież, jak i dorosłych. W ciągu ostatnich pięciu lat w Polsce powstało ponad 60 takich placówek! Fenomen ten nosi nazwę „nowe muzeum”. Warto przyjrzeć mu się bliżej, gdyż najprawdopodobniej w żadnym innym kraju nie miał miejsca tak masowy wysyp tego typu obiektów.

Na wstępie należy podkreślić, że część ze wspomnianych obiektów to rewitalizacje będące w przeważającej liczbie bardzo śmiałymi projektami architektonicznymi pochodzącymi w większości od topowych, polskich biur architektonicznych. Często ich lejtmotyw związany jest z historią i tożsamością miejsca, biografiami niezwykłych mieszkańców, przełomowymi wydarzeniami czy historiami związanymi z lokalizacją. Druga

znacząca grupa obiektów to centra nauki i wiedzy, które wprowadzają odbiorcę w arkana świata nauki, dając mu szansę dotknięcia go. Można powiedzieć, iż są to bardzo przemyślane i obliczone na efektywną i nieprzerwaną pracę „reaktory” atrakcyjności turystycznej. Ich promieniowanie dosięga zarówno mieszkańców, jak i turystów. Tym pierwszym daje powód do dumy oraz pomysł na wartościowe spędzenie czasu wolnego, tych drugich zachęca do przyjazdu, spędzenia weekendu, skorzystania z hotelu, restauracji i innych atrakcji. Ich oferta będzie jeszcze szerzej odkrywana od marca 2018 r., kiedy to niedziele wolne od handlu skierują strumień zainteresowanych ku odkrywaniu nowych możliwości. W niniejszym artykule podzielimy się z Państwem naszym odkryciem i pokażemy małą próbkę tego, jak skutecznie nowe muzeum może zmieniać wizerunek zarówno aglomeracji, małych miast, jak i terenów wiejskich.

→ NAZWA

Muzeum Polaków Ratujących Żydów podczas II wojny światowej im. Rodziny Ulmów



→ MIEJSCE

Markowa, województwo podkarpackie
(liczba mieszkańców wsi: 4157 osób)



→ TEMATYKA

Historia



→ DATA OTWARCIA

17 marca 2016 r.



→ LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH

W 2017 r. 27 520 osób



→ POMYSŁODAWCA

Bogdan Romaniuk – ówczesny prezes Stowarzyszenia Szczęśliwy Dom im. Wiktorii i Józefa Ulmów z Dziećmi, oraz Mateusz Szpytma – pracownik krakowskiego Oddziału Instytutu Pamięci Narodowej



→ KOORDYNATOR

Samodzielną jednostką współprowadzona przez województwo podkarpackie i Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, budowa obiektu nadzorowana przez Muzeum – Zamek w Łańcucie



→ DYREKTOR

Dr Anna Stróż



→ CZAS TRWANIA BUDOWY

2013–2016 r.



→ PROJEKT BUDYNKU

Nizio Design International, główny projektant – Mirosław Nizio

→ PROJEKT EKSPOZYCJI

MWE-Warszawa



→ KOSZT INWESTYCJI

8,7 mln zł, Sad Pamięci – 1,057 mln zł, parking – 933 tys. zł

→ ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

7,7 mln zł – Marszałek Województwa Podkarpackiego, 2,6 mln zł – Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, 487 tys. zł – budżet gminy Markowa

→ DOCHODY

Środki z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego

Ciekawym przykładem instytucji przyciągającej rzesze turystów mimo niskowej lokalizacji jest Muzeum Polaków Ratujących Żydów podczas II wojny światowej im. Rodziny Ulmów we wsi Markowa. Placówka upamiętnia Polaków, którzy w czasie okupacji niemieckiej z narażeniem własnego życia pomagali Żydom. Rodzina Ulmów będąca patronem obiektu, to mieszkańcy Markowej, którzy zginęli 24 marca 1944 r. zamordowani przez niemieckich żandarmów w odwecie za próbę ukrycia Żydów zagrożonych pewną śmiercią. Na terenie obiektu odtworzony został dom Ulmów, zaprojektowano także pracownię naukową, salę wykładową i wystawową. Wśród eksponatów odnaleźć można m.in. zdjęcia Markowej i jej mieszkańców autorstwa Józefa Ulmy – są wśród nich także fotografie ukrywanych przez rodzinę Żydów, które w trakcie wspomnianej zbrodni zostały poplamione krwią ofiar. Wystawa dedykowana jest zwiedzającym zainteresowanym zagadnieniami dialogu wielokulturowego i wzajemnego szacunku, a także poszukiwaczom lokalnych historii.



