

VSEBINSKO POROČILO (JRMOM-VON-2021)

Vnesite podatke o izvedenih aktivnostih, ki ste jih navedli v prijavi.

(Z)mešani festival je v svoji četrti ediciji poskrbel za mešanico kulturnih vsebin mladih ustvarjalcev in uveljavljenih imen slovenske glasbene scene. Zero waste festival je prvič potekal v Vetrinjskem dvoru, kjer se je odvijalo 16 brezplačnih kulturnih dogodkov. Festival je zabeležil 85 nastopajočih in več kot 400 obiskovalcev.

O programu

Kulturno umetniško društvo Coda z (Z)mešanim festivalom nudi platformo za razvijanje odrskih izkušenj mladih glasbenikov, ki v različnih sestavih delujejo pod okriljem društva, katerega glavna, a ne edina dejavnost je glasbeno izobraževanje. Letos so prvič festivalsko doživetje omogočili mladimi DJ-jem, ki v prostorih KUD Coda delujejo pod okriljem šole Alphawave.

Festival, ki sicer tradicionalno poteka junija, je tudi programsko v obzir vzel dogajanje preteklih mesecev, ki je negativno vplivalo na kulturno-ustvarjalni razvoj mladih. Četrtekov program je tako z vokalnimi zasedbami KUD Coda, umetnostno terapijo Andreja Hrvatina in sarod recitalom Damirja Višiča v ospredje postavil blagodejne učinke glasbe. Rdeča nit petkovega dogajanja je bilo motiviranje za glasbeno ustvarjanje, kar sta mladim približala strokovnjakinja za psihologijo glasbe dr. Katarina Habe in vzornik marsikaterega nadobudnega glasbenika, Leopold I., ki je prav s tem koncertom napovedal svoj prvi album, »Dobro jutro«.

Vrhunec festivala je bil sobotni UkeFest, ki je mlade in obiskovalce z delavnicami, odprtim mikrofonom in koncerti, navduševal za ukulele. Prvič je festival gostil tudi ustvarjalce iz tujine – premierno je izven meja Srbije nastopil ekstravagantni dvojec Hatter Matter.

V treh dneh se je tako zvrstilo 16 brezplačnih dogodkov, ki so vsi, razen enega, potekali v Vetrinjskem dvoru. V soboto dopoldne je namreč potekalo simbolno odprtje prostorov in likovne razstave mariborske organizacije, ki je 2019 z odmevno kampanjo Glasbeni junaki rešila svojo prostorsko stisko in se preselila v lastne prostore.

Komuniciranje

Komuniciranje je po strateškem načrtu potekalo z različnimi ciljnimi skupinami. Z mediji je društvo komuniciralo prek sporočila za javnost in neposrednih nagovorov, na katere so se z najavami in reportažami z dogajanja odzvali vsi glavni lokalni mediji – Večer, Televizija Maribor, Radio Maribor, Radio Si, Radio City. Komuniciranje s splošno javnostjo je primarno potekalo prek digitalnih medijev. Vse informacije so bile zbrane in ažurirane na festivalski spletni strani www.zmesani.si, festivalske novice pa so bile vključene tudi v e-novičnik, ki ga je prejelo več kot 250 naročnikov. V festivalskem mesecu oktobru smo z več kot 120 organskimi in nekaj plačanimi objavami na omrežjih Facebook in Instagram dosegli več kot 44 tisoč uporabnikov. Dejanski doseg pa je zaradi komuniciranja nastopajočih in partnerjev še bistveno višji. Pozornost je bila namenjena tudi komuniciranju z internimi javnostmi – člani, ki so bili o dogajanju obveščeni prek digitalnih obvestil. MOM je bila kot sofinancer vključena v vse komunikacijske materiale in označena v večini objav na družbenih omrežjih. Pomemben del komuniciranja je bilo tudi neposredno informiranje na festivalskem odru, kjer so bili dnevno omenjeni tudi vsi podporniki.

O okoljskem vidiku

Glavni cilj letošnjega festivala, ki je potekal med 21. in 23. oktobrom, je bila ohranitev naziva Zero waste prireditve. Pri tokratni izvedbi je šlo za specifično v primerjavi s preteklimi, saj je bil festival izveden na novi lokaciji v sodelovanju z novim gostincem, ki je eden od ključnih za uspešno izvedbo. Nova lokacija, ki je primerjavi s preteklo (ploščad pred Umetnostno galerijo) bolj obkrožena z gostinskimi lokali in restavracijami, je predstavljala dodaten izziv za komuniciranje z udeleženci in obiskovalci festivala z vidika prinašanja odpadkov na lokacijo od drugod.

