

Modelna zasnova hmeljarskega muzeja

Ob tej plejadi usmeritev in »dobrih receptov«, ki jih ponujajo muzeološki razmisleki ob koncu dvajsetega in v začetku enaindvajsetega stoletja in ki jih ponujajo že nekaj desetletij ekomuzeji, je seveda težko takoj izbrati pravo; najbrž tudi povsem nemogoče, saj je »pravih« usmeritev več in je težko verjeti, da je za ekomuzej hmeljarstva in pivovarstva samo en »dober recept«. Vendar je treba poudariti, da bodo v muzeju vendarle morali biti **upoštevani** nekateri najpomembnejši in najopaznejši trendi muzejev na prehodu iz dvajsetega v enaindvajseto stoletje:

1. Najprej bo seveda načrtvani ekomuzej moral upoštevati dejstvo, da so sodobni muzeji vse bolj obrnjeni k zadovoljevanju potreb muzejske publike, ki postaja vse bolj raznolika – muzeji dobivajo vse vrste publike, ki je prej niso imeli, sintagma klasični muzejski obiskovalec izginja – vse to pa se dogaja hkrati z naraščanjem interesa lokalne publike in skupnosti, ko muzeji postanejo mnogo bolj umeščeni v svojo skupnost, kot centri za učenje, kot centri kjer s proučevanjem preteklosti odgovarjajo na težave sedanjosti in prihodnosti.

Svetovno znani poznavalec muzejev Patrick Boylan (podpredsednik ICOM-a, mednarodnega muzejskega sveta v okviru UNESCO-a) je ob take spremembe v pojmovanju klasične vloge muzejev pri zbiranju, konserviranju (hranjenju in ohranjanju) postavljaj ob petdesetletnici razvoja ICOM-a še geslo »Muzeji v službi človeka, danes in jutri«, pri čemer je bil glavni poudarek na vlogi muzejev v družbi, pri izobraževanju in v kulturni akciji. To poslednje je zlasti pomembno, saj se mora muzej zavedati, da poseduje predmete kulturne dediščine, ne zase in za muzej obiskujočo publiko, ki spada običajno h kulturni in siceršnji eliti, ampak **za vse ljudi**. Vsak muzej bi moral sprejeti kot svojo obveznost delovati med celotno populacijo – v celotni družbi v vseh socialnih slojih in ne le v kulturnih elitah.

Novejše izpeljave tega muzejskega »grenobleskega načela« (postavljen je bil namreč na konferenci ICOM-a leta 1971 v Grenoblu) govorijo o muzejih kot

²² doc. dr., Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo, Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani.

»plodilcih kulture« (Generalna konferenca ICOM-a leta 1989 v Haagu), ki se morajo pripravljati na nov razvoj in spremembe v družbi in ne na reakcionaren način predstavljati njenih zgodovinskih dimenzij in razvoja. Muzejem je potrebno postaviti nove cilje, upoštevati nove ciljne skupine, se pogovarjati o novi muzejski politiki. Vse to je treba storiti zaradi bolj ekonomskega pomena in vloge muzejev, zavzeti je treba nova stališča do obiskovalcev, razviti nov odnos do tehnološkega razvoja, rastočega zavedanja o okolju in končno do nove politike v zbiranju, izbiranju in vračanju muzejskih predmetov.

V zvezi z zasnovo novega muzeja hmeljarstva in pivovarstva v Žalcu se zdi, da so pravi recepti vendarle vsebovani v izkušnjah tistih muzejev dvajsetega stoletja, ki so predvsem povezani z etnološko in antropološko stroko, s socialno zgodovino in podobno. Gre seveda za izkušnje ekomuzejev, ki jim dajemo določeno prednost, prav tako pa tudi za muzeje, ki jih poznamo kot muzeje sosedstva, muzeje človekovega življenja, kot tudi izkušnje institucij za razvedrilo, zasnovanih na ideji o kulturni dediščini kot pomembnemu segmentu pri »entertainment enterprises«, na pojavu industrije dediščine (»heritage industry«) kot je npr. Beamish v Veliki Britaniji, ter mnogi tematski parki (»theme parks«) po svetu (npr. poleg hmeljarskega muzeja še »dežela hmelja (in piva)«) in tako dalje.

