

Klemen Štibelj

ŠKOFJELOŠKI PASIJON – UPRIZORITVE V LETIH 1999 IN 2000

UVOD

Leta 2019 je minilo 20 let od prve ponovne uprizoritve Škofjeloškega pasijona v Škofji Loki. Prvi, leta 1999 je sledila še ponovitev v letu 2000. Uprizoritvi je režiral Marjan Kokalj in na njegovo povabilo sem v obeh letih sodeloval pri pripravah.

Do sedaj še ni bilo natančneje predstavljeno, kakšna je bila pot do prve uprizoritve pasijona, zato sem v tem besedilu opisal, kako je prišlo do odločitve za uprizoritev, kako so potekale priprave ter kakšno je bilo moje delo. Delo je bilo povezano s financami, zato sem predstavil tudi finančno zgradbo obeh uprizoritev in kratko finančno analizo. V besedilo so vključene tudi kratke zgodbe, v katerih so opisani nekateri dogodki, ki so mi iz časa priprav še posebej ostali v spominu. Naslovil sem jih Cvetke Škofjeloškega pasijona.

ŠKOFJELOŠKI PASIJON 1999

Začelo se je v Selcih

Kulturno društvo dr. Janez Ev. Krek Selca, katerega predsednik sem bil v tistem času, je septembra 1997, v počastitev 80-letnice smrti selškega rojaka dr. Janeza Ev. Kreka, pripravilo Krekov teden. To je bil sklop različnih prireditev, med katerimi je bila tudi na prostem uprizorjena Krekova igra *Turški križ*. Igro sta si ogledala tudi Jure Svoltjšak, ki je na Občini Škofja Loka vodil področje družbenih dejavnosti, in župan Igor Draksler. Ob neki priložnosti sta mi dejala, da sta bila po ogledu *Turškega križa* presenečena, kako smo v Selcih lahko sami pripravili tako obsežen in zahteven projekt. Šele v času priprav na prvo uprizoritev pasijona pa mi je Jure Svoltjšak povedal, da se mu je po ogledu igre porodila ideja, da bi na podoben način v Škofji Loki uprizorili Škofjeloški pasijon.

Ideje in želje po uprizoritvi Škofjeloškega pasijona so bile v Škofji Loki prisotne vrsto let. Izdelani so bili že različni projekti za uprizoritev in imenovana posebna skupina, ki je te projekte pregledala in jih ocenila, a do uprizoritve ni prišlo. Glavni razlogi za to so bili: uprizoritev je bila zamišljena predvsem na profesionalni ravni, stroški uprizoritve so bili previsoki, zanemarljiv pa ni bil

niti pomislek, da se bo z neprimernim režijskim konceptom izgubilo temeljno sporočilo pasijona. Pokazalo se je, da je, zaradi nadaljevanja tradicije ter velikega števila igralcev in drugih sodelujočih, pasijon smiselno uprizoriti kot ljudsko igro, kot jo igrajo amaterske gledališke skupine, ter s sodelovanjem domačih (okoliških) amaterskih igralcev. Za uprizoritev pasijona je prav tako pomembno zavedanje sodelujočih, da je bistvo pasijona njegova sporočilnost in ne spektakularnost uprizoritve, da je možnost zaslužka izključena ter da igralci svojih vlog ne samo igrajo, ampak jih živijo.

Po zaključku Krekovega tedna sta župan Igor Draksler in Jure Svoljšak, ki sta si prizadevala, da bi v Škofji Loki uprizorili Škofjeloški pasijon, našega člana in režiserja *Turškega križa* Marjana Kokalja povabila na sestanek, kjer sta mu predstavila idejo o režiji Škofjeloškega pasijona. Režija takega projekta je gotovo izziv za vsakega gledališčenika in tako je bila tudi za Marjana. Sprejel je nalogo in začel z delom; najprej z izdelavo režijske knjige. V javnosti je nato kmalu zakrožila informacija, da bo v Škofji Loki leta 1999 uprizorjen Škofjeloški pasijon. Sprva sem bil do ideje skeptičen, ker sem se zavedal, da je uprizoritev pasijona velik projekt in za priprave ni prav veliko časa. Po pogovoru z Marjanom pa sem ugotovil, da gre zares, saj je že pripravljaj predlog, kako bodo potekale priprave in kdo bodo tisti, ki bi pri tem lahko sodelovali.

Prvo srečanje in oblikovanje delovnih skupin

Sredi maja 1998 se je prvič zbrala skupina, ki bi na različnih področjih pomagala pri pripravi na uprizoritev Škofjeloškega pasijona. Srečanje je bilo v mali sejni sobi na Upravnih enoti Škofja Loka. Na srečanju je župan najprej predstavil idejo o uprizoritvi, Marjan Kokalj pa režijski koncept. Kljub slikovni predstavitvi mi takrat še ni bilo čisto jasno, kako bo uprizoritev pasijona potekala.

V drugem delu srečanja smo oblikovali dve delovni skupini: promocijsko, njen vodja je bil župan Igor Draksler, in organizacijsko, ki jo je vodil direktor občinske uprave Jernej Prevc. Glavna naloga promocijske skupine je bila predstavljati in tržiti Škofjeloški pasijon, naloga druge skupine pa izvedba organizacijskih in tehničnih del za uprizoritev. Župan mi je na srečanju predlagal, da bi zaradi izkušenj sodeloval v promocijski delovni skupini. Ponudbo sem sprejel in tako se je moje sodelovanje s pasijonom tudi formalno začelo.

V promocijski skupini¹ smo z delom začeli konec maja. Dogovorili smo se, da se bomo srečevali tedensko, ob torkih zvečer. Delo skupine je potekalo tudi v času poletnih počitnic, saj smo morali pripraviti veliko stvari. Prvi nalogi sta

¹ Promocijsko skupino smo v začetku sestavljali: Igor Draksler, Marjan Kokalj, Robert Kuhar, Zvonka Homan in jaz. Kasneje sta se pridružili še Tina Oblak in Tadeja Dolinar.

bili oblikovanje zaščitnega znaka – logotipa Škofjeloškega pasijona in vabila k sodelovanju za sponzorje in donatorje.

Oblikovanje logotipa Škofjeloškega pasijona

Za oblikovanje logotipa Škofjeloškega pasijona je župan k sodelovanju povabil oblikovalca Jureta Miklavca in Barbaro Šušteršič. Na enega prvih srečanj promocijske skupine sta prinesla osnutek predloga. Ko sem ga videl, sem se mu čudil, saj si nisem znal razložiti, kako bi bil tak znak lahko logotip Škofjeloškega pasijona. Po nekaj trenutkih tišine in zbiranju vtisov, sta oblikovalca logotip predstavila; razložila sta, kaj predstavlja, kakšna je njegova simbolika, kako in v kakšni tehniki je oblikovan ter kaj sta z njim želela povedati. Mnenja o predlogu logotipa smo nato predstavili člani promocijske skupine. Ob tem se je izoblikovalo nekaj idej, na podlagi katerih sta oblikovalca prvi osnutek nekoliko spremenila in ga dodelala. Tako je bil v tednih, ki so sledili, oblikovan logotip, kot ga poznamo še danes in je postal pravi zaščitni znak Škofjeloškega pasijona.

Oblikovalca sta pozneje pripravila tudi vse aplikacije za projekt (promocijski material, kuverte, dopisne liste, gledališki list ...), saj smo se v promocijski skupini odločili za oblikovanje celostne grafične podobe.



Pridobivanje sponzorjev²

Že na majskem srečanju smo se dogovorili, da bomo za lažjo izvedbo poiskali podjetja, ki bi bila pripravljena projekt finančno podpreti; to je bila naloga promocijske skupine.

V skupini smo vzporedno z oblikovanjem logotipa pripravljali vabilo, ki bi ga poslali potencialnim sponzorjem in donatorjem. V njem smo predvideli, da bi, glede na višino sponzorskega prispevka, nudili štiri ravni (možnosti) sponzorstva in tudi možnost donatorstva. Vabila za sodelovanje smo še pred poletnimi dopusti poslali v izbrana podjetja. Upali smo na ugoden odziv, vendar ga ni bilo. Skoraj vsa podjetja, kamor smo poslali vabilo, smo ob koncu leta še poklicali ter odgovornim razložili, kaj je Škofjeloški pasijon in kakšna so naša pričakovanja. Le na ta način smo uspeli pridobiti sponzorje in donatorje uprizoritve.

Čeprav so imela podjetja, ki bi prispevala večje sponzorske zneske, dobre možnosti predstavitve na pasijonu, se za to niso odločala. Veliko privlačnejši so bili zanje manjši zneski. Težko smo pridobili podjetja, ki so za Škofjeloški pasijon namenila večji znesek in tako postali večji oziroma glavni sponzorji projekta.

Delo v promocijski skupini

Člani promocijske skupine smo v okviru priprav na uprizoritev pasijona izvajali različne aktivnosti. Nekatere stvari smo delali skupaj, drugače pa je bil vsak odgovoren za določeno področje. V zadnjih mesecih priprav je bila moja glavna naloga organiziranje in spremljanje prodaje vstopnic, po končanih uprizoritvah pa finančna analiza projekta.

Zato v nadaljevanju predstavljam ti dve področji.

Prodaja vstopnic za Škofjeloški pasijon 1999

Organiziranje prodaje vstopnic za Škofjeloški pasijon 1999 je bila ena zahtevnejših nalog. Najprej se je bilo treba odločiti za način prodaje in na podlagi tega vzpostaviti prodajno mrežo. Ker smo v promocijski skupini postavili cilj, da na bi si pasijon ogledalo približno 35 000 gledalce, smo bili mnenja, da morajo biti vstopnice pravočasno dostopne na čim več prodajnih mestih. Odločili smo se za predprodajo vstopnic, ki ni bila zastavljena preširoko in je bila obvladljiva. Dodatna razloga za tako odločitev sta bila, da bi se s takim načinom prodaje izognili gneči na prodajnih mestih na dan uprizoritve, na podlagi predhodno prodanih vstopnic pa bi lahko predvideli, koliko gledalcev bo na predstavi.

