

ZABAVNI PARKOVI NEKAD I DANAS: PROJEKT „INSPIRIT FANTASY PARK“

Prof. dr. sc. Fulvio Šuran

Sveučilište „Juraj Dobrila“ u Puli – Istra / Hrvatska

SAŽETAK

Kulturne manifestacije pojačavaju atraktivnost destinacije i dovode posjetitelje koji su zainteresirani za kulturnu baštinu, gastro ponudu te tradiciju i običaje određene destinacije. Promjene navika i potreba suvremenih turista uvjetuju sve veću potražnju za doživljajima, pa tako doživljaji i manifestacije postaju osnovni motivi putovanja turista.

Cilj razvoja turizma trebao bi biti stvaranje izvansezonskih proizvoda koji bi postali motiv dolaska i pružili turističke sadržaje kroz koje bi turisti tijekom čitave godine mogli upoznavati specifičnost teritorija, regije na kvalitetan i edukativan način kroz domaću kulturnu baštinu, te privući nove tržišne segmente. Ovakav razvoj turističke ponude prilagođen specifičnostima pojedine destinacije doprinosi boljoj valorizaciji materijalne i nematerijalne kulturne baštine teritorija te povećanju turističke atraktivnosti i konkurentnosti. Cilj ovog rada je, s obzirom da se danas sve više potiče upoznavanje kulture, tradicije, autentičnosti i povijesti pojedine destinacije, prikazati novi doživljaj projekta *Inspirite fantasy park*, pod nazivom „Histarsko selo“ radi zadovoljavanja potreba svih onih koji su za te elemente zainteresirani.

Ključne riječi: kulturne manifestacije, kulturna baština, zabavni parkovi, tematski parkovi, turističko tržište, tradicija, inovacija, Istra, teritorij/regija, *Inspirite Fantasy Park* projekt

AMUSEMENT PARKS ONCE AND TODAY: PROJECT "INSPIRIT FANTASY PARK"

SUMMARY

Cultural events increase the attractiveness of the destination and they are the main reason of attracting visitors who are interested in cultural heritage, gastronomy, tradition and customs of a particular destination. The change of habits and needs of contemporary tourists imply a greater search for experiences, thus, experiences and events become the main travel reason of tourists.

The aim of tourism development should be creating products outside the tourist season that would provide such reason. Through such touristic attractions, visitors would be able to learn about the characteristics of the region and its cultural heritage in a quality and educational way throughout the whole year, attracting new market segments.

Such development of the touristic offer, adjusted to the specifics of an individual destination, brings to a better valorization of material and immaterial cultural heritage of the territory, increases its touristic attractiveness and competitiveness. Considering the increasing need to promote the culture, tradition, authenticity and history of a particular destination, the purpose of the present work is to introduce the new experience of the *Inspirite fantasy park* project named "Histrian village", to meet the needs of all those who are interested in these features.

Keywords: Cultural events, cultural heritage, amusement parks, theme parks, tourism market, tradition, innovation, Istria, territory / region, *Inspirite Fantasy Park* project

UVOD

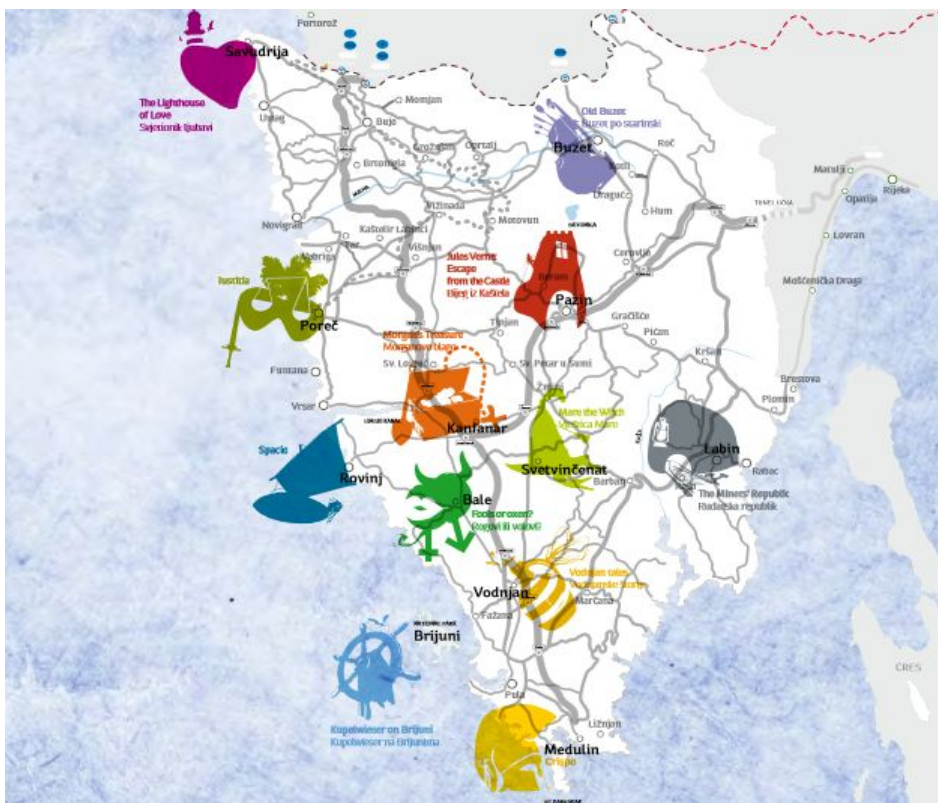
Postoje razni drugi zabavni i tematski parkovi u Hrvatskoj, ali u radu se predstavlja park koji će ponuditi specifičnu ponudu između zabavnog parka s atrakcijama (vlakovi smrti, vrtuljci, predstave, itd.) i istarske-slavenske povijesti, mitologije i legenda. Prikazat će se kako bi park trebao izgledati te kakvi popratni sadržaji i programi će se ponuditi posjetiteljima parka. Radi se o specifičnