Glazbena događanja u funkciji privlačenja turista iz zemalja njemačkog govornog područja

Kolaković, Josip

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:117577

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište u Zadru
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Studij kultura i turizam

Josip Kolaković

Glazbena događanja u funkciji privlačenja iz turista zemalja njemačkoga govornog područja

Završni rad

Zadar, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZADRU

ODJEL ZA TURIZAM I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI

STUDIJ KULTURA I TURIZAM

Glazbena događanja u funkciji privlačenja turista iz zemalja njemačkoga govornog područja

Završni rad

Student:
Josip Kolaković

Mentor:
Mr.sc. Tomislav Krpan

Zadar, 2018.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Josip Kolaković,** ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Glazbena događanja u funkciji privlačenja turista iz zemalja njemačkoga govornog područja**rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 2018.

Sadržaj

1.Uvod 1
2. Kratka povijest glazbe 3
3. Općenito o festivalima 4
3.1. Menadžment festivala 4
4. Ostvarena noćenja u 2017. godini 7
5. Savezna Republika Njemačka (Bundesrepublik Deutschland) 8
6. Republika Austrija (Republik Österreich) 9
7. Švicarska Konfederacija (Schweizerische Eidgenossenschaft) 10
8. Promocija festivala 11
9. Analiza glazbenih festivala 12
9.1 *Rise up* 12
9.2 *Vubass* 14
9.3. IN music 16
9.4. Balkan Goa Fanatics festival 18
9.5. Electric Elephant 20
9.6. Ultra music 22
9.7. MoDem festival 24
9.8. No sanctuary 26
9.9. Ferragosto Jam 28
9.10. Festival Melodije hrvatskoga juga 30
9.11. Festival Šakan 32
10. Analiza rezultata 35
11. Zaključak 41
Sažetak 43
Summary 44
Zusammenfassung 45
Literatura 46
Popis tablica 48
Popis ilustracija 49

1.Uvod

Od rata za neovisnost turizam u Hrvatskoj raste te nadmašuje svoje zlatno doba prije 90-tih godina. Hrvatska kao destinacija postaje sve poznatija u cijelom svijetu pretežito zbog bogate i raznolike kulture kao i zbog razvedene obale i prekrasnog mora. Velik broj turista dolazi iz susjednih zemalja, no turisti iz zemalja njemačkoga govornog područja, odnosno Njemačke, Austrije i Švicarske, sačinjavaju najtraženije ciljane emitivne destinacije hrvatskih turističkih djelatnika. U ciljane zemlje također spada i Lihtenštajn, no turisti iz Lihtenštajna su u 2017. godini ostvarili manje od 1% svih noćenja. Hrvatska i zemlje njemačkoga govornog područja imaju burnu povijest između sebe i može se pretpostaviti da je međusobna povijest jedan od razlog dobrih odnosa između njih.

Motivi za dolazak turista u Hrvatsku su razni i podrazumjevaju aktivnosti koje uključuju: želju za kupanjem na moru, želju za odmorom i plovidbom, posjet kulturnim znamenitostima te lov i planinarenje. Motivi dolazaka su i posjeti festivalima. Broj održanih festivala raste iz godine u godinu i su sve posjećeniji. Postoji više vrsta festivala. Među ostalima, možemo ih podijeliti na: glazbene, filmske, gastronomske i sportske, ali svaki od njih zahtjeva drugačiju organizaciju te ima drugačije ciljeve i ciljane skupine. Primjerice, najpoznatiji festivali na svijetu su: Ultra, Oktoberfest, St. Patricks day i karneval u Riu. Oni postaju sve posjećeniji i veći iz razloga jer su dobar način upoznavanja kulture, razgledavanja destinacija, upoznavanja običaja i ljudi. Naime, predstavljaju odmor i rekreaciju kroz tematsku zabavu ili dobru glazbu.

U radu, istražit ćemo glazbene festivale kao sredstvo privlačenja sve većeg broja turista njemačkoga govornog područja. U analizu ulaze festivali koji traju do sedam dana: elektronske, pop, rock, metal ili domaće glazbe.

Odluka o temi rada došla je iz osobne spoznaje o ekonomskim doprinosima, proizašlih ne samo od ostvarenih noćenja posjetitelja festivala, već i od otvorenja radnih mjesta za lokalno stanovništvo kao i povećanje potrošnje u lokalnim trgovinama za namirnice i ostale potrepštine koje postaju potrebne zbog održavanja glazbenih festivala. Također, održavanjem uspješnog festivala dolazi do besplatne promocije destinacije među posjetiteljima i njihovim bližnjima. Drugi razlog odabira ove teme je spoznaja o platežnoj moći turista njemačkoga govornog područja koji čine ciljanu skupinu ovog rada.

Cilj ovog rada je saznati i utvrditi koji su kriteriji, poput vrste glazbe, lokacije, dužine trajanja, neophodni za organizaciju uspješnog glazbenog festivala kako bi se ponuda mogla kvalitetnije i bolje proširiti i privući što više gostiju visoke platežne moći. Podatci potrebni za rad, prikupljeni su od turističkih zajednica gradova u kojim se održavaju festivali, a cjelokupna analiza, grafovi i tablice izrađeni su od strane autora. Rad je podijeljen na osam poglavlja. Sedmi i osmi sadržavat će analizu podataka prikupljenih od turističkih zajednica, a prvih šest poglavlja govorit će o povijesti glazbe, organizaciji i koristima, štetama nastalih od strane održavanja festivala te o zemljama koje predstavljaju ciljnu skupinu rada.

Festivali su podijeljeni u dvije skupine: domaće, odnosno festivale hrvatske glazbe i festivale strane glazbe. Analiza podataka pojedinog festivala sastoji se od tri grafikona koja pokazuju ostvarena noćenja ciljanih skupina: na dane održavanja festivala, na tjedan održavanja festivala i na tjedan prije održavanja festivala. Podatci prikazani grafikonima, indeksi porasta noćenja te postotci od ukupnih noćenja, uspoređuju se i uvrštavaju u tablice. Iz tablica ćemo iščitati zaključak.

2. Kratka povijest glazbe

Od samog početka čovječanstvo je bilo privrženo glazbi pretežito radi odmora i dokolice, ali i radi lakšeg obavljanja inače dosadnih i monotonih poslova i zadataka. Kad govorimo o povijesti glazbe, osvrnimo se i na njezinu ulogu i značaj od samih početaka.

Zapadnoafričko pleme Dan je narod koji, kao i nekolicina drugih, stoljećima živo bez skoro ikakvog kontakta sa civiliziranim svijetom. Njemački etnolog Hans Himmelhberger proveo je istraživanje o važnosti glazbe u tom plemenu. Saznao je da se glazba koristila kako bi se olakšali teški poslovi poput iskorjenjenja grma ili tucanja riže i pripadnici plemena smatrali su svoje glazbenike vrlo važnim pripadnicima društva. U nekim drugim plemenima, poput Njau, odsutnost bubnjara, radi žalosti za bliskom rodbinom, smatralo se osuđenjem na nerad.[1]

Ova plemena su neiskvarena od modernog svijeta te zadržavaju stoljetnu tradiciju od samih početaka. Nažalost, nije moguće putovati kroz vrijeme i uvjeriti se kako je bilo u početku, ali možemo uzeti skupine ljudi koja imaju pretežito jednaka vjerovanja i tradicije kao dobar pokazatelj kako je bilo prije. Razvojem velikih civilizacija glazba zadržava svoje prvobitne ciljeve, ali se širi i na druge aspekte društva.

Kroz povijest carstva Kine vidi se ogromna važnost glazbe, od legenda koje govore da su glazbenici udarcima po određenim žicama mijenjali vrijeme, do kineskih mudraca poput Konfucija, koji su svrstavali glazbu u jednu od šest znanosti i kao takva iziskivala je ogromnu disciplinu i red. Glazba za vrijeme carstva Kine bila je toliko važna da su među vojnicima koje su patrolirale gradom radi sigurnosti patrolirali i glazbenici koji se mogu nazvati baždarima.[2]

Vidno je da se glazba polako širi na sve slojeve društva. Mnoge civilizacije su glazbi pridodale različite uloge, ali očito je da je glazba bila uvijek prisutna u svim aspektima života. Danas postoje mnoge vrste glazbe koje su se uklopile u sve slojeve društva te obavljaju različite zadatke, npr. nacionalna himna služi za podizanje narodnog identiteta i pojačavanja osjećaja pripadnosti, a pop glazba služi za ples i odmor. Za dokolicu i odmor glazba se koristi na više načina. Jedan od njih su odlazak na koncerte i glazbene festivale.

[1] GECK, M.:**Kratka povijest glazbe,** Mozaik knjiga, Zagreb, 2008., p.10
[2] GECK, M.:**Kratka povijest glazbe,** Mozaik knjiga, Zagreb, 2008., p.18

3. Općenito o festivalima

Festivali su kulturne manifestacije različitog karaktera. Autor B. Richards definira ih na sljedeći način: „Festivali su javne, tematske proslave koje se događaju jednom, rijetko ili na godišnjoj razini koji ljudima predstavljaju priliku za razonodu, društveno i kulturno iskustvo izvan svakodnevnog iskustva“.[3]

Isti autor dijeli festivale prema tematici na:

1.vizualnu umjetnost ,

2. glazbu,

3. literarnu,

4. općenito kulturnu,

5. folklornu,

6. sportsku,

7. proslave i

8. novonastalu tradiciju [4].

Iz navedene definicije i podjele može se zaključiti da festivali obuhvaćaju široku tematiku i mogu se provoditi dugi niz godina ukoliko su profitabilni i dobro organizirani. Održavaju se i jednom godišnje ukoliko organizacija nije bila dobra ili financijski nisu bili održivi.

3.1. Menadžment festivala

Kako bi festival bio uspješan, potrebna je dobra organizacija i menadžment koji se uobičajeno sastoji od sedam faza. Prva faza sastoji se od izrade koncepcije festivala, odnosno od utvrđivanja ciljeva i zadataka festivala. Važni su i elementi poput: vremena održavanja, geopolitički karaktera (međunarodni, državni…) te samog sadržaja festivala. Druga faza sastoji se od utvrđivanja organizacijskog modela. U trećoj fazi odabire se program, razvija se koncepcija marketinga te PR. U četvrtoj fazi sastavlja se festival po danima i satima te se

[3] RICHARDS, B.: **Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja**, Protecton, Zagreb, 1997., p. 27.str.
[4] RICHARDS, B.: **Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja**, Protecton, Zagreb, 1997., p. 27.str.

određuju uvjeti sudjelovanja. Peta faza obuhvaća provođenje marketinške aktivnosti i program PR-a kojim se svi zainteresirani pozivaju na sudjelovanje. Šesta i sedma faza odnose se na održavanje festivala te analizu i vrednovanje postignutih rezultata.[5]

Dobro organizirani festival može imati pozitivne i negativne utjecaje na razvoj mjesta u kojem se održava. Ti utjecaji mogu se podijeliti u nekoliko kategorija: socijalnu, kulturnu, ekološku, ekonomsku i političku.

Tablica 1. Utjecaj festivala na turističku destinaciju

Djelovanje organiziranog festivala na destinaciju	**Pozitivni utjecaji na destinaciju**	**Negativni utjecaji na destinaciju**
Socijalno i kulturno	Dijeljenje iskustva	Društvena otuđenja
	Revitaliziranje tradicije	Manipulacija društvom
	Stvaranje društvenog ponosa	Negativan društveni imidž
	Vrednovanje društvenih grupa	Neobično ponašanje
	Povećano sudjelovanje zajednice	Zlouporaba opojnih sredstava
	Uvođenje novih i izazovnih ideja	Socijalna dislokacija
	Širenje kulturoloških perspektiva	Gubitak udobnosti
Fizički i ekološki	Isticanje okoliša prirode	Uništenje prirode
	Pružanje najboljih modela iz prakse	Zagađenje
	Povećanje ekološke svijesti	Ometanje bukom
	Poboljšan promet i komunikacija	Prometne gužve
	Urbane preobrazbe i obnove	
Političko	Međunarodni prestiž	Rizik neuspjelog organiziranog događaja
	Poboljšan profil	Pogrešno smještanje novčanih sredstava
	Unapređenje investicija	Nedostatak odgovornosti
	Socijalna kohezija	Propagiranje

Izvor: BOWDIN, G., ALLEN, J.: **Events Management,** Butterworth-Heinemann, Oxford, 2006. p.38

[5] STOJAKOVIĆ, B., ŠEŠIĆ DRAGIĆEVIĆ, M.: **Kultura/menadžment/animacija/marketing,** Kulturno informativni centar, Zagreb, 2013., p. 161

Iz tablice 1. možemo iščitati mnogo pozitivnih i negativnih faktora koji utječu na destinaciju. Složit ćemo se da sva događanja imaju određen utjecaj na društvo i kulturu. U pozitivne učinke na društvo ubrajamo dijeljenje iskustva. Svi proživljavaju isti događaj te se osjećaju pripadnicima grupe. Povećava se i sudjelovanje lokane zajednice. To nije samo korist u sociološkom smislu već i u ekonomskom jer za održavanje festivala potrebna je velika radna snaga pa se samim time otvaraju radna mjesta. Održavanje događanja dovodi i do nekih pozitivnih učinaka u sektoru zaštite okoliša i same infrastrukture. Planiranjem događanja uzima se u obzir velika masa ljudi za koju je potreban brz protok tako da se u mjestima održavanja obnavljaju ceste i popratna infrastruktura radi povećanja protoka i sigurnosti. Pokušava se povećati ekološka svijest pojedinca radi minimiziranja zagađenja i onečišćenja okoliša.