Upoštevati bi veljalo tudi druga novodobna načela reformiranja muzeologije, ki skušajo v temelje svojih muzejskih (in splošno kulturnih institucij) vgraditi elemente: atmosfere, receptivnosti, živahnosti, informativnosti, tehnologije in tako dalje. Odgovori na vprašanja, katere značilnosti uporabiti kot osnovo za delovanje ekomuzeja, morajo biti zelo jasno opredeljena in najboljše je, da so zapisana tudi v »izjavi o poslanstvu muzeja«, ki takoj pokaže, kako dobro oziroma kako slabo muzeji služijo javnim potrebam, kateri so njegovi osnovni cilji in funkcije in kako jih uresničujejo. »Izjava o poslanstvu« predstavlja torej neke vrste muzejsko ustavo, na osnovi katere muzej planira vse svoje dolgoročne in kratkoročne aktivnosti ter nasploh vse svoje delo.

Kljub temu, da se osnovna modelna zasnova muzeja iz zapsanega že nakazuje pa je še vedno dejstvo, da je »dobrih poti več«, zato je seveda najpomembnejše vprašanje,

»kako priti do podrobnejšega koncepta dobrega muzeja?«

Zastavljanje dela in ustanavljanje take institucije je seveda zahtevno delo, ki ga bo morala zasnovati kvalificirana skupina strokovnjakov

- projektni team -

zadolžen, da po sodobnih načelih projektnega managementa zasnuje posamezne faze nastajanja ustanove, sproti preverja vse svoje rešitve s predstavniki lokalne skupnosti in zasnoval vse potrebne projekte oziroma dokumente, ki jih institucija potrebuje. Projektni team bi morali sestaviti tripartitno:

- iz vrst strokovnjakov muzejske stroke, strokovnjakov za vodenje projektov ter strokovnjakov za področje hmeljarstva, turizma, promocije in tako dalje, ki bi sestavljali Znanstveni odbor ekomuzeja, med njimi pa bo morali svoje mesto že takoj v začetku imeti tudi domači strokovnjak
- iz predstavnikov vseh občin in ostalih strateških partnerjev, ki bi ga morali čimprej imenovati na nivoju vseh občin regije,
- iz predstavnikov tako imenovanih uporabnikov – med temi bi morali biti predvsem tisti domačini, zlasti tisti, ki se bodo s projektom identificirali (bodisi kot bodoči sodelavci in partnerji muzeja, bodisi kako drugače).

Preverjaje konceptov projektnega teama bo teklo v obliki večjih ali manjših delavnic, na katerih bi z *brain-stormingom* preverili, prevetrili in prilagodili pripravljene koncepte ter vsebinska izhodišča in ideje. Tako bi bilo snovanje muzeja hmeljarstva v vseh fazah nastajanja zastavljeno kot sodobna projektna naloga, ki bi uživala najvišjo možno podporo lokalne skupnosti. Prva naloga projektnega sveta bi bila seveda konkretizacija izvedbenih projektnih nalog, ki jih vsebuje projektna dokumentacija v tem projektu. Posebej pomembna je konkretizacija

projektnih nalog za vsako posamezno občino

z opredeljenimi nosilci, roki, produkti, ki jih pričakujemo od projekta in tako dalje, kar bo tudi izhodišče za realizacijo projekta in za pripravo dokumentacije za prijavo na različne razpise za sredstva. Elemente potrebne projektno dokumentacije in posamezne projektne naloge, ki se navezujejo predvsem na muzejsko plat projekta podajamo v naslednjih podpoglavjih, sama projektna dokumentacija pa bo morala seveda nastati po izvedenih

delavnicah z vsemi potencialnimi partnerji in sodelavci v projektu,

ki bodo sledili oddaji te dokumentacije kot sestavni del implementacije prve faze in hkrati kot začetek druge faze projekta.