² Število sponzorjev v letih 1999 in 2000 ter koliko so prispevali, je natančneje predstavljeno v poglavjih Finančna zgradba Škofjeloškega pasijona 1999 in Finančna zgradba Škofjeloškega pasijona 2000.

Tako so bile vstopnice po vsej Sloveniji na voljo že več kot mesec dni pred predstavami. Da bi potencialne gledalce spodbudili k predčasnemu nakupu vstopnic, so bile v predprodaji nekoliko cenejše kot v prodaji na dan predstave. Cena³ vstopnice za odrasle je bila v predprodaji 1.200 SIT (6,30 EUR), na dan predstave pa 1.500 SIT (7,88 EUR). Vstopnice za otroke je bilo v predprodaji mogoče kupiti po 800 SIT (4,20 EUR), na dan predstave po 1.200 SIT (6,30 EUR). Cena vstopnice za organizirane mladinske skupine je bila enotna in je bila 500 SIT (2,63 EUR).

Vstopnice smo oblikovali tako, da so se razlikovale po barvi in vrsti, glede na to, komu so namenjene. Za prizorišči A in D so bile bele, za prizorišče B rdeče in za prizorišče C rjave. Z istimi barvami so bila označena prizorišča, da so gledalci vedeli, ali so na pravem prizorišču. Imeli smo vstopnice za odrasle, vstopnice za otroke in posebne vstopnice za organizirane mladinske skupine; skupaj kar 55 vrst vstopnic, vendar je vse potekalo brez težav in napak.

V promocijski skupini smo predvidevali, da si bo veliko gledalcev želelo ogledati uprizoritev pasijona na prizorišču A (Mestni trg). Naš cilj je bil, da bi bila vsa prizorišča enakomerno zasedena, kar pa se na začetku ni zgodilo, ampak šele v drugi polovici načrtovanih predstav. Na prvih predstavah je bilo prizorišče A preveč polno, na prizorišču C pa niso bila zasedena niti vsa sedišča. Pri analizi smo ugotovili, da sta bila za to vsaj dva vzroka. Prvi je bilo javno mnenje, da je prizorišče A, zaradi kulise Mestnega trga, boljše od ostalih, drugi vzrok pa je bil, da so nekateri gledalci kar ostali na prizorišču, do katerega so prišli najprej. Ker je večina gledalcev na prizorišča prišla čez most pri avtobusni postaji, je bilo to prav prizorišče A.

Čeprav smo v času priprav pri vseh predstavitvah Škofjeloškega pasijona podrobno razložili potek predstave in poudarjali, da bodo gledalci na vseh prizoriščih enako in vse videli, si večina gledalcev do začetka predstave ni predstavljala, kako bo ta potekala. Menim, da je bil tudi to razlog, da gledalci niso vedno šli na tisto prizorišče, za katerega so imeli vstopnico, ampak so šli oziroma ostali na prizorišču A.

Prodajna mesta za predprodajo vstopnic smo izbirali med takratnimi potovalnimi agencijami in se odločili za naslednje: Quo Vadis, Kompas, Alpetour in Lokaturist. Vstopnice je bilo v predprodaji mogoče kupiti še v hotelu Transturist, v turističnih društvih v Selški in Poljanski dolini ter v Turističnem društvu Škofja Loka. Z vsemi, ki so vstopnice prodajali, smo imeli sklenjene pogodbe.

³ Za preračun cene v evre je uporabljen srednji tečaj Banke Slovenije na dan 1. 4. 1999, ki je znašal 1 EUR je 190,4395 SIT.

Razlogi za izbor posamezne agencije

Potovalna agencija Quo Vadis je specializirana potovalna agencija za romanja in druga verska potovanja. V slovenskem prostoru je bila tedaj prisotna že 10 let. Njeni klienti so bili predvsem verniki iz vse Slovenije, ki so bili tudi ena od ciljnih skupin Škofjeloškega pasijona, zato je bila agencija po našem mnenju primerna izbira za predprodajo vstopnic. Z agencijo smo se še dogovorili, da bo za skupine organizirala posebne enodnevne izlete, ki bodo vključevali ogled pasijona.

Kompas je bila v slovenskem prostoru uveljavljena potovalna agencija, z razvejano mrežo poslovalnic. Vstopnice za pasijon je prodajala na 15-ih prodajnih mestih po vsej Sloveniji.

Za domači potovalni agenciji Alpetour in Lokaturist smo se odločili, ker sta poleg prodaje vstopnic pripravili ter nudili posebne turistične pakete. Ti so vključevali ogled Škofjeloškega pasijona, ogled znamenitosti Škofje Loke ter pokušino baročne hrane, ki so jo v času pasijona pripravljali v nekaterih loških in okoliških gostiščih. Gledalcem pasijona je bilo tako ponujeno celovito doživetje Škofje Loke. Potovalna agencija Lokaturist je vstopnice ekskluzivno prodajala tudi slovenskim osnovnim šolam.

Za prodajo vstopnic v turističnih društvih smo se odločili, ker smo ravno iz Škofje Loke in obeh dolin pričakovali največ gledalcev. Tako so tudi domačini imeli dovolj možnosti za predčasen nakup vstopnic.

Potek predprodaje vstopnic

Sredi februarja smo na izbrana prodajana mesta dostavili vstopnice. Prodajo smo tedensko spremljali, tik pred predstavami pa dnevno. Če je na katerem od prodajnih mest vstopnic za posamezno predstavo zmanjkalo, smo tja predstavili vstopnice z drugega prodajnega mesta, kjer zanimanje za določeno predstavo ni bilo tako veliko.

V predprodaji je bilo manj vstopnic, kot je bilo sedišč in stojišč. Na ta način smo se zavarovali, da ne bi prišlo več gledalcev, kot je bila zmožnost prireditvenega prostora. Prav tako smo predvideli, da bodo nekateri gledalci vstopnice kupili šele na prodajnih mestih na dan predstave, zato smo jih v ta namen določeno število zadržali.

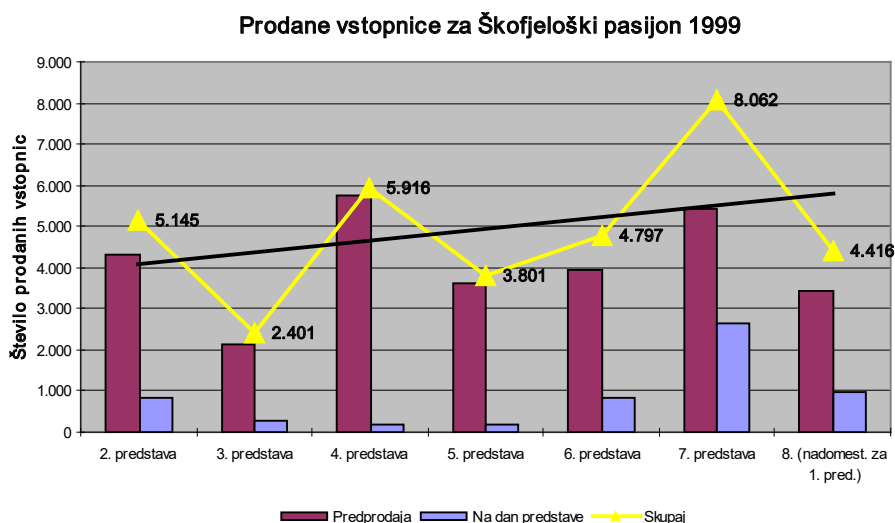
Dan pred predstavo je bila predprodaja vstopnic za to predstavo zaključena. Ugotovili smo, koliko vstopnic je bilo že prodanih in pripravili vstopnice za prodajo na dan predstave. Ta je potekala na osmih prodajnih mestih po Škofji Loki: na avtobusni postaji, »Kapucinskem«, »Šeširjevem« in »Puštalskem« mostu, mostu »Sotočje – brv«, škofjeloškem gradu, Poljanski cesti pred stavbo upravne enote in na parkirišču v nekdanji vojašnici.

Analiza prodanih vstopnic za Škofjeloški pasijon 1999

Za sedem predstav Škofjeloškega pasijona je bilo prodanih 34.538 vstopnic. V predprodaji je bilo prodanih 28.614 vstopnic, ostale vstopnice – 5.924 so bile prodane v prodaji na dan predstave.

Število prodanih vstopnic po predstavah:

	Predprodaja	Na dan predstave	Skupaj
2. predstava	4.309	836	5.145
3. predstava	2.128	273	2.401
4. predstava	5.744	172	5.916
5. predstava	3.617	184	3.801
6. predstava	3.957	840	4.797
7. predstava	5.436	2.626	8.062
8. (nadomest. za 1. pred.)	3.426	993	4.416
SKUPAJ	28.614	5.924	34.538



Kot je mogoče videti na grafu, so bile predstave Škofjeloškega pasijona različno obiskane. Število gledalcev je postopoma naraščalo, kar prikazuje trendna črta. Po ugotovitvah promocijske skupine je bil eden od razlogov za naraščanje t. i. oglaševanje od ust do ust. Gledalci pasijona so svojim bližnjim, prijateljem ali znancem povedali, kaj so videli in doživeli ter jih tako navdušili za ogled. K temu, da je bilo na poznejših predstavah več gledalcev, je zagotovo prispevalo

pozitivno in zelo pohvalno poročanje slovenskih medijev o prvih dveh predstavah Škofjeloškega pasijona, ki sta bili v nedeljo 28. marca.

Na grafu tudi vidimo, koliko vstopnic je bilo prodanih v predprodaji in koliko na dan predstave. Skupno je bilo v predprodaji prodanih skoraj 83 % vstopnic.