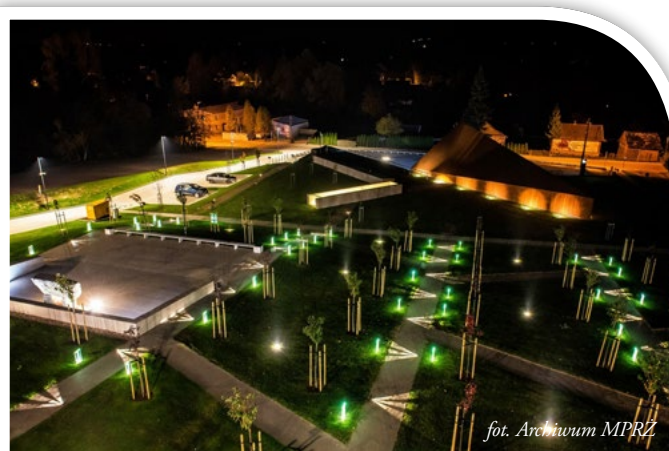
Muzeum Polaków Ratujących Żydów podczas II wojny światowej im. Rodziny Ulmów w Markowej

Markowa licząca niecałe 4500 mieszkańców zdołała przyciągnąć prawie 30 tys. turystów w ciągu ostatniego roku, a wśród odwiedzających około 15% stanowią turyści zagraniczni z Izraela. Jak udało się tego dokonać? Starania mające na celu utworzenie muzeum trwały – od pomysłu do otwarcia obiektu – 9 lat. Do sukcesu przyczyniła się z pewnością sprawna współpraca takich podmiotów, jak m.in. samorząd gminy Markowa, Muzeum – Zamek w Łańcucie (zarządca inwestycji), Instytut Pamięci Narodowej wraz z przedstawicielami województwa podkarpackiego. Nie bez znaczenia pozostaje również wkład wójta i Rady Gminy w Markowej – oprócz nieodpłatnego przekazania terenu pod budowę zrezygnowała ona z budowy hali sportowej, by umożliwić umieszczenie budynku Muzeum w dogodniejszej lokalizacji. Dzięki elastyczności władz gminy realne stało się także utworzenie Sadu Pamięci stanowiącego efektowny obszar zieleni otaczający obiekt, a także budowę parkingu służącego zarówno Muzeum, jak i Gminnemu Centrum Kultury.



Muzeum Polaków Ratujących Żydów podczas II wojny światowej im. Rodziny Ulmów w Markowej

Oprócz tego w Muzeum Polaków Ratujących Żydów zaobserwować można swego rodzaju orientację na potrzeby turysty, czego wyrazem jest nie tylko parking sprzyjający efektywnej logistyce ruchu turystycznego, ale także dostępne ścieżki zwiedzania. Placówka jest bowiem jedynym muzeum o takiej tematyce, które oferuje ekspozycję przetłumaczoną na język hebrajski. Rozwiązanie to umożliwiwa licznym turystom porozumiewającym się w tym języku wygodne korzystanie z zasobów obiektu. Jest to opcja szczególnie ważna dla osób starszych, często nieposługujących się językami innymi niż rodzimy.



Muzeum Polaków Ratujących Żydów podczas II wojny światowej im. Rodziny Ulmów w Markowej

Omawiany przykład jest doskonałą ilustracją rezultatów, jakie można osiągnąć dzięki sprawnej współpracy i wsłuchaniu się w potrzeby odbiorcy. Warto podkreślić, że ogromnymi wygranymi tej inwestycji są samorząd i mieszkańcy Markowej. Zainwestowali niewiele, a wpisali się na stałe jako ważny punkt na mapie wycieczek turystów z Polski i zagranicy. Ich elastyczność i umiejętność sprowadzenia na drugi plan potrzeb funkcjonujących „tu i teraz”, takich jak budowa sali gimnastycznej, zaowocowały powstaniem architektury i obiektu na światowym poziomie.

