

BONBONI VSEH GENERACIJ

140 let Šumija

Adela Pukl, Miha Špiček

187

V Slovenskem etnografskem muzeju od leta 2009 v sklopu Kustodiata za duhovno kulturo zbiramo predmete in proučujemo nesnovno kulturno dediščino slovenskih blagovnih znamk, ki predstavljajo pomemben del našega vsakdanjika in praznika. Tako smo leta 2009 začeli z zbiranjem predmetov in pričevanj o Cockti, pijači vaše in naše mladosti ter nadaljevali z dopolnjevanjem zbirke z drugimi slovenskimi blagovnimi znamkami. Leta 2016 smo na pobudo podjetja Žito, d. o. o. zbirko obogatili tudi s predmeti blagovne znamke Šumi. Šumi je s svojo več kot 140-letno tradicijo najstarejša tovarna sladkih proizvodov na območjih nekdanje Jugoslavije. Leta 1876 ustanovljeno slaščičarsko obrt je Josipina Šumi že leta 1905 spremenila v Tovarno kanditov in slaščičarskih izdelkov, medtem ko npr. začetki hrvaškega Kraša segajo v leto 1911. Pobuda in želja po razstavi ob obeležitvi 140. obletnice ustanovitve je predstavljala za nas velik izziv, saj je bilo zbrane izredno malo predmetne dediščine, a na koncu nam je na razstavi *Bonboni vseh generacij: 140 let Šumija* uspelo predstaviti bogato zgodovino podjetja Šumi in konditorske industrije v Sloveniji.

Razstava je bila umeščena v pritličje razstavne hiše SEM, v osrednjo avlo ter dva manjša prostora. V prvem delu smo predstavili nekaj osnovnih podatkov in zanimivih dejstev o bonbonih in o podjetju Šumi, s podatki bogata je bila predvsem obsežna časovnica. Ta je bila razdeljena na tri sklope, ki so na časovnem traku predstavljali lastniške spremembe, zanimive podatke in nove izdelke. Osrednji predmet časovnice je bil portret Josipine Šumi, ki ga je naslikala Ivana Kobilca. Poleg njega sta bila razstavljeni še dva originalna dokumenta: diploma iz leta 1893, ki jo je Josipina Šumi prejela za svoje izdelke na mednarodni razstavi v Pragi, in račun za Šumijeve izdelke iz leta 1910.

V sredini prostora so bili na okrogli mizi predstavljeni izdelki iz trenutnega Šumijevega proizvodnega programa, nad njimi pa je lebdela velika instalacija iz bonbonov, ki sta jo zasnovala oblikovalca razstave Saša Kerkoš in Rok Marinšek. Zaradi stranske osvetlitve se je svetloba odbijala od zavutih bonbonov in tako delovala kot lesteneč.



Pogled v osrednji prostor razstave
(foto: Miha Špiček, 2016)

V drugem delu razstave so bili predstavljeni Šumijevi izdelki. Manjši del je pripadel čokoladi in pecivu (napolitankam), veliko večino vitrin smo zapolnili z bonboni. Z dolgo stekleno vitrino in polnimi policami smo želeli obiskovalcu ustvariti vtis, da izbira bonbone v trgovini. V začetku so bonbone prodajali v rinfuzi in predstavili smo nekaj embalaž iz najzgodnejšega obdobja delovanja podjetja, ki nosijo še napis Jos. Schumi, kar nekaj je bilo pločevinastih škatel iz petdesetih in šestdesetih let 20. stoletja, med njimi najbolj prepoznana škatla z motivom deklice z bonboni. Glavnino pa so predstavljale embalaže iz sedemdesetih, osemdesetih in devetdesetih let 20. stoletja, ko se je uveljavila prodaja bonbonov v vrečkah in pod lastnimi imeni kot npr. Visoki C, FruFru, Šššum jabolko. Predmete so nam posodili zasebni zbiralec Miro Slana, Muzej za arhitekturo in oblikovanje, podjetje Žito in njegovi bivši oblikovalci: Saša Kokol, Majda Dobravec Lajovic in Grega Košak. Bogato paleto izdelkov so zaključili trenutni Šumijevi bonboni, ki jih prodajajo pod svojo blagovno znamko, izdelujejo pa jih tudi za večje trgovske blagovne znamke. Na prehodu v naslednji prostor smo z besedilom, fotografijami in videom predstavili vseh šest lokacij, kjer je potekala proizvodnja bonbonov in drugih Šumijevih slaščic v 140-letni zgodovini. V ta del razstave smo umestili še največji predmet na razstavi, dražirni boben, ter otroški igralni kotiček s pobarvankami in družabnimi igrami Šumija.



Vitrine z razstavljenimi bonboni (foto: Miha Špiček, 2016)

V zadnjem delu razstave smo predstavili bogato in zanimivo oglaševanje v tiskanih medijih kot tudi na televiziji. Iz datumov objavljenih oglasov je razvidno, da se jih večina pojavlja v obdobju pred veliko nočjo, Miklavžem in božičem, ko je bilo največje povpraševanje po bonbonih in slaščicah. Najstarejši znani tiskani oglas je bil objavljen leta 1880. Že zelo zgodaj, deset let po začetku oddajanja Televizije Ljubljana, so se pojavili tudi prvi Šumijevi televizijski oglasi. V tem prostoru sta bili še vitrina s promocijskim gradivom podjetja Šumi in stena s spomini posameznikov na bonbone Šumi.

Razstava je bila medijsko izredno dobro spremljana in prepoznana, kar je rezultat dobrega sodelovanja gospodarstva in muzeja, ki se zavedata pomena dediščine blagovne znamke Šumi. Da se v gospodarstvu vedno bolj zavedajo pomena kulturne dediščine svojih blagovnih znamk, priča tudi dejstvo, da je podjetje Žito muzeju podarilo predmete povezane s Šumijem, ki jih je hranilo v svojem arhivu.

Dogodki ob razstavi

V sklopu razstave smo priredili tudi spremljevalne dogodke, predavanja in otroške delavnice.

1. 12. 2016 je bilo predavanje Angelike Hribar o rodbini Šumi in Hribar in predavanje Andreja Smrekarja o portretu Josipine Šumi, ki ga je naslikala Ivana Kobilca.

Ob odprtju je potekala delavnica za otroke z naslovom Naredite si svoj bonbon, ki smo jo uspešno ponovili še 3. 12. 2016 na Ta veseli dan kulture.

12. 1. 2017 sta imeli tehnologinja Urška Pirc Švajger in vodja kategorije Jerneja Strmšek Turk iz Žita predavanje z degustacijo bonbonov z naslovom Kako nastane bonbon?

Razstava je bila pomemben del komunikacijskega projekta *140 let blagovne znamke Šumi – Bonboni vseh generacij* in je poudarila pomembnost visokega jubileja ter praznovanju dala določeno težo. To so prepoznali tudi v Slovenskem društvu za odnose z javnostmi in projekt nagradili z nagrado Prizma za komunikacijsko odličnost, in sicer v kategoriji celostne kampanje.

Ob razstavi je izšel tudi katalog na 92 straneh, ki z bogatim slikovnim gradivom prikaže bogato zgodovino tovarne Šumi in njenih izdelkov. Razstava je bila na ogled med 17. novembrom 2016 in 18. januarjem 2017.