Po analizi predprodaje vstopnic smo okvirno določili, od kod so prihajali gledalci. V promocijski skupini smo predvideli, da bo večina gledalcev iz Škofje Loke, obeh dolin ter bližnje okolice. Ta predvidevanja so bila pravilna, saj smo na osnovi prodanih vstopnic v predprodaji ocenili, da je bilo približno 60 % gledalcev iz Škofje Loke ter Selške in Poljanske doline, približno 25 % z območja Gorenjske in osrednje Slovenije, ostali obiskovalci pasijona, približno 15 %, pa so prišli iz drugih krajev Slovenije, zamejstva in tujine.

Ob spremljanju dinamike predprodaje smo prišli do še ene zanimive ugotovitve. Večina vstopnic, razen tistih za organizirane mladinske skupine, je bila prodanih šele v zadnjih dneh pred posamezno predstavo. Iz tega lahko sklepamo, da so se gledalci za ogled odločali tik pred predstavami.

Ocene organizacijske skupine so bile, da Škofja Loka lahko brez težav sprejme do 8.000 gledalcev na predstavo. Ta številka je bila presežena pri predstavi na velikonočni ponedeljek, 5. aprila 1999, ko si je Škofjeloški pasijon po naših ocenah ogledalo okoli 9 000 gledalcev. Kljub temu na in po predstavi ni prišlo do težav ali cestnih zastojev. Na nekaterih mestih so morali vozniki občasno malo počakati, da so lahko prišli na glavno cesto, drugače pa sta promet in gibanje obiskovalcev po Škofji Loki potekala tekoče. Pretirane gneče ni bilo občutiti niti na Mestnem trgu, kjer sta bila prizorišče A in glavno izhodišče za dostop na ostala prizorišča.

Pri končni analizi smo ocenili, da si je Škofjeloški pasijon v letu 1999 ogledalo okoli 40.000 gledalcev, saj so bili, poleg gledalcev z vstopnicami, na vsaki predstavi tudi gledalci, ki so dobili brezplačno vstopnico in taki, ki jih niso imeli. V to številko spadajo tudi tisti, ki so si teden dni pred premiero ogledali generalko. Prav veliko število gledalcev je bila velika spodbuda, da smo se lažje odločili za ponovno uprizoritev Škofjeloškega pasijona v letu 2000.

Finančna zgradba Škofjeloškega pasijona 1999 in finančna analiza

Stroški uprizoritve Škofjeloškega pasijona v letu 1999 so bili **54.292.798,37 SIT** oz. **285.092,11 EUR**.⁵ V ta znesek niso vključeni stroški plač za Marjana

⁴ Natančno finančno poročilo za Škofjeloški pasijon 1999 je shranjeno v arhivu Škofjeloškega pasijona in pri avtorju besedila; v poročilu so podrobno predstavljeni vsi stroški in prihodki te uprizoritve.

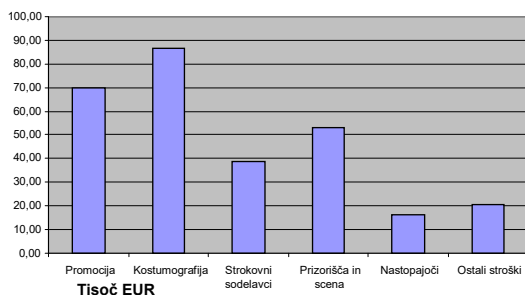
⁵ Za preračun stroškov in prihodkov Škofjeloškega pasijona 1999 v evre je uporabljen srednji tečaj Banke Slovenije na dan 1. 4. 1999, ki je znašal 1 EUR je 190,4395 SIT.

Kokalja in Tino Oblak, ki sta bila za pripravo uprizoritve pasijona zaposlena na Občini Škofja Loka. V znesek tudi niso všteti materialni stroški in stroški poštnih storitev, saj je vsa poštna korespondenca potekala prek glavne pisarne Občine Škofja Loka.

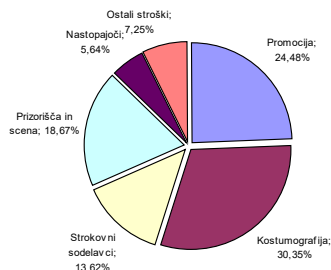
Po vrstah je stroške mogoče združiti v naslednje skupine:

- **Promocija: 69.776,37 EUR;**
stroški vključujejo stroške oglaševanja v elektronskih in tiskanih medijih, promocijskega materiala in ter tiskanja gledaliških listov.
- **Kostumi: 86.524,16 EUR;**
stroški vključujejo stroške materiala in stroške izdelave kostumov.
- **Strokovni sodelavci: 38.819,31 EUR;**
to so plačila strokovnih sodelavcev za oblikovanje, kostumografijo, lektoriranje, pomoč pri režiji, organizaciji ter snemanje predstav.
- **Scena: 13.658,64 EUR;**
stroški vključujejo izdelavo odrov, rekvizitov in drugih potrebnih pripomočkov.
- **Prizorišča: 39.560,75 EUR;**
stroški vključujejo pripravo prizorišč – izdelavo tribun, ozvočenje, redarstvo, zapore ...
- **Igralci: 16.090,36 EUR;**
stroški vključujejo stroške prevozov in prehrane za igralce ter prevozov konj.
- **Ostali stroški: 20.662,51 EUR;**
stroški vključujejo stroške zavarovanja prireditve, piknika ob zaključku predstav, stroške, povezane s prodajo vstopnic in ostale nerazporejene stroške.

Stroški Škofjeloški pasijon 1999



Stroški Škofjeloški pasijon 1999 - deleži



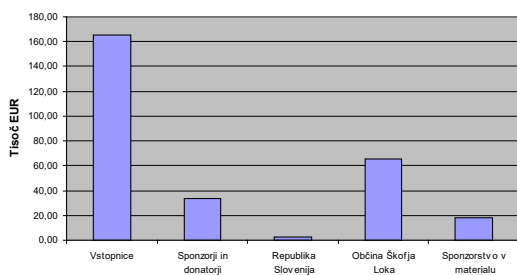
Na grafih vidimo, da kostumografija predstavljala največji delež stroškov uprizoritve pasijona – dobrih 30 %. Velik del stroškov, skoraj 25 %, predstavlja promocija. Škofjeloški pasijon je bil praktično nepoznan in smo ga morali predstaviti. Da bi jih privabili v Škofjo Loko, je bilo za različne promocijske aktivnosti treba nameniti precej finančnih sredstev. Tretja največja skupina so stroški priprave prizorišč in oblikovanja scene – skoraj 19 %, dobro četrtino celotnih stroškov pa so plačila strokovnim sodelavcem, igralcem ter ostali nerazporejeni stroški.

Prihodki Škofjeloškega pasijona 1999 so bili **38.502.747,82 SIT** oz. **202.178,37 EUR**. Prihodki po vrstah so:

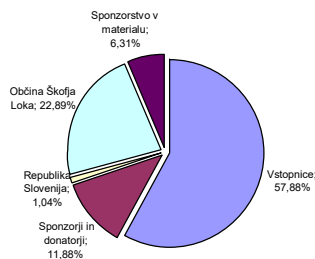
- prodaja vstopnic: 165.280,82 EUR;
- nakazila sponzorjev in donatorjev: 33.914,16 EUR;
- nakazilo Ministrstva za kulturo RS (po končanih uprizoritvah): 2.983,39 EUR.

Poleg navedenih prihodkov so bila tudi sponzorska sredstva v materialu. Njihova višina je bila 18.009,92 EUR. Tako je bila višina vseh prihodkov **220.188,29 EUR**. Razliko do pokritja celotnih stroškov (12,447 mio SIT oz. 65.360 EUR) je prispevala Občina Škofja Loka iz proračuna občine za leti 1998 in 1999.

Prihodki Škofjeloški pasijon 1999



Prihodki Škofjeloški pasijon 1999 - deleži



Na grafih se vidi, da je bila prodaja vstopnic glavni vir za pokrivanje stroškov uprizoritve – 58 %. Drugi vir je bila Občina Škofja Loka – 23 %, sponzorji in donatorji so prispevali 12 % oziroma dobrih 18 % sredstev (vključeno tudi sponzorstvo v materialu). Republika Slovenija prek različnih kulturnih institucij, kljub prošnjam, ki so bile posredovane, ni prispevala nič. Na podlagi posebne pogodbe o sofinanciranju, ki je bila sklenjena šele novembra 1999, je Ministrstvo za kulturo RS za uprizoritev pasijona naknadno prispevalo 568.156,00 SIT oziroma 2.983,39 EUR, kar je 1 % vseh prihodkov.

Za konec finančne analize Pasijona 1999

Finančno poslovanje projekta je najprej potekalo prek občine, od jeseni dalje pa prek ZKD Škofja Loka. Na žiro račun ZKD so konec avgusta začela prihajati prva sponzorska nakazila, zato je bilo od takrat naprej prek tega računa mogoče plačevanje dobaviteljev. Glavnino sponzorskih nakazil smo dobili šele v začetku leta 1999. Na žiro račun ZKD so prišli tudi vsi prilivi od prodaje vstopnic.

Vstopnice za Škofjeloški pasijon so bile cenovno ugodne in dostopne zelo širokemu krogu. Pri oblikovanju njihove cene se nam je zdelo pomembno, da si pasijon lahko ogledajo vsi, tudi finančno nekoliko šibkejši in družine z več otroki. Veliko število gledalcev je bil dokaz, da smo se odločili prav. Žal take politike oblikovanje cene vstopnic nismo nadaljevali pri uprizoritvi Škofjeloškega pasijona v letu 2000.

Ob koncu finančne analize pasijona 1999 se mi zdi pomembno poudariti še to, da je bilo veliko stvari narejenih brezplačno oziroma z najmanjšimi možnimi stroški. Veliko je bilo sponzorskih sredstev v materialu, zaradi česar so bili skupni stroški uprizoritve najnižji, kar je bilo mogoče. Po mojem mnenju so vse to pokazatelji, da sta mesto in okolica takrat živela s pasijonom in za njega. Ker je šlo za velik projekt, z velikimi začetnimi stroški, je bilo sodelovanje lokalne skupnosti nujno. Vesel sem, da se je na koncu izkazalo, da je bil delež javnega denarja v celotnem projektu relativno majhen – 23 %.