→ NAZWA

Centrum Dziedzictwa Szkła w Krośnie



→ MIEJSCE

Krosno, województwo podkarpackie (liczba mieszkańców miasta: 46 505 osób)



→ TEMATYKA

Technika



→ DATA OTWARCIA

19 czerwca 2012 r.



→ LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH

W 2017 r. 45 450 osób



→ POMYSŁODAWCA

Lokalne środowisko hutnicze i wóldarze miasta



→ KOORDYNATOR

Spółka miejska Centrum Dziedzictwa Szkła Sp. z o.o.



→ DYREKTOR

Paweł Szczygiel



→ CZAS TRWANIA BUDOWY

2010–2012 r.



→ PROJEKT BUDYNKU

Barysz Point Line, Tychy

→ PROJEKT EKSPOZYCJI

Pracownicy Centrum Dziedzictwa Szkła



→ KOSZT INWESTYCJI

23,7 mln zł

→ ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

Fundusze unijne – 10 mln zł, budżet Krosna – 3 mln zł, kredyt inwestycyjny – 10,7 mln zł

→ DOCHODY

Główne dochody pochodzą ze sprzedaży biletów oraz szkła i pamiątek wytworzonych na warsztatach muzealnych



fol. Archiwum CDS



fol. Archiwum CDS

Centrum Dziedzictwa Szkła w Krośnie

Centrum Dziedzictwa Szkła w Krośnie stanowi świetną ilustrację wykorzystania do promocji miasta tego, co w lokalnych uwarunkowaniach najciekawsze i najbardziej charakterystyczne. W mieście od ponad 90 lat bardzo żywa jest tradycja produkcji szkła. Krośnieńskie wyroby artystyczne i użytkowe od dawna znajdują uznanie zarówno w Polsce, jak i na świecie, a działające zakłady hutnicze stały się częścią życia mieszkańców. Od 2012 r. wóldarze miasta konsekwentnie kreują wizerunek Krosna jako „Miasta Szkła”, osiągając widoczne efekty w postaci zwiększenia ruchu turystycznego. Samo Centrum Dziedzictwa Szkła stanowi bazę całego projektu skupionego na promocji krośnieńskiego dorobku związanego ze szklanym rzemiosłem.

Na początku lat dwutysięcznych w środowisku hutniczym i wóldarzy miasta powstał pomysł utworzenia w Krośnie obiektu poświęconego historii sztuki szklarskiej. Myślano o miejscu, które atrakcyjnie, a zarazem w godny sposób będzie ukazywało krośnieńskie szklane dziedzictwo. W 2010 r. rozpoczęto rewitalizację znajdującego się na starówce dawnego budynku Biura Wystaw Artystycznych. Wybór lokalizacji nie był przypadkowy – podczas podejmowania decyzji kierowano się potrzebą uatrakcyjnienia przestrzeni starego miasta. Realizacja wycenionej na ponad 23 mln zł inwestycji była możliwa dzięki trzem źródłom finansowania: ponad 10 mln zł pochodziło z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego „Innowacyjna Gospodarka” na lata 2007-2013, 3 mln zł z budżetu miasta, resztę środków zapewnił natomiast kredyt inwestycyjny, który będzie spłacany przez 15 lat. Budowa siedziby Centrum Dziedzictwa Szkła oraz jego wyposażenie zajęła nieco ponad dwa lata.

W efekcie 2 czerwca 2012 r., w dniu otwarcia, miasto mogło pochwalić się atrakcyjnym obiektem przyciągającym zarówno grupy, jak i turystów indywidualnych. Nowoczesne Centrum to miejsce opowieści o historii szklanego rzemiosła i tworzeniu wyjątkowych wyrobów. Do najistotniejszych elementów ekspozycji należą efektowne, interaktywne pokazy produkcji i zdobienia szkła. Zwiedzający mogą brać w nich czynny udział, wydmuchując szklane formy, grawerując albo malując na szkle. Druga część ekspozycji poświęcona jest krośnieńskim artystom, najsłynniejszym na świecie producentom szkła oraz fizycznym zagadnieniom związanym ze szkłem. Łącznie wizyta w CDS trwa około 2 godzin.