4. Ostvarena noćenja u 2017. godini

Hrvatska kao turistička destinacija poznata je po cijelom svijetu dugi niz godina. Broj posjeta i ostvarenih noćenja raste iz godine u godinu. Prema podatcima Državnog zavoda za statistiku u 2017. godini Hrvatsku je posjetilo 17,4 milijuna turista koji su ostvarili 82,6 milijuna noćenja, što je 13% više dolazaka i 11% više ostvarenih noćenja s obzirom na 2016. godinu. U strukturi ostvarenih noćenja 93% noćenja ostvarili su strani turisti, a samo 7% noćenja ostvarili su domaći turisti. Turisti iz Njemačke ostvarili su najviše noćenja, točnije 24,3% ostvarenih noćenja svih stranih turista. Najviše su noćili u Istarskoj županiji koja općenito prednjači po broju noćenja u Hrvatskoj. Slijede turisti iz Slovenije s 8,9 % ostvarenih noćenja i Austrije koji ostvaruju 8,7% ukupnih noćenja stranih turista u Republici Hrvatskoj za vrijeme 2017. godine. Švicarci ostvaruju 1,4% noćenja svih turista. Istarska županija ostvarila je 29% ukupnih noćenja, a za njom slijede Splitsko-dalmatinska županija s 19% od ukupnih ostvarenih noćenja, te Primorsko-goranska županija s 11% ukupnih ostvarenih noćenja. Dubrovnik, grad poznat po mnogim znamenitostima, među svim gradovima u Hrvatskoj, zabilježio je najveći broj noćenja stranih turista, a Zagreb je ostvario najviše noćenja domaćih turista.[6]

Dvije od triju najvažnijih emitivnih država za Hrvatsku spadaju pod države njemačkoga govornoga područja. Njemački, austrijski i švicarski turisti u 2017. godini ostvarili su 34,4% ukupnih noćenja svih stranih turista, što čini približno 28,4 milijuna noćenja.

[6]BROZOVIĆ, I., PERKO, J.: **Dolasci i noćenja turista u 2017.**, Državni zavod za statistiku, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm (27.8.2018.)

5. Savezna Republika Njemačka (Bundesrepublik Deutschland)

Savezna Republika Njemačka smještena je na sredini Europe te graniči sa Francuskom, Luksemburgom, Belgijom, Nizozemskom na zapadu, Austrijom i Švicarskom na jugu, Češkom Republikom i Poljskom na istoku te Danskom na sjeveru. Omeđena je Alpama na južnoj granici i Sjevernim i Baltičkim morem na sjevernoj granici.

Godine 1998. Njemačka je brojala 82,148,000 stanovnika. Taj broj se do danas zasigurno promijenio. Ti stanovnici raspoređeni su na površini od 357,000 kilometara kvadratnih, a to daje Njemačkoj gustoću stanovništva od 230,1 stanovnika po kilometru kvadratnom. Glavni grad države je Berlin. Službeni jezik države je njemački. Godišnji BDP po stanovniku 28.736 USD. Glavne grane ekonomije koje omogućuju tako velik BDP su rudarstvo, industrija i javne službe iz koje proizlazi 26,1% ukupnog BDP-a. Javne, zajedničke i osobne usluge su druga grana industrije koja proizvodi 22,9% ukupnog BDP-a, te financijske i poslovne usluge sa 14% BDP-a. Nezaposlenost u Njemačkoj iznosi 4,86%.[7]

Hrvatsko-njemački povijesni, gospodarski i politički odnosi traju već godinama. U Hrvatskoj su stanovnici Njemačke percipirani kao osobe visoke platežne moći. Zbog ogromnog broja stanovnika i velikog BDP-a, veoma se lako može zaključiti zašto su stanovnici Njemačke najveći svjetski putnici i jedna od najvećih ciljanih skupina hrvatskog turizma.

[7] NATEK, K., NATEK, M.: **Države svijeta 2000,** Mozaik knjiga, Zagreb, 2000., p. 125.

6. Republika Austrija (Republik Österreich)

Republika Austrija nalazi se u Srednjoj Europi, omeđena Njemačkom i Češkom Republikom na sjeveru, Slovačkom i Mađarskom na istoku, Slovenijom, Italijom na jugu, te Švicarskom na jugo-zapadu. Ogroman dio površine Austrije zauzima Alpsko gorje koje je bogato rudom i važno je središte zimskog turizma.

Republika Austrija brojala je 1998. godine 8.070.000 stanovnika koji su raspoređeni na 83.859 kilometara kvadratnih, što čini gustoću naseljenosti u Austriji 96,2 stanovnika po kilometru kvadratnom. Glavni grad države je Beč (Wien) te se u državi priča njemačkim jezikom. BDP po stanovniku, u Austriji, iznosi 27.907 USD, a glavne ekonomske grane koje to omogućuju su rudarstvo i industrija 20,9% ukupnog BDP-a te grane financijskih i poslovnih usluga sa 20,5% ukupnog BDP-a kao i grana javna uprava i obrana, javne i osobne usluge. Nezaposlenost u Austriji iznosi 2,14%.[8]

Austrija je jedna od vodećih svjetskih turističkih zemalja čija se turistička ponuda ne svodi samo na zimski turizam, već i na veliku kulturnu ponudu koja uključuje i stoljetnu austrijsku glazbenu tradiciju.[9]

Kao i s Njemačkom, hrvatsko-austrijski odnosi traju već stoljećima i imaju burnu povijest. U Hrvatskoj stanovnici Austrije se percipiraju, poput Njemaca, kao osobe visoke platežne moći, no za razliku od Nijemaca Austrijanci su puno ležerniji i opušteniji.

[8] NATEK, K., NATEK, M.: **Države svijeta 2000,** Mozaik knjiga, Zagreb, 2000., p. 16.
[9] MATEZKI, U. et al.: **Dreimal Deutsch in Deutschland, in Osterreich, in der Schweiz,** Ernst Klett Sprachen**,** Stuttgart, 2006., p.74.

7. Švicarska Konfederacija (Schweizerische Eidgenossenschaft)

Švicarska Konfederacija smještena je u Srednjoj Europi i graniči s Njemačkom na sjeveru, Austrijom na istoku, Italijom na jugu, te Francuskom na zapadu. Alpsko gorje zauzima približno cijelu površinu države i bitno je radi bogatstva rudama kao i zbog razvijenog zimskog turizma koji se tamo odvija.

Prema popisu stanovništva iz 1998. godine Švicarska je brojala 7.118.000 stanovnika na površini od 41.285 kilometara kvadratnih što čini gustoću stanovništva Švicarske 172,4 stanovnika po kilometru kvadratnom. Glavni grad države je Bern, a službeni jezici su njemački, francuski i talijanski, a retoromanski poluslužbeni jezik od 1996. godine. BDP po stanovniku iznosi 44.380 USD zahvaljujući razvijenoj ekonomiji čije grane rudarstva i industrije te javne službe stvaraju 25,2 % ukupnog BDP-a, a grane financijskih i poslovnih usluga generiraju 24% ukupnog BDP-a.[10]

Švicarska je jaka turistička zemlja. Već u 18. st. dolaze prvi turisti u nju, dive se njenim prirodnim ljepotama i jedinstvenom životu seljaka i pastira. Još 1863. Thomas Cook organizira prva putovanja kroz Švicarsku.[11]

Švicarska je, ne samo u Hrvatskoj, već i u cijelom svijetu percipirana kao zemlja odličnog ekonomskog stanja, te dobrog javnog uređenja. Švicarski stanovnici imaju izuzetno visoku platežnu moć pa zbog tih razloga čine dobru ciljanu skupinu za hrvatski turizam.

[10] NATEK, K., NATEK, M.: **Države svijeta 2000,** Mozaik knjiga, Zagreb, 2000., p. 182.
[11] MATEZKI, U. et al.: **Dreimal Deutsch in Deutschland, in Osterreich, in der Schweiz,** Ernst Klett Sprachen**,** Stuttgart, 2006., p.89.

8. Promocija festivala

Posjećenost bilo kojeg događanja, čak i dobra prodaja proizvoda, ne može se dogoditi ako potrošači ili posjetitelji festivala ne znaju ništa o njemu. Kako bi se obavila bilo kakva transakcija između prodavača ili potrošača, potrebna je promocija proizvoda pomoću koje će potrošači saznati sve potrebno o proizvodu kako bi se mogli odlučiti na kupnju.

Promocija je oblik komunikacije proizvođača sa klijentima u svrhu informiranja o novim proizvodima, uslugama, imidžu ili idejama. Promocija se može koristiti kao instrument podsjećanja ili obavještavanja kupaca o već postojećim ili promijenjenim proizvodima. Pomoću promocije proizvođači potiču kupce na akciju, a to postižu pomoću promotivnog miksa. Promotivni miks može se objasniti kao plan provedbe promocije određenog proizvoda ili poduzeća. Sastoji se od više elemenata no najvažniji su: oglašavanje, direktni marketing, Internet marketing, unapređenje prodaje, odnosi s javnošću i publicitet te osobna prodaja. Sam proces promocije sastoji se od 5 koraka: odabir ciljane skupine, određivanje ciljeva promocije, određivanje budžeta, kreiranje poruke, odabira medija promocije te u konačnici ocjenjivanje rezultata promocije. Slijedom ovih koraka i dobrim sastavljanjem promotivnog miksa dobra promotivna poruka može generirati ogromnu potražnju za bilo kojim proizvodom.[12]

Festivali, koji su predmet analize, pretežito koriste samo Internet marketing, no zadovoljni posjetitelji festivala mogu se također računati kao način promoviranja dobrog/lošeg festivala. Posjetitelj, bez obzira jesu li zadovoljni ili nezadovoljni, podijelit će svoja iskustva sa svojim bližnjima koji će potom samostalno odlučiti žele li ili ne žele posjetiti određeni festival. Ukoliko se odluče posjetiti festival i budu zadovoljni, podijeliti će svoja iskustva sa svojim prijateljima i bližnjima koji nisu bili na događanju i na taj način proširit će se dobra reklamna poruka. Međusobna komunikacija posjetitelja festivala jedan je od najvažnijih, najefikasnijih i najjeftinijih oblika promocije festivala.

[12] PREVIŠIĆ , J., Došen, Đ.: **Marketing,** adverta, Zagreb, 2004., p. 231.

9. Analiza glazbenih festivala

Republika Hrvatska kao turistička zemlja mora težiti proširenju svoje ponude kako bi privukla što veći broj turista velike platežne moći. Jedan od načina proširenja ponude je organiziranje festivala.

Festivali, javne tematske proslave koje se događaju jednom, rijetko ili na godišnjoj razini, te predstavljaju posjetiteljima mogućnost razonode, stjecanja novih iskustva te stvaranje novih prijateljstava.[13]

Postoji više vrsta festivala, no u ovom radu analizirati će se izričito glazbeni festivali s ciljem utvrđivanja kakve festivale je potrebno organizirati kako bi se privuklo što više turista ciljanih skupina. Festivali, općenito, imaju mnoge pozitivne, ali i negativne strane. Najvažnije pozitivne strane festivala su ogromni ekonomski dobitci postignuti njegovom organizacijom, a negativne strane očituju se u pretežito razarajućem utjecaju na okoliš ili prirodu u kojoj se on održava. U Hrvatskoj se tijekom godine organizira velik broj festivala. Neki od njih su svjetski poznati poput *Ultre* u Splitu ili *Baroknih večeri* u Varaždinu, a drugi su poznatiji lokalnom stanovništvu poput *Karlovačkih dana* piva u Karlovcu. Različiti festivali privlače različitu publiku i samim time su uspješniji od drugih. Postavlja se pitanje: Koji festivali privlače turiste njemačkog govornog područja koji su percipirani kao osobe visoke platežne moći?

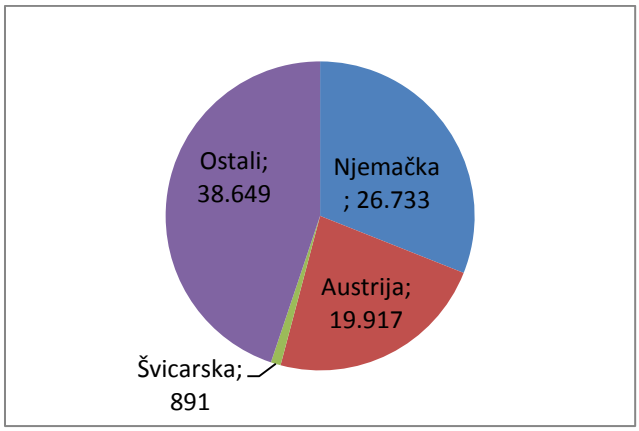
9.1 *Rise up*

Godine 2017. Nastaje novi glazbeni festival kojim se otvara sezona festivala u Poreču. Dvodnevni festival *Rise up* održao se 9. i 10. lipnja. Cijena ulaznice za cijeli festival bila je 300 kn i posjetitelji su se morali sami snalaziti za smještaj. Nastupali su jedni od najvećih imena svjetske elektronske glazbe, soul i pop glazbe poput John Newmana, Redfoo party crewa i mnogih drugih.[14]

[13] [13] RICHARDS, B.: **Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja**, Protecton, Zagreb, 1997., p. 27.str.