CVETKE ŠKOFJELOŠKEGA PASIJONA 1999

Predstavitve Pasijona in promocijske aktivnosti

Promocijska skupina je (med drugim) imela nalogo, da predstavlja Škofjeloški pasijon na novinarskih konferencah, okroglih mizah, radijskih oddajah ter ob drugih priložnostih. Na takih predstavitev smo povedali, kaj je pasijon, kako potekajo priprave ter navzoče oziroma poslušalce povabili, naj spomladi leta 1999 pridejo v Škofjo Loko. Na predstavitev smo običajno sodelovali tisti, ki smo sestavljali ožjo pripravljalsko skupino. Tako je župan Igor Draksler predstavil idejo o uprizoritvi pasijona, režiser Marjan Kokalj izhodišča za uprizoritev in režijski koncept, Jernej Prevc delo organizacijske skupine, Tina Oblak promocijski načrt ter jaz pridobivanje sponzorjev in prodajo vstopnic. Včasih so sodelovali še vodja lektorjev, kostumografka, pomočnica režiserja in oblikovalca.

Prva javna predstavitev Škofjeloškega pasijona in poteka priprav na uprizoritev je bila oktobra 1998 na Loškem odru v Škofji Loki. Na njej smo sodelovali vsi predhodno naštet, vsak od nas je predstavil svoje področje dela. Tina, ki je imela vlogo vodje promocije, je navzoče želela navdušiti, da bi si ogledali Škofjeloški pasijon. Izkazalo se je, da se je v svojo vlogo povsem vživela in jo vzela zelo resno.

Zelo podrobno in na široko je razlagala o pasijonu. Med njeno predstavitvijo sem jo večkrat »lepo« pogledal in ji tako skušal povedati, da bo dovolj, ampak me ni razumela. Po končanem dogodku sem ji razložil, čemu so bili namenjeni moji »lepi« pogledi in šele takrat je razumela namig.

Ena večjih promocijskih aktivnosti Škofjeloškega pasijona je bila predstavitev pasijona na sejmu Alpe-Adria v Ljubljani, ki je bil v začetku marca (le tri tedne pred premiero). Na sejmu je imela Občina Škofja Loka svoj razstavni prostor, na katerem je predstavljala turistične znamenitosti občine in še posebej Škofjeloški pasijon. Zanimivost razstavnega prostora je bil originalen pasijonski oder, na katerem so igralci dvakrat dnevno zaigrali izbran prizor. Tako smo obiskovalcem sejma pokazali delček predstave ter jih opozorili na bogato kostumografijo, ki jo bo mogoče videti v pasijonu.

Na sejmu smo prodajali tudi vstopnice za pasijon, zato sem bil nekaj dni tam prisoten. Poleg promocijskih aktivnosti sem pred vsakim nastopom igralcev na mali boben zaigral bobnarski uvod, ki je bil na začetku vsake predstave Škofjeloškega pasijona; to se je močno slišalo po dvorani. S tem smo dobili pozornost obiskovalcev, zato so mnogi prišli na naš razstavni prostor. Po bobnarskem uvodu so igralci odigrali prizor in se nato v kostumih sprehodili po sejmišču ter delili promocijski material. Za igralce je bilo to posebno doživetje, saj mi je marsikdo dejal, da je prav zaradi »sprehoda v kostumih« na sejmu zelo užival.

Dež na prvi predstavi

Škofjeloški pasijon bo marsikomu ostal v spominu po tem, da je prva predstava pasijona, načrtovana za soboto, 27. marca, zaradi dežja odpadla. Odpovedi predstave se bomo zagotovo spominjali tisti, ki smo se skoraj eno leto trudili s pripravami in smo bili v zadnjem tednu polni pričakovanj, kako bo na prvi predstavi. Toda to se je podaljšalo še za en dan.

Cel teden pred premiero smo vsi z velikim zanimanjem poslušali vremenske napovedi. Bližje, ko je bil čas predstav, bolj verjetno je bilo, da bo deževalo. V petek dopoldan je bilo jasna; cel konec tedna je bilo napovedano slabo vreme. Napoved je bila, da bo v soboto deževalo, nekoliko boljše vreme je bilo pričakovati le v nedeljo čez dan.

V petek okoli poldneva smo imeli glavni ustvarjalci pasijona v županovi pisarni prvi krizni sestanek. Sklenili smo, da v nadaljevanju dneva pripravimo vse potrebno za možnost odpovedi predstave, naslednji sestanek pa bo v soboto zjutraj, ko se bomo dokončno odločili, ali predstavo odpovemo ali ne. Po sestanku smo preventivno pripravili obvestila o odpovedi za medije, turistične agencije, igralske skupine in druge sodelavce.

V soboto zjutraj smo se ob 7. uri zbrali na občini, ob našem prihodu je začelo deževati. Pred sprejetjem končne odločitve smo poklicali na Hidrometeorološki zavod Republike Slovenije. Dežurni meteorolog nam je potrdil, da bo v soboto čez dan in v večernih urah deževalo. Na podlagi tega smo sklenili, da sobotno predstavo odpovemo, odločitev o nedeljskih predstavah pa bomo na podlagi nove vremenske napovedi sprejeli v nedeljo zjutraj.

Po odločitvi o odpovedi prve predstave pasijona smo v manj kot eni uri obvestili celotno Slovenijo, da večerna predstava pasijona zaradi slabega vremena odpade. Tako hitro obveščanje je bilo mogoče le zato, ker smo si vse naslove in telefonske številke pripravili že prejšnji dan. Na jutranjem sestanku smo se dogovorili, kdo koga obvesti, nato smo odšli v pisarne po občini ter pošiljali obvestila o odpovedi.

Izkazalo se je, da je bilo branje obvestil o odpovedi dobra promocija za naslednje predstave. Ko sem se kasneje pogovarjal z nekaterimi iz drugih krajev Slovenije, se pasijona, čeprav ga niso gledali, spomnijo ravno zato, ker so takrat ves dan po radiju poslušali, da predvidena večerna predstava zaradi slabega vremena odpade.

Odpoved prve predstave pasijona smo sprejeli na različne načine; nekaterim so celo jokali. Vsi vpleteni v uprizoritev smo težko pričakovali začetek in predvsem odzive po prvi predstavi, toda v soboto zjutraj je za nekaj časa vse splaval po vodi (dobesedno). Pri analizi smo ugotovili, da kljub vsemu ni bilo tako tragično, da je sobotna predstava odpadla, saj smo se zaradi tega lahko dobro pripravili na dve nedeljski. Vsak od nas je moral še kaj narediti, in prost sobotni dan nam je prišel še kako prav.

Ko se spominjam odpovedane predstave, mi misli nehote uhajajo na predstavo *Turški križ*. Tudi to premiero smo zaradi dežja odpovedali. Razlika med Škofjeloškim pasijonom in *Turškim križem* je bila ta, da se je predstava v Selcih že začela, a je nismo uspeli dokončati. Sredi prvega dejanja sem šel na oder in gledalcem povedal, da predstave zaradi premočnega dežja žal ni mogoče nadaljevati. Režiser Marjan Kokalj in jaz sva tako kar dvakrat doživela vodni (dežni) krst.

Obisk Radia Slovenija

Iz sobote, 27. na nedeljo, 28. marca, je Radio Slovenija v svoj nočni program povabil ustvarjalce Škofjeloškega pasijona 1999. Odločili smo se, da bova sodelovala Marjan in jaz. V pogovoru naj bi predstavila pasijon, potek priprav in vzdušje na prvi predstavi. Na žalost sva po osnovni predstavitvi pasijona lahko govorila le o tem, kako smo prvo predstavo odpovedali in kako upamo, da bo ne-

deljski predstavi mogoče uprizoriti. Seveda sva pri tem vse poslušalce povabila, naj pridejo v Škofjo Loko.

Priti v studio, v katerem je bil predviden pogovor, pa ni bilo tako enostavno. Domenjeni smo bili, da na radio prideva okoli pol enih zjutraj. Tam sva bila celo nekoliko prej, toda glavna vrata so bila zaklenjena. S trkanjem sva skušala doklicati vratarja, a nama ni uspelo. Po nekaj minutah čakanja – ura pogovora se je nezadržno bližala – sem poklical domov, da so mi povedali telefonsko številko Radia Slovenija, kamor sem nato poklical. Sporočil sem, da z režiserjem pasijona čakava pred glavnim vhodom in ne moreva noter. Ko so nama prišli odpret, sva stekla v studio, ker sva bila že zelo pozna. Preden smo začeli s pogovorom, nama je voditeljica povedala, da so naju preko radijskega programa že klicali, saj so se bali, da sva pozabila priti.

Vzdušje med nedeljskima predstavama

Prva uprizoritev Škofjeloškega pasijona je bila zaradi odpadle sobotne predstave torej v nedeljo, 28. marca popoldan. Pred to predstavo smo prvič videli, kako je, kadar v mesto naenkrat prihaja tako veliko število ljudi. Gledalci so začeli prihajati že dve uri pred začetkom. Glavna tribuna na prizorišču A je bila napolnjena eno uro pred začetkom, ob 15. uri pa je bil poln cel Mestni trg. Vsi, gledalci in organizatorji, smo nestrpnost pričakovali začetek, kajti s to predstavo se je začelo novo poglavje v zgodovini Škofjeloškega pasijona.

Nedeljska popoldanska predstava se je, kljub sprva ne prav obetavni vremenski napovedi, začela in končala v toplem in sončnem vremenu ter odlično uspela. Po koncu smo takoj začeli s pripravi na večerno predstavo, ki je bila tudi protokolarna, saj so bili na njo vabljeni različni gostje. Med predstavama sem imel toliko časa, da sem se sprehodil po Škofji Loki, si ogledal stojnice, opazoval ljudi in dogajanje v mestnem jedru ter začutil posebno vzdušje, kar je name naredilo močan vtis. Težko je to opisati, treba je doživeti. Tisto popoldne je bilo res »nekaj v zraku«.