Po formalni ustanovitvi ekomuzeja bo projektni team razpuščen oziroma bo toliko spremenil svojo strukturo, sestavo in pristojnosti, da bo ustrezal tako običajni organizacijski strukturi ekomuzejev (upravni odbor, odbor uporabnikov, znanstveni odbor), kot tudi naši konkretni zakonodaji, ki npr. od javnih zavodov zahteva ustanovitev Sveta zavoda in Strokovnega sveta v katerem so tako predstavniki zaposlenih, pooblastiteljev, uporabnikov, kot tudi stroke-znanosti.

Cilji ekomuzeja hmeljarstva in pivovarstva

- Ohranjanje znanja in veščin povezanih s pridelavo hmelja in njihovo širjenje – glavni partner IHP Žalec,
- želi odločilno prispevati k razvoju kraja oziroma regije (Spodnja Savinjska dolina – SSD)
- zavezanost ekomuzeja vsej regiji in njihovim problemom ter »izgradnja« pripadnosti – identitete – kraja in regije ter profesionalne identitete – hmeljarstva
- pritegniti vse občine in kraje ter prebivalce k sodelovanju
- pogosto seznanjanje s cilji ekomuzeja, z njegovimi nalogami in sprotnim delovanjem – akcije, prireditve, delavnice,
- ustvariti privlačen, atraktiven muzej in/ali atraktivne ostale »muzejske točke« v vseh krajih SSD,
- Ustvarjati »okolje inovativnosti« na vseh področjih, ki zadevajo muzej – tudi na »neklasično muzejskih področjih, ki zadevajo socialne in družbene probleme predvsem krajev v regiji, občine, SSD, lahko pa tudi širše nacionalne in globalne probleme.

Partnerji muzeja

Pooblastitelji – možni ustanovitelji in sofinancerji

- Občine Braslovče, Prebold, Tabor, Vransko, Žalec
- Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije,
- regionalne in državne agencije in službe, ki delujejo na področju razvoja podeželja,
- RAS Žalec, RRA Celje,

- Hmezad d.o.o. Žalec,
- Inštitut za hmeljarstvo – IHP Žalec,
- Pivovarna Laško, Union

Strateški partnerji

- Občinske muzejske zbirke Vransko,
- Muzejska zbirka Prebold,
- Zavod za kulturo, šport in turizem.

Razvojni partnerji

- Ekološke kmetije,
- turistične kmetije,
- nosilci gostinske dejavnosti,
- obrtniki - obrtna dejavnost,
- zasebne muzejske zbirke.

Donatorji

- ekomuzej išče stalne (letne in večletne) donatorje in podpornike,
- ekomuzej išče donatorje in podpornike tudi za vsako svojo akcijo

Muzejski prostor(i) – prikazi hmeljarske in pivovarske tehnologije

Izbrana varianta postavitve ekomuzeja v Žalec – v tretjem nadstropju (kasneje morda še v četrtem in petem nadstropju) prostorov stare sušilnice IHP Žalec že sama nakazuje nekatere elemente prostorskih zasnov ekomuzeja. Ker gre za sušilnico za industrijsko sušenje hmelja, delujočo v obdobju med 1956 in 1980, prostora nima smisla nameniti prikazu industrijske dediščine tega obdobja, ampak predvsem celovitemu pregledu hmeljarstva in pivovarstva. Podrobneje si bo nekatere elemente hmeljarske in pivovarske dediščine (npr. prikaze tradicionalne – ročne - hmeljske tehnologije) mogoče ogledati tudi na nekaterih izbranih lokacijah v okviru hmeljarskih kmetij v različnih krajih regije, ali pa v že zastavljenih lokalnih muzejskih zbirkah, ki delujejo npr. v Preboldu in na Vranskem. Novejše tehnološke postopke pa si bodo muzejski obiskovalci lahko ogledovali (odvisno od sezonskih ciklov hmeljarski del) na poskusnih hmeljskih nasadih IHP v neoposredni okolici stavbe ekomuzeja ali pa pri nekaterih hmeljarskih kmetijah, ki se bodo tudi vključili v ponudbo ekomuzeja.

Elemente pivovarske tehnologije si je že zdaj mogoče ogledati v mikropivovarni Inštituta za hmeljarstvo in pivovarstvo, kasneje pa bo tovrstno tehnologijo mogoče videti tudi na nekaterih hmeljarskih kmetijah – prav tako v obliki mikropivovarn ali pa s prikazom enostavnejših »domačih« tehnologij varjenja piva, ki jih lahko obiskovalci z nakupom potrebnih sestavin in receptur ponovijo tudi doma.

Podoba muzeja

- Muzej mora razviti celo vrsto atrakcij in privlačnih vsebin, povezanih z dediščino hmeljarstva in pivovarstva.
- Razstavni teksti morajo biti poljudni; temeljiti na privlačnih, tudi zabavnih zgodbah o hmeljarstvu in pivovarstvu, če je le mogoče morajo biti napisani z umetniško besedo. (Primerjaj npr. Muzej premogovništva – avtor tekstov Jože Hudales, kjer so najprej nastala strokovna besedila, ki so bila nato »prepisana« v muzejske tekste ki delujejo kot literarna besedila). Pri tem »prepisovanju« sodelujejo znani slovenski literati, ki izvirajo iz SSD ali lokalni pisci.
- Atrakcije in interaktivne možnosti (sodelovanje obiskovalcev) mora ekomuzej iskati s področja sodobne in tradicionalne (ročne) hmeljske tehnologije skozi celo leto.
- Celotno vsebino ekomuzeja ubrati nekoliko (vendar ne »poceni«) lahkotno – hmeljarstvo je polno »okroglih povesti«, tudi »nočnih podvigov« obiralcev in podobnega. Izjava župnika NN iz ene od župnij spodnje Savinjske doline: »Obiranje hmelja je bila savinjska šola fuka«. Vse to življenjsko živahnost prikazati na primeren, zabaven, ne pa na vulgaren način
- pripraviti tudi knjižico »Savinjske kosmate in robate« po vzoru Štrekljeve znamenite mape ...
- Vključiti v snovanje ekomuzeja **savinjsko okroglo mizo**, na katero bi povabili vse znane savinjske rojakov, na kateri bi zabeležili in v muzej vključili tudi njihove predloge, vizije in hkrati animirali vse udeležence (kiparje in slikarje, pesnike, pisatelje, novinarje, publiciste in podobne), da s svojimi konkretnimi deli sodelujejo pri nastajanju ekomuzeja
- Čim več interaktivnih možnosti v samem muzeju in izven njega na hmeljiščih ali v mikropivovarni ...
 - o EM mora aktivirati vse čute – otip, okus, voh, sluh (in seveda vid)

- povohaj hmelj in povej,
- poskusi hmelj in povej,
- Poslušaj in pripoveduj dalje... :
- npr – okrogle hmeljske povesti,
- Oglej si npr. albume starih fotografij iz hmeljske zgodovine, svetovne in domače,
- Oglej si animirane in/ali »igrane filme« s skeči, ki jih lokalni gledališčniki pripravijo iz različnih tem, povezanih s hmeljarstvom
- Pri snovanju tovrstnih ogledov je treba poleg prostorov za večje projekcije (najmanj 30-50 ljudi) predvideti v okviru ekomuzeja tudi bolj komorne – individualne možnost ogledovanja ali poslušanja posnetega gradiva (npr. za posameznike, za 3-5-10 ljudi ...)
- Poskusi sam – npr. izruvat hmeljevko z mačkom ...
- Naredi sam – vsebino smo najprej zasnovali za otroke in družine, morebitne posebne vsebine najstnike in odrasle še bodo zasnovane.
- »Skuhaj si pir« (glej zgoraj)
- Uporaba vseh čutil:
-
- **»Evropskost«**: v muzeju mora biti v zvezi z hmeljarstvom in pivovarstvom opazna tudi evropska in svetovna dimenzija pivovarstva in povezava hmeljarstva z Evropo in svetom:
 - vpogledi v hmeljarstvo in pivovarstvo v svetu,
 - »hmelj gre po svetu« – povezave savinjskega (slovenskega) hmelja s svetom, prodaja po svetu, delež v okviru svetovne produkcije in podobno.