Ob prijavi smo ocenili, da bo realno težko preseči dosežene kazalnike na področju ravnanja z odpadki iz preteklih let (pričakovali smo ohranitev naziva, za katerega je potrebno najmanj 90 % ločeno zbranih odpadkov), a se je skrb izkazala za neupravičeno, saj smo skupno količino odpadkov v primerjavi z 2019 zmanjšali za 88 % (iz 121 kg na 15 kg), delež ločeno zbranih odpadkov pa iz predhodnih 95 % povišali na 98 %. Za uspešne rezultate bi lahko 'okrivili' trenutno zdravstveno situacijo in manjši obisk kot sicer, a temu ni tako, kot kaže ključni podatke - količino odpadkov na obiskovalca v primerjavi z letom 2019 smo zmanjšali za kar 57 %.

Zadali smo si tudi povečanje ozaveščenosti o zero waste konceptih, pridobivanja medijske pozornosti za okolju prijazne prireditve, ki potekajo v Mariboru ter širjenja in prenos dobre prakse na druge deležnike. Tako je bil eden od ciljev, da na podlagi merljivih empiričnih podatkov sodelujoči gostinec, Zavod Tovarna urbane kulture, ohrani zero waste ukrepe tudi po zaključeni prireditvi. K večji ozaveščenosti o zero waste konceptih je zagotovo pripomogel pogoj razpisa glede ozaveščenosti o okoljskih dnevih – poleg digitalnega komuniciranja smo pripravili zabavne izobraževalne jingle na temo zavržene hrane, ki so se izmenično predvajali pred vsakim od 16 dogodkov. Prav tako je bil dosežen cilj pridobivanja medijske pozornosti, saj so o projektu in zero waste ukrepih kot omenjeno zgoraj poročali vsi najpomembnejši mediji v tem okolju, sodelujoči gostinec pa se je že pred začetkom sodelovanja izkazal za ozaveščenega partnerja, ki se že tako trudi izogibati plastiki za enkratno uporabo. Dodatno smo priskočili na pomoč s pralnimi kozarci za večkratno uporabo. Za gostinca je bilo predhodno organizirano tudi izobraževanje.

O zero waste ukrepih so bili predhodno obveščeni vsi nastopajoči na festivalu, enako tudi obiskovalci. Festivalni prostor je bil opremljen z ozaveščevalnimi napisi, o zero waste ukrepih pa se je z ažurnimi rezultati komuniciralo tudi dnevno na odru – tehtanje odpadkov je namreč potekalo vsak dan posebej, ločeno po frakcijah. Ob prijavi smo predvidevali pomoč pri tehtanju s strani komunalnega podjetja Snaga, a smo zaradi predvidene majhne količine odpadkov proces poenostavili in tehtanje na licu mesta s profesionalnimi napravami opravili sami, odpadke pa ločeno odložili v zabojnike gostinca. Vse informacije o festivalu so bile posredovanje brezpapirno, prek QR kod in NFC nalepk, za splošno informiranje o festivalu pa so bili pripravljeni posebni reciklirani plakati, k izdelavi pa je bila v posebni akciji pozvana tudi splošna javnost.

Poročilo o uspešni izvedbi festivala in ukrepov je bilo deljeno tudi s strani nacionalne zero waste organizacije, Ekologov brez meja.

POVZETEK POROČILA

Vnesite kratek povzetek vsebinskega poročila s ključnimi podatki o izvedenih aktivnosti. Obseg največ pol strani.

(Z)mešani festival je prvič potekal leta 2018 in takrat pridobil naziv prva slovenska Zero waste prireditelj, ki ga podeljujejo Ekologi brez meja. Tudi tokrat so kulturniki ohranili svoje zaveze in dosegli cilje, v ospredje pa postavili problematiko zavržene hrane. V treh dneh je nastalo pičlih 15 kilogramov odpadkov, 98 % jih je bilo ločeno zbranih. Na obiskovalca je nastalo 0,035 kg odpadkov, v primerjavi z letom 2019 pa se je količina odpadkov na obiskovalca zmanjšala za 57 %. Letos so se poleg doslednega ločenega zbiranja odpadkov, izogibanju embalaži za enkratno uporabo in pametni uporabi tehnologije posvetili še ozaveščanju o zavrženi hrani. Pri vsem tem so upoštevali napotke in izkušnje slovenske zero waste organizacije Ekologi brez meja.