



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,  
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI STRUKTURNI  
IN INVESTICIJSKI SKLADI  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST



Kulturni dom  
Franca Bernika  
Domžale

## Predlog marketinške strategije za Slamnikarski muzej Domžale

Pripravili: študentska ekipa projekta KUL DEDI DIGIT

Zapisali: Nataša Konjar in Veronika Vovk

Študentska ekipa: Nataša Konjar, Tina Petan, Ana Robič Zima,

Sašo Ritlop, Samo Ritlop, Petra Škabar, Veronika Vovk, Manca Uršič in Luka Kandus

Pedagoški mentor 1: doc. dr. Natalija Majsova

Pedagoški mentor 2: doc. dr. Matjaž Škabar

Delovni mentor 1: dr. Gabrijela F. Bauer

Delovni mentor 2: Katarina Rus Krušelj

Ljubljana, 2017

## Kazalo

Uvod: o projektu KULT DEDI DIGIT – Transformacija in implementacija lokalne slamnikarske dediščine Domžal v sodobne digitalne in druge produkte .....	1
Povzetek izhodišč: Slamnikarska dediščina Domžal kot poslovna priložnost .....	2
Opis Slamnikarskega muzeja .....	3
Priložnosti .....	3
Ciljni trgi.....	3
Konkurenčne prednosti .....	3
Specifike managerske ekipe .....	4
Obstoječa marketinška strategija.....	4
Povezava Slamnikarskega muzeja Domžale in mednarodnega slamnikarstva po svetu.....	4
Prednosti povezovanja slamnikarskega muzeja in mednarodnega slamnikarstva po svetu .....	5
Analiza panoge .....	6
Slamnikarstvo nekoč in danes .....	6
Slamnikarstvo po svetu .....	6
Povzetek raziskave trga .....	8
Rezultati anket s slamnikarskega sejma .....	10
Predlog marketinške strategije .....	12
Osnovne priložnosti in smernice za promocijo domžalskega slamnikarstva .....	12

## **Uvod: o projektu KULT DEDI DIGIT – Transformacija in implementacija lokalne slamnikarske dediščine Domžal v sodobne digitalne in druge produkte**

Visoka poslovna šola ERUDIO, Kulturni dom Franca Bernika in oblikovalka dr. Gabrijela Fužir Bauer smo si zastavili skupen cilj; slamnikarsko kulturno dediščino bomo posodobili, preoblikovali in integrirali v sodobne oblikovalske ter turistično-doživljajske poslovne modele. V okviru projekta, ki ga v okviru sheme Po kreativni poti do znanja financirata Evropski socialni sklad in Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport RS, želimo pokazati, kako aktualna je (lahko) dediščina slamnikarstva, in kako lahko služi kot podlaga za nove izdelke in digitalne aplikacije. Projekt smo poimenovali KUL DEDI DIGIT (kulturna dediščina digitalno). Slamnikarstvo kot lokalno in nacionalno industrijsko dediščino imamo namen vključiti v doživljajske, turistične, izobraževalne in zabavne zgodbe interaktivnih aplikacij za mobilne telefone in splet, za katere bomo oblikovali tako načrt uporabniške izkušnje kot tudi grafično podobo. Poleg tega bomo v okviru projekta razvili in organizirali razstavo prototipov sodobnih uporabnih izdelkov (nakit, torbe, svetila, izdelki za interier...), ki vključujejo slamo kot trajnostni material. Tradicionalne rokodelske tehnike obdelovanja in oblikovanja slame smo pri tem nadgradili z novimi inovativnimi in sodobnimi oblikovalskimi tehnikami ter likovnimi koncepti. Izvajanje in rezultate vseh kreativnih aktivnosti na področju digitalnih produktov in uporabnih izdelkov smo na podlagi poslovnega načrta, ki smo ga razvili posebej za Slamnikarski muzej v Domžalah, povezali v skupno turistično in oblikovalsko ponudbo tako za lokalno kot mednarodno publiko ter na ta način pomlajeno in osveženo kulturno dediščino približali širši publiki. Na ta način si prizadevamo obogatiti turistično ponudbo, prepoznavnost ter poslovni potencial domžalske rokodelske in industrijske dediščine.

## **Povzetek izhodišč: Slamnikarska dediščina Domžal kot poslovna priložnost**

Glavni razlog za izdelavo te marketinške strategije je prepričanje, da ima slamnikarstvo v Domžalah presežno vrednost, saj je pomemben del lokalne in regionalne kulturne in industrijske dediščine. Delovanje Slamnikarskega muzeja v Domžalah vodi želja po ohranjanju slamnikarske dediščine, obujanju in širjenju le-te. Izhajajoč iz te želje bomo v tem dokumentu poskusili prikazati, kako aktualna je lahko dediščina slamnikarstva, in kako lahko služi kot podlaga za nove izdelke in digitalne aplikacije. Slamnikarsko kulturno dediščino bomo posodobili, preoblikovali in integrirali v sodobne oblikovalske ter turistično-doživljajske poslovne modele.

Poslovna priložnost tako po našem mnenju in na podlagi naše raziskave izvira predvsem iz bogate in daleč nazaj segajoče dediščine ter visoko motivirane ekipe Slamnikarskega muzeja v Domžalah.

Realizacijo pričujoče marketinške strategije bo vodil Slamnikarski muzej v Domžalah. Ta že deluje na slovenskem trgu, a le na majhnem območju blizu Ljubljane, in sicer v Domžalah in njihovi okolici. Povezuje se z bližnjimi osnovnimi in srednjimi šolami in s prebivalci Domžal, med kratko- in srednjeročne načrte pa uvršča tudi željo po širitvi prepoznavnosti tudi drugod po Sloveniji in morda s časom tudi v tujino.