Samo Centrum Dziedzictwa Szkła nie jest jedyną krośnieńską inicjatywą promującą szklane tradycje. Do dyspozycji turystów oddano także turystyczną kolejkę umożliwiającą przemieszczanie się pomiędzy atrakcyjnymi lokalizacjami w obrębie miasta i jego okolic. Jeden z przystanków kolejki znajduje się na rynku, niedaleko budynku CDS. Ponadto w przestrzeń miejską wkomponowane zostały efektowne, szklane rzeźby, współtworzące szlak małej architektury szklanej. Formą odnoszą się one do lokalnych legend akcentujących związek z miastem i jego tradycjami. Szlak prowadzi przez obszar miasta, stanowiąc atrakcyjną oś narracyjną w opowieści o jego wielowiekowej historii.

Dzięki przemyślanej strategii i staraniom wóldarzy miasta udało się stworzyć obiekt będący świetną wizytówką Krosna. Inwestycja spowodowała istotny wzrost liczby turystów: przed podjęciem działań Krosno ze wszystkimi swoimi atrakcjami odwiedzało średnio 15 000 turystów rocznie. Po powstaniu CDS nastąpiło znaczne ożywienie. W 2017 r. sam obiekt odwiedziło około 45 450 osób, z czego mniej więcej 20% to turyści zagraniczni. Ponadto zauważalny jest także poboczny efekt projektu w postaci wzrostu inicjatyw samych mieszkańców Krosna.

→ NAZWA

Centrum Hewelianum



→ MIEJSCE

Gdańsk, województwo pomorskie (liczba mieszkańców miasta: 463 754 osób)



→ TEMATYKA

Centrum nauki



→ DATA OTWARCIA

28 listopada 2008 r.



→ LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH

W 2017 r. ponad 200 000 osób



→ POMYSŁODAWCA

Włodarze Gdańska



→ KOORDYNATOR

Jednostka budżetowa gminy miasta Gdańska



→ DYREKTOR

Dr Monika Lisowska (p.o.)



→ CZAS TRWANIA BUDOWY

2007–2008 r.



→ KOSZT INWESTYCJI

21,8 mln zł (I etap projektu)

→ ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

Fundusze unijne – 11,8 mln zł, budżet państwa – 2,8 mln zł, budżet Gdańska – 7,2 mln zł

→ DOCHODY

Dochody i wydatki objęte planem budżetu Gdańska

Gdańskie Centrum Hewelianum stanowi doskonały przykład przystosowania na potrzeby turystyki części przestrzeni miejskiej, która wcześniej nie cieszyła się najlepszą opinią. Istniejące zabudowania poforteczne Góry Gradowej zostały zrewitalizowane i zaadaptowane tak, by mogły pełnić cztery wiodące funkcje: edukacyjną, rekreacyjną, turystyczną oraz społeczną. Wysiłki zaowocowały widowiskowym sukcesem – Gdańsk może poszczycić się nowoczesnym centrum nauki mieszczącym się w samym środku miasta.

Pierwsze elementy zespołu fortyfikacji miejskich, w którym ulokowano Centrum, powstawały jeszcze w XVIII wieku, ale większość budynków to pruskie konstrukcje z XIX wieku. Utraciwszy swoją pierwotną funkcję, zabudowania z czasem zaczęły popadać w ruinę i zapomnienie. Miejsce będące niegdyś bastionem obrony okryło się nie najlepszą sławą, stając się przestrzenią spotkań gdańskiego półświatka. W 1997 r. władze Gdańska postanowiły zainterweniować i z powrotem włączyć poforteczny obszar w tkankę miejską, a także ustanowić go miejscem użytecznym dla gdańszczan oraz turystów. Podjęto decyzję o przekształceniu obiektów i otaczającego ich dwudziestohektarowego parku w kompleks umożliwiający atrakcyjne spędzenie wolnego czasu. Starania zapoczątkowały powstanie projektu pod nazwą Program Hewelianum, mającego na celu zagospodarowanie i zaadaptowanie zespołu fortyfikacyjnego Góry Gradowej na potrzeby nowoczesnego centrum nauki. Jako efekt działań powstało Centrum Hewelianum – nazwana ku czci gdańskiego astronoma

placówka łącząca edukację i popularyzację nauk ścisłych.