[14] Rise up, http://www.riseupporec.com/hr/#home (22. 08. 2018.)

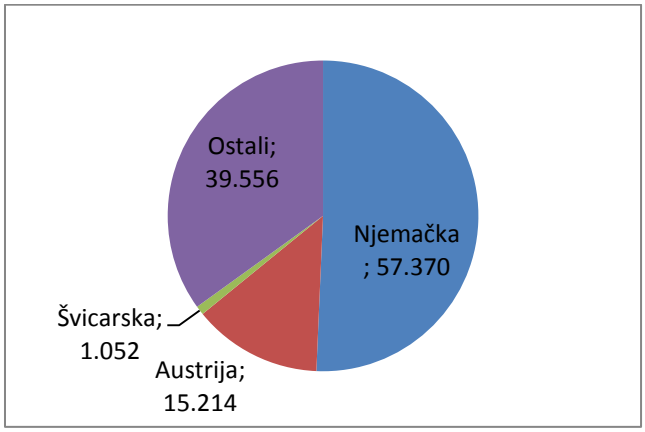
Grafikon 1. Noćenja ostvarena u Poreču od 29. 5. do 4. 6. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 1. prikazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu od 29. svibnja do 4. lipnja 2017. godine. Riječ je o tjednu prije održavanja festivala. Iz grafikona se može iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 38 649 noćenja, odnosno 44,84% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom periodu. Nijemci su ostvarili 26 733 noćenja, tj. 31,01% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 19 917 noćenja, odnosno 23,1 %, a Švicarci su ostvarili 891 noćenje, tj. 1% noćenja toga tjedna.

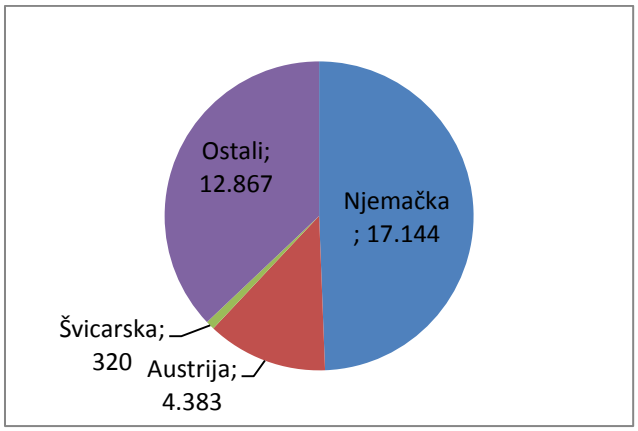
Grafikon 2. Noćenja ostvarena u Poreču od 5. do 11. 6. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 2. prikazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 5. do 11. lipnja ostali gosti ostvarili su 39 556 noćenja, tj. 34,94% noćenja. To čini indeks od 102,34. Nijemci su ostvarili 50,68% noćenja, odnosno 57 370 noćenja. Riječ je o indeksu od 214,6. Austrijanci su ostvarili 15 214 (13,44%) noćenja, a indeks je 76,38. Švicarci su, u tom periodu, ostvarili 1 052 (0,92%) noćenja, tj. indeks od 102,34.

Grafikon 3. Noćenja ostvarena u Poreču dana 9. i 10. 6. 2017.



Izvor: Obrada autora

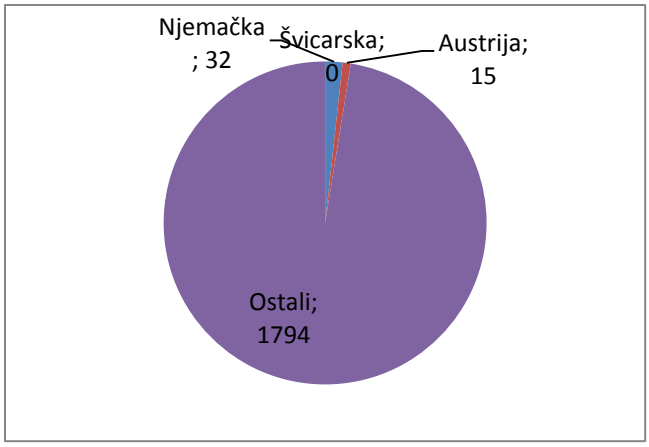
Grafikon 3. prikazuje ostvarena noćenja za 9. i 10. lipanj. Riječ je o danima trajanja festivala. U tome periodu Nijemci su ostvarili 29,88% noćenja od ukupnih 15,14% svih noćenja gostiju. Austrijanci su u periodu održavanja festivala ostvarili 28,8% od 3,88% ukupnih noćenja. Švicarci su ostvarili 0,28% noćenja, tj. 30,41% noćenja švicarskih turista zabilježeno je uoči održavanja festivala.

9.2 *Vubass*

Vubass je open-air glazbeni festival održan na dvije lokacije u Vukovaru od 9. lipnja do 11. lipnja 2017. godine. Ulaz za sve goste bio je besplatan, kao i mjesta za kampiranje. Glavni dio događaja održao se u park-šumi Adica uz austrijski Modulith Soundsystem i mnoge druge najpoznatije strane i domaće izvođače. Na dan otvaranja u Radničkom domu u Vukovaru bila je predstavljena nova interaktivna audio i video tehnologija uz popratni glazbeni program. Na festivalu pretežito se slušala elektronska glazba koja se izuzetno oslanja na bass.[15]

Grafikon 4. Noćenja ostvarena u Vukovaru od 29. 5. do 4. 6. 2017.

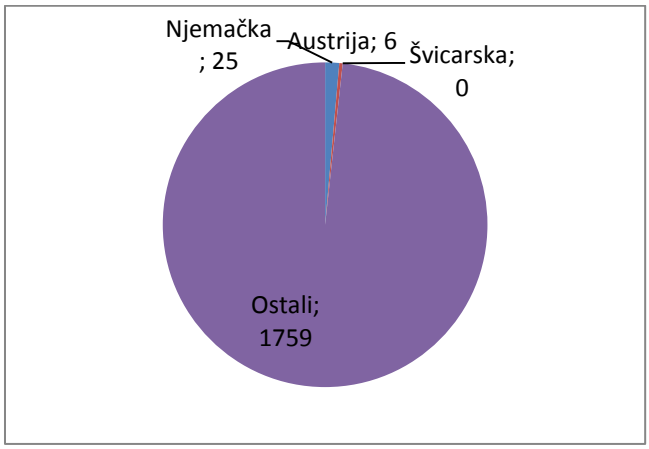
[15] **VUBASS FESTIVAL 2017 – PARK ADICA VUKOVAR,** Entrio, https://www.entrio.hr/event/vubass-festival-2017-park-adica-vukovar-3827 (22. 08. 2017.)



Izvor: Obrada autora

Grafikon 4. prikazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu od 29. svibnja do 4. lipnja 2017. Godine. Riječ je o tjednu uoči početka festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 1 794 noćenja, odnosno 97,44% od ukupnih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 32 noćenja, tj. 1,73% noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 15 noćenja, odnosno 0,81%. U tom periodu nisu zabilježena noćenja Švicaraca.

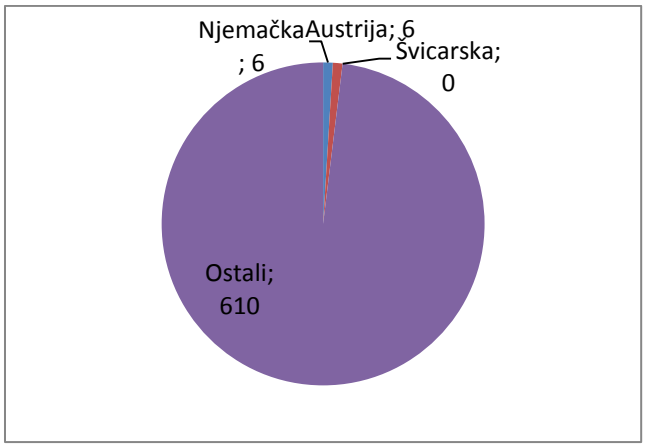
Grafikon 5. Noćenja ostvarena u Vukovaru od 5. do 11. 6. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 5. pokazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 5. do 11. lipnja, ostali gosti ostvarili su 1 759 noćenja, tj. 98,26% noćenja. To čini indeks od 98,04. Nijemci su ostvarili 1,39% noćenja, odnosno 25 noćenja. Riječ je o indeksu od 78,12. Austrijanci su ostvarili 6(0,33%) noćenja, tj. indeks 40. U tom periodu nisu zabilježena noćenja Švicaraca.

Grafikon 6. Noćenja ostvarena u Vukovaru dana 9. i 10. 6. 2017.



Izvor: Obrada autora

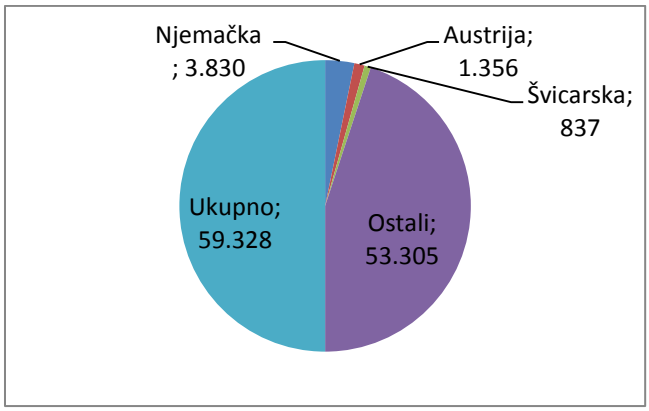
Grafikon 6. prikazuje ostvarena noćenja u periodu od 9. do 10. lipnja. To je bilo razdoblje održavanja festivala. Nijemci su ostvarili 0,33% noćenja od ukupnog broja noćenja, tj. riječ je o 24% noćenja u cijelom tjednu. Austrijanci su u periodu održavanja festivala ostvarili 0,33% od ukupnih noćenja, tj. ostvarili su 100% noćenja u tom tjednu. U tom periodu nisu zabilježena noćenja Švicaraca.

9.3. IN music

In music festival je najveći open-air festival u Hrvatskoj. Osnovan je 2006. godine i održava se i danas na Otoku hrvatske mladeži u Zagrebu. Cijena festivalske ulaznice bila je 400 kuna za tri dana uz mogućnost kampiranja. Na festivalu nastupali su izvođači koji pretežito izvode pop rock, world rock, elektronsku glazbu, ska i punk raspoređeni na tri glavne pozornice uz nekolicinu manjih pozornica. Festival je nagrađen priznanjima poput National Geographic Travelera koji ga uvrštava u tri svjetska festivala koja treba posjetiti. Godine 2017. festival se održao u periodu od 19. do 21. lipnja.[16]

[16] **IN music,** Wikipedia, https://hr.wikipedia.org/wiki/INmusic_festival (22. 08. 2018.)

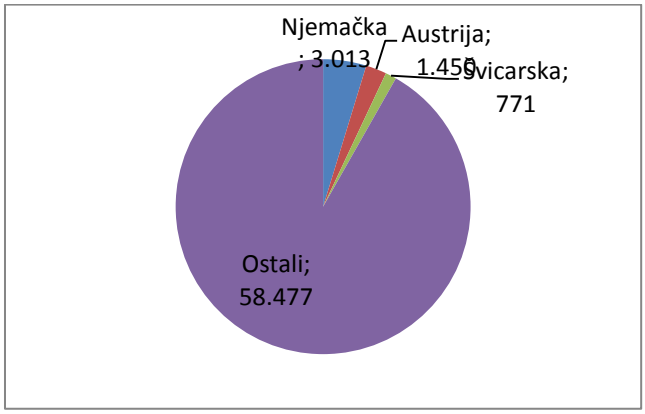
Grafikon 7. Noćenja ostvarena u Zagrebu od 12. do18. 6. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 7. označava broj ostvarenih noćenja u tjednu od 12. lipnja do 18. lipnja 2017. godine, tj. riječ je o tjednu uoči početka festivala. Iz grafikona možemo iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 53 305 noćenja, odnosno 89,84% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 3 830 noćenja, tj. 6,45% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 1 356 noćenja, odnosno 2,28 %, a Švicarci su ostvarili 837 noćenja, tj. 1,41% noćenja u tom periodu.

Grafikon 8. Noćenja ostvarena u Zagrebu od 19. do 25. 6. 2017.