Dolgoročno rast in razvoj SMD zagotavljajo sledeče aktivnosti:

- Sledenje trendom.
- Aktivno vključevanje osnovnih in srednjih šol s cele Slovenije.
- Izdelava in nadgrajevanje spletne strani.
- Povezovanje z zanimivimi aktivnostmi razlikujočimi se glede na letni čas, praznike.
- Trženjem izvirne zgodbe.
- Povezovanjem z drugimi pravnimi in fizičnimi osebami, ki so povezane s slamo.

V nadaljevanju podrobneje analiziramo slamnikarsko dediščino kot poslovno priložnost z vidika trenutne sestave in delovanja SMD, z vidika panoge in z vidika raziskave trga. Nato navajamo analizo aktivnosti, izvedenih v okviru projekta KUL DEDI DIGIT, z vidika dobrih marketinških praks. Poročilo zaključimo s strateškimi priporočili za nadaljnje marketinške aktivnosti SMD.

## **Opis Slamnikarskega muzeja**

Slamnikarski muzej Domžale je bil odprt leta 2012 in je v tako kratkem času na tem področju naredil ogromen napredek. Uspešno se povezuje z muzeji po Evropi in ohranja stike, kar pripomore k prepoznavnosti slamnikarstva Slovenije v svetu. Obenem pa skrbi za stalno razstavo »300 let slamnikarstva na Slovenskem«, za razstave slamnikov, orodij, naprav, fotografij in različnih dokumentov, ki so povezani s slamnikarstvom na Slovenskem. Mnogo predmetov so podarili ali dolgoročno posodili potomci in dediči nekdanjih slamnikarskih obrtnikov in tovarnarjev, večina so bila odkupljena od domžalskega zbiratelja Matjaža Brojana ter sposojena od Medobčinskega muzeja Kamnik. Zaradi potrebe po ohranitvi in priprave slamnikarske zbirke je bil oblikovan tudi študijski krožek. Članom krožka je slamnikarstvo pomenilo ljubiteljski raziskovalni izziv. Vse predmete, ki so bili v zbirki, je bilo potrebno pregledati, ovrednotiti njihov pomen in predvideti mesto postavitve. Danes teče že peto leto muzejskega programa, ki ga vodi Kulturni dom Franca Bernika Domžale: različne delavnice, druženja, pogovori, izobraževanja in predavanja, ki pripomorejo k izobraževanju in ozaveščanju prebivalcev o pomembnosti spoštovanja in ohranjanja kulture slamnikarske dediščine.

### ***Priložnosti***

Slamnikarski muzej v Domžalah ima po povzetku narejene SWOT analize kar nekaj priložnosti na trgu.

Muzej stoji ob razviti javni transportni infrastrukturi. Domžale so dosegljive z vlakom ali z avtobusom, saj je območje razmeroma gosto poseljeno. Domžale stojijo blizu glavnega mesta Slovenije, Ljubljane, kar pomeni dobro prometno povezavo z večjimi mesti.

Domžale in okolica imata bogato tradicijo slamnikarstva. Stavbe bivših tovarn slamnikov so zgoščene na razmeroma majhnem prostoru, kar je dobra priložnost za izvajanje Slamnikarske poti po Domžalah. Pot nudi ogled bogate arhitekturne zapuščine.

Trenutno smo priča rastočemu zanimanju za lokalne in ekološke izdelke, kar so ugodne okoliščine za trženje slamnikarske dediščine.

### ***Ciljni trgi***

SMD si prizadeva pritegniti predvsem Domžalčane in druge prebivalce Slovenije, katerih starost ima razpon od osnovnošolcev pa vse do starejših občanov v pokoju.

### ***Konkurenčne prednosti***

- Posredna povezanost s Slamnikarsko potjo je tudi ohranjanje etnografske dediščine : oživljanje običajev preko društev, prireditev in razstava (Slamnikarski muzej, Slamnikarski sejem, izdelovanje slamnikov, Menačenkova domačija).
- Možnost prodaje lastnih izdelkov v muzeju.
- Dostop do arhivskega gradiva, predvsem do obsežnega arhiva zanimivih slamnikarskih zgodb.
- Razmeroma nizki stroški izdelave slamnikov.
- Povezovanje z okoliškimi šolami.
- Organizacija delavnic in izobraževanj.
- Dobra dostopnost.
- Dobra organiziranost ogledov in tečajev.

- Dobra organizacija promocijskih aktivnosti. V okviru projekta KUL DEDI DIGIT smo prispevali k promociji SMD in slamnikarske dediščine s posodobitvijo spletne strani Slamnikarske poti, z rednim urejanjem FB strani SMD, z izdelavo prototipa mobilne aplikacije, s sodelovanjem na Slamnikarskem sejmu in s pripravo razstave sodobnih izdelkov iz slame ter simpozija o sodobnih izzivih za slamnikarstvo. Aktivno prizadevanje za modernizacijo ponudbe.
- Razvejana mreža domačih in mednarodnih partnerjev (gl. podpoglavje o mednarodnem sodelovanju).

### ***Specifike managerske ekipe***

Managerska ekipa v okviru projekta KUL DEDI DIGIT je bila majhna, vse skupaj nas je štelo dvanajst ljudi. Torej devet študentov (Nataša Konjar, Tina Petan, Ana Robič Zima, Sašo Ritlop, Samo Ritlop, Petra Škabar, Veronika Vovk, Manca Uršič in Luka Kandus), delovna mentorica dr. Gabrijela Fužir Bauer, dva pedagoška mentorja (doc. dr. Natalija Majsova, doc. dr. Matjaž Škabar). Članici osnovne ekipe sta direktorica Kulturnega doma Franca Bernika ga. Cvetka Zalokar Oražem in vodja muzejske dejavnosti oz. kustosinja Katarina Rus Krušelj. Majhnost skupine daje prednost v komunikaciji in spremenljivosti, ter fleksibilnosti glede na aktivnosti, ki se izvajajo. Vsi se med seboj dobro poznajo, kar daje občutek domačnosti, sproščenosti in motivacije.