Na przestrzeni kilkunastu lat tereny były remontowane i adaptowane na cele wystawiennicze – całość projektu została zaplanowana jako wieloetapowe przedsięwzięcie. Działania sfinansowano z budżetu miasta Gdańska, przy udziale dofinansowania ze środków Unii Europejskiej. Pierwsze stadium stanowiły prace konserwatorskie obejmujące 18 historycznych obiektów o łącznej powierzchni 1200 m². Konieczne było m.in. wyczyszczenie około 100 tys. cegieł i odtworzenie umocnień ziemnych zgodnie z XIX-wieczną dokumentacją. Całość została wkomponowana w nasyp ziemny oraz ukryta pod warstwą trawiastej nawierzchni. Łącznie działaniami objęto 8 ha terenu: wykonany projekt jest jedną z największych kompleksowych rewitalizacji fortyfikacji nowożytnych w Polsce i Europie. Co ważne, w trakcie realizacji prac prowadzono także badania archeologiczne, dzięki którym udało się odnaleźć kilka zasypanych obiektów, nieznanie podziemne chodniki i pozostałości militariów. Odrestaurowane budynki skrywają interaktywną wystawę o tematyce związanej z astronomią oraz fizyką. Zwiedzający mogą poznawać naukowe zagadnienia poprzez zabawę i samodzielnie wykonywane doświadczenia – niezależnie od wieku każdy znajdzie dla siebie coś atrakcyjnego. Druga część ekspozycji to wciągająca wystawa historyczna umożliwiająca poznanie historii Góry Gradowej oraz wybranych aspektów sztuki wojennej.

Centrum Hewelianum to jedyny w Polsce i jeden z nielicznych w Europie przypadków zaadaptowania dawnych obiektów inżynierii wojskowej na rzecz działalności edukacyjnej i muzealnej. Miejsce pierwotnie zaniedbane i opuszczone zostało zamienione w wyjątkową placówkę przyciągającą ponad 200 tys. odwiedzających rocznie. Długodystansowe planowanie i umiejętne korzystanie z połączonych funduszy miejskich i unijnych sprawiło, iż możliwy jest stały rozwój – warto wspomnieć, iż w 2018 r. planowane jest oddanie do użytku kolejnych budynków, a także rozpoczęcie budowy Planetarium.



for. Archiwum Centrum Hewelianum



for. Archiwum Centrum Hewelianum

→ NAZWA

Muzeum Emigracji



→ MIEJSCE

Miasto Gdynia, województwo pomorskie (liczba mieszkańców miasta: 246 991)



→ TEMATYKA

Historia



→ DATA OTWARCIA

16 maja 2015 r.



→ LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH

W 2017 r. blisko 180 000 osób



→ POMYSŁODAWCA

Prezydent Gdyni – dr Wojciech Szczurek



→ KOORDYNATOR

Miasto Gdynia



→ DYREKTOR

Karolina Grabowicz-Matyjas



→ CZAS TRWANIA BUDOWY

2013–2015 r.



→ PROJEKT BUDYNKU

Andrzej Bomerski (konceptcja odbudowy i adaptacji)

→ PROJEKT EKSPOZYCJI

ae fusion Studio



→ KOSZT INWESTYCJI

49,3 mln zł

→ ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

Fundusze unijne – 23,8 mln zł, 25,5 mln – budżet gminy miasta Gdyni

Instytucja muzeum nie musi kojarzyć się wyłącznie z funkcją wystawienniczą. Przypadek Muzeum Emigracji w Gdyni pokazuje, że można z sukcesem w ramach jednej placówki połączyć merytoryczną działalność edukacyjną, kulturalną i społeczną przy jednoczesnym podkreśleniu znaczenia portowej lokalizacji oraz związanego z nią dziedzictwa historycznego. Zrewitalizowany budynek Dworca Morskiego wraz z sąsiadującym Magazynem Tranzytowym stał się oryginalną przestrzenią animacji kultury, przekraczającą granice aktywności tradycyjnych muzeów.