Nadvse pomembna je inovativnost in kreativnost pristopa k snovanju podobe muzeja – vsak muzejski segment je treba narediti posebej in ves čas kreativno ter inovativno iskati interpretacijske potenciale vsakega segmenta – ne uporabljamo avtomatizma po formuli:

Teksti + slike + podnapisi + predmeti

+enotno oblikovanje razstave

=

EMHiP,

ampak mora biti vsak oddelek, vsak razstavek in razstavna enota muzeja *unikat*, avtorji in oblikovalci razstave seveda skupaj zasnujejo *rdečo nit*, vendar nato razmišljajo o vsakem razstavnem segmentu posebej – individualno.

Potrebne so zasnove različnih igrivih domislic – izdelava posebej zasnovanih rekonstrukcij, izdelkov ter uporaba mnogih idej za interaktivne vsebine v muzeju – kombinacija dveh slik ali slika + računalniška simulacija, animacija dogajanja na naslednji sliki ali sceni, »žive muzejske scene« s kombinacijo predmetov in slik, z muzejskimi lutkami in podobnim, muzejske rekonstrukcije, ki so vsaj deloma »delujoče«, interaktivne.

- velike slike – malo slik, toda velike – v naravni velikosti – rekonstrukcija »hmeljskih okolij« ... Male slike v obliki muzejskih »albumov v prostoru«, ki jih vsak prelista,
- poseben poudarek »**letnemu ritmu**« **pokrajinske identitete** – pomladi, poleti, jeseni ob obiranju hmelja, pozno jeseni in pozimi,
- »hmeljarsko dvorjenje« – ne samo igrivo – ampak tudi resen pristop, poročanje hmeljarjev z obiralkami, prilaganje, »trki« kulturnih vzorcev in podobno.

Zasnova muzejskih programov in dogodkov je poleg razstave pomemben del muzejske komunikacije z obiskovalci muzeja. Ekomuzej bo moral v tem smislu poskrbeti za vsebinsko prenovo »starih« utečenih in tradicionalnih prireditev in dogodkov ter za snovanje novih:

- Nekateri programi in dogodki že tečejo oziroma se izvajajo – nekateri tudi tradicionalno, vendar je vsebina večine dogodkov in prireditev nujno potrebna prenove z več znanstvenega in strokovnega (zlasti tudi etnološkega) pristopa. Poskusi vplivanja na spremembe v scenarijih teh dogodkov bodo pomembna naloga ekomuzeja.
- Snovanje različnih muzejskih pedagoških in animacijskih programov v muzeju in izven njega v posameznih občinah.
- Snovanje različnih tematskih muzejskih dogodkov:
 - Dogodki, utemeljeni na šegah povezanih s hmeljarstvom
 - Dogodki, povezani z različnimi simboli »spodnjiesavinjske identitete« – različne šege, dogodki iz zgodovine ...

Dokumentacijski center: muzej mora postati dokumentacijski center za vse informacije in podatke, povezane s hmeljem v Sloveniji, in deloma tudi za vse, povezano s pivom.