V delovanje SMD so vključeni tudi študenti, ki poznajo sodobne trende prispevajo k vpeljevanju le teh. Študente je treba pred vključitvijo v delovanje muzeja ustrezno izobraziti o zgodovini slamnikarstva.

### ***Obstoječa marketinška strategija***

Strategija temelji predvsem na participativnem marketingu.

### ***Povezava Slamnikarskega muzeja Domžale in mednarodnega slamnikarstva po svetu***

Mednarodna povezovanja so za Slovenijo zelo pomembna z vidika ustvarjanja novih partnerstev, izmenjave znanj, vključevanja tujih načinov izdelovanja slame, pridobivanja novih stikov in spoznavanje novih, inovativnih in uspešnih praks v tujini.

Eden izmed pomembnejših obiskov za Slamnikarski muzej Domžale je bil obisk muzeja Strohmuseum im Park v kraju Wohlen v Švici. Obisk je kaj kmalu prinesel pozitivno sodelovanje med muzejema, saj je tudi muzej iz Wohlne vrnil svoj obisk na slamnikarskem sejmu in sicer kot razstavljalac. Poleg vseh tehnik, ki jih imajo razvite v Švici, pa je za Slovence predvsem pomembna ohranitev tehnike znanja o izdelavi »ihanskega« slamnika. Pri njih se poimenuje *Röhrlihut*, v Sloveniji se je ta tehnika že skoraj pozabila. Z dobrim sodelovanjem in medsebojnim partnerstvom bi nam lahko Švicarji predali ogromno znanja in tehnik. Švicarji poleg inovativnih tehnik, slovijo tudi po uporabi različnih materialov (konjska žima, ...) in po ogromni izbiri vzorcev, ki so na voljo v obliki katalogov in digitalnih vzorčnih knjig. Kljub propadu slamnikarstva v Wohlnu in okolici še ostaja spomin na to pomembno industrijsko dejavnost. Muzeja sta si ob obisku v znak zahvale izmenjala slamnika.

V neposredni bližini Berna, v Ballenbergu, se nahaja muzej na prostem, kjer je na ogled postavljenih več kot sto avtentičnih stavb iz švicarske zgodovine. Ena izmed njih je posvečena tudi slamnikarstvu, kjer je rekonstrukcija slamnikarske delavnice. V Švici je tudi ustanovljena slamnikarska fundacija, ki skrbi za povezovanje in obujanje kulturne dediščine. Mladi oblikovalci poustvarjajo nove variacije starih modelov ter izdelujejo nove iz sodobnejših materialov. V Sloveniji se je na slamnikarskem

sejmu predstavilo nekdanje podjetje Risa iz Hägglina, ki je ponovno vzpostavilo izdelovanje slamnikov z namero, da zopet postanejo modni kot nekoč.

Slamnikarski muzej Domžale se je udeležil tudi svetovnega kongresa slame v Tavankutu v Srbiji, kjer so se predstavili razstavljalci iz različnih držav z mnogimi unikatnimi izdelki iz slame. Posebnosti tavankutske umetnosti so slike iz slame, ki jo je muzej tudi dobil v dar. Na kongresu so se zbrali udeleženci iz Madžarske, Francije, Nizozemske, Švice, Ukrajine, Velike Britanije in ZDA. Vsi sodelujoči so skupaj z gostitelji v okviru različnih dogodkov predstavili karakteristike ustvarjanja s slamo lastnega območja in področja. Slamnikarski muzej Domžale je v sodelovanju s KUD Fran Maselj Podlimbarski iz Krašnje, ki ohranja živo dediščino prikazovanja tradicionalne žetve do pletenja kit iz slame, predstavil slamnikarsko tradicijo Domžal in okolice ter delovanje samega muzeja, ki deluje pod okriljem Kulturnega doma Franca Bernika Domžale.

Uspešno pa muzej sodeluje tudi z občino Koprivnica na Hrvaškem, saj sta občina Domžale in Koprivnica pobrateni občini ter si vsako leto izmenjajo prisotnost na Slamnikarskem sejmu v Domžalah in na Podravski motivi v Koprivnici.

### ***Prednosti povezovanja slamnikarskega muzeja in mednarodnega slamnikarstva po svetu***

Mednarodna povezovanja so obenem tudi priložnost za izboljšave, ki s seboj prinašajo tudi nova poznanstva in nove kontakte, ki jih muzej uspešno ohranja, nadgrajuje in neguje. Z obiski tujih muzejev in sejmov muzejski delavci pridobivajo nova znanja in kompetence, s katerimi lahko še izboljšajo ohranjanje slovenske slamnikarske dediščine. Poleg pridobivanja in izmenjave novega znanja in izkušenj, se tudi slovensko slamnikarsko tradicijo prenaša širom po svetu.

Uspešna povezovanja muzeja z drugimi društvi in muzeji se kažejo tudi preko slamnikarskega sejma, ki vsako leto poteka v Domžalah. Letos je potekalo že peto leto zapored. Poleg domačih razstavljalcev slamnatih izdelkov so prišli tudi tuji razstavljalci iz Hrvaške, Srbije in Nizozemske, kar nam priča, da so rezultati mednarodnega sodelovanja obrodili sadove. Poleg domačih in tujih razstavljalcev je potekal spremljevalni program z različnimi glasbenimi, plesnimi in pevskimi nastopi domžalskih skupin, vodeni ogledi in animacije za otroke. Sejem je bil letos zelo uspešen in je prišlo veliko obiskovalcev, tako da se tudi prepoznavnost in zanimanje za dediščino slamnikarstva povečuje.

Poleg tujih projektov pa muzej uspešno sodeluje tudi pri mnogih domačih projektih, kot je naš projekt KUL DEDI DIGIT, s katerim želimo pokazati, kako je lahko aktualna dediščina slamnikarstva in kako lahko služi kot podlaga za nove izdelke in digitalne aplikacije.

Slamnikarski muzej Domžale dobro sodeluje tudi z gorenjskimi muzeji, saj so gostili njihove razstave ter so skupaj pripravili zadnji projekt o gorenjski industrijski dediščini z naslovom Naše tovarne, naš ponos. Izdan je bil tudi spominski zbornik. Preko projekta želijo ohraniti industrijsko dediščino na Gorenjskem, saj mnogo industrijskih zapuščenih objektov žal propada, a muzeji Gorenjske želijo ohraniti vsaj del premičnega gradiva. Pri ohranjanju slamnikarstva kot žive kulturne dediščine je pomemben projekt, ki ga je finančno podprla Občina Domžale. Gre za tečaj šivanja slamnikov, ki je potekal brezplačno. Pomemben je predvsem zaradi pridobivanja novih izdelovalcev, ki bodo znali šivati in izdelovati slamnike in bodo s tem pripomogli k ohranjanju slamnikarske tradicije.

## **Analiza panoge**

### ***Slamnikarstvo nekoč in danes***

Slamnikarstvo je domača obrt, ki zajema pletenje slamnatih kit ter izdelovanje slamnikov in cekarjev. Začela se je razvijati v 18. stoletju na območju Ihana, Domžal in okolice, kjer je kasneje prerasla tudi v slamnikarsko produkcijo v obrtnih delavnicah in tovarnah.

Ko je bilo slamnikarstvo v razcvetu, so tovarne izdelale več kot milijon slamnikov za domači in tuji trg. Slamniki se izdelujejo iz slamnatih kit, ki so jih pletli večinoma na oddaljenem podeželju, v ravninskih delih pa so slamnike šivali. Kite so povezovali v butare, ki so jih kitarji odnesli izdelovalcu slamnikov oziroma tovarnarju. Kitarstvo je bila trgovsko-posredniška dejavnost. Sprva so slamnike in cekarje šivali ročno na domačijah in domovih, v začetku 19. stoletja pa so se v Domžalah pojavile prve obrtne slamnikarske delavnice, ki pa so s prihodom Tirolcev v drugi polovici 19. stoletja prerasle v slamnikarske tovarne. Slamnikarska industrija je bila na vrhuncu pred prvo svetovno vojno, ko je v Domžalah in okolici obstajalo 25 slamnikarskih podjetij, tovarn in obrtnih delavnic. S prvo svetovno vojno se je proizvodnja slamnikarstva ustavila. Pred koncem vojne so delovale le še štiri tovarne, ki pa so tudi že odpuščale svoje delavce, zadnje podjetje Univerzale Domžale leta 2003. Danes nas po poti slamnikarskih tovarn vodi učna pot: Sprehod med tovarnami slamnikov v Domžalah.

Slamnikarstvo danes obravnavamo kot pomemben del slovenske kulturne dediščine. Z ohranjanjem si muzej in lokalno prebivalstvo prizadevata za ohranjanje slamnikarstva. Preko delavnic, predavanj in sejma želijo ohraniti tradicijo slamnikarstva. Oživljanje slamnikarstva ima pomembno vlogo za lokalno prebivalstvo, saj Domžale predstavljajo »srce in dušo« slamnikov. Slamnikarstvo pripomore h krepitvi lokalne in nacionalne identitete, obenem pa pomeni možnost za tržno dejavnost in dopolnjevanje turistične ponudbe območja. Del slamnikarske dediščine je tudi element gorenjske narodne noše in sicer kranjski cekar. Velik prispevek k ohranjanju slamnikarske tradicije prispeva slamnikarski muzej, ki deluje v okviru Kulturnega doma Franca Bernika Domžale, saj poleg stalne razstave nudi še izobraževanja, delavnice in prireditve, ki predstavljajo in ohranjajo slamnikarsko dediščino. Odlično delovanje muzeja je zaslužno, da se je leta 2014 v Register nesnovne kulturne dediščine, ki ga vodi Ministrstvo za kulturo, vpisala nova panoga Slamnikarstvo na Domžalskem.

Nekateri si slamnikarstvo predstavljajo zgolj kot obrt izdelovanja slamnikov in cekarjev. Danes je slamnikarstvo mnogo več kot le to. Obstajajo moderni sodobni izdelki iz slame. Tudi naša mentorica in oblikovalka dr. Gabrijela Fužir Bauer oblikuje iz slame moderne in unikatne izdelke. Najdemo lahko uhane, zapestnice, luči, pohištvo,... Gre za trajnostno oblikovanje, torej so izdelki narejeni v kombinaciji ekoloških sestavin in na podlagi ustreznih etičnih načel. V našem primeru gre za izdelke iz slame, ki so naravi prijazni in trajnostni. Vse bolj se vrača tudi tradicionalni slamnik kot zaščita pred soncem oziroma modni dodatek.

### ***Slamnikarstvo po svetu***

Čeprav so bili slamniki prisotni po celem svetu, je bila njihova izdelava individualna in lokalna. V bližini mesta Firence se prvič pojavi produkcija slamnikov izven lokalne ponudbe. Leta 1574 so vas Signa blizu Firenc poimenovali »izvirni sedež industrije«.

Ob koncu 19. stoletja se v Ameriki oblikujejo novi centri slamnikarstva, eden izmed bolj znanih tudi Slovincem je New York. Tudi v Južni Ameriki se pojavita dva centra, in sicer v Ekvadorju in Panami, od



koder prihajajo znameniti slamniki imenovani »panamci«. To so klobuki, ki so izdelani iz palmi podobne rastline. Na vzhodu sveta se razvijejo trije centri slamnikarstva in sicer: Filipini, Japonska in Kitajska. Ravno slednja dva kasneje pripomoreta k zatonu slamnikarske industrije, saj izdelujejo kite bistveno ceneje kot drugod.

