

MATEJ MOHORIČ PETERNELJ

## ORGANIZACIJSKI IN TRŽENJSKI VIDIKI IZVEDBE ŠKOFJELOŠKEGA PASIJONA 2015

V času od 21. marca do 12. aprila 2015 je bil po šestih letih v Škofji Loki ponovno uprizorjen Škofjeloški pasijon (v nadaljevanju ŠP). Izvedenih je bilo osem veličastnih predstav pasijonske procesije (21., 22., 27., 28. in 29. marca, ter 6., 11. in 12. aprila), ki si jih je ogledalo nekaj več kot 23.000 ljudi. Predhodno sta bili izvedeni 15. marca še predgeneralka, ter 20. marca še generalka. Skupaj s podatki o obiskanosti predhodnih uprizoritev ŠP v letih 1999, 2000 in 2009 lahko z zadovoljstvom ugotovimo, da si je ŠP do sedaj ogledalo več kot 100.000 ljudi, kar je lep dosežek vseh dosedanjih ekip. Takšen obisk pomeni tudi veliko promocijo za Občino Škofja Loka kot glavnega organizatorja uprizoritev. Sama operativna izvedba ŠP 2015 je bila administrativno vodena preko Zavoda za kulturo Škofja Loka, kar je omogočilo večjo preglednost nad projektom in pridobitev nepovratnih državnih sredstev v višini 40.000 evrov.

Priprave in same uprizoritve ŠP za nekaj časa spremenijo Škofjo Loko, ki se odene v neko drugo, posebno podobo, v kateri je še bolj kot sicer občutiti čar zgodovinskega mesta. V njej plapolajo pasijonske zastave, v starem mestnem jedru opazimo tematsko urejene izložbe, Radio Sora v velikem pričakovanju stalno poroča o pripravah na uprizoritev, v lokalnih, regionalnih in nacionalnih medijih poročajo, da se v Škofji Loki pripravlja nekaj velikega. Organizirani so številni dogodki, povezani s pasijonsko tematiko, ozračje je naelektreno, pasijonska pisarna je napolnjena s požrtvovalno ekipo, telefoni organizatorjev pregorevajo. Pasijonski prostovoljci se zbirajo v Pasijonskem taboru v nekdanji kasarni na številnih vajah s kostumografii, lektorjem, koreografii, dramaturgom in drugimi strokovnimi sodelavci, ki jih je okoli sebe zbral režiser ŠP 2015, novopečeni gledališki diplomant Milan Golob.

V prispevku podajam nekatere podrobnosti iz organizacije in trženja ŠP, za kar sem bil zadolžen, z namenom, da se še enkrat spomnimo in zavemo obsežnosti in zahtevnosti izvedbe ŠP in seveda tudi z namenom, da se, skupaj z ekipami, ki so delovale predhodno in bodo delovale za nami, učimo in ne ponavljamo istih napak. ŠP zaradi obsežnosti »ponuja« možnosti za veliko število napak, ki pa se

ne smejo zgoditi, saj popravnega izpita ni. Zato mora organizator natančno načrtovati ključne aktivnosti in spretno krmariti v komunikaciji z različnimi deležniki, ki sodelujejo pri izvedbi.

Ljudje morajo ekipi, ki jo vodi, zaupati, da je iskrena, požrtvovalna in kompetentna za izvedbo tako obsežnega projekta. Mislim, da nam je odziv številnih prostovoljcev, ki so se javljali za sodelovanje, sproti potrjeval, da smo na pravi poti. Problemov je bilo sicer veliko, pa vendar nam jih je uspelo z dobro organizacijo in komunikacijo v veliki meri uspešno reševati.