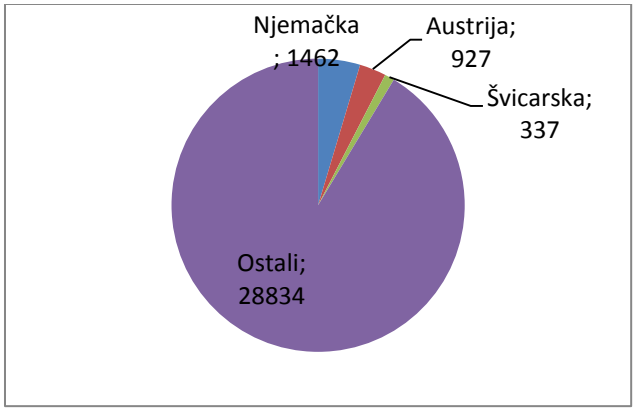


Izvor: Obrada autora

Grafikon 8. pokazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 19. do 25. lipnja, ostali gosti ostvaruju 58 477 noćenja, tj. 91,78% svih noćenja tog perioda, a to čini indeks od 109,70. Nijemci su ostvarili 4,72% noćenja, odnosno 3013 noćenja. To tvori indeks od 78,66. Austrijanci su ostvarili 1450(2,27%) noćenja. Riječ je o

indeksu od 106,93. Švicarci su u tom periodu ostvarili 771(1,21%) noćenja, tj. indeks od 92,11.

Grafikon 9. Noćenja ostvarena u Zagrebu za dane od 19. do 21. 6. 2017.



Izvor: Obrada autora

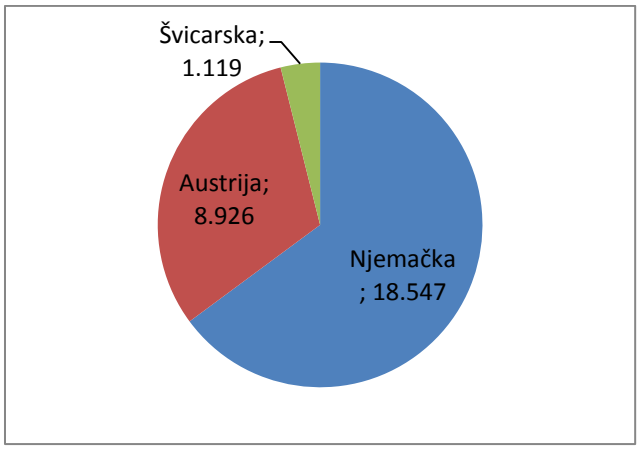
Grafikon 9. prikazuje ostvarena noćenja u periodu od 19. do 21. lipnja, odnosno za vrijeme trajanja festivala. Nijemci su u tom periodu ostvarili 2,29% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u cijelom tjednu ili 48,52% noćenja ostvarenih u cijelom tjednu od strane Nijemaca. Austrijanci su u periodu održavanja festivala ostvarili 1,45% od ukupnih ostvarenih noćenja, odnosno 63,93% ostvarenih noćenja svih austrijskih turista u tom tjednu. Švicarci ostvaruju 0,52% svih ukupnih noćenja, a 43,70% noćenja švicarskih turista zabilježeno je za vrijeme održavanja festivala.

9.4. Balkan Goa Fanatics festival

Balkan Goa Fanatics je šestodnevni festival održan u Malom Lošinju od 4. do 9. srpnja 2017. godine. Ulaznice za festival koštale su oko 365 kuna s mogućnošću kampiranja.[17] Na festivalu se puštala Goa trance glazba koja je nastala 1980tih u gradu Goa u Indiji. Ova vrsta glazbe je vrsta elektroničke glazbu u kojoj je najvažniji glazbeni instument bas. Glazba se sastoji od basa niske frekvencije koji održava ritam i promjenjivih zvukova visoke frekvencije koje stvaraju raznovrsnost. Tekst je rijedak ili ga skoro niti nema.[18]

[17] **BALKAN GOA FANATICH ZA 6 DANA TRANCEA U LOŠINJU,** KLUBSKASCENA.HR, https://www.klubskascena.hr/festivali/festivali/balkan-goa-fanatics-za-6-dana-trancea-u-losinju-17022017 (22. 08. 2018.)
[18] **Goa trance,** Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Goa_trance (22. 08. 2018.)

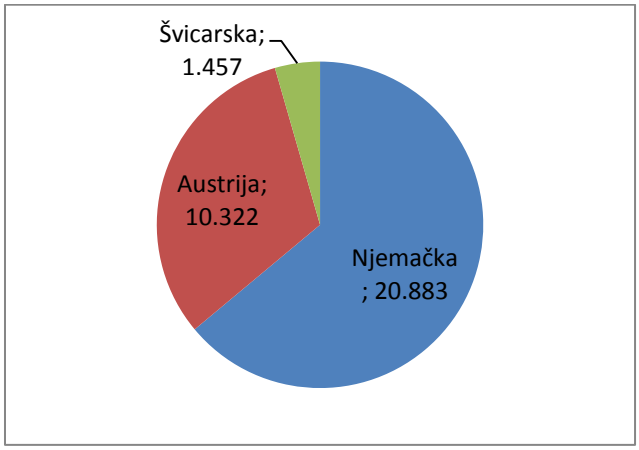
Grafikon 10. Noćenja ostvarena u Malom Lošinju od 26. 6. do 2. 7. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 10. označava broj ostvarenih noćenja u tjednu od 26. lipnja do 2. srpnja 2017. godine, odnosno za tjedan uči početka festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 85 088 noćenja, odnosno 74,84% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 18 547 noćenja, tj. 16,31% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 8 926 noćenja, odnosno 7,85%, a Švicarci su ostvarili 1119 noćenja, tj. 0,98% noćenja u tom periodu.

Grafikon 11. Noćenja ostvarena u Malom Lošinju od 3. do 9. 7. 2017.

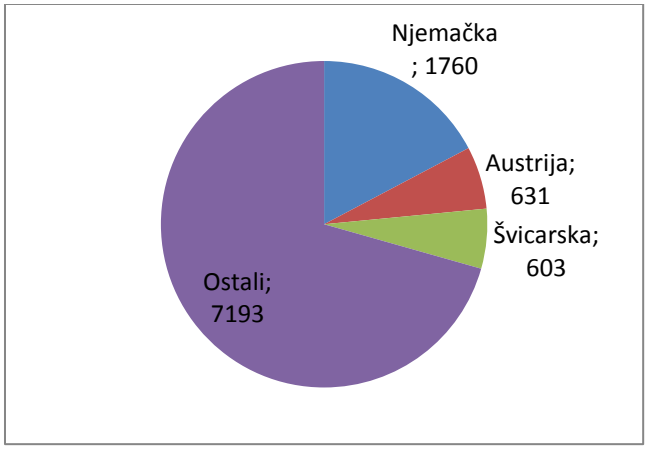


Izvor: Obrada autora

Grafikon 11. pokazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 3. do 9. srpnja, ostali gosti ostvaruju 107 699 noćenja, tj. 76,73% svih noćenja tog perioda, a to čini indeks od 126,57. Nijemci su ostvarili 14.87% noćenja, odnosno 20 883. To

tvori indeks od 112,59. Austrijanci su ostvarili 10 322(7,35%) noćenja, a indeks je 115.63. Švicarci su u tom periodu ostvarili 1457(1,03%) noćenja, odnosno indeks od 130,2.

Grafikon 12. Noćenja ostvarena u Malom Lošinju od 4. do 9. 7. 2017.



Izvor: Obrada autora

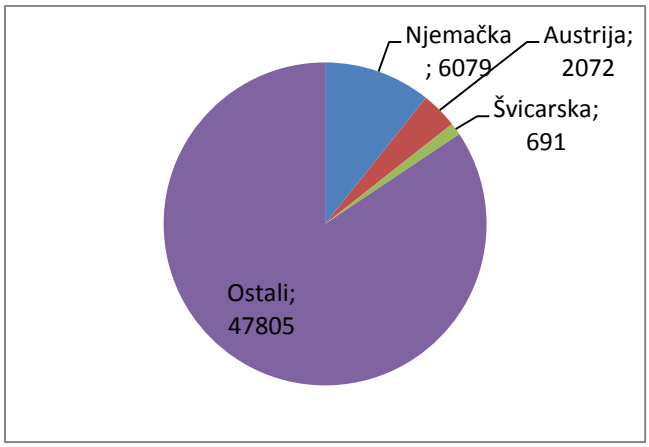
Grafikon 12. prikazuje ostvarena noćenja u periodu od 4. do 9. srpnja, odnosno noćenja za vrijeme trajanja festivala. Nijemci su u tom periodu ostvarili 12.67% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u cijelom tjednu ili 85,19% noćenja ostvarenih u cijelom tjednu. Austrijanci su u periodu održavanja festivala ostvarili 6.39% od ukupnih ostvarenih noćenja, odnosno 86,95% svih noćenja austrijskih turista u tom tjednu. Švicarci su ostvarili 0,89% svih ukupnih noćenja, a 86.68 % noćenja švicarskih turista zabilježeno je u vrijeme ozdržavanja festivala.

9.5. Electric Elephant

Kao što sam naziv govori, *Electric Elephant* je festival elektronske glazbe. Održan je od 6. do 9. srpnja 2017. godine na otoku Obonjanu, blizu Šibenika. Festival je za ovaj period imao novu lokaciju. Do tada se održavao u Tisnom. Ulaz na festival je bio besplatan, no posjetitelji su bili prisiljeni odsjedati u privatnim smještajima od kojih niti jedan nije prijavljen na booking stranici.[19]

[19] **Electric Elephant- Obonjan- 6-9 July 2017,** Visit Croatia, https://www.visit-croatia.co.uk/festivals-croatia/electric-elephant/ (23. 08. 2018.)

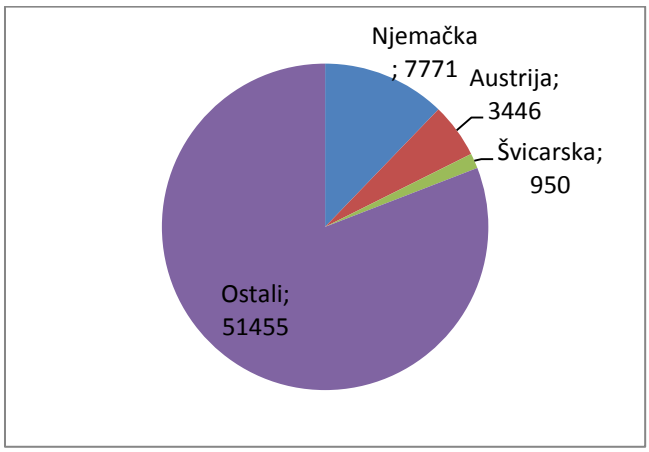
Grafikon 13. Noćenja ostvarena u Šibeniku od 26. 6. do 2. 7. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 13. označava broj ostvarenih noćenja u tjednu od 26. lipnja do 2. srpnja 2017. godine, odnosno za tjedan uoči početka festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 47 805 noćenja, odnosno 84,39% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 6 079 noćenja, tj. 10,73% noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 2 072 noćenja odnosno 3,65 %. Švicarci su ostvarili 691 noćenje, tj. 1,21% ukupnih noćenja u tom periodu.

Grafikon 14. Noćenja ostvarena u Šibeniku od 3. do 9. 7. 2017.

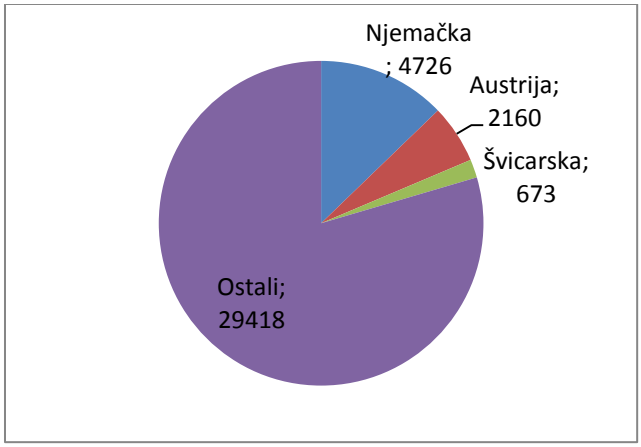


Izvor: Obrada autora

Grafikon 14. pokazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 3. do 9. srpnja, ostali gosti ostvaruju 51 455 noćenja, tj. 80,87% svih noćenja tog perioda. To čini indeks od 107,63. Nijemci su ostvarili 12,21% noćenja, odnosno 7771

noćenje. Riječ je o indeksu od 127,73. Austrijanci su ostvarili 3 446(5,41%) noćenja, a indeks je 66,31. Švicarci su u tom periodu ostvarili 950(1,49%) noćenja, tj. indeks od 137,48.

Grafikon 15. Noćenja ostvarena u Šibeniku od 6. do 9. 7. 2017.