Točke počitka: muzeji, prijazni obiskovalcem, nudijo veliko točk oddiha in počitka v samem muzeju s sedeži, klopmi. V spremljevalnih prostorih ekomuzeja bo treba urediti:

- Trgovino in/ali okrepčevalnico – vsako posebej ali morda v kombinaciji s trgovino

Ta mora biti bogato založena s predmeti (slovenske + savinjske + hmeljske + pivovarske) dediščine, z različnimi kopijami, reprodukcijami, z bogato izbirko kvalitetnih spominkov iz različnih slovenskih muzejev, proizvajalcev kvalitetnih izdelkov tradicionalne obrti ter seveda z:

- posebej razvitimi izdelki za EMHiP:
- z izdelki s področja zdrave prehrane, ki se vse bolje trži
- npr.: hmeljev vzglavnik – lanena tkanina s hmeljem – »na marofu pri sušilnici hmelja se je zmeraj najbolj spalo«,
- z izdelki kot npr. »savinjski predpasnik«, ki je bil značilen kos oblačila obiralk (tudi obiralcev) in hkrati možna navezava na tradicijo Tekstilne tovarne Prebold, kjer so obiralke pustile precej zasluženega denarja po koncu obiranja,
- z izdelki zeliščne linije,
- linije začimb,
- linije kozmetike iz zelišč, mila, mazila,
- Posebej pomembna pa je v trgovini bogata izbira lokalnega, slovenskega in svetovnega piva ...

Zunanje počivališče in igrišče za otroke in poligon za rekreacijo odraslih

- Vsebina povezana s hmeljem.
- Z drugimi simboli Spodnjesavinjske identitete – glej posebno poglavje.

Muzejski marketinški produkti:

- balet – z različnimi številkami – (npr. 1, 2, 3, 5, 7, 10) uporabiti kot vstopnice za muzej in za popust pri kakem okrepčilu v različnih

- lokalih – partnerjih oziroma za obisk nekaterih infotočk muzeja v 1, 2, 3, 5, 7, 10 dneh in tako dalje.
- prodaja spominkov:
 - čaj,
 - pivski paket – za kuhanje piva doma,
 - pivski recepti,
 - knjiga savinjske gastronomije:
 - upoštevati Slovensko gastronomsko strategijo, sprejeto pri STO junija 2006
 - pridobiti odličnega slovenskega in/ali lokalnega kuharja, ki bo lokalne jedi uporabil za pripravo visoke kulinarike – sodelovanje Vita Hazlerja in Janeza Bogataja
 - cilj tudi izdati tovrstno kvalitetno monografijo.
 - Prodajanje znanja, veščine in drugih »produktov« nesnovne dediščine v muzeju:
 - Tak marketinški produkt so lahko delavnice za učenje teh veščin in/ali publikacije v slogu – »Naredi sam« ,
 - Hmeljske ceste in poti
 - Pešpot – Baševa cesta – od ekomuzeja po hmeljiščih (peš in s kolesom) do rojstne hiše dveh največjih poznavalcev hmeljarstva etnologov – Franja in Angelosa Baša (Kamenče v občini Braslovče)
 - Kolesarska cesta po SSD.
 - »Avto hmeljska cesta«.
 - **Hmelj-žuri** – v sezoni najpomembnejših »hmeljskih dogodkov« od približno 15. avgusta do srede ali konca septembra razviti poleg tradicionalnih in klasičnih »hmeljarskih« dogodkov (izbiranja starešine, princese, hmeljskega likofa in podobno) še kaj bolj sodobnega – urbanega predvsem za pritegnitev mladih generacij. Primeri:
 - mladinski večdnevni festival, deloma tudi lahko ubran na tematiko hmelja, ki mora pritegniti mlade iz cele Slovenije in celo sosednjih držav ...
 - Prenoviti tradicionalne prireditvene vsebine, ki so nekatere že navedene v študiji izvedljivosti.