### **Doprinosi (doneski) Škofjeloškega pasijona 2015**

Uprizoritev ŠP 2015 je k dosedanjim uprizoritvam doprinesla novo vrednost predvsem na naslednjih področjih:

- Na področju dramske uprizoritve je bil v sodelovanju z lektorjem Ludvikom Kalužo dan velik poudarek na analizi jezika, izgovorjavi ter posledično večji razumljivosti govornih vlog.
- Režiser je v sodelovanju z drugimi strokovnimi sodelavci (dramaturgom, koreografi, povezovalci prizorov...) poskrbel za odlično pripravljenost ter usklajenost igralcev in drugih sodelujočih pri uprizoritvi.
- Tehnična prilagoditev izvedbe za gluhe in naglušne ter slepe in slabovidne na prizorišču D (Kašča).
- Celotno dodatno ponudbo spominkov in kulinarike smo organizirali na prenovljenem Cankarjevem trgu, ki se je izkazal kot zelo primerna lokacija za ta namen.
- Izjemno bogat program spremljevalnih dogodkov na Škofjeloškem, od Žirov do Železnikov, je prikazal širok spekter vsebin, ki jih je mogoče najti v Škofjeloškem pasijonu. Med drugim smo prvič v Škofji Loki imeli razstavo pasijonskih jaslic v sodelovanju z Romarskim uradom Brezje.
- Zasnovana in prehojena je bila nova romarska trasa – Romanje po Romualdovi poti od Štandreža do Celja ter od Celja do Škofje Loke. Romanje je bilo izvedeno v sodelovanju s Prosvetnim društvom Sotočje Škofja Loka ter Društvom šmarničnih romarjev Šmar iz Žirov in je bilo tudi odlično medijsko podprto, saj smo imeli z mediji dogovore, da stalno spremljajo romarje, ki so se oglašali z različnih lokacij. Pasijonska promocijska ekipa je romarje na dogovorjenih lokacijah pospremila s stojnico dobrodošlice, ki so jo obiskali tudi številni farani iz različnih vasi na tej romarski poti.
- Prepoznana in obeležena je bila obletnica smrti patra Romualda, in sicer 22. aprila, ki naj se tudi v medpasijonskem obdobju prepozna kot pomemben dan, na katerega se lahko vsako leto zaključijo dnevi ŠP (t.i. Romualdov dan).

- Zasnovana in izvedena je bila promocijska tura ŠP po slovenskih mestih (župnijah), ki lahko v neki smiselni obliki ali preobleki tudi v medpasijonskem obdobju pomeni cenovno ugodno ter učinkovito promocijsko orodje.
- V sodelovanju z NET-TV iz Maribora je bil pripravljen dokumentarec o Škofjeloškem pasijonu, ki je v obširni enourni oddaji na zanimiv način z izborom relevantnih sogovornikov osvetlil ozadje nastajanja tega in prejšnjih Škofjeloških pasijonov. Želja je, da bi v naslednjih letih tak dokumentarec pripravila ter predvajala tudi nacionalna televizija.
- V Škofji Loki se je v času priprav na uprizoritev prvič predstavil tudi Štandrež, rojstni kraj avtorja ŠP. Želja je, da sodelovanje med Škofjo Loko in Štandrežem postane v bodočih letih tesnejše in da bo križ upanja med krajema, ki so nam ga ob srečanju podarili, kmalu dobil svoj prostor v mestu.
- Izjemno veliko pohval je bilo deležno področje kostumografije, ki ga je tradicionalno vodila Nada Slatnar. Potrebno je bilo opraviti bistveno več dela od izhodiščne ocene, vendar se je na koncu delo zelo obrestovalo v občudovanju gledalcev.

### **Izvedba trženja in prodaje vstopnic**

Uprizoritev ŠP stane, poenostavljeno rečeno, okoli pol milijona evrov, točneje 471.156,80 EUR skupaj z DDV. Večino potrebnih sredstev smo zbrali s prodajo vstopnic, kar je nanese 229.970,70 EUR. Poleg tega pa se je finančna konstrukcija zapirala še s prihodki od sponzorjev in donatorjev v višini 42.987 EUR, z nepovratnimi državnimi sredstvi od Ministrstva za kulturo v višini 40.000 EUR in od Zavoda za zaposlovanje za sofinanciranje programa javnih del v višini 8.728,52 EUR. Drugi prihodki in vračilo DDV so znašali 24.946,19 EUR, sredstva iz občinskega proračuna pa 146.563,87 EUR. Skupnih prihodkov je bilo tako za 493.196,28 EUR.