Gdyński port był już w latach 30. istotnym punktem na wybrzeżach Bałtyku, mającym ogromne znaczenie dla ruchu towarowego i pasażerskiego. To miejsce, z którego na pokładach legendarnych polskich transatlantyków miliony Polaków wypływało za granicę. W czasach II wojny światowej, budynek Dworca Morskiego pełnił funkcję biurowca Kriegsmarine i został zniszczony w wyniku bombardowania. W latach powojennych ponownie przyznano mu zadanie obsługi ruchu emigracyjnego, ale jego znaczenie i blask stopniowo gasły. Przełom przyniósł rok 2011, kiedy to zdecydowano się na przywrócenie gmachowi dawnego kształtu i umieszczenie w nim Muzeum Emigracji – instytucji opowiadającej o losach i znaczeniu polskich emigrantów. Historia w nieprzypadkowy sposób zatoczyła więc koło: budynek, z którego rzesze ludzi opuszczały Polskę, stał się miejscem opowiadającym historię ich emigracji i przyciągającą tłumy. Od otwarcia w 2015 r. Muzeum odwiedziło ponad 400 tys. osób.

Wystawa stała się kompleksową narracją o historii polskiej emigracji – od XIX wieku aż do dziś. Interaktywna ekspozycja ukazuje skalę zjawiska i umożliwia spojrzenie na nie z perspektywy samych emigrantów. Od początku działalności instytucja kładzie szczególny nacisk na poszukiwanie, dokumentowanie i przedstawianie emigracyjnych relacji – w Archiwum Emigranta zarejestrowano blisko 200 osobistych opowieści, a w ramach akcji zbierania pamiątek emigracyjnych pozyskano 5000 obiektów.



Muzeum Emigracji podejmuje także szereg działań, aby stać się miejscem spotkań ludzi nauki i sztuki, wymiany poglądów oraz animatorem aktywności mieszkańców. Już podczas przygotowań do otwarcia wystawy zorganizowano w przestrzeni miejskiej kilkadziesiąt wydarzeń kulturalnych i edukacyjnych – gry miejskie, wystawę sztuki w przestrzeni trasy trójmiejskiej SKM czy widowisko filmowe z muzyką na żywo na Darze Pomorza. Po otwarciu Muzeum działalność ta jeszcze przybrała na sile – wystarczy wymienić coroczne świętowanie 2 maja, czyli Dnia Polonii i Polaków za granicą, lub widowiska muzyczne, takie jak „Emigra. Symfonia bez końca”, do którego muzykę skomponował Jan AP Kaczmarek. Muzeum Emigracji organizuje także wystawy czasowe, nowatorskie projekty społeczno-edukacyjne, koncerty, spektakle teatralne, konferencje badawcze



for. Bogna Kocimbas



Muzeum Emigracji



fol. Bogna Kociumbas

Muzeum Emigracji

oraz liczne spotkania ze środowiskiem podróżniczym i reporterskim. Prowadzi księgarnię, wydaje własne publikacje zbierające wybitne głosy ze środowiska akademickiego i artystycznego oraz współpracuje z kinem studyjnym, które tutaj znalazło swoją lokalizację.

Szeroki zakres działalności prowadzonej przez Muzeum Emigracji sprawia, że oferta instytucji jest wciąż świeża i atrakcyjna zarówno dla mieszkańców Trójmiasta i okolic, jak i turystów z całego świata. Miejsce stało się centrum kulturalnym, które na kanwie wieloletniego dziedzictwa lokalnej historii i tradycji proponuje nowe, syntetyczne spojrzenie na rolę współczesnej instytucji muzealnej jako ośrodka żywo zaangażowanego w popularyzację wiedzy oraz promocję regionu.



fol. Bogna Kociumbas

PODSUMOWANIE

Pokazane przykłady w sposób jednoznaczny udowadniają, jak duże znaczenie dla promowania atrakcyjności danego miejsca mają nowe muzea. Wyraźnie widoczna jest potrzeba kreatywnego wykorzystania możliwości, jakie oferują lokalne tradycje i historie, składające się w całość dziedzictwa charakterystycznego dla danego miejsca.