V številnih evropskih državah se s slamnikarstvom ukvarjajo še danes: Slovenija (Domžale), Italija (Marostica, Montappone, Signa..), Švica (Wohlen), Francija (Pariz, Caussade), Velika Britanija (Luton), Nemčija, Švedska,..

V nekaterih mestih slamnikarske dediščine stojijo muzeji in se odvijajo različni festivali, na katerih se predstavljajo različni razstavljalci in demonstratorji slamnikarske obrti in ročnih del.

Besedilo je povzeto po:

- Brojan, M. *Slamnata sled Domžal: 300 let slamnikarstva*. Domžale: Kulturni dom Franca Bernika, 2012.
- Katarina Rus Krušelj. *Slamnikarstvo v svetu*. Srečanja pod slamniki. Interno gradivo.
- *Opis enote žive kulturne dediščine: Slamnikarstvo na Domžalskem*. Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije, 2014.

## **Povzetek raziskave trga**

Raziskav trga, izpeljana za namene izdelave kratko- in srednjeročne marketinške strategije, temelji na pregledu in raziskovanju podatkov na terenu, izkušnjah in opazovanju na Slamnikarskem sejmu ter ugotovitvah raziskave oziroma ankete, ki jo je opravljala Slamnikarski muzej Domžale na Slamnikarskem sejmu 9. 6. 2017.

Sejma se je udeležilo okrog 2000 ljudi, kar je tudi organizatorje zelo veselilo, saj to pomeni, da se zanimanje za slamnikarstvo in slamnikarske izdelke povečuje. S to odlično promocijo so privabili veliko družin in tudi starejših.

Namen prireditve je zagotoviti prepoznavnost in promocijo slamnikarstva kot lokalne kulturne dediščine in aktualne panoge. Organizatorji si prizadevajo, da sejem postane tradicionalna prireditev kot obuditev spomina na dediščino slamnikarstva, ki je desetletja zaznamovalo mesto Domžale in okolico. Sejem je potekal 10. 6. 2017 od 8.30 pa do 15.00.

Promocija prireditve je potekala približno 2 meseca pred sejmom. Dogodek je bil promoviran preko različnih kanalov in sicer: na Facebook strani, na oglasnih panojih, v časopisu Gorenjski glas, spletna stran Slamnikarskega muzeja, v domžalskem časopisu Slamnik, na spletnem portalu Domžalec.si, na spletnem portalu Žurnal24, v časopisu Domžalsko-kamniške novice, v časopisu Modre novice, s plakati po vrtcih in šolah, v knjižnicah in drugih kulturnih ustanovah v Občini Domžale in sosednjih občinah (Kamnik, Trzin, Mengeš, Moravče, Lukovica) in članek v Slovenskih novicah.

Na sami prireditvi je bilo veliko aktivnosti za otroke: kolo sreče, ustvarjalna delavnica: slamica na slamico, labirint iz slamnatih bal, mavrični poligon, ... Poleg aktivnosti za otroke so organizatorji vključili tudi mlajšo generacijo med nastopajoče (Vrtec Urša Domžale, Otroške folklorna skupina KD Domžale, ...). Nastopali so tudi starejši udeleženci in tudi prišlo je ogromno starejših obiskovalcev. Izvedena je bila tudi modna revija, s katero se je dobro pokazalo, da je slamnik nepogrešljiv modni dodatek. Zdi se nam zelo pomembno, da smo s to promocijo pridobili tako mlajšo kot starejšo generacijo, ki se zanima za slamnikarsko tradicijo. Na sejmu smo z našim projektom sodelovali z novo aktivnostjo, in sicer s kolesom sreče. Poleg tega je imela tudi naša mentorica in oblikovalka Gabrijela Fužir Bauer razstavo svojih izdelkov – sodobnih izdelkov iz slame.

Potencialne stranke, ki bi želele kupiti slamnik, so v vseh starostnih skupinah obeh spolov. Včasih so slamnike kupovali predvsem starejši, danes pa se k temu modnemu dodatku nagiba tudi mlajša generacija. Primeren je tako za kmeta kot za finega gospoda ali damo, saj imamo različne modele in klobuke z različnimi krajci. Večji krajci so bolj primerni za senco. Torej so klobuki ločeni glede na namen ali model. Slamnike nosijo tudi fine gospe, starejše kmečke žene, mlada dekleta in tudi otroci kot zaščito pred soncem.

Ravno zaradi različnih modelov in dodatkov so slamniki vseč vse širši populaciji.

Trendi in povpraševanje po pokrivalih in klobukih so različni. Eden izmed današnjih trendov so panamski klobuki iz Ekvadorja, ki so bolj primerni za moške in se jih tudi ogromno proda. Aktualni so tudi izdelki iz sisal slame, to so posebej obdelani palmni listi in so bolj primerni, zračni in fini klobuki za posebne priložnosti. Ogromno se proda izdelkov iz papirne slame, ker je to cenejša opcija, bolj dostopna širši množici in je na razpolago več različnih modelov. Na tržišču so tudi še zimski klobuki, ki

so lahko iz filca ter volne ali zajčje dlake. Poleg tipičnih slamnikov se šiva še klobuke iz bombaža in lana. Posebnost je belokranjski lan, ki je sicer dražji, ampak nas v vročini prijetno hladi. Poleg vseh konkurentov, ki so že na tržišču, se pojavljajo tudi izdelki iz bližnjega vzhoda, ki so zaradi cenejše delovne sile, cenejših materialov in množične izdelave cenejši, kar v današnjih časih zaradi nizkih dohodkov pri nekaterih celo prevlada. Kdor pa ceni ročno delo, slovenski avtohtoni izdelek in želi ohraniti slamnikarstvo takšno kakršno je pa bo kupil izdelek narejen pri nas.