Muzejska publika

- Izhodišče ekomuzeja bo zajeti čimveč publike, in program usmeriti na vse (različne) ciljne skupine prebivalstva
- Programe, delavnice in vse posebne oblike komuniciranja muzeja s publiko pripravljati za vse cilje skupine. Posebne ciljne skupine, za katere mora ekomuzej nujno pripravljati posebne programe:
 - o predšolski otroci,
 - o šolski otroci – skupinski šolski obiski,
 - o najstniške skupine – druge subkulturne skupine,
 - o srednješolci – organiziran obisk srednješolcev,
 - o družine,
 - o individualni obisk,
 - o upokojenci,
 - o mladi pari – (mladi kmetovalci) – npr. delavnice za napredek kmetijstva – dopolnilne dejavnosti za kmetije – udeleženci lahko tudi neporočena kmečka mladina – morda celo gre lahko za reševanje problema srečevanj neporočenih kmečkih fantov in deklet
 - o Pivopivci: poleti na Cvetje in pivo, pozimi, jeseni, pomladi v EMHiP –
 - za hip v EMHiP [Žalec.si](http://Zalec.si)
- vrste programov so deloma navedene v posebnem poglavju, deloma jih navajamo tukaj:
 - o delavnice, povezane z zelišči in čaji – otroška in »odrasla« varianta
 - otroška varianta: zeliščarke-čarovnice kuhajo v kotlu zdravilna zelišča, čajčke in mazila ...
 - o redne delavnice (npr. sobotni – vikend tečaji) »visoke kulinarike«
 - o delavnice, namenjene učenju (oziroma bolje seznanjanju z osnovami) nekaterih tradicionalnih obrti

IHP: Hmeljski nasad, mikropivovarna IHP in zeliščni vrt

Hmeljski nasad, pivovarna in zeliščni vrt, ki jih zaradi raziskovalnih razlogov upravlja IHP, ter njihov zeliščni vrt predstavlja pomembno »atrakcijo« EMHiP. Skupaj z avtorji muzeja je možno zasnovati in nato s sodelovanjem osebja IHP in z delom osebja muzeja izvajati naslednje programe:

- v soglasju s strateškim partnerjem IHP nasad in vrt urediti tako, da ga je mogoče »kazati« obiskovalcem,
- pripraviti »koledar dogodkov«, povezanih s tehnologijo pridelave hmelja in
- pripraviti stalne delavnice v mikropivovarni:
 - o tehnologija varjenja piva
 - o skuhaj si pir sam,
- napraviti igrišče oziroma kompleks za rekreacijo cele družine – otrok in odraslih
 - o zgodbe in navdih za igrala povzeti iz savinjskega izročila in tradicije,
 - o iz hmeljarstva – npr. zložiti hmeljevke, zasaditi hmeljevko v zemljo, izrjavati hmeljevko z mačkom in podobno.
 - o »rekreacijsko« kotaljenje velikih koles za hmeljsko vrvico in podobno.
- **Zasnova različnih učnih in tematskih poti** – peš in s kolesom – ter povezava že obstoječih poti z novimi »hmeljskimi« vsebinami:
 - skozi nasad napraviti »hmeljsko učno pot« – s tablami, komentarji, infomacijski točkami in tako dalje – povezati pot z bližnji drugimi točkami in zanimivostmi – npr. Vrbje,
 - napraviti povezave te hmeljske učne poti za celo področje SSD s »hmeljsko cesto« – za kolesa in avtomobile
 - **tovrstne vsebine zasnovati prav v vseh občinah SSD enakomerno in izkoristiti že obstoječe potencialne, ki jih vsaka občina ima**
 - o tematske poti in/ali
 - o lokalne muzejske zbirke in/ali,
 - o infotočke EM morda še s trgovinico ali gostilno-okrepčevalnico, ki ponuja del vsebine EM in/ali,
 - o hmeljarsko kmetijo in/ali,
 - o še kaj ...

Hmeljarska kmetija

- ročni hmeljarski nasad in ponudba »dogodkov«, povezanih s koledarjem hmeljske tehnologije,
- domača sezonska kulinarična ponudba – deloma tudi po vzorih v poglavju Hrana, Pivo in tako dalje,
- nujna strokovna zasnova ponudbe in »kontrola« kvalitete s strani strokovnjakov, ki bodo angažirani v EMHiP,
- »prespite na senu« – kot obiralci nekoč.