Izvor: Obrada autora

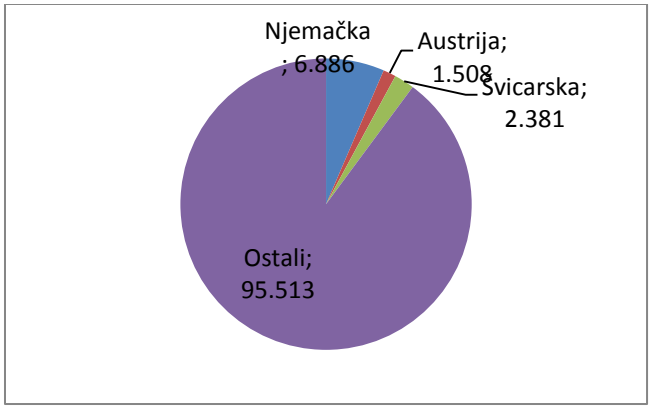
Grafikon 15. prikazuje ostvarena noćenja u periodu od 6. do 9. srpnja, odnosno za vrijeme trajanja festivala. Nijemci su u tom periodu ostvarili 7,42% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u cijelom tjednu ili 60,81% noćenje ostvareno u cijelom tjednu od strane Nijemaca. Austrijanci su u periodu održavanja festivala ostvarili 3,39% od ukupnih ostvarenih noćenja, odnosno 62,68% ostvarenih noćenja austrijskih turista u tom tjednu. Švicarci su ostvarili 1,05% svih ukupnih noćenja, a 70,84% noćenja švicarskih turista zabilježeno je za vrijeme ozdržavanja festivala.

9.6. Ultra music

Ultra je kao marka nastala 1997. u Miamiu idejom Russella Faibischa koji je počeo kao producent elektroničke glazbe koja je na posljetku dovela do *Ultra Music* festivala na plažama Miamia. Danas je *Ultra* jedan od najpoznatijih festivala elektroničke glazbe na kojem najpoznatiji Dj-i zabavljaju publiku u trodnevnom festivalu, koji se održava diljem svijeta. Neke od država su: Argentina, Čile, Japan, Sjeverna Amerika, Južna Afrika i Hrvatska. Ultra se u Hrvatskoj održava u Splitu. U 2017. godini održavala se od 14. do 16. srpnja. Ultra je

jedan od najskupljih festivala u Hrvatskoj. Ulaznice za ovaj trodnevni festival koštale su 1100 kuna i posjetitelji su se morali sami snalaziti za smještaj.[20]

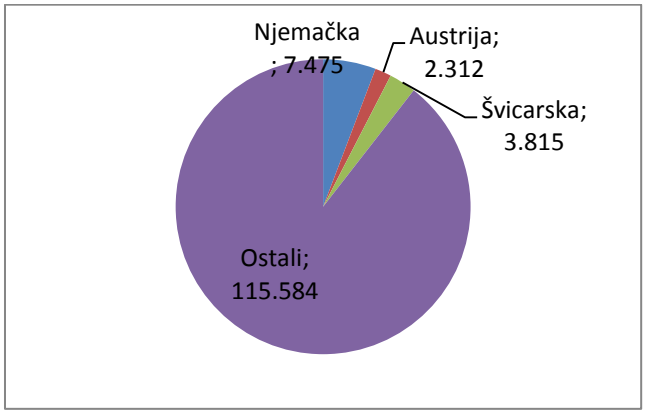
Grafikon 16. Noćenja ostvarena u Splitu od 3. do 9. 7. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 16. prikazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu od 3. srpnja do 9. srpnja 2017. godine, odnosno za tjedan uoči početka festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su turisti drugih nacionalnosti ostvarili 95 513 noćenja, odnosno 89,86% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 6 886 noćenja, tj. 6,47% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 1 508 noćenja, odnosno 1,41 %. Švicarci su ostvarili 2381 noćenje, što čini 2,24% ukupnih noćenja u tom periodu.

Grafikon 17. Noćenja ostvarena u Splitu od 10. do 16. 7. 2017.



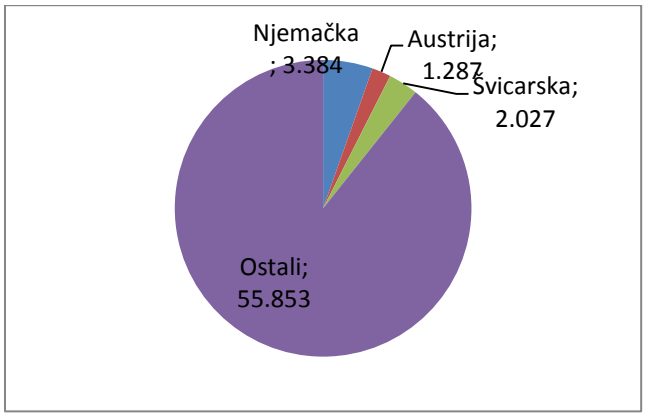
Izvor: Obrada autora

Grafikon 17. pokazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 10. do 16. srpnja, ostali gosti ostvaruju 115 584 noćenja, tj. 89,47% svih noćenja

[20] **ABOUT,** ULTRA WORLDWIDE, https://umfworldwide.com/about/ (23. 08. 2018.)

tog perioda. To čini indeks od 121.02. Nijemci su ostvarili 5,78% noćenja, odnosno 7 475 noćenja. Riječ je o indeksu od 108,55. Austrijanci ostvaruju 2 312(1,78%) noćenja, a indeks je 153.51. Švicarci su u tom periodu ostvarili 3 815 (2,95%) noćenja, tj. indeks od 160,22.

Grafikon 18. Noćenja ostvarena u Splitu od 14. do 16. 7. 2017.



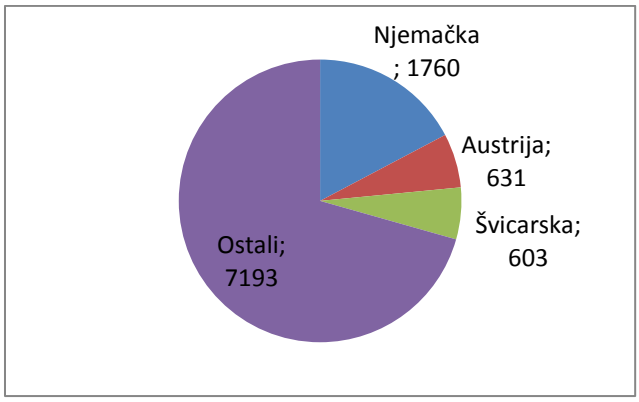
Izvor: Obrada autora

Grafikon 18. prikazuje ostvarena noćenja u periodu od 14. do 16. srpnja, odnosno noćenja za vrijeme trajanja festivala. Nijemci su u tom periodu ostvarili 2,61% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u cijelom tjednu ili 45,27% noćenja ostvarenih u cijelom tjednu od strane Nijemaca. Austrijanci su u periodu održavanja festivala ostvarili 0,99% od ukupnih ostvarenih noćenja, odnosno 55,66% ostvarenih noćenja turista iz Austrije u tom tjednu. Švicarci su ostvarili 1,56% svih ukupnih noćenja, a 53,13 % svih noćenja švicarskih turista zabilježeno je za vrijeme održavanja festivala.

9.7. MoDem festival

U Primišlju, nedaleko od Slunja, na rijeci Mrežnici održao se 24. srpnja 2017. godine šesti po redu *MoDem festival*. Sedmodnevni festival ugostio je desetke najboljih psihodeličnih Dj-a iz cijelog svijeta. Cijena ulaznice za festival bila je 1100 kuna i gosti su mogli birati između mjesta za šatore i mjesta za kampere. Na festivalu su postojale tri glavne pozornice na kojima se je puštala glazba od 0 do 24 sata dnevno tijekom cijelog festivala.

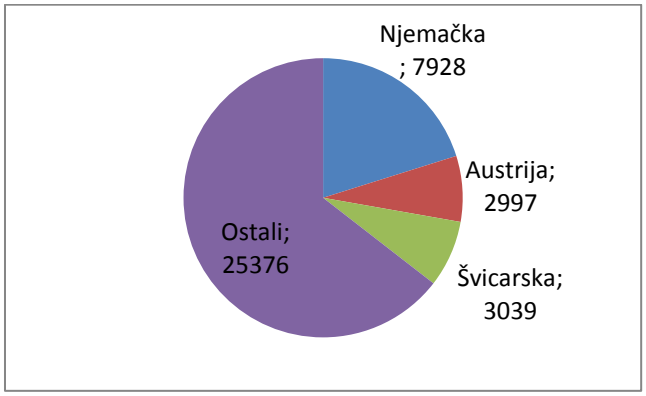
Grafikon 19. Noćenja ostvarena u Slunju od 17. do 23. 7. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 19. označava broj ostvarenih noćenja u tjednu od 17. srpnja do 23. srpnja 2017. godine, odnosno za tjedan uoči početka festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 7 193 noćenja, odnosno 70.6% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 1 760 noćenja što čini 17,27% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 631 noćenje, odnosno 6,19 %. Švicarc su ostvarili 603 noćenja, tj. 5,91% ukupnih noćenja u tom periodu.

Grafikon 20. Noćenja ostvarena u Slunju od 24. do 30. 7. 2017.



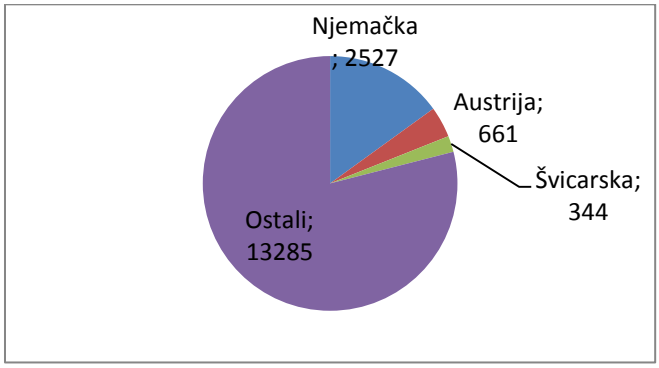
Izvor: Obrada autora

Grafikon 20. pokazuje broj ostvarenih noćenja tijekom održavanja festivala, odnosno od 24. do 30. srpnja. Turisti drugih država ostvaruju 25 376 noćenja, odnosno 64,5% svih noćenja tog perioda, a to čini indeks od 352,78. Nijemci su ostvarili 20,15% noćenja, odnosno 7 928. To tvori indeks od 450,45. Austrijanci su ostvarili 2997 (7,61%) noćenja, a indeks je 474,96. Švicarci su u tom periodu ostvarili 3039 (7,72%) noćenja. Riječ je o indeksu od 503,98.

9.8. No sanctuary

Dana, 27. srpnja 2017. godine otvoren je četvrti po redu *No sanctuary* festival u Rijeci. Događanje je trajalo tri dana i na njemu su zabavljali Metal - Crust - Punk bendovi poput Wilta, Hyena, Nine elevena i mnogih drugih po cijeni od 220 kuna bez mogućnosti smještaja na festivalu.[21]

Grafikon 21. Noćenja ostvarena u Rijeci od 17. do 23. 7. 2017.

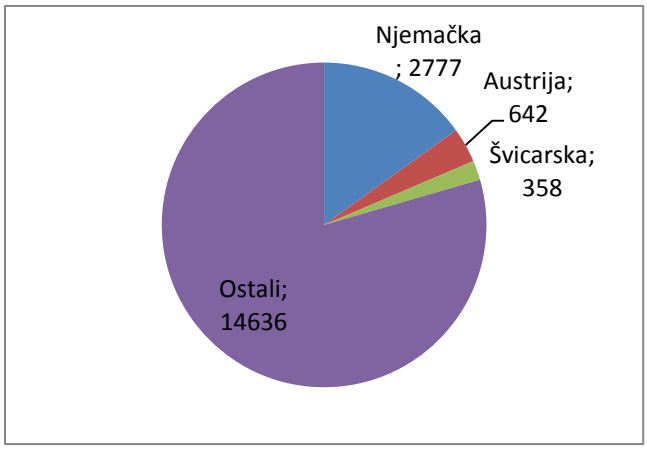


Izvor: Obrada autora

Grafikon 21. označava broj ostvarenih noćenja u tjednu od 17. do 23. srpnja 2017. godine, odnosno za tjedan uoči početka festivala. Iz grafikona se može iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 13 285 noćenja, odnosno 78,99% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 2 527 noćenja, tj. 15,02% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 661 noćenje, odnosno 3,93 %, a Švicarci su ostvarili 344 noćenja, tj. 2,04% ukupnih noćenja u tom periodu.

[21] **No Sanctuary Festival,** Facebook, https://www.facebook.com/NoSanctuaryFestival/ (23.08. 2018.)

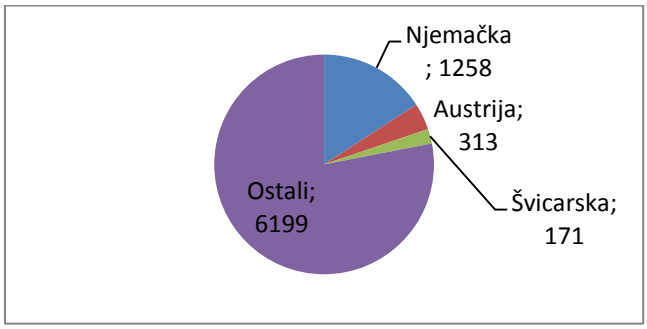
Grafikon 22. Noćenja ostvarena u Rijeci od 24. do 30. 7. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 22. pokazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu u kojem se održava festival. U tom periodu, od 24. do 30. srpnja, ostali gosti ostvaruju 14 636 noćenja, tj. 79,48% svih noćenja tog perioda. To čini indeks od 110.16. Nijemci su ostvarili 15,08% noćenja, odnosno 2 777 noćenja, tj. indeks od 109,89. Austrijanci su ostvarili 642 (3,48%) noćenja, a indeks je 97,12. Švicarci su u tom periodu ostvarili 358 (1,94%) noćenja, tj. indeks od 104,06.