## Rezultati anket s slamnikarskega sejma

Anketo o Slamnikarskem sejmu je izvedel Kulturni dom Franca Bernika, na dan, ko je potekal Slamnikarski sejem. Anketa se je navezovala na kakovost sejemske prireditve, zadovoljstvo obiskovalcev in prihodnje ravnanje obiskovalcev. V vprašalniku je bilo pet različnih tipov vprašanj. Pripravljeno je bilo 175 vprašalnikov, rešenih pa je bilo 125.

Glede na kraj bivanja je 65% anketirancev imelo kraj bivališča Domžale, ostali anketiranci pa so prihajali od drugod (Komenda, Kamnik, okolica Ljubljane...).

Število odgovorov glede na spol anketirancev je bilo 33,3% moških in 66,7% žensk. Glede na ta podatek lahko sklepamo, da se je sejma udeležilo mnogo več ženskih obiskovalk kot moških ali pa so večkrat pristopile k izpolnjevanju ankete.

Anketiranci glede na starostno strukturo : 28,5% mlajših od 35, 37,4% od 36 do 55 let in zadnja skupina starejših od 55 let je 34,1%. Po izobrazbi jih je največ, skoraj slaba polovica 48% srednja izobrazba ali manj, 34,1% dodiplomska in 17,9% podiplomska izobrazba. Največji odstotek je bil zaposlenih, nato so sledili upokojenci, šolajoči in ostali.

Prvič je sejem obiskalo 49% anketirancev, ostalih 51% je sejem že kdaj obiskalo.

Sejem si je ustvaril skupino obiskovalcev, ki so mu zvesti. Razlogi za obisk sejma so različni. Kar 49% obiskovalcev se zanima za domžalsko kulturno in slamnikarsko tradicijo, kar je spodbuden podatek, da ljudi zanima dediščina in tradicija slovenske obrti. 28% jih je prišlo zaradi druženja in preživljanja prostega časa. Kot smo tudi na sejmu videli, je res prišlo ogromno družin z otroki, saj je bil na sejmu res pester otroški program (od gibalnih iger do ustvarjalnih delavnic..). Tudi mi z našim projektom KUL DEDI DIGIT smo imeli aktivnost kolo sreče, ki je privabil ogromno obiskovalcev. 14% udeležencev je bilo udeleženi v programu in 9% anketirancev je bilo udeležencev pohoda, ki povezuje kraje ob Kamniški Bistrici med Kamnikom in Domžalami. Na osmih kontrolnih točkah ob Kamniški Bistrici so se odvijale zanimive animacije za najmlajše. Med temi anketiranci je bilo največ novih udeležencev sejma. Pri vprašanju o obisku muzeja je bilo pritrdilnih odgovorov več kot polovica, torej 51%, medtem ko je zaskrbljujoč podatek, da je sprehod med tovarnami slamnikov obiskalo le 20% vseh obiskovalcev.

S slamnikarsko tradicijo so se obiskovalci seznanili preko medijev, sorodnikov, obiskali so muzej, ... Anketiranci, ki so že bili v muzeju, so kot glavni razlog za obisk navedli ogled slamnikarske muzejske zbirke. Medtem 31% obiskovalcev še ni slišalo nikoli za muzej, obenem pa povedo, da tudi druge muzeje obiščejo le izjemoma. Anketiranci, ki so že bili v muzeju, so pohvalili osebje, da je vljudno in prijazno ter da muzejska zbirka nudi dovolj strokovnih informacij o domžalski slamnikarski tradiciji. Menijo pa, da obveščanje o Slamnikarskem muzeju ni dovolj razširjeno, torej da bi lahko javnost bolje obveščali o novostih in ne odgovarja jim odpiralni čas. Eden izmed pomembnejših kanalov promocije je lokalni časopis Slamnik. Pozitivni odgovori glede slamnikarskega sejma so, da so obiskovalci pripravljene priporočiti obisk tudi svojim prijateljem in so pripravljene priti tudi drugo leto (zvestoba in zadovoljstvo). Poudarili so tudi pester animacijski program za otroke. Nekaterim je bila všeč tudi modna revija, žal pa je vsi niso videli. Kot negativno pa ocenjujejo parkirna mesta in ponudbo hrane in pijače.

Ženskemu delu anketirancev je bilo dogajanje na sejmu bolj zanimivo in tudi tisti, ki hodijo že dalj časa, bodo sejem obiskovali še naprej. Pokazalo se je tudi, da so upokojenci, torej od 55 let naprej bolj vezani na tradicijo in bolj vpeti in najbolj zvesta publika slamnikarskemu sejmu, muzeju, tradiciji.. .

Obveščanje o sejmu je dokaj dobro. Močan vpliv na anketirance in prebivalce ima časopis Slamnik. Na podlagi rezultat ankete pa so izvajalci anketiranja pripravili tudi predloge za izboljšanje sejma in tradicije slamnikarstva:

- večji poudarek na poznavanju slamnikarske poti,
- izboljšanje označbe poti do sejma,
- okrepiti promocijske dejavnosti in informacije,
- obseg aktivnosti za ostale obiskovalce,
- možnosti za širitev ponudbe,
- kako povečati zanimanje za tematsko pot Sprehod med tovarnami slamnikov in slamnikarstvo in jo vpeljati kot tradicionalno.

Glavno pomanjkljivost raziskave pa verjetno predstavlja relativno majhen vzorec anketirancev. V bodoče bi bilo smiselno anketo izvajati ob vsakem sejmskem dogodku . Tako bi dobili neko kontinuiteto zadovoljstva obiskovalcev.