Umiejętne wyeksponowanie specyficznych dla obszaru walorów owocuje stworzeniem landmarku – miejsca, które z czasem staje się rozpoznawalne i stanowi swego rodzaju wizytówkę regionu. Wymiernie obrazuje tę zależność przypadek krośnieńskiego Centrum Dziedzictwa Szkła i systematyczny wzrost liczby turystów zaobserwowany po jego otwarciu. Budowa nowego obiektu muzealnego nie jest tanią inwestycją; zazwyczaj konieczne jest łączenie różnych źródeł finansowania, takich jak np. budżet miasta czy gminy, fundusze europejskie lub dotacje celowe. Nierzadko wymagane jest też sprowadzenie na drugi plan bieżących potrzeb, jak miało to miejsce w Markowej. Dzięki elastyczności władz i przetrzymaniu chwilowych niedogodności możliwe było powstanie atrakcyjnego obiektu światowej klasy, który niezmiennie stał się celem polskich i zagranicznych wycieczek turystycznych. Nie zawsze na potrzeby utworzenia muzeum niezbędne jest budowanie nowych obiektów – przykłady Centrum Hewelianum i Muzeum Emigracji dobitnie pokazują, iż umiejętnie wykorzystane dziedzictwo i historia danego miejsca mogą stanowić swego rodzaju promocyjno-turystyczne *perpetuum mobile*. Liczby mówią same za siebie: w obu obiektach rokrocznie frekwencja liczona jest w setkach tysięcy, a odwiedzający to nie tylko turyści, lecz także mieszkańcy przyciągnięci wydarzeniami organizowanymi wokół ekspozycji. Środki przeznaczone na ich kampanie promocyjne często osiągają wielokrotnie większą wartość reklamową niż pierwotny nakład. Kluczem do sukcesu nie jest jednak płatna emisja reklam, ale kreacja w palcówkach takich wydarzeń, które same w sobie będą budzić zainteresowanie mediów i stanowić magnes atrakcyjności.

Działalność wymienionych wyżej placówek przynosi także efekty w postaci wielu nagród i wyróżnień. Koncepcja odbudowy i adaptacji zabytkowego budynku Muzeum Emigracji wraz z jej realizacją została w 2016 r. uhonorowana nagrodą *Zabytek Zadbany*. Z uwagi na wybitne walory architektoniczne i wysoki standard budynku Muzeum Polaków Ratujących Żydów podczas II wojny światowej im. Rodziny Ulmów cieszy się tytułem *Najlepszej Budowy Podkarpacia 2015 roku*. Placówka została także doceniona w plebiscycie *Top Inwestycje Komunalne 2016*, mającym na celu wyróżnienie najlepszych inwestycji komunalnych oraz docenienie tych, którzy dzięki odważnym, prorozwojowym decyzjom osiągnęli inwestycyjny sukces. Z uwagi na rozmach i profesjonalizm wykonanej rewitalizacji, a także ideę zaadaptowania obiektów pofortecznych w kreatywny sposób Centrum Hewelianum zostało okrzyknięte jednym z *7 Cudów Funduszy Europejskich*. Krośnieńskie Centrum Dziedzictwa Szkła może szczycić się tytułem *Turystycznego Produktu Roku 2017*, a działania promocyjne towarzyszące jego otwarciu zdobyły zaszczytne II miejsce w ogólnopolskim konkursie *Siła promocji – siła projektu* organizowanym przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.

Zainteresowanie generowane przez nowoczesne obiekty muzealne jest ogromne. W myśl popularnej dzisiaj zasady „bawiąc – uczysz” pozwalają one w angażujący sposób zdobyć nową wiedzę, dzięki czemu znajdują się w czołówce miejsc, które koniecznie trzeba zobaczyć. Muzea stanowią odporne na niepogodę produkty turystyczne będące znakomitym towarem eksportowym. Obecna zmiana w prawodawstwie zakazująca handlu w niedziele z pewnością ożywi obecny już trend nowoczesnej turystyki muzealnej – warto go wykorzystać i promować dany obszar za jego pomocą! Nie będzie to promocja „pusta”, w ślad za nią bowiem zawsze idzie pełnowartościowy produkt przemysłu czasu wolnego, który pozwala lepiej zrozumieć *genius loci* miejsca, gdzie powstało nowe muzeum. ◀