Grafikon 23. Noćenja ostvarena u Rijeci od 27. do 29. 7. 2017.



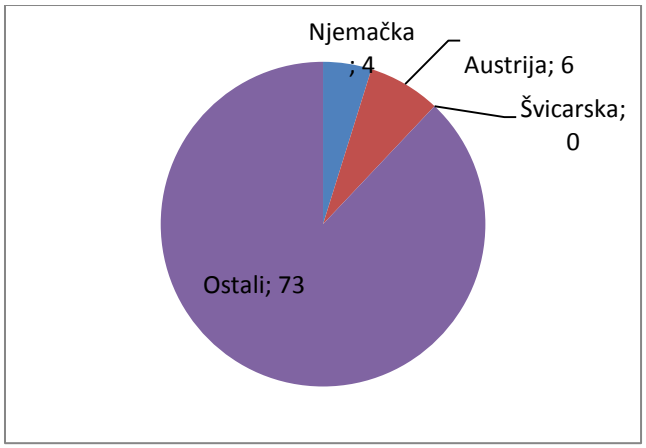
Izvor: Obrada autora

Grafikon 23. prikazuje ostvarena noćenja u danima od 27. do 29. srpnja, odnosno u dane trajanja festivala. Njemci su u tom periodu ostvarili 6,83% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u cijelom tjednu ili 45,3% noćenja ostvarenih u cijelom tjednu. Austrijanci su u periodu održavanja festivala ostvarili 1,69% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja, odnosno 48,75%. Švicarci su ostvarili 0,92% svih ukupnih noćenja, a 47,76% noćenja švicarskih turista zabilježeno je za vrijeme održavanja festivala.

9.9. Ferragosto Jam

Ferragosto Jam je priča o druženju uz roštilj i glazbu koja se pretvorila u četverodnevni festival i zabavu uz rock, punk, hip-hop, elektroničku galzbu te srodne žanrove. Na festivalu nastupa više od 40 izvođača domaće i regionalne scene. Festival se u 2017. godini održavao od 3. do 6. kolovoza na Orahovačkom jezeru. Pokraj jezera organizatori su osigurali mogućnost kampiranja, a ulaznica na festival koštala je 110 kuna.[22]

Grafikon 24. Noćenja ostvarena u Orahovici od 24. do 30. 7. 2017.

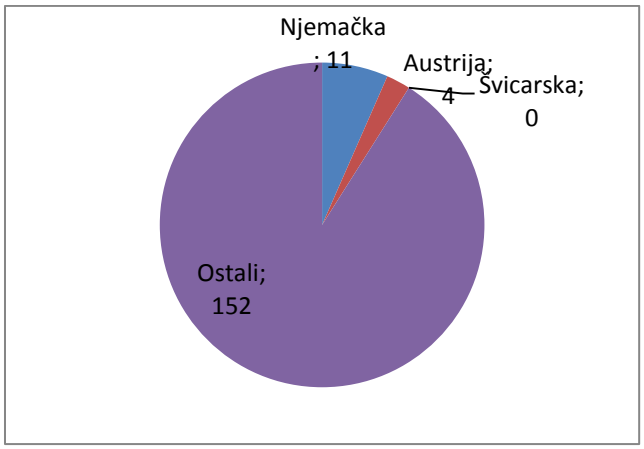


Izvor: Izrada autora

Grafikon 24. označava broj ostvarenih noćenja u tjednu od 24. srpnja do 30. srpnja 2017. godine, odnosno za tjedan uoči početka festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 73 noćenja, odnosno 87,95% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 4 noćenja, tj. 4,81% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 6 noćenja, odnosno 7,22 %. Švicarci u tom razdoblju nisu ostvarli noćenja.

[22]**O FESTIVALU,** Ferragosto JAM 11, http://ferragostojam.com/o-festivalu/ (23. 08. 2018.)

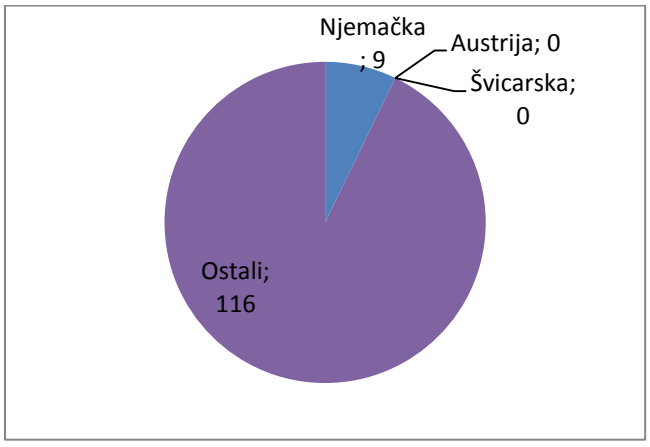
Grafikon 25. Noćenja ostvarena u Orahovici od 31. 7. do 6. 8. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 25. prikazuje broj ostvarenih noćenja za tjedan u kojem se održava sam festival. U tom periodu, od 31. srpnja do 6. kolovoza, ostali gosti ostvaruju 152 noćenja, tj. 91,01% svih noćenja tog perioda. To je indeks od 208,21. Nijemci su ostvarili 6,58% noćenja, odnosno 11 noćenja. Riječ je o indeksu od 275. Austrijanci ostvaruju 4(2,39%) noćenja, tj. indeks 66,66. Švicarci nisu ostvarili noćenja u navedenom periodu.

Grafikon 26. Noćenja ostvarena u Orahovici od 3. do 6. 8. 2017.



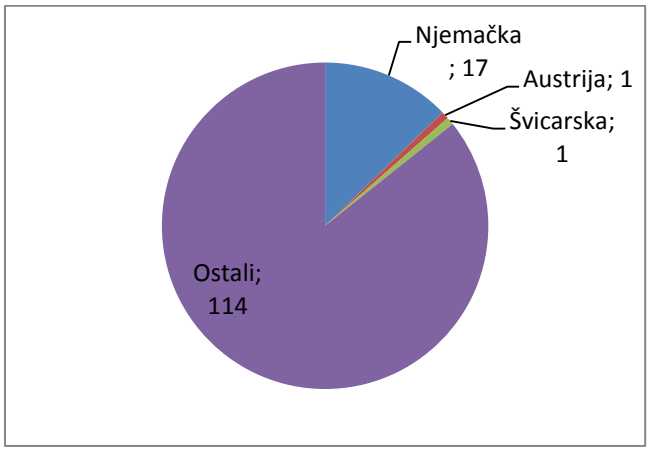
Izvor: Obrada autora

Grafikon 26. prikazuje ostvarena noćenja u periodu od 3. do 6. kolovoza, odnosno za vrijeme trajanja festivala. Nijemci su u tom periodu ostvarili 5,38% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u navedenom tjednu, tj. 81,81% noćenja ostvarenih u cijelom tjednu. Austrijanci i Švicarci nisu noćili od 3. do 6. kolovoza 2017. godine.

9.10. Festival Melodije hrvatskoga juga

U Opuzenu 11. kolovoza 2017. godine održan je 24. festival *Melodija hrvatskoga juga* s početkom u 21 sat. Na festivalu je nastupalo 25 izvođača s prijavljenim skladbama koje su bile pomno izabrane od strane stručnog tima. Neki od izvođača bili su: Klapa Maslina, Trio gušt, Branko Medak itd. Cijena ulaznice bila je 80 kuna.[23]

Grafikon 27. Noćenja ostvarena u Opuzenu od 31. 7. do 6. 8. 2017.

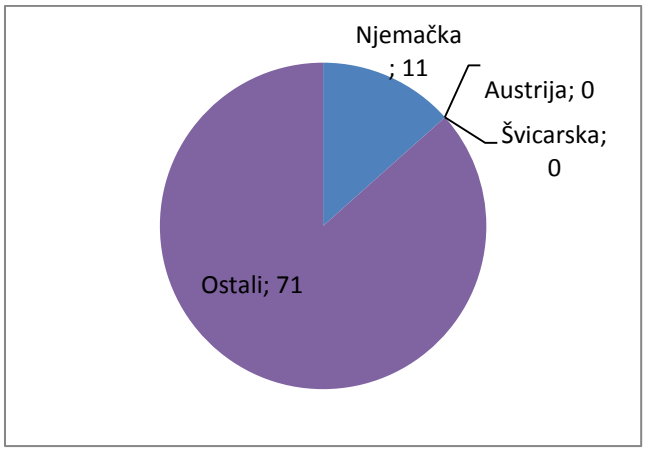


Izvor: Obrada autora

Grafikon 27. prikazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu od 31. srpnja do 6. kolovoza 2017. godine, odnosno za tjedan uoči početka festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 114 noćenja, odnosno 85,71% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 17 noćenja, tj. 12,71% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 1 noćenje, odnosno 0,75%. Švicarci su, također, ostvarili 1 noćenje, tj. 0,75% ukupnih noćenja u tom periodu.

[23] **Poznate skladbe 24. festivala zabavne glazbe u Opuzenu,** Metković news, http://metkovic-news.com/glazba/poznate-skladbe-24-festivala-zabavne-glazbe-u-opuzenu/ (24. 08. 2018.)

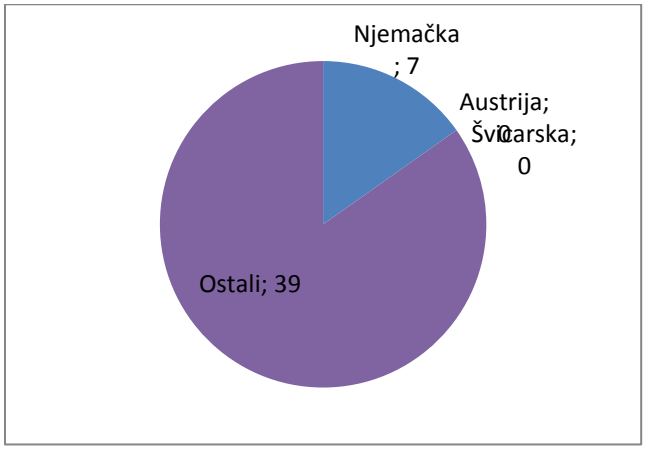
Grafikon 28. Noćenja ostvarena u Opuzenu od 7. do 13. 8. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 28. pokazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 7. do 13. kolovoza, ostali gosti ostvarili su 71 noćenje, tj. 86,58% svih noćenja tog perioda. To čini indeks od 62,28. Nijemci su ostvarili 13,41% noćenje, odnosno 11 noćenja, tj. indeks od 64,7. Austrijanci i Švicarci u tom periodu nisu noćili u Opuzenu.

Grafikon 29. Noćenja ostvarena u Opuzenu na datum 11. 8. 2017.



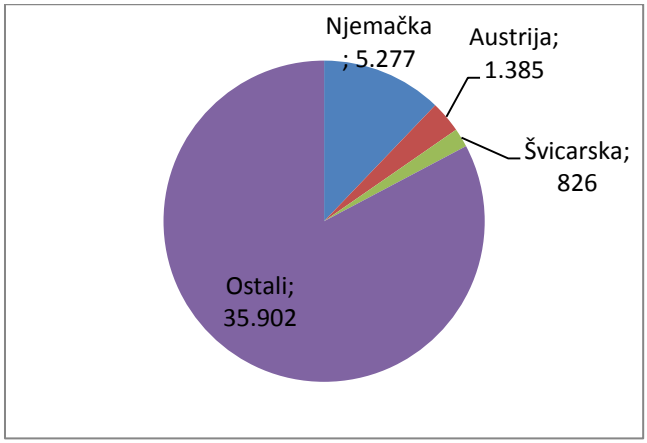
Izvor: Obrada autora

Grafikon 29. prikazuje ostvarena noćenja za 11. kolovoz, tj. na dan održavanja festivala. Nijemci su u tom periodu ostvarili 8,53% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u cijelom tjednu, tj. 63,63% noćenja.

9.11. Festival Šakan

Festival Šakan održan je na platou, ispred hotela Soline u Brelima. To je bilo njegovo drugo izdanje u 2017. godini. Festival je održan 11. i 12. kolovoza i predstavljao je pretežito moderne i mlade glazbenike hrvatske scene poput: Elementala, Nine Romić i sl.. Posjetitelji su se sami trebali pobrinuti za smještaj, a na festivalu su mogli prisustovati za 50 kuna. Svaki od glazbenika izvodio je drugu vrstu glazbe. Iz tog razloga, slušala se: rock, psihodelična, elektro i punk glazba. [24]

Grafikon 30. Noćenja ostvarena u Brelima od 31. 7. do 6. 8. 2017.