Rezultati anket s slamnikarskega sejma so povzeti po rezultatih, ki nam jih je predstavil g. Igor Podbrežnik iz zavoda Lokvanj, Kamnik (Zavod za izobraževanje, raziskovanje in socialne storitve Lokvanj).

## **Predlog marketinške strategije**

### ***Osnovne priložnosti in smernice za promocijo domžalskega slamnikarstva***

Slamnikarstvo lahko promoviramo kot pomemben del slovenske kulturne dediščine.

To je domača obrt, ki zajema pletenje slamnatih kit ter izdelovanje slamnikov in cekarjev.

Razvila se je na območju Domžal, Ihana in okolice, kjer pa je kasneje tudi prerasla v slamnikarsko industrijo v tovarnah in delavnicah. Slamnikarstvo poleg kulturne dediščine, torej razvoj obrti in običajev povezanih s slamnikarstvom, predstavlja tudi slovensko industrijsko dediščino. Slamnikarske tovarne so tudi vključene v učno pot: Sprehod med tovarnami slamnikov v Domžalah in v projekt gorenjskih muzejev: Naše tovarne, naš ponos. Oživljanje slamnikarstva ima pomembno vlogo za lokalno prebivalstvo, saj pripomore k kreptitvi lokalne in nacionalne identitete naroda in prebivalcev. Slamnikarstvo kot del umetnostne obrti predstavlja ne le kulturno dediščino Domžal, temveč tudi pomemben del gospodarskega razvoja in ekonomske dobrobiti kraja. Slamnik predstavlja srce in dušo Domžal. Vsi prebivalci so bili hote ali nehote povezani s slamniki. Slamnike so nosili preprosti kmetje, bogate meščanke ali imenitni gospodje.

Slamnikarstvo ni le tradicija preteklosti, ampak ga lahko promoviramo tudi kot ekološko zelo sodobno obliko izdelovanja izdelkov iz naravnega materiala. Iz slame se da narediti ogromno stvari uporabnih izdelkov, ki so naravi in človeku prijazni. Gre za sodobne moderne pristope, ki so trajnostno oblikovani in skrbijo za naravo. Tudi naša mentorica in oblikovalka, dr. Gabrijela Fužir Bauer, oblikuje iz slame moderne in unikatne izdelke. Oblikuje uhane, zapestnice, lučke, različno pohištvo. Uhani se odlično podajo moderni modi današnjega časa. Prav tako pa je slamnik nepogrešljiv modni dodatek.

Tradicija in dediščina slamnikarstva pomeni tudi možnost za tržno dejavnost in dopolnjevanje turistične ponudbe območja. V okviru slamnikarstva lahko tržimo izdelke v muzeju (moški, ženski, damski in otroški slamniki, izdelki iz slame: mali spominski slamniki, cekarji, vazice, posodice, zapestnice, slamnikarska čokolada, knjige, katalogi in brošure s področja slamnikarstva, domžalske zgodovine in kulturne dediščine, ...). V muzeju izdelajo slamnik tudi po željah stranke. Dohodek se pridobiva tudi s pobiranjem vstopnine v muzej. Promoviramo lahko tudi delavnice oziroma izobraževanja šivanja slamnikov. Želimo spodbuditi čim večje zanimanje za te tečaje s primerno ceno. Ekonomsko upravičimo zadevo tako, da pokrijemo stroške in poudarjamo ohranjanje dediščine, torej cena ne sme biti previsoka.

K promociji slamnikarstva v Domžalah pripomore tudi naš sponzor kolesa sreče na Slamnikarskem sejmu Stara Fabrika, ki ima del svoje kulinarične ponudbe poimenovan z zgodovinskimi imeni in pojmi, ki so povezani z Domžalami in njeno industrijo. Po slamnikih je poimenovana tudi Slamnikarska ulica in časopis Slamnik.

Naslednja tabela vsebuje popis vseh marketinških aktivnosti v preteklih treh mesecih.

Obdobje	Aktivnost	Opis
12.4. - 21.4	Uradna spletna stran Slamnikarskega muzeja	objava uvodnega teksta o projektu (KUL DEDI DIGIT) in slike z oglada muzeja.
	Spletna podstran Slamnikarska pot (po prototipu, ki ga je oblikovala dr. Gabrijela F. Bauer)	Izbira osnutka spletne strani, na katerem se bo gradila spletna stran.
22.4. - 3.5.	Spletna podstran Slamnikarska pot (po prototipu, ki ga je oblikovala dr. Gabrijela F. Bauer)	Objava fotografij in tekstov vodiča po Slamnikarski poti.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Razmislek o možnostih za pridobitev profesionalnih fotografij za header spletnih strani. Predlaga se tudi nabor slamnatih izdelkov za photoshooting.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Prevod tekstov za na spletno stran v angleščino.
	SWOT analiza	Priprava osnutka SWOT analize za Slamnikarski muzej in Slamnikarsko pot.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Mesečno poročilo o poteku našega projekta za mesec April, za objavo na spletni strani.
	Mobilna aplikacija za vodenje po Slamnikarski poti	Izdelava osnutka.
	Slamnikarski sejem	Načrtovanje aktivnosti na sejmu in priprava predstavitve našega projekta.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Priprava arhivskega materiala Slamnikarskega muzeja, na pregled in izbor dodatnih vsebin za na spletno stran.
	Slamnikarski sejem	Priprava vprašalnikov za udeležence sejma.
	Slamnikarski sejem & razstava	Oblikovalka pripravi prototipe za razstavo.