Po vsem mestu je bilo polno ljudi. Eni so zadovoljni odhajali in si ogledovali ponudbo na stojnicah, drugi so že prihajali na večerno predstavo. K enkratnemu vzdušju so prispevali obiskovalci, pasijonska scena in še posebej igralci. Ti so se, oblečeni v pasijonske kostume, sprehajali po mestu, se pogovarjali z obiskovalci, pili pri stojnicah ali sedeli v gostinskih lokalih, kar je mestu dajalo poseben čar. Organizatorji smo to doživljali še nekoliko drugače, saj se je začelo uresničevati tisto, za kar smo se trudili skoraj eno leto. Podobno vzdušje je bilo med predstavama na veliki petek, čeprav je bilo takrat čutiti tudi resnost tistega dneva.

Pred večerno predstavo se je napetost stopnjevala, ker se je vreme slabšalo. Znova smo bili v dilemi, predstavo uprizoriti ali ne, kajti po 19. uri je začelo de-

ževati. Prizorišča so bila polna gledalcev, na sprejemu pri županu so bili gostje, zato bi bila odpoved predstave precej neprijeten dogodek. Naši prenosni telefoni so bili takrat zelo obremenjeni. Tvegali smo in se odločili, da predstavo vseeno izpeljemo.

Malo pred 20. uro je prenehalo deževati in je bilo po večini vedro do prihoda zadnjega prizora na prizorišče A. Potem je spet začelo deževati, dež je postajal vedno močnejši. Kljub vsemu smo predstavo uspešno zaključili tudi na zadnjem prizorišču, kjer so bili igralci in seveda tudi gledalci že pošteno mokri.

V ponedeljek dopoldan smo si po dveh uspeših predstavah organizatorji privoščili nekaj počitka. Izkoristili smo ga tudi za to, da smo nazdravili uspešnim uprizoritvam in se pogovorili, kako smo doživljali sobotno odpoved in nedeljski predstavi. Toda proslavljanje ni trajalo dolgo. Pripraviti smo se morali na naslednje predstave; na veliki četrtek, veliki petek ter velikonočni ponedeljek. Poleg tega smo na nedeljskih predstavah opazili nekatere pomanjkljivosti, ki smo jih do naslednjih uprizoritev želeli odpraviti.

Prodajalci vstopnic in Petrolove torbice

Gledalci, ki niso kupili vstopnic v predprodaji, so imeli možnost njihovega neposredno pred predstavami. Prizorišča Škofjeloškega pasijona so bila na prostoru med Selško in Poljansko Soro, zato je bil prihod nanje mogoč preko različnih mostov. Na njih sta bili prodaja in kontrola vstopnic. Na začetku mostu sta bila po dva prodajalca, oblečena v fluorescentne jopiče, da sta bila opazna že od daleč, na drugi strani mostu pa dva kontrolorja. Ta dva sta vstopnice pregledovala in gledalce usmerjala na prava prizorišča. S tako urejenim sistemom smo imeli dokaj nadzorovan dostop do prizorišč.

Ker sem bil vodja prodaje vstopnic, sem bil posredno tudi vodja prodajalcev vstopnic. Kar nekaj časa sem razmišljal, kako bi jim omogočil dobre pogoje za delo, saj sem predvideval, da bodo imeli pri sebi veliko denarja, ki bo moral biti čim bolj varno shranjen. Spomnil sem se, da so imeli Petrolovi uslužbenci včasih torbice, kamor so spravljali denar. Poklical sem v Petrol, če še imajo te torbice in si jih je mogoče sposoditi. Po nekaj telefonskih klicih sem dobil pravo osebo, ki mi je povedala, da so torbice spravljene v glavnem skladišču v Ljubljani. Poklical sem vodjo skladišča, ki mi je dejal, da imajo še nekaj novih torbic, ki jih ne potrebujejo več, zato nam jih lahko posodi.

Pred vsako predstavo sem šel na obhod, tako sem nadzoroval delo prodajalcev vstopnic in spremljal potek prodaje. Videl sem, da delo prodajalcev ni bila le prodaja vstopnic, ampak so gledalcem morali tudi razlagati, kje so posamezna prizorišča, kako priti do njih in kje je mogoče sedeti. Prodaja vstopnic je bila zelo zahtevna in naporna, še posebej na avtobusni postaji, kamor je prihajala

večina gledalcev. Vesel sem bil, ker ne tam ne nikjer drugje ni nikdar prišlo do večjih težav.

Vstopnice so prodajali dijaki 3. in 4. letnika Gimnazije Škofja Loka. Na to, da so pri pasijonu sodelovali na tak način, so bili zelo ponosni. Po končanih predstavah so me vprašali, če bo leta 2000 ponovno pasijon in če bi lahko spet oni prodajali vstopnice; tako je bila ekipa za pasijon 2000 skoraj nespremenjena.

Štetje denarja na občini

Pri prodaji vstopnic na dan predstave je bilo najbolj stresno takrat, ko so prodajalci na občino prinesli neprodane vstopnice in denar od prodanih. Ker je zaradi načina uprizoritve prišlo do časovnega zamika začetka predstave na zadnjem prizorišču, smo prodajo na vseh prodajnih mestih zaključili šele pol ure po začetku pasijona na prizorišču A.

Obseg prodaje vstopnic je bil na prodajnih mestih različen, vedno je bilo največ prodanih na avtobusni postaji, pri mostu čez Selško Soro. Čeprav sta bili tam dve skupini prodajalcev, so obiskovalci ob največji gneči morali kar nekaj časa počakati, da so vstopnice lahko kupili.

Pred oddajo denarja in neprodanih vstopnic so prodajalci uredili svoje evidence. V parih, tako kot so prodajali vstopnice, so se na občini posedli kar na hodniku po tleh. Šteli so, koliko vstopnic so prodali, koliko je bilo neprodanih vstopnic, koliko imajo denarja ter pri tem ugotavljali, če jim kaj manjka. Bankovce istih vrednosti so zlagali po kupih, kadar je bila predstava zelo obiskana, je bil skoraj cel hodnik poln denarja. Pri štetju je bilo, kot bi bili v čebeljem panju. In potem veselje: »Danes mi ni nič zmanjkalo!« Po eni od predstav se je zgodilo, da je par prodajalcev prinese več kot milijon tolarjev denarja, kar je danes več kot 5.000 EUR.

ŠKOFJELOŠKI PASIJON 2006

Po zaključku Škofjeloškega pasijona 1999 so si mnogi želeli ponovne uprizoritve pasijona v naslednjem letu. Glavna razloga za to sta bila uspešno izvedene predstave ter prihajajoče leto 2000, ki je bilo pojmovano kot neke vrste prelovnica v zgodovini človeštva in nekateri so menili, da je prav, da takšno prelovnico v Škofji Loki obeležimo na poseben način.

Tisti, ki smo sodelovali pri pripravi na uprizoritev pasijona 1999, smo vedeli, da uprizoritve pasijona ne bodo vsako leto, a sta bila to vseeno prepričljiva razloga, da smo tudi mi razmišljali o uprizoritvi v letu 2000. Hkrati smo se zavedali, da je za ponovno uprizoritev ena najpomembnejših stvari pripravljenost

⁶ Priprave za uprizoritev Škofjeloškega pasijona v letu 2000 so bile enake oziroma zelo podobne kot v letu 1999, zato jih nisem ponovno opisoval.

igralcev za sodelovanje. Strinjali smo se, da tistih, od katerih je odvisna predstava, ni smiselno siliti v sodelovanje, zato smo pred sprejetjem dokončne odločitve o uprizoritvi preverili, kakšno je vzdušje v igralskih skupinah, ali so pripravljeni sodelovati ali ne. V začetku maja smo vsem sodelujočim društvom, igralskim skupinam in konjenikom poslali dopis, v katerem smo jih povabili k sodelovanju. Vsi so se na vabilo pozitivno odzvali, saj so želeli ponovno nastopiti. Konec maja smo na skupnem sestanku strokovne, promocijske in organizacijske skupine sklenili, da bo v postno-velikonočnem času leta 2000 v Škofji Loki ponovno uprizorjen Škofjeloški pasijon.

Po končanih uprizoritvah pasijona 1999 je bilo treba najprej plačati vse račune in narediti obračun. Vzporedno s tem smo pospravljali in urejali kostume, odre ter druge rekvizite in že pripravljali stvari za nove predstave. Poleti je bilo vseeno toliko časa, da smo si privoščili kratek oddih pred napornimi meseci priprav, toda brez promocijskih aktivnosti ni šlo. Konec julija smo Marjan Kokalj, Andreja R. Megušar in jaz odšli na Dunaj, kjer smo Škofjeloški pasijon predstavili predstavnikom Slovenske turistične organizacije. Poleg tega sva bila z Marjanom gosta na Radiu Sora. V posebni oddaji o pasijonu sva predstavila analizo pasijona 1999 in načrt priprav za uprizoritev v letu 2000.

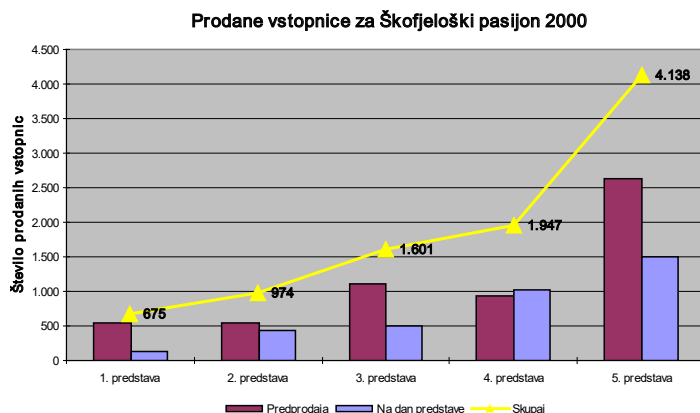
S pripravami na uprizoritev Škofjeloškega pasijona 2000 smo začeli sredi septembra. Delo smo načrtovali in usklajevali na sestankih pripravljalne skupine, ki so bili vsaka dva tedna, ob torkih zvečer. Poleg nas, ki smo sestavljali ožjo pripravljalno skupino,⁷ so bili v skupini še nekateri drugi, ki so že sodelovali pri pripravah na prvo uprizoritev, ter župan Igor Draksler. Priprave so potekale zelo podobno kot za pasijon 1999, prav tako pa izvedbene aktivnosti, le da jih je bilo nekoliko več, kajti pasijonsko ponudbo smo razširili in jo izboljšali. Priprave so bile vseeno nekoliko lažje, ker smo lahko večino stvari iz pretekle uprizoritve le nadaljevali in nadgradili.