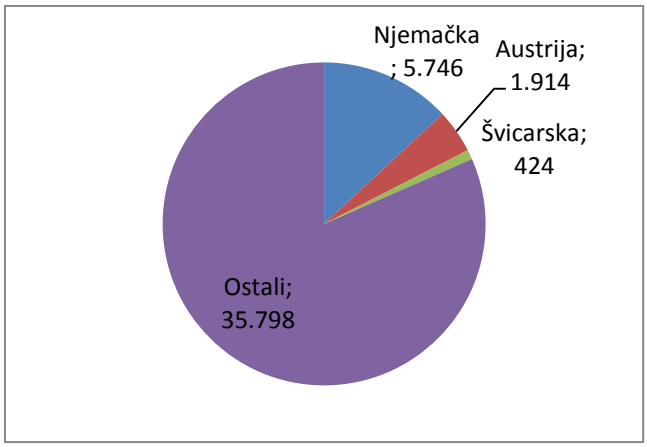


Izvor: Obrada autora

Grafikon 30. prikazuje broj ostvarenih noćenja u tjednu od 31. srpnja do 6. kolovoza 2017. godine, odnosno za tjedan uoči održavanja festivala. Iz grafikona, može se iščitati da su u navedenom tjednu turisti drugih nacionalnosti ostvarili 35 902 noćenja, odnosno 82,74% od ukupnih ostvarenih noćenja u tom tjednu. Nijemci su ostvarili 5 277 noćenja, tj. 12,16% ostvarenih noćenja u tom periodu. Austrijanci su ostvarili 1 385 noćenja, odnosno 3,19 %, a Švicarci su ostvarili 826 noćenja, tj. 1,9% ukupnih noćenja u tom periodu.

[24] **Drugo izdanje ŠAKAN Festivala 11. i 12. kolovoza 2017.,** Splitski portal, http://split.com.hr/novosti/zabava/drugo-izdanje-sakan-festivala-11-i-12-kolovoza-2017 (25. 08. 2018.)

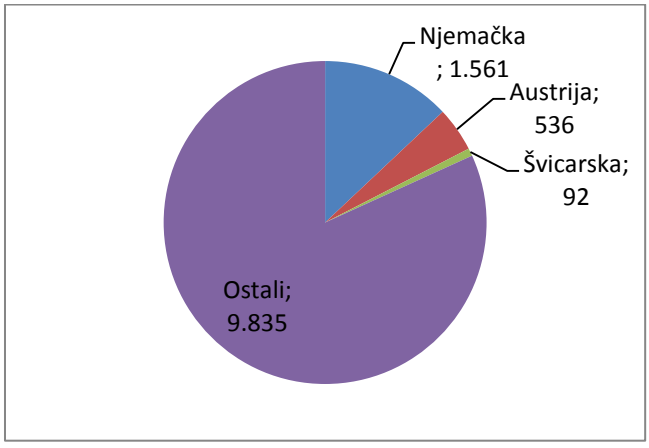
Grafikon 31. Noćenja ostvarena u Brelima od 7. do 13. 8. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 31. pokazuje broj ostvarenih noćenja za tjedan u tjednu održavanja festivala. U tom periodu, od 7. do 13. kolovoza, ostali gosti ostvarili su 35 798 noćenja, tj. 81,57% svih noćenja tog perioda. To čini indeks od 99,71. Nijemci su ostvarili 13,09% noćenja, odnosno 5 746 noćenja. Riječ je o indeksu od 108,88. Austrijanci su ostvarili 1 914(4,36%) noćenja. Indeks je 138,19. Švicarci su u tom periodu ostvarili 424 (0,96%) noćenja, tj. indeks od 51,33.

Grafikon 32. Noćenja ostvarena u Brelima od 11. do 12. 8. 2017.



Izvor: Obrada autora

Grafikon 32. prikazuje ostvarena noćenja u periodu od 11. do 12. kolovoza, odnosno noćenja za vrijeme trajanja festivala. Nijemci su u tom periodu ostvarili 3,55% noćenja od ukupnih ostvarenih noćenja u cijelom tjednu, tj. 27,16% noćenja. Austrijanci su ostvarili 1,22% od ukupnih noćenja, odnosno 28% noćenja svih austrijskih turista u tom tjednu.

Švicarci su ostvarili 0,2% svih noćenja, a 21,69 % noćenja švicarskih turista zabilježeno je u vrijeme održavanja festivala.

10. Analiza rezultata

Navedeni festivali razlikuju se po mnogo kriterija poput: vrste glazbe, vremena održavanja, lokacije i broja posjetitelja. No, koji od njih su zapravo najuspješniji i zašto?

Tablica 1. Noćenja turista iz Njemačke po festivalima

Naziv festivala	Broj njemačkih posjetitelja na tjedan prije festivala	Broj njemačkih posjetitelja na tjedan održavanja festivala	Indeks povećanja
Rise up	26.733	57.370	214,60
Vubass	32	25	78,12
IN music	3.830	3.013	78,66
Balkan Goa Fanatics	18.547	20.883	112,59
Ultra music	6.886	7.475	108,55
Electirc Elephant festival	6079	7771	127,83
MoDem	1760	7928	450,45
No sanctuary	2527	2777	109,89
Ferragosto jam	4	11	275
Melodije hrvatskog juga	17	11	64,70
Festival Šakan	5.277	5.746	108,88

Izvor: Izrada autora

Iz navedene tablice, može se iščitati da su najveći porast noćenja od strane njemačkih turista imali *MoDem*, *Rise up* i *Electric Elephant*. Na ovim festivalima se slušaju strani izvođači uz elektronski generiranu glazbu. Pad u broju noćenja događa se za vrijeme održavanja festivala *Melodije hrvatskog juga*, *Vubassa te Inmusica*. Na dva od tri navedena festivala sluša se hrvatska glazba, dok je na festivalu *Vubass* zastupljenija elektronska glazba sa hrvatskim izvođačima i manje poznatim stranim izvođačima. To sugerira da njemački posjetitelji glazbenih festivala preferiraju festivale elektronske glazbe na kojima nastupaju poznati izvođači.

Tablica 2. Noćenja turista iz Austrije po festivalima

Naziv Festivala	Broj austrijskih posjetitelja na tjedan prije festivala	Broj austrijskih posjetitelja na tjedan održavanja festivala	Indeks povećanja
Rise up	19.917	15.214	76,38701
Vubass	15	6	40
IN music	1.356	1.450	106,9322
Balkan Goa Fanatics	8.926	10.322	115.63
Ultra music	1.508	2.312	153,3156
Electirc Elephant festival	2072	3446	166,3127
MoDem	631	2997	474,96
No sanctuary	661	642	97,12557
Ferragosto jam	6	4	66,66667
Melodije hrvatskog juga	1	0	0
Festival Šakan	1.385	1.914	138,1949

Izvor: Izrada autora

Iz tablice broj 2. može se zaključiti da su najposjećeniji festivali, od strane turista iz Austrije, bili *MoDem, Electric Elephant* te *Ultra music festival*. To su festivali izričito elektronske glazbe te na njima nastupaju poznati izvođači pojedine vrste elektronske glazbe. Pad u broju noćenja od strane navedenih gostiju imale su destinacije u kojima se održavaju festivali *Melodije hrvatskog juga*, *Rise up*, *Vubass i No sanctuary*. Na njima se sluša domaća i strana glazba svih žanrova.

Tablica 3. Noćenja turista iz Švicarske po festivalima

Naziv Festivala	Broj švicarskih posjetitelja na tjedan prije festivala	Broj švicarskih posjetitelja na tjedan održavanja festivala	Indeks povećanja
Rise up	891	1.052	118,06
Vubass	0	0	0
IN music	837	771	92,11
Balkan Goa Fanatics	1.119	1.457	130,2
Ultra music	2.381	3.815	160,22
Electirc Elephant festival	691	950	137,48
MoDem	603	3039	503,98
No sanctuary	344	358	104,06
Ferragosto jam	0	0	0
Melodije hrvatskog juga	1	0	0
Festival Šakan	826	424	51,33

Izvor: Izrada autora

Iz tablice broj 3. možemo utvrditi da su najveći porast noćenja, od strane turista iz Švicarske, imale destinacije gdje se održavaju *MoDem, Ultra music te Electric Elephant*, a destinacije na kojima se održavaju *Melodije hrvatskoga juga, Ferragosto, Šakan festival, Inmusic i Vubass* imale pad u noćenjima švicarskih turista. Na ovim festivalima slušaju se različite vrste domaće i strane glazbe. Iz navedenih tablica može se zaključiti da je za veliku posjećenost turista njemačkoga govornog područja potrebno organizirati festivale strane glazbe, točnije festivale elektronske glazbe. Isto tako, valja napomenuti da vrsta glazbe nije jedini kriterij za dobru posjećenost festivala od strane turista ciljane skupine. Kriterij koji se uzima u obzir je mogućnost rekreativnog plivanja ili drugih aktivnosti za koje je potrebna voda.

Tablica 4. Podjela festivala po mogućnosti rekreativnog korištenja vode

Festivali koji imaju mogućnost rekreativnog korištenja vode	Festivali koji nemaju mogućnost rekreativnog korištenja vode
Rise up	Vubass
IN music	Nosanctuary
Ferragosto jam	Barokne večeri
MoDem	
Ultra	
Electric Elephant	
Balkan goa fanatics	
Melodije hrvatskog juga	
Šakal festival	

Izvor: Izrada autora

Iz tablice, može se zaključiti da većina festivala ima mogućnost rekreativnog korištenja vode, ali isto tako destinacije koje su ostvarile najveći porast noćenja za vrijeme festivala imale su mogućnost korištenja vode. One destinacije koje nemaju mogućnost korištenja vode imale su smanjen broj noćenja za vrijeme održavanja festivala. Možemo zaključiti da je mogućnost kupanja ili nekih drugih aktivnosti koje se odvijaju u ili oko mora, rijeke ili jezera poželjan faktor za turiste ciljane skupine. Mogućnost kupanja ili drugih aktivnosti uvelike ovisi o vremenu održavanja samog festivala, a to objašnjava veliku koncentraciju festivala od kraja lipnja, tijekom cijelog srpnja do sredine kolovoza. Cijena, također, igra veliku ulogu u uspjehu festivala. U nastavku, usporedit ćemo prosječnu cijenu jednog dana festivala kako bi odredili koja je prihvatljiva cijena po danu za uspješan festival.

Tablica 5. Podjela festivala po prosječnoj cijeni ulaznice za jedan dan

Naziv festivala	Prosječna cijena karte, u kunama, za jedan dan festivala
Rise up	150
Vubass	0
IN music	133
Balkan Goa Fanatics	73
Ultra music	366
Electirc Elephant festival	0
MoDem	157
No sanctuary	73
Ferragosto jam	27
Melodije hrvatskog juga	80
Festival Šakan	25

Izvor: Izrada autora

Uspoređivanjem tablica broj 1., 2., 3. i 5. može se zaključiti da destinacije s najvećim porastom noćenja za vrijeme održavanja festivala imaju i najveće prosječne cijene ulaznica po danu za isti festival, izuzev festivala Electric Elephant koji ima besplatan ulaz, ali posjetitelji nemaju mogućnosti kampiranja ili bilo kojeg drugog smještaja na festivalu pa moraju iznajmljivati privatne smještaje. Nameće se zaključak da turistima ciljane skupine nije problem platiti i veću cijenu ulaznica za dobro organizirani festival. Svi posjetitelji festivala trebaju mjesto za smještaj ukoliko festival traje duže od jednoga dana. Jedni će iznajmiti privatni smještaj, a drugi će kampirati u šatorima ili vozilima opremljenim za boravak u prirodi. Neki od analiziranih festivala nude svojim posjetiteljima mjesta za smještaj ili kamping, a drugi ne nude. Koliko je to zapravo bitno za uspjeh festivala?

Tablica 6. Podjela festivala po pružanju usluga smještaja gostima

Naziv festivala	Mogućnost smještaja ili kampinga na festivalu
Rise up	Ne
Vubass	Da
IN music	Da
Balkan Goa Fanatics	Da
Ultra music	Ne
Electirc Elephant festival	Ne
MoDem	Da
No sanctuary	Ne
Ferragosto jam	Da
Melodije hrvatskog juga	Ne
Festival Šakan	Ne

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 6. može se iščitati da najposjećeniji festivali pretežito nemaju mogućnost smještaja, ali MoDem festival, koji ima najveći porast turista ciljane skupine, pruža mogućnost kampiranja. To dovodi do zaključka da posjetiteljima smještaj nije primarni kriterij biranja festivala, ali mogućnost smještaja daje prednost nad konkurencijom.