Nekateri drugi elementi

Pivovarstvo

- Ponovno oživiti pivovarsko tradicijo, ki je tu bila doma vsaj celo devetnajsto stoletje
- partner pri prikazu pivovarske tradicije je seveda predvsem IHP Žalec, kjer imajo »mikropivovarno« in strokovnjake za take pivovarne,
- spodbujanje in pomoč nekaterim gostincem, ki želijo začeti z varjenjem lastnega piva,
- začetek del pri pripravi različnih vrst piva, ki bi bila komercialno zanimiva:
 - o butična piva lokalnih – slovenskih – pivovarn (Štajerc Maribor, Domžale),
 - o velika izbira in prodaja svetovnih znamk piva,
 - o zeliščna piva – zeliščni vrt,
 - o bogata izbira lokalnih nefiltriranih piv.

Hrana

- Upoštevanje elementov strategije gastronomije Slovenije mora ekomuzej sodelovati pri snovanju lokalne gastronomske ponudbe ob upoštevanju slovenske gastronomske strategije tako posebej za čas obiranja hmelja – ko ponujajo gostinci najpogostejše oblike hrane obiralcev, kot tudi kasnejša – celoletna – in celovita lokalna gastronomska ponudba – glej strategijo za območje SSD,
- Sodelovati pri zasnovi in promociji gastronomske ponudbe, organizirane na najkvalitetnejših mestih v SSD – in ne v muzeju – merila za dobro gostinsko ponudbo so prezahtevna in še mnoge muzejske obiskovalce motijo »duhovi« ,

- v muzeju od tovrstne ponudbe organizirati le »prigrizke«, ki so »trajni« – obstojni vsaj nekaj dni in jih je mogoče pojesti mimogrede, oziroma stoje in brez pribora, krožnikov in tako dalje. Sicer muzej uporablja »catering« bližnjih gostincev – partnerjev EMHIP,
- splošna ponudba zdravil in čajev:
 - o hmelj kot sredstvo za pomirjanje,
 - o polnjenje blazin s sušenim hmeljem za »mirno spanje«,
 - o hmeljarske/hmeljarjeve slaščice – za otroke, linija starih – tradicionalnih domačih slaščic,
- linija kulinarične ponudbe povezane s hmeljem, ki jo izdelajo vrhunski kuharji v okolici:
 - o hmeljevi vršički – razvoj receptov vrhunskih kuharjev,
 - o **obrok in pivo** – muzej mora vzpodbujati razvoj »**pirovske pivske kulture**«, ki je pri nas še povsem brez tradicije:
 - katere vrste piva h katerim jedem,
 - vsakodnevne degustacije in okušanje različnih vrst piva.

Obrt

- Lončarstvo in keramika – razvijati tradicijo Liboj in drugih lokalnih (starejših) lončarskih središč – že obstajajo npr. Kasaze,
- razvijati ponudbo posebnih izdelkov – npr:
 - o »savinjski pivski vrč«,
 - o druge vrste keramične in lončene posode, značilne za SSD,
 - o razvoj kvalitetnih posod, steklo-keramike najboljših sodobnih oblikovalcev – dober primer Savinova Galerija Kogojevih čaš,
 - o izdelava embalaže za »pivske pakete« – material za varjenje 2l, 5l piva in podobno,
 - o izdelava različnih izdelkov za trgovino v ekomuzeju in v vseh muzejskih infotočkah:
 - Za otroke in odrasle – »hmeljske potegavščine«
 - lesene figurice – potegni – in zgodilo se bo Sprememba lika, »zgodbica« se pokaže – dve figurici spremenita položaj in nakažeta vsebino ...

Hmeljarski simboli

Nekaj gradiva za podrobnejšo analizo savinjskih in hmeljarskih identitet je zbrano v prilogi in bomo z zbiranjem gradiva še nadaljevali in ga obdelali:

- simbol starešine maček – falusni simbol – starost
- simbol princese – mernik – plodnostni ženski simbol – posoda življenja kot star simbol
- storžek – plod divjega hmelja sodi med najstarejše likovne simbole človeštva
- hmelj in pivo pri egipčanskih mumijah ...
 - o Zasnovati linijo primernih izdelkov, ki simbolizirajo dejavnost in simbole v primernih oblikah prodajati v trgovini.