Analiza prodanih vstopnic za Škofjeloški pasijon 2000

Za pet predstav Škofjeloškega pasijona v letu 2000 je bilo prodanih 9.335 vstopnic. Glede na evidenco vseh izdanih vstopnic – vključene so brezplačne vstopnice za goste in sponzorje ter po dve vstopnici za vsakega sodelujočega – si

⁷ Za uprizoritev pasijona v letu 2000 se je spremenil način priprav, saj je bila namesto organizacijske in promocijske skupine oblikovana samo pripravljalna skupina. Pri pripravah se je pridružil Aleš Tolar, tako smo ožjo pripravljalno skupino sestavljali Marjan, Tina, Aleš in jaz. Vsak od nas je bil odgovoren za določeno področje, za katerega je načrtoval delo in skrbel, da so priprave potekale skladno z načrtom. Marjan, Tina in jaz smo imeli v glavnem enake zadolžitve kot pri uprizoritvi v letu 1999, Aleš pa je prevzel delo in koordinacijo, ki ju je v preteklem letu opravljala organizacijska skupina. Naše naloge so se marsikdaj dopolnjevale, zato smo drug drugemu veliko pomagali s predlogi in pri samem delu.

je predstave pasijona ogledalo okoli 13 000 gledalcev. Na predstavah leta 2000 je bilo veliko izboljšav (maska, scena ...), kar smo pri promociji poudarjali in izpostavljali, a se mnogi za ponovni ogled pasijona niso odločili, čeprav smo to pričakovali.



Iz grafa lahko vidimo, da je bilo število gledalcev na posamezni predstavi, ter posledično skupno število gledalcev v letu 2000, precej nižje kot leto prej. Šele zadnjo, 5. predstavo, si je ogledalo toliko gledalcev, kot smo jih načrtovali za vsako predstavo. Menim, da sta bila vzroka za nastalo situacijo predvsem dva:

- *Slabo vreme v dneh pred predstavami*; cel teden je bilo slabo, aprilsko vreme, na dan predstave sicer ni deževalo, toda vremenska napoved marsikdaj ni bila najbolj obetavna. Zaradi slabe vremenske napovedi ljudje niso kupovali vstopnic v predprodaji, kar je pokazala dinamika predprodaje, redki pa so se na dan predstave odločili za ogled.
- *Relativno visoka cena vstopnic* (cene so bile naslednje: za sedišče 2.700 SIT (13,38 EUR), za stojišče 1.500 SIT (7,43 EUR) in za organizirane mladinske skupine 1.000 SIT (4,96 EUR); cene vstopnic so bile enotne in v predprodaji niso bile cenejše); za tako ceno vstopnic smo se odločili, ker država tudi v letu 2000 ni nameravala finančno podpreti uprizoritve. Načrtovano je bilo, da bi se večina stroškov pokrila s prihodki od prodaje vstopnic in sponzorskimi sredstvi, manjši del sredstev pa bi prispevala Občina Škofja Loka, a je bilo na koncu ravno obratno.

Na grafu tudi vidimo, na kakšen način so bile vstopnice prodane. Število prodanih vstopnic v predprodaji ni bilo bistveno večje kot v prodaji na dan predstave. V predprodaji je bilo prodanih 61 % vstopnic, na dan predstave pa 39 %; leta 1999 je bilo to razmerje 83 % : 17 %.

Finančna zgradba Škofjeloškega pasijona 2000

Evidentirani stroški za Škofjeloški pasijon 2000 so bili **56.735.070,14 SIT** oz. **281.133,90 EUR**.⁹ V tem znesku ni plač Marjana Kokalja in Tine Oblak, ki sta bila, tako kot za pasijon 1999, za pripravo uprizoritve pasijona zaposlena na Občini Škofja Loka. V znesek tudi niso všteti materialni stroški in stroški poštnih storitev, saj je vsa poštna korespondenca potekala prek glavne pisarne Občine Škofja Loka.

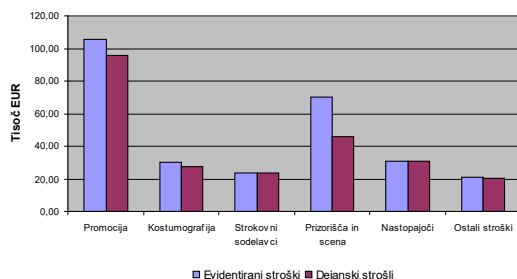
Po vrstah je stroške mogoče združiti v naslednje skupine:

- **Promocija: 105.619,41 EUR;**
stroški vključujejo stroške oglaševanja v elektronskih in tiskanih medijih, stroške promocijskega materiala (tudi gledališki listi v slovenskem in angleškem jeziku) ter druge tiskovine.
- **Kostumografija: 29.890,01 EUR;**
stroški vključujejo izdelavo, dodelavo in popravilo kostumov ter masko.
- **Prizorišča in scena: 70.063,84 EUR;**
stroški vključujejo pripravo prizorišč, ozvočenje in osvetlitev.
- **Strokovni sodelavci: 23.539,10 EUR;**
stroški obsegajo plačila strokovnih sodelavcev in tistih, ki so sodelovali na predstavah (redarji, prodajalci in kontrolorji vstopnic).
- **Nastopajoči: 31.083,63;**
stroški vključujejo stroške prehrane za igralce, prevozov konj ter plačila igralcev in konjenikov.
- **Drugi stroški: 9.669,40 EUR;**
stroški vključujejo stroške plačila DDV in ostale nerazporejene stroške.
- **Zapora ceste, zavarovalnica: 11.268,51 EUR;**
stroški vključujejo stroške priprave in zapore ceste ter stroške zavarovanja prireditve.

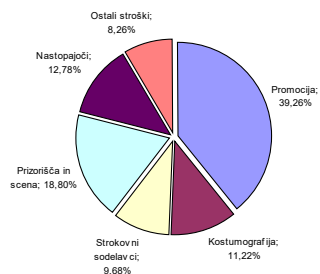
⁸ Natančno finančno poročilo za Škofjeloški pasijon 2000 je shranjeno v arhivu Škofjeloškega pasijona in pri avtorju besedila. V poročilu so podrobno predstavljeni vsi stroški in prihodki uprizoritve.

⁹ Za preračun stroškov in prihodkov Škofjeloškega pasijona 2000 v evre je uporabljen srednji tečaj Banke Slovenije na dan 1. 4. 2000, ki je znašal 1 EUR je 201,8080 SIT.

Evidentirani in dejanski stroški za Škofjeloški pasijon 2000



Dejansko stroški Škofjeloški pasijon 2000 - deleži



Zaradi velike razlike med stroški in prihodki smo se po končanih predstavah z nekaterimi dobavitelji dogovorili za dodatne popuste oziroma to, da računa ni bilo treba plačati. **Dejanski stroški** za Škofjeloški pasijon 2000 so tako znašali **49.096.304,94 SIT oz. 243.282,25 EUR**. V levem grafu se vidi, da so bili popusti v glavnem dogovorjeni pri stroških promocije ter stroških priprave prizorišč in scene.

Večino računov smo plačali do konca leta 2000, nekatere pa šele naslednje leto. Nakazila igralskim skupinam so bila opravljena šele v začetku leta 2003.

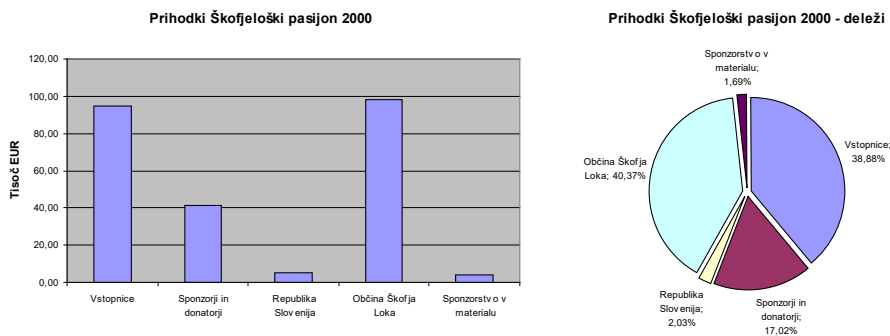
V drugem grafu lahko vidimo, da je promocija obsegala daleč največji delež dejanskih stroškov uprizoritve – skoraj 40 %. Slabih 19 % so predstavljali stroški priprave prizorišč in scene, približno enak delež pa stroški nastopajočih (skoraj 13 %) in kostumografija (dobrih 11 %). Nekaj manj kot 10 % obsegajo stroški plačil strokovnih sodelavcev, ostali nerazporejeni stroški pa predstavljajo dobrih 8 % vseh dejanskih stroškov uprizoritve.

Prihodki Škofjeloškega pasijona 2000 so bili **28.496.720,00 SIT oz. 141.207,09 EUR**.

Prihodki po vrstah so bili naslednji:

- prodaja vstopnic: 94.761,51 EUR;
- nakazila sponzorjev in donatorjev: 41.490,38 EUR;
- nakazilo Ministrstva za malo gospodarstvo in turizem RS (po končanih uprizoritvah): 4.955,21 EUR.

Poleg navedenih prihodkov je bilo nekaj sponzorskih sredstev v materialu. Višina teh je bila 4.127,69 EUR. Tako je bila višina vseh prihodkov **145.334,77 EUR**. Razliko do pokritja celotnih stroškov (19,857 mio. SIT oz. 98.395 EUR) je prispevala Občina Škofja Loka iz proračuna.