11. Zaključak

Festivali su rijetka događanja organizirana jednom, najčešće na godišnjoj razini. Dobro organizirani i posjećeni festivali mogu imati ogroman ekonomski utjecaj na destinaciju u kojoj se festival održava. Također, otvaraju nove načine promocije zahvaljujući zadovoljnim posjetiteljima festivala i proširenjem turističke ponude same destinacije. Radna snaga festivala pretežito su studenti bez ikakvoga ili s minimalnim radnim iskustvom. Ova funkcija festivala, koja zapošljava mlade ljude, iznimno je važna za državu koja iz dana u dan gubi veliku količinu mladog stanovništva. Kao više godišnji zaposlenik na jednom od navedenih glazbenih festivala, mogu sa sigurnošću tvrditi o ekonomskoj dobiti destinacije u kojoj se festival odvija. Kao što je već navedeno, studenti imaju mogućnost privremenog izvora prihoda, a u samoj destinaciji povećava se potražnja za osnovnim namirnicama kao i nekim drugim proizvodima koja se može uočiti bez istraživanja. Ova događanja, također mogu, ukoliko se ne organiziraju pravilno, imati negativan utjecaj na okoliš, imidž destinacije, ali i na samo lokalno stanovništvo.

U ovom radu utvrdilo se da uspješna organizacija zahtjeva sedam osnovnih koraka, te izvršenjem tih koraka festival bi trebao proći bez greške, ali prvi korak koji je najteži i najvažniji odlučuje o posjećenosti samog festivala. U prvom koraku određuju se lokacija, vrsta glazbe, vrijeme održavanja te sadržaj koji će se nuditi.

U ovom završnom radu utvrdili smo najvažnije kriterije nophodne za organizaciju festivala, koji privlače najviše turista iz zemalja njemačkoga govornog područja. Najvažniji kriterij je naravno glazba koja se nudi na festivalima. Analizom već postojećih festivala utvrdilo se da turisti ciljane skupine preferiraju festivale elektronski generirane glazbe, koja se izrazito oslanja na bass za održavanje ritma, izvedene od poznatih ili u najmanju ruku prepoznatljivih izvođača. Glazba nije jedini kriterij za odabir festivala, daljnjom analizom utvrdio se da su najposjećeniji festivali koji se organiziraju kraj rijeka, jezera ili mora, kako bi se posjetitelji mogli kupati ili izvršavati neke druge rekreativne radnje. Ovaj kriterij uvelike objašnjava izrazitu sezonalnost hrvatskih festivala.

Utvrđeno je da posjetiteljima festivala nije problem platiti i veću cijenu ulaznica. Optimalna cijena ulaznica kreće se od oko 100 kuna do 200 kuna po danu. Pružanje usluge smještaja, poput osiguravanja kampova ili mjesta za kamp kućice i prikolice, pokazalo se kao manje važan faktor za organizaciju uspješnog festivala, ali utvrdilo se da pruža komparativnu

prednost nad drugim festivalima. Ovim završnim radom, saznaje se da je za privlačenje što većeg broja turista iz zemalja njemačkoga govornog područja, putem glazbenih festivala, potrebno organizirati festivale elektronske glazbe, poznatih ili prepoznatljivih izvođača, na lokaciji koja ima mogućnost korištenja vode. Poželjna cijena je od 100 do 200 kuna po danu. Po mogućnosti, valjalo bi osigurati posjetiteljima mjesto za kampiranje.

Sažetak

Glazbena događanja u funkciji privlačenja turista iz zemalja njemačkoga govornog područja

U radu govorimo o glazbenim događanjima u funkciji privlačenja turista iz zemalja njemačkoga govornog područja. Osim opisa mnogih festivala i njihove organizacije, utvrdili smo i bitne kriterije za organizaciju glazbenih festivala i posjećenost turista ciljane skupine. Analize podataka, koji su prikupljeni od turističkih zajednica pojedinih destinacija u kojoj se održava festival, sadrži uspoređivanje festivala iz svih dijelova države. Analizira se porast noćenja tijekom tjedna održavanja festivala zahvaljujući: vrsti glazbe, cijeni ulaznice, lokaciji, mogućnosti kampiranja i dobu održavanja. Rezultati provedenog istraživanja pokazuju načine na koje bi se glazbeni festivali koristili u svrhu privlačenja turista općenito, a ne samo onih iz zemalja njemačkoga govornog područja. Ukazuje se na nužnost organiziranja festivala elektronske glazbe, poznatih ili prepoznatljivih izvođača, na lokaciji koja ima mogućnost korištenja vode.

Ključne riječi: festivali, glazbena događanja, zemlje njemačkoga govornog područja, posjećenost

Summary

Musical events in the function of attracting tourists from the German speaking countries

This paper deals with music events in order to attract tourists from the German speaking countries. Apart from the description of many festivals and their organizations, we have also found essential criteria for organizing music festivals and visiting tourists of the target group. Data analysis, collected from the tourist boards of a particular festival destination, includes comparing the festivals from all parts of the country, analyzing the rise of the overnight stays during the week of the festival, thanks to the type of music, ticket prices, location, camping possibilities and the time of the festival itself. The results of the research carried out show the ways in which the music festivals would be used to attract tourists in general as well as from the German-speaking countries and the necessity of organizing electronic music festivals, known or recognizable performers at a location that has the potential to use water.

Key words: festivals, music events, German speaking areas, visitation

Zusammenfassung

Musikveranstaltungen in der Funktion, Touristen aus dem deutschsprachigen Raum anzuziehen

Die wissenschaftliche Arbeit spricht über Musikveranstaltungen in der Funktion von anziehung der Touristen den deutschsprachigen Ländern. Neben Beschreibungen von vielen Festivals und ihre Organisation haben wir die wichtigen Kriterien für die Organisation von Musikfestivals und Besuche von Touristen der Zielgruppen gefunden. Die Analyse der Daten, die von der touristischen Gemeinschaft der einzelnen Destinationen wo das Festival stattfindet gesammelt worden, enthält einen Vergleichung der Festivals aus dem ganzen Land, die Analyse der Zunahme von Übernachtungen in der Woche des Festivals, dank der Art von Musik, Ticker kosten, Ort, Campingmöglichkeiten, und die erhaltung des Festivals. Die Ergebnisse der Forschung zeigen, auf welcher Weise zu Musikfestival verwendete Touristen im Allgemeinen zu gewinnen, sowie aus Ländern, in den deutschsprachigen Ländern und die Notwendigkeit, ein Festival der elektronischen Musik, berühmt oder erkennbaren Darstellern an einem Ort zu organisieren, die die Fähigkeit, Wasser zu verwenden hat.

Schlüsselwörter: Feste, Musikveranstaltungen, deutschsprachige Gebiete, Übernachtungen

Literatura

Knjige:

BOWDIN, G., ALLEN, J.: **Events Management,** Butterworth-Heinemann, Oxford, 2006.

GECK, M.:**Kratka povijest glazbe,** Mozaik knjiga, Zagreb, 2008.

NATEK, K., NATEK, M.: **Države svijeta 2000,** Mozaik knjiga, Zagreb, 2000.

MATEZKI, U. et al.: **Dreimal Deutsch in Deutschland, in Osterreich, in der Schweiz,** Ernst Klett Sprachen**,** Stuttgart, 2006.

PREVIŠIĆ , J., Došen, Đ.: **Marketing,** adverta, Zagreb, 2004.

RICHARDS, B.: **Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja**, Protecton, Zagreb, 1997.

STOJAKOVIĆ, B., ŠEŠIĆ DRAGIĆEVIĆ, M.:

Kultura/menadžment/animacija/marketing, Kulturno informativni centar, Zagreb, 2013.

Internet stranice:

ABOUT, ULTRA WORLDWIDE, https://umfworldwide.com/about/ (23. 08. 2018)

BALKAN GOA FANATICH ZA 6 DANA TRANCEA U LOŠINJU, KLUBSKASCENA.HR, https://www.klubskascena.hr/festivali/festivali/balkan-goa-fanatics-za-6-dana-trancea-u-losinju-17022017 (22. 08. 2018)

BROZOVIĆ, I., PERKO, J.: **Dolasci i noćenja turista u 2017.**, Državni zavod za statistiku, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm (27.8.2018.)

Drugo izdanje ŠAKAN Festivala 11. i 12. kolovoza 2017., Splitski portal, http://split.com.hr/novosti/zabava/drugo-izdanje-sakan-festivala-11-i-12-kolovoza-2017 (25. 08. 2018)

Electric Elephant- Obonjan- 6-9 July 2017, Visit Croatia, https://www.visit-croatia.co.uk/festivals-croatia/electric-elephant/ (23. 08. 2018.)

Goa trance, Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Goa_trance (22. 08. 2018)

IN music, Wikipedia, https://hr.wikipedia.org/wiki/INmusic_festival (22. 08. 2018)

No Sanctuary Festival, Facebook, https://www.facebook.com/NoSanctuaryFestival/ (23.08. 2018)

O FESTIVALU, Ferragosto JAM 11, http://ferragostojam.com/o-festivalu/ (23. 08. 2018)

Poznate skladbe 24. festivala zabavne glazbe u Opuzenu, Metković news, http://metkovic-news.com/glazba/poznate-skladbe-24-festivala-zabavne-glazbe-u-opuzenu/ (24. 08. 2018)

Rise up, http://www.riseupporec.com/hr/#home (22. 08. 2018)

VUBASS FESTIVAL 2017 – PARK ADICA VUKOVAR, Entrio, https://www.entrio.hr/event/vubass-festival-2017-park-adica-vukovar-3827 (22. 08. 2017.)

Popis tablica

Naziv Tablice	Stranica
Tablica 1. Noćenja turista iz Njemačke po festivalima	30.
Tablica 2. Noćenja turista iz Austrije po festivalima	31.
Tablica 3. Noćenja turista iz Švicarske po festivalima	32.
Tablica 4. Podjela festivala po mogućnosti rekreativnog korištenja vode	33.
Tablica 5. Podjela festivala po prosječnoj cijeni ulaznice za jedan dan	33.
Tablica 6. Podjela festivala po pružanju usluga smještaja gostima	34.

Popis ilustracija

Naziv ilustracije	Stranica
Grafikon 1. Noćenja ostvarena u Poreču od 29. 5. – 4. 6. 2017	9.
Grafikon 2. Noćenja ostvarena u Poreču od 5.-11. 6. 2017.	10.
Grafikon 3. Noćenja ostvarena u Poreču na dane 9. I 10. 6. 2017.	10.
Grafikon 4. Noćenja ostvarena u Vukovaru od 29. 5. – 4. 6. 2017.	11.
Grafikon 5. Noćenja ostvarena u Vukovaru od 5. – 11. 6. 2017.	12.
Grafikon 6. Noćenja ostvarena u Vukovaru na dane 9. I 10. 6. 2017.	12.
Grafikon 7. Noćenja ostvarena u Zagrebu od 12. – 18. 6. 2017.	13.
Grafikon 8. Noćenja ostvarena u Zagrebu od 19. – 25. 6. 2017.	14.
Grafikon 9. Noćenja ostvarena u Zagrebu na dane od 19. – 21. 6. 2017.	14.
Grafikon 10. Noćenja ostvarena u Malom Ložinju od 26. 6. – 2. 7. 2017.	15.
Grafikon 11. Noćenja ostvarena u Malom Ložinju od 3.– 9. 7. 2017.	16.
Grafikon 12. Noćenja ostvarena u Malom Ložinju od 4.– 9. 7. 2017.	16.
Grafikon 13. Noćenja ostvarena u Šibeniku od 26. 6.– 2. 7. 2017.	17.
Grafikon 14. Noćenja ostvarena u Šibeniku od 3.– 9. 7. 2017.	18.
Grafikon 15. Noćenja ostvarena u Šibeniku od 6.– 9. 7. 2017.	18.
Grafikon 16. Noćenja ostvarena u Splitu od 3.– 9. 7. 2017.	19.

Grafikon 17. Noćenja ostvarena u Splitu od 10.– 16. 7. 2017.	20.
Grafikon 18. Noćenja ostvarena u Splitu od 14.– 16. 7. 2017.	20.
Grafikon 19. Noćenja ostvarena u Slunju od 17.– 23. 7. 2017	21.
Grafikon 20. Noćenja ostvarena u Slunju od 24.– 30. 7. 2017	22.
Grafikon 21. Noćenja ostvarena u Rijeci od 17.– 23. 7. 2017	22.
Grafikon 22. Noćenja ostvarena u Rijeci od 24.– 30. 7. 2017	23.
Grafikon 23. Noćenja ostvarena u Rijeci od 27.– 29. 7. 2017	23.
Grafikon 24. Noćenja ostvarena u Orahovici od 24.– 30. 7. 2017	24.
Grafikon 25. Noćenja ostvarena u Orahovici od 31. 7. – 6. 8. 2017	25.
Grafikon 26. Noćenja ostvarena u Orahovici od 3. – 6. 8. 2017	25.
Grafikon 27. Noćenja ostvarena u Opuzenu od 31. 7. – 6. 8. 2017	26.
Grafikon 28. Noćenja ostvarena u Opuzenu od 7. – 13. 8. 2017	27.
Grafikon 29. Noćenja ostvarena u Opuzenu na datum 11. 8. 2017.	27.
Grafikon 30. Noćenja ostvarena u Brelima od 31. 7. – 6. 8. 2017.	28.
Grafikon 31. Noćenja ostvarena u Brelima od 7.– 13. 8. 2017.	29.
Grafikon 32. Noćenja ostvarena u Brelima od 11.– 12. 8. 2017.	29.