Trženje smo zasnovali po vzoru aktivnosti iz predhodnih uprizoritev, s tem, da smo takoimenovani trženjski miks in sporočila prilagajali novim ekonomskim okoliščinam in dejstvu, da gre sedaj že za četrto uprizoritev. To dejstvo za trženje po eni strani pomeni dobro novico, saj postaja ŠP vedno bolj prepoznaven, po drugi strani pa ljudje potrebujejo več argumentov, da si pridejo ponovno pogledat predstavo, ki so jo že videli.

Pri trženju smo se poskušali v čim večji meri usmerjati na zaključene skupine, kot so župnije, kulturna in verska društva, turistične agencije, društva upokojenec, šole, na zamejske Slovence, pobratena in partnerska mesta, združenja, katerih članica je Škofja Loka, na večja podjetja, sindikate in tako dalje. Zaključene skupine smo nagovarjali s kombinacijo neposredne pošte ter telefonskega trženja.

Poleg tega smo prek množičnih medijev informirali splošno javnost. Po načelu postopnosti smo v letu 2014 pričeli predvsem z izvedbo različnih dogodkov v povezavi z različnimi mediji, ki so poročali, da se v Škofji Loki pripravlja velika uprizoritev po šestletnem premoru. S proaktivnim pristopom smo uspeli spodbuditi brezplačne prispevke o Škofjeloškem pasijonu v vseh pomembnejših slovenskih medijih (Radiotelevizija Slovenija, POP TV, Kanal A, NET TV, Val 202 ter na številnih regionalnih radijskih postajah kot tudi spletnih portalih, npr. na zelo branem [www.siol.net](http://www.siol.net)). Objave smo dosegli tudi v tujih medijih, celo na spletni strani CNN, pa v raznih turističnih medijih, do katerih smo prišli v sodelovanju s slovensko turistično agencijo oz. SPIRIT-om, pod katerega spada. Na tem mestu bi še posebej pohvalil sodelovanje z gospodom Janom Ciglencečkim, ki nam je nudil veliko pomoč pri mednarodni promociji.

Z vstopom v leto 2015 smo postopoma dodajali plačane oblike oglaševanja, ki so svoj vrh dosegle nekaj tednov pred uprizoritvami in so trajale do zaključka predstav.

Za komuniciranje smo tako uporabljali predvsem naslednje kanale: oglaševanje na jumbo plakatih v sodelovanju s podjetjem Europlakat, ki nam je ponudilo zares ugodne pogoje, uredniške objave na televizijah, radijsko oglaševanje na različnih nacionalnih in regionalnih radijskih postajah, na tiskovnih konferencah, oglaševanje v tiskanih medijih, distribucija brošur, plakatov, nastopi na sejmih, dogodkih in turističnih borzah, pasijonska tura po slovenskih mestih, spletno komuniciranje s prenovo spletne strani.

Vstopnice smo prodajali preko mreže Eventim, ki je omogočala najboljšo teritorialno pokritost in s tem dostopnost najširšemu krogu zainteresiranih. Poleg tega smo preko Eventim sistema vstopnice prodajali tudi neposredno iz Pasijonske pisarne na Mestnem trgu 16, saj se je tam oglasilo mnogo ljudi in spraševalo to in ono v zvezi z uprizoritvami.

Kdor je vstopil v Pasijonsko pisarno v času priprav na uprizoritev, ve, da je bilo tistih nekaj kvadratnih metrov, ki smo jih imeli na voljo, bistveno premalo za takšno število ljudi. Ampak k temu dodajam, da je to tudi nek čar dela na Škofjeloškem pasijonu. Organizacijska ekipa namreč ta Pasijon, ta težak križ, zelo dobro in neposredno občuti – velikokrat pride trenutek, ko imaš občutek, da je vsega preveč, da ne bo šlo, za povrh udari tudi kakšen bič od zunanjih zlobnih jezikov... Pa vendarle stisneš zobe in na koncu doživiš tudi nekakšno odrešenje, ko se vse izide bolj ali manj po načrtih.

Na področju trženja smo precejšen napredek dosegli s pridobivanjem sponzorskih sredstev, kar je lahko dobra popotnica za bodoče uprizoritve. Prenovili smo sponzorske pakete, ponudili več in boljše ugodnosti ter pridobili sledeče sponzorje: zlati sponzor je postal Knauf Insulations, sponzor prizorišč podjetje

LTH Ulitki, Sponzor + paket je izbralo podjetje Petrol, osnovni sponzorski paket so izbrali Marmor Hotavlje, Indramat, Avtoservis Paulus, Pivovarna Union. Za paket mali sponzor smo pridobili podjetja Lotrič, Domel, Sibo, Elektro Gorenjska, Optiweb. Določena sredstva so nam donirali tudi iz Loške komunale, podjetja Filc ter gospod Frank Osredkar iz Kanade. Veliko vlogo so odigrali medijski sponzorji, in sicer Europlakat, Dnevnik, Gorenjski glas, Družina, Slovenia Times in Radio Sora.

### **Organizacijska izvedba**

ŠP ne bi bilo brez številnih prostovoljcev, ki so sodelovali pri dramski uprizoritvi in tistih prostovoljcev, ki so sodelovali na področju organizacije uprizoritve in promocije. Skupaj nas je bilo nekaj čez 1200, med njimi okoli 80 konjenikov, ki vedno dodajo poseben čar. Še posebej pomembno vlogo so imeli vodje različnih skupin, tako na organizacijskem kot na dramskem področju. Brez vodij, ki so pripravljeni prevzemati zahtevno delo, ŠP ne bi bil izvedljiv, zato je vsem sodelujočim potrebno še enkrat izraziti veliko ZAHVALO za opravljeno delo.

V Pasijonski pisarni na Mestnem trgu 16, ki se je odprla 9. septembra 2014 (na isti dan kot v letu 2009 z željo, da ta dan postane tradicionalen dan za odpiranje pasijonske pisarne tudi v letu 2020), smo delovali: Matej Mohorič Peternelj kot vodja projekta; Milan Golob kot režiser; Alenka Golob, sodelavka v promociji; Kitka Koprivnikar, sodelavka za organizacijo dogodkov; Nada Triller, telefonsko trženje za zaključene skupine; Katja Frelih, izdaja pasijonskih izkaznic, koordinacija oskrbe, dokumentacija v zvezi s prijavo uprizoritev na Upravni enoti, vodja prizorišča C; Tjaša Celestina, urejanje liste sodelujočih; Tatjana Benedičič, organizatorica dramskih vaj.

Izven Pasijonske pisarne pa so delovali naslednji vodje organizacijskih področij, pod požrtvovalnim vodstvom vodje organizacije Andreja Freliha: Borut Bernik, vodja prizorišča A; Matjaž Hafner, vodja prizorišča B; Katja Frelih, vodja prizorišča C; Zvone Gartner, vodja prizorišča D; Minca in Bojan Rihtaršič, vodji scenografije; Anton Maček, vodja rediteljev; Alojz Križnar, vodja parkirišč; Katja Podlipnik, vodja informatorjev; Minka Krajnik, vodja Pasijonskega tabora s pomočnico za področje organizacije kostumov Ivanka Tavčar; Tončka Štremfelj Triler, voditeljica oskrbe (hrana, pijača za sodelujoče).

Za veliko število koristnih informacij se zahvaljujem tudi vodji projekta ŠP 2009 Romani Bohinc in takratnemu vodji organizacije Tomažu Paulusu.

Poleg navedenih sodelavcev smo tesno sodelovali tudi z različnimi podjetji, ki so nam nudila svoje usluge pod »pasijonskimi pogoji«. Na tem mestu ne morem izpostaviti vseh, ki so nam prišli naproti, pa vendarle bi omenil podjetje Mops, ki je poskrbelo za zelo kakovostno snemanje večerne predstave, Elektroinštalacije

Triller Jožef s.p., Avtovleka Anteks Strojan Janez, s.p., podjetje Šink, Zeleni vrt – Urška Kovač Mrak s.p. za lično ureditev sejemske predstavitve na sejmu TIP v Ljubljani ter seveda Radio Sora s številnimi objavami in pobudami za promocijo. Zahvala gre tudi vsem zdravnikom in zdravstvenim tehnikom, gasilcem in policistom, ki so skrbeli za varnost sodelujočih in gledalcev.

Ključna za izvedbo je bila seveda vsakokratna vremenska napoved. Bili smo v neposrednem stiku z dežurnim meteorologom, ki nam je ponudil do tedaj znane informacije. Na tej osnovi smo se odločili, ali uprizoritve izvedemo ali ne. Čeprav smo vse uprizoritve kot po čudežu ostali suhi, smo se organizatorji večkrat tresli, ali se bo izšlo ali ne. Pred šolsko predstavo je dopoldan precej deževalo in dobivali smo veliko klicev in celo trših besed, naj uprizoritev prestavimo. Vendar se je napoved izkazala za zelo točno in po 13. uri je res prenehalo deževati, kar je bil še ravno pravi čas, da so se tribune posušile in je bila uprizoritev normalno izpeljana. Tudi za velikonočni ponedeljek nismo dobili zanesljive napovedi, da bomo ostali suhi. Ker je bila verjetnost dežja v terminu uprizoritve vseeno sprejemljivo nizka, smo se odločili za uprizoritev, kar se nam je obrestovalo in zopet smo ostali suhi, čeprav je zjutraj v Selcih snežilo, pa tudi v drugih slovenskih krajih je bilo vreme deževno. Le v Škofji Loki je v času uprizoritev posijalo celo malce sonca in prav veselje je bilo gledati številne množice, ki so prek Cankarjevega trga in številnih stojnic s tematsko ponudbo prihajale na prizorišča.

### **Škofjeloškemu pasijonu 2021 na pot**

ŠP spada med najdragocenejšo slovensko kulturno dediščino, zato terja njeno negovanje in razširjanje prepoznavnosti veliko odgovornost. Ker s Škofjeloškim pasijonom v prvi vrsti upravlja Občina Škofja Loka, si želim, da bi bil ŠP uvrščen v politične programe vseh strank, ki delujejo v občinskem svetu in ne le pri tistih, ki so nagnjene bolj v to ali ono politično stran. Žal na mnogih predvolilnih perspektivah, ki so jih lokalni politični veljaki jeseni 2014 pošiljali na domove občanov, nisem zasledil niti omembe ŠP, čeprav smo ravno vstopali v pasijonsko leto in bi vsi morali uprizoritev te kulturne dediščine podpirati, kar se mi zdi žalostno in hinavsko.

Žalostno je tudi, da po sedemnajstih letih, odkar je bil ŠP v »novi dobi« zopet uprizorjen na Mestnem trgu, še vedno ni predstavitvene sobe, kjer bi se vsak zainteresirani mimoidoči lahko seznanil s to veličastno kulturno dediščino, temelječo na prostovoljcih in prejel osnovne informacije o bodočih uprizoritvah. Upam, da bo takšna soba čim prej urejena, kot je bilo obljubljeno ob zaključku zadnjih uprizoritev. V Radovljici, kjer je doma najstarejša slovenska komedija, imajo na primer Linhartovo dvorano, poleg tega je spominski kip avtorju postavljen na vidno loka-

cijo v središče mesta. Tako oče Romuald kot tudi vsi pasijonci in Škofja Loka kot mesto bi si zaslužili, da se Pasijon v Škofji Loki pogumneje obelodani.

Uprizoritve v jubilejnem letu 2021 bodo zagotovo nekaj posebnega, saj bo tega leta Škofja Loka gostiteljica skupščine Europassion-a. Upamo, da nam bo do takrat uspel tudi vpis na UNESCO-v seznam nesnovne kulturne dediščine. Ob tej priliki bi rad opozoril na vse večja pričakovanja, ki jih ima zlasti strokovna pa tudi laična javnost do uprizoritev. Leta 2021 bo na vrsti četrti cikel (z letom 2000 peti) uprizoritev, ki skupaj z jubilejem postavlja količek pričakovanj še nekoliko višje kot v letu 2015. Res je, da je za ŠP dobro, da raste tako po številu obiskovalcev kot po kakovosti uprizoritev.