Na grafih se vidi, da sta bila glavna vira za pokrivanje dejanskih stroškov uprizoritve prodaja vstopnic – skoraj 39 % in proračun Občine Škofja Loka – dobrih 40 %. Sponzorji in donatorji so prispevali 17 % oziroma 19 % sredstev (vključeno tudi sponzorstvo v materialu). Na podlagi pogodbe o sofinanciranju, ki je bila sklenjena oktobra 2000, je 1 mio SIT oziroma 4.955,21 EUR prispevalo tudi Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem RS, kar je 2 % vseh sredstev.

Nakazilo denarja konjenikom in igralcem

Pripravljalna skupina za uprizoritev Škofjeloškega pasijona v letu 2000 se je odločila, da se društva in igralске skupine za sodelovanje pri Škofjeloškem pasijonu finančno nagradi. Znesek, ki bi ga dobili, je bila zahvala in predvsem spodbuda društvom za njihovo nadaljnje delo. Porabili naj bi ga za razvoj in izboljšanje pogojev dela. Za določitev višine zneska smo oblikovali posebno merilo; vsakega statista smo ovrednotili¹⁰ po 500 SIT (2,48 EUR), igralce in konjenike pa po 2.000 SIT (9,91 EUR) na predstavu.

Zaradi manjšega obiska od načrtovanega, in posledično nižjih prihodkov od prodaje vstopnic, obljubljenih finančnih sredstev nismo mogli nakazati takoj po končanih predstavah, toda prizadeval sem si, da bi dano obljubo čim prej izpolnili.

Za izplačilo so najbolj »pritiskali« konjeniki. Z Borutom B. Bogatajem, vodjem konjenikov, smo se dogovorili, da bomo denar skušali nakazati do konca leta 2000. Število konjenikov se je na predstavah nekoliko spreminjalo, zato je Borut do jeseni pripravil spisek, kdo je kdaj nastopal ter od kod je prihajal; na podlagi tega smo lahko izplačali tudi stroške za prevoze konjev. Nekateri konjeniki so po pasijonu 1999 prestopili v drug konjeniški klub ali

¹⁰ Za preračun v evre je uporabljen srednji tečaj Banke Slovenije na dan 1. 4. 2000, ki je znašal 1 EUR je 201,8080 SIT.

ustanovili svoje društvo. Vse to je bilo treba upoštevati pri pripravi spiska, da smo dobili prave podatke, kam določen znesek nakazati. Konjeniki so denar dobili poleti 2001.

Po plačilu konjenikov so za izplačilo ostala še kulturna društva in igralske skupine. Župan mi je dejal, da nakazil zagotovo ne bo pred letom 2002. Ta čas sem izkoristil za pripravo dokončnega seznama vseh igralcev in statistov Škofjeloškega pasijona 2000, saj sem ga potreboval za izplačilo obljubljenega denarja. Takšnega seznama do takrat še ni bilo, ker so se nekateri pasijonu pridružili tik pred predstavami in niti niso bili navedeni v gledališkem listu.

Za pomoč pri pripravi seznama sem se obrnil na vodje igralskih skupin. V telefonskih pogovorih smo usklajevali imena sodelujočih, ob tem pa so mi tudi povedali, kako so bili oni in vsi tisti, s katerimi so se pogovarjali, navdušeni nad Škofjeloškim pasijonom. O predstavah so govorili samo pozitivne stvari. Vprašali so me, kako je Marjan, ali se kaj oglasi in mi pripovedovali, kako lepe trenutke so preživeli z njim. Zanimalo jih je, kdaj bodo nove uprizoritve, vendar tega nisem vedel.

V spominu so mi ostale besede in fraze, ki smo jih uporabljali pri pogovoru. Ko smo govorili o pasijonu 2000, so bile v naših glavah to letošnje predstave, pasijon 1999 pa je za nas pomenil lanske predstave, čeprav smo se o tem pogovarjali leta 2002. Nihče ni mogel verjeti, da čas tako hitro teče in da so bile zadnje predstave že pred več kot dvema letoma.

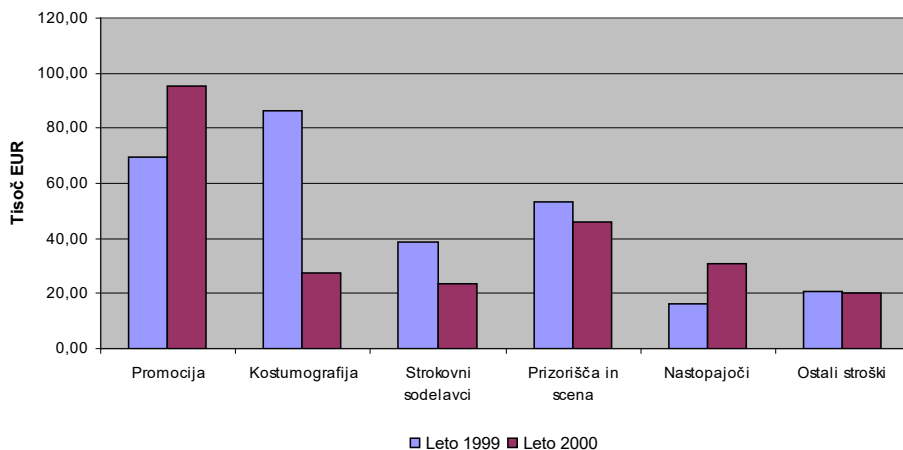
Sredi leta 2002 so mi iz občine sporočili, naj zberem in pripravim potrebno dokumentacijo za nakazilo denarja. Vsem društvom in igralskim skupinam sem poslal dopis, v katerem sem jih prosil, da poleg potrjenega seznama igralcev in statistov, ki je bil osnova za nakazilo, pošljejo še prošnjo za dotacijo. Od vodij igralskih skupin sem pričakoval zadovoljstvo, da se bo stvar končno uredila in njihovo pripravljenost za sodelovanje, a se moja pričakovanja niso uresničila. Na poslani dopis je odgovorilo le nekaj vodij, ostale sem moral ponovno poklicati in jih prositi, da čim prej pošljejo potrebne dokumente. Minila sta več kot dva meseca, preden sem imel zbrane vse sezname in prošnje za dotacije, na podlagi katerih so se nakazala finančna sredstva, približno 3,15 mio SIT oz. 15.610 EUR.

Izplačila kulturnim društvom in igralskim skupinam so bila opravljena v začetku leta 2003 in šele takrat se je zame Škofjeloški pasijon 2000 zares končal. Obljubljena finančna sredstva so bila nakazana precej pozneje, kot je bilo predvideno, ampak zame je najpomembnejše to, da smo dano obljubo izpolnili.

PRIMERJAVA STROŠKOV IN PRIHODKOV ŠKOFJELOŠKEGA PASIJONA 1999 IN 2000

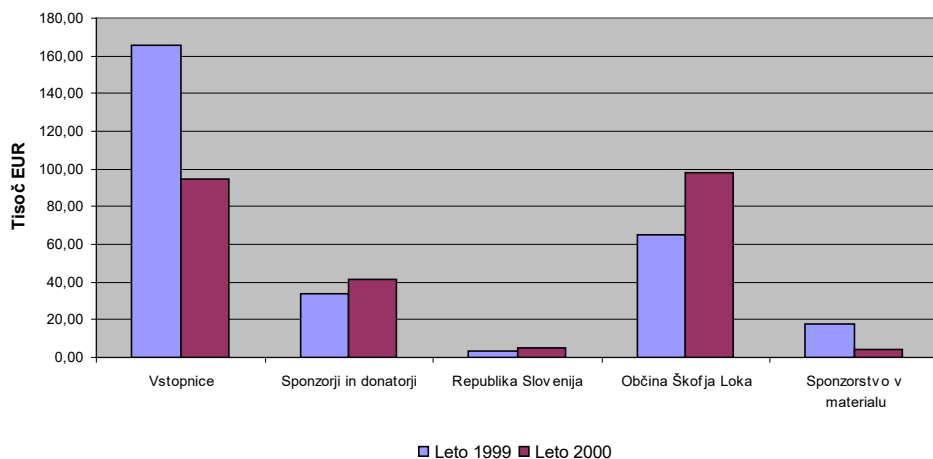
Višina skupnih stroškov uprizoritev Škofjeloškega pasijona v letih 1999 in 2000 je bila dokaj podobna – 54,29 mio. SIT oziroma dobrih 285.000 EUR (leta 1999) in 49,09 mio. SIT oziroma dobrih 243.000 EUR (leta 2000) – razlikovala pa se je struktura stroškov, kar je razvidno iz spodnjega grafa.

Primerjava stroškov Škofjeloški pasijon 1999 in 2000



V letu 1999 so bili višji t. i. zagonski stroški (kostumografija, strokovni sodelavci), v letu 2000 pa je bilo veliko vloženega v pozicioniranje blagovne znamke Škofjeloški pasijon, zato so bili zelo visoki stroški promocije. Žal pa to ni dalo zelenih rezultatov. V letu 2000 so bili v primerjavi z letom 1999 višji tudi stroški za nastopajoče oziroma igralce, ker smo se ob odločitvi za ponovno uprizoritev pasijona dogovorili, da del sredstev namenimo za društva in igralske skupine.

Primerjava prihodkov Škofjeloški pasijon 1999 in 2000



Če primerjamo prihodke Škofjeloškega pasijona v obeh letih, lahko na grafu vidimo, da se je tudi struktura prihodkov razlikovala. Leta 2000 je bilo bistveno manj prihodkov od prodaje vstopnic kot leta 1999, zato je več finančnih sredstev prispevala Občina Škofja Loka.

Sponzorska in donatorska sredstva so bila v obeh letih približno enaka, čeprav graf prikazuje, da je bilo sponzorskih sredstev leta 2000 več. Razlog je 19 % DDV, ki smo ga zaradi spremenjene zakonodaje zaračunali vsem sponzorjem.

V letih 1999 in 2000 se je razlikovalo skupno število sponzorjev in donatorjev. V letu 1999 je bilo približno 50 sponzorjev in donatorjev, v letu 2000 le 25. Pomembna razlika pri sponzorstvu je bila tudi ta, da je bilo leta 1999 precej več sponzorstva v materialu kot leta 2000.

Republika Slovenija je prek Ministrstva za malo gospodarstvo in turizem v letu 2000 prispevala skoraj še enkrat toliko kot v preteklem letu prek Ministrstva za kulturo, a z vidika pokrivanja vseh stroškov še vedno zelo malo.

ZAKLJUČEK

Škofjeloški pasijon je slovenski in evropski kulturni biser. V njem se prepletata romanski in germanski tip pasijona, zato je tudi s tega gledišča edinstven. Z uprizoritvami pasijona v letih 1999 in 2000 se je Škofja Loka vpisala med pasijonska mesta, ki se lahko pohvalijo z najveličastnejšimi pasijoni in najstarejšo pasijonsko tradicijo. To nas zavezuje k temu, da ta kulturni biser ohranjamo in ga vedno znova »postavimo na ogled«.

Uprizoritve Škofjeloškega pasijona v letih 1999 in 2000 so brez dvoma uspele, kar dokazuje več kot 50 000 gledalcev v dveh letih. Pri predstavah je, vključno s konjeniki, sodelovalo več kot 600 amaterskih igralcev ter skoraj še enkrat toliko tistih, ki so bili potrebni, da je do uprizoritve prišlo ali pa so na predstavah skrbeli, da je vse gladko teklo. Škofja Loka z okolico ter obe dolini so v času uprizoritev živeli in dihali s pasijonom. To dejstvo smo mogli in morali razumeti kot močno sporočilo, da uprizoritve v letih 1999 in 2000 nikakor ne smejo biti prve in zadnje. Z uspešnimi uprizoritvami pasijona smo pokazali ter dokazali, da se lahko brez sramu postavimo ob bok največjim pasijonskim mestom po Evropi. Treba se je zavedati, da je bil Škofjeloški pasijon leta 1999 dovolj dober, da ga ni potrebno spreminjati, ter mora v svojem bistvu ostati tak, kot je bil prvič. Pasijon, kljub vsebini, ki prikazuje trpljenje, posreduje močno pozitivno sporočilo, da za velikim petkom pride velikonočno jutro.

Mislim, da ustvarjalci pasijona na začetku priprav nismo čisto natančno vedeli, v kaj se podajamo. Bili smo mlada ekipa, ki je imela smel in drzen cilj. Poleg znanja in izkušenj sta nas pri delu držala pokonci mladostna zagnanost in trma. Le tako smo lahko pripravili prireditev, s katero se je Škofja Loka vpisala v zgodovino ter med evropska pasijonska mesta. Uprizoritev Škofjeloškega pasijona je bila profesionalna, verjetno pa so bile tudi stvari, ki bi se jih dalo narediti drugače. Trudili smo se po najboljših močeh, delali z dobro voljo ter v želji po uspešnih uprizoritvah.

Škofjeloški pasijon je del Škofje Loke, je njena tradicija in je nekaj, s čimer se lahko Škofja Loka predstavi drugim. Škofja Loka takšno prireditev brez dvoma potrebuje, toda razmišljati je treba širše. Škofjeloški pasijon naj ne bi bila le gledališka predstava, ampak mora biti projekt, ko bi celo mesto in okolica zaživela v pasijonskem duhu. Vzporedno s pasijonom bi se morale dogajati še druge kulturne in turistične prireditve, s čimer smo že začeli leta 2000. V postno - velikonočnem času v Škofji Loki in njeni širši okolici ni večjih prireditev. To praznino bi vsakih nekaj let lahko zapolnil prav Škofjeloški pasijon. Za izboljšanje in obogatitev pasijonske ponudbe bi morali pripraviti posebne turistične programe, da obiskovalci ne bi prišli v Škofjo Loko le za en dan, kot gledalci pasijona, temveč bi ostali dlje in si ogledali še druge znamenitosti ter naravne lepote, ki jih mesto z okolico ponuja.

ČAS NEGOTOVOSTI PO PRVIH UPRIZORITVAH PASIJONA

Nekaj tednov po zadnji predstavi pasijona 2000 je bil sestanek, na katerem smo ga analizirali. Od takrat dalje smo se nekateri spraševali, kakšna bo prihodnost Škofjeloškega pasijona.

Še od prve uprizoritve naprej je delovala skupina ustvarjalcev Škofjeloškega pasijona, t. i. strokovna skupina¹¹ za Škofjeloški pasijon. Do leta 2004 je skupina imela pet srečanj.¹² Na njih smo analizirali, kaj je pasijon pomenil za Škofjo Loko ter se pogovarjali o tem, kako naprej. V ospredju vseh srečanj so bila vprašanja, kdaj, kako in na kakšen način ponovno uprizoriti pasijon ter kdo bi bil režiser uprizoritve. Poleg teh vprašanj je bilo še posebej izpostavljeno, da je treba Škofjeloški pasijon institucionalizirati. Člani skupine smo se strinjali, da mora Občinski svet Občine Škofja Loka sprejeti poseben odlok,¹³ v katerem bi bilo zapisano, da je Škofjeloški pasijon znamenitost in kulturna dediščina Škofje Loke ter kdaj in na kakšen način se uprizarja.

Ves čas pogovorov o prihodnosti pasijona smo se zavedali, da mora biti ob odločitvi za naslednjo uprizoritev pripravljena strategija uprizoritev za daljše obdobje. V mislih smo imeli leto 2021, ko bo 300-letnica prvega znanega zapisa Škofjeloškega pasijona in ob tem razmišljali, kako pogosto naj bodo uprizoritve. Vsakih 5, vsakih 7 ali vsakih 10 let? Strinjali smo se, da je vsakih 5 let dokaj pogosto, vsakih 10 let pa precej redko.¹⁴

Zelo pomembno se nam je zdelo vprašanje organizacije Škofjeloškega pasijona. Prvi dve uprizoritvi je organizirala Občina Škofja Loka. Menili smo, da dolgoročno to verjetno ne bo mogoče, zato je treba razmišljati o zavodu ali kakšni drugi instituciji, ki bi skrbela za nadaljevanje pasijonske tradicije. Najpomembnejši nalogi take institucije bi bili ohranjanje in varovanje dediščine Škofjeloškega pasijona ter skrb za uprizarjanje pasijona v Škofji Loki.

¹¹ Imena članov skupine lahko dobite pri avtorju besedila.

¹² Kot neformalni vodja skupine sem ob soglasju župana Igorja Drakslerja skliceval sestanke in pisal zapisnike.

¹³ To se je zgodilo šele konec leta 2007. Takrat sem bil podžupan Občine Škofja Loka, zadolžen za spremljanje področja družbenih dejavnosti in izvedbo Škofjeloškega pasijona v letu 2009.

¹⁴ V Odloku o gledaliških uprizoritvah Škofjeloškega pasijona – *Prosessio Locopolitana* v Škofji Loki je napisano, da so do leta 2021 uprizoritve Škofjeloškega pasijona na vsakih 6 let, potem pa predvidoma na vsakih 7 let.

PRIPIS

Na zadnjem sestanku skupine sodelavcev in strokovnjakov, t. i. strokovne skupine za Škofjeloški pasijon, smo septembra 2003 sprejeli sklep, da se Škofjeloški pasijon ponovno uprizori leta 2006. Režiral bi ga Borut Gartner, pri režiji pa bi mu pomagal Marjan Kokalj. Tako je sredi leta 2004 priprave na uprizoritev pasijona prevzela Tadeja Primožič in pripravila poslovni načrt projekta. Žal je bil poslovni načrt na seji občinskega sveta (aprila 2005) zaradi političnih nesoglasij zavržen, ob tem pa sprejet sklep, da se pasijon leta 2006 ne uprizori, pač pa leta 2007, a ga tudi tega leta ni bilo. Zavrnitev sklepa o neuprizoritvi pasijona leta 2006 je bilo močno negativno sporočilo tistim, ki so že pripravljali uprizoritev, ter vsem potencialnim sodelujočim igralcem in statistom.

Jeseni 2006 sem bil izvoljen v Občinski svet Občine Škofja Loka. Župan Igor Draksler me je 1. februarja 2007 imenoval za podžupana, zadolženega za spremljanje področja družbenih dejavnosti in izvedbo Škofjeloškega pasijona v letu 2009. Glede na to, da je bila uprizoritev pasijona zelo odvisna od trenutne sestave občinskega sveta, sem se zavedal, da je moja prva naloga sprejetje Odloka o Škofjeloškem pasijonu; sprejet je bil konec leta 2007. Poleg ostalega je v odloku natančno opredeljeno, kdaj in na kakšen način se uprizarja pasijon. Jasno je napisano, da so uprizoritve pasijona v letih 2009, 2015 in 2021, potem pa predvidoma vsakih sedem let. Upam, da ne bo več bojazni, ali bo Škofjeloški pasijon še kdaj uprizorjen, kot so bili to pomisleki mnogih po uprizoritvi leta 2000, in da se ne bo več ponovilo leto 2006, ko zaradi političnih interesov v tistem letu ni bilo uprizoritve pasijona, čeprav so priprave nanjo že potekale.

Po letu 2007 se je Škofjeloški pasijon na pobudo Muzejskega društva Škofja Loka začel umeščati v evropskem prostoru. Maja 2007 sem bil kot prvi predstavnik Škofje Loke prisoten na skupščini združenja Europassion (združenje evropskih pasijonskih mest). Na skupščini, ki je bila v nemškem mestu Wintrich, je bila Škofja Loka 19. maja sprejeta v Europassion. Od tedaj dalje imamo, kot mesto z eno najatraktivnejših pasijonskih uprizoritev, v združenju pomembno vlogo. O prihodnosti evropskih pasijonov smo v sodelovanju z Europassionom v Škofji Loki organizirali že več mednarodnih konferenc.