Obdobje	Aktivnost	Opis
4.5. - 18.5.	SWOT analiza	Preoblikovanje, popravljanje. Analiza konkurence, ciljne skupine, priložnosti ...
	Uradna spletna stran Slamnikarskega muzeja	Objavljanje tekstov o Slamnikarski poti v slovenščini in angleščini, ter arhivske fotografija.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Objavljanje tekstov o Slamnikarski poti v slovenščini in angleščini, ter arhivske fotografija.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Organizacija photoshootinga in selekcija foto materialov za na spletno stran.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Lektoriranje in objava prvega poročila o projektu.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Do 19.5. postavitev osnovne spletne strani v grobem.
	FB Slamnikarskega muzeja	Tri poste na teden, o projektnih aktivnostih.
	Slamnikarski sejem & razstava	Izdelava prototipov izdelkov iz slame.
	Slamnikarski sejem	Razmislek o promoviranju sejma.
	Slamnikarski sejem	Spis dopisa, ki se pošlje potencialnim sponzorjem in iskanje le teh.
19.5. - 1.6.	Slamnikarski sejem	Razpošiljanje sponzorskih dopisov in čez nekaj dni tudi follow-up e-mail.
	Slamnikarski sejem	Kontakt s potencialnimi sponzorji.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Poročilo o aktivnostih projekta za mesec maj.
	Slamnikarski sejem	Priprava koncepta za našo predstavitev projekta na sejmu in zasnova plakata.
	FB Slamnikarskega muzeja	Redni tedenski posti o naših aktivnostih.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Pregled digitalne literature in izbor tekstov za našo spletno stran.



Obdobje	Aktivnost	Opis
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Prevod tekstov za na spletno stran v angleščino.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Ureditev strani Slamnikarska pot (meniji, teksti, fotografije, logotipi).
2.6. - 15.6.	Slamnikarski sejem	Priprava kolesa sreče in sponzorskih daril.
	Slamnikarski sejem	Priprava zloženke za KUL DEDI DIGIT projekt.
	Slamnikarski sejem	Opazovanje odzivi obiskovalce na sejmu.
	Slamnikarski sejem	Vodenje po Slamnikarski poti.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Objava slik, zgodbic, logotipe sponzorjev ter ministrstva, EU, VPŠ, VITT ERUDIO...
16.6. - 13.7.	Spletna podstran Slamnikarska pot	Še zadnji popravki.
	FB Slamnikarskega muzeja	Redne objave.
	Spletna podstran Slamnikarska pot	Poročilo o aktivnostih projekta za mesec junij.
	Trženjska strategija	Še zadnji popravki.
	Razstava	Oblikovanje plakata in zloženke.
	Razstava	Fotografiranje izdelkov.
	Razstava	Obešanje in postavljanje razstavnih izdelkov.
	Razstava	Pridobivanje certifikata Arts&Crafts.
	Razstava	Pridobivanje podatkov kje vse bi lahko kot souvenir oz. slovenski spominek ponudili drobne izdelke iz slame (škatlice in slike).
	Razstava	Izdelovanje podobnih polizdelkov za prodajo.

Na kratko povzeto, smo v preteklih treh mesecih obudili Facebook stran Slamnikarskega muzeja, kjer se redno, trikrat na teden objavljajo novice, informacije o tečajih, ogledih muzeja in Slamnikarske poti, prihajajočih dogodkih in informacije o preteklih, zanimive zgodovinska dejstva in podobno.

Ustvarili smo novo spletno podstran Slamnikarskega muzeja, kjer objavljamo podrobnejše opise zgodovinskih dejstev, dogodkov, aktivnosti. V predstavitev slamnikarske dediščine smo vključili tudi fotografije s profesionalnega fotografiranja, tako da izpostavimo sodobnost slamnikarske dediščine.

Pri fotografiranju so sodelovali: KUL DEDI DIGIT študentka Petra Škabar, fotografinja Nika Koležnik, make-up artistka Neža Knific, ter Mila.Vert, Movinun in Kavarna Flerin. Objavljeni so izdelki oblikovalke dr. Gabrijele Fužir Bauer.

Organiziran je bil tudi Slamnikarski sejem, pri katerem smo sodelovali tako v pripravljalni kot v izvedbeni fazi.

**Tabela: Obstoječe dobre prakse in predlogi za nadaljnjo promocijo SMD in domžalskega slamnikarstva**

	Aktivnosti
Spletna promocija	Redno objavljanje na Facebook strani in njeno urejanje.
	Ažuriranje spletne podstrani Slamnikarske poti.
	Redna komunikacija s ciljnimi skupinami.
	Oblikovanje baze potencialnih strank in sponzorjev.
Redne aktivnosti	Ogledi muzeja in Menačenkove domačije.
	Vodenja po Slamnikarski poti.
	Izvajanje tečajev izdelovanja slamnikov in drugih izdelkov iz slame.
Posebni dogodki	Slamnikarski sejem.
	Razne razstave.
	Pretvorba prvega slamnikarskega simpozija, ki se bo odvil 25. oktobra kot nadaljevanje projektnih aktivnosti, v tradicionalno prireditev
Priporočila za izboljšave izvedbe obstoječih dogodkov	Večji poudarek na poznavanju slamnikarske poti.
	Izboljšanje označbe poti do sejma.
	Okrepiti promocijske dejavnosti in informacije.
	Obseg aktivnosti za ostale obiskovalce.
	Možnosti za širitev ponudbe.
	Kako povečati zanimanje za tematsko pot Sprehod med tovarnami slamnikov in slamnikarstvo in jo vpeljati kot tradicionalno.
	Razvijanje prisotnosti na aplikaciji Geocaching
	Razvoj, prototipiranje in izvedba mobilne aplikacije, za katero smo oblikovali načrt v okviru tega projekta, in promocija in objava aplikacije na GooglePlay
	Razvoj vzpostavitve spletne trgovine izdelkov iz slame
	Načrt oglaševanja Muzeja, dogodkov in izdelkov na spletu in družbenih omrežjih