Hkrati pa se z rastjo pričakovanj lahko ujamemo v zanko, ki za rezultat ponudi kič, namesto kakovostne predstave in spremljevalne ponudbe v pasijonskem duhu. Uprizoritve v letu 2015 so bile skupaj z organizacijo in spremljevalno ponudbo po ocenah strokovnega sveta izpeljane na visokem nivoju. Prepoznali smo številne elemente, ki tvorijo pasijonsko platformo in organizirali niz številnih dogodkov, ki se tematsko navezujejo na pasijon. Menim pa, da za uprizoritve v letu 2021 ni potrebno organizirati vsega, kar je bilo v 2015 in še več, ampak se je potrebno vrniti korak nazaj – kot dober kipar, ki odvzame odvečno glino, da na koncu nastane estetski izdelek.

Poleg navedenega bo uspešnost naslednje uprizoritve odvisna tudi od dveh dejavnikov:

- Kako dobro bo poskrbljeno za pasijonsko skupnost v medpasijonskem obdobju 2016–2020 ?

Ogromno število prostovoljcev, ki jih povezuje ŠP, ponuja neskončno število možnosti, da se tudi v medpasijonskem obdobju vzdržuje pasijonska kondicija ter ohranjajo vezi med sodelujočimi. V ta namen je potrebno določiti centralnega koordinatorja, ki bo izvajalce in vsebine sistematično povezoval. Odgovornost za vzpostavitev takšnega koordinatorja je na Občini, seveda pa lahko operativno izvedbo v dogovoru z Občino opravlja tudi katera od že vzpostavljenih institucij – npr. Prosvetno društvo Sotočje, Loški muzej, Turistično društvo, Sokolski dom, ipd.

- Kako dobro bo ŠP promoviran v obdobju do naslednje uprizoritve?

Na predstavitvi zaključnega poročila občinskemu svetu se je omenjalo željo, da bi v Škofjo Loko prišlo 500 avtobusov gostov iz tujine. Takšen cilj je seveda pretiran, saj bi to pomenilo, da vse kapacitete na tribunah zasedejo obiskovalci iz tujine. Vsekakor pa je delež obiskovalcev iz tujine možno nekoliko povečati predvsem s sistematičnim delom na promociji v času med uprizoritvami. Problem promocije v tujini je tudi, da so uprizoritve odvisne od vremena, zato obiskovalci iz bolj oddaljenih evropskih krajev ne morejo in nočejo tvegati dol-

ge poti ob možnosti, da uprizoritve ob njihovem prihodu v Škofjo Loko sploh ne bo. Seveda pa to ne pomeni, da ŠP v tujini ni smiselno promovirati. Takšna kulturna dediščina je za marsikoga zadosten motiv, da obiše Škofjo Loko tudi v času, ko ni uprizoritev. Seveda pa mu moramo znati tudi v tem času ponuditi del pasijonske izkušnje in doživetja. Poleg promocije v tujini obstaja kar nekaj rezerve tudi na področju stalne promocije v Sloveniji. Potrebno bi bilo ohranjati stike z različnimi društvi, župnijami in drugimi zaključenimi organizacijami, organizirati razstave v postnem in velikonočnem času po vsej Sloveniji, se obiskovati in izmenjavati mnenja, izkušnje, kontakte. Tako bi mreža zainteresiranih za ogled ŠP 2021 rasla in ne bi leta 2020 zopet »štartali od začetka«, potem pa modrovali, česa vsega nismo naredili in kdo je odgovoren za to. Naj zmaga pasijonski duh in naj se na tem področju naredi tako želeni preskok, da bo tudi zadovoljstvo ob naslednji uprizoritvi lahko še večje.



V garderobi Pasijonskega tabora. Stojijo z leve: Marija Pokorn, garderoberka; Minka Krajnik, vodja garderobe; Ivanka Tavčar, garderoberka; Milan Golob, režiser; Štefka Krajnik in Francka Pokorn, garderoberki; manjka Vida Šubic, garderoberka. Za mizo sedi kostumografinja Nada Slatnar. Foto: Aleš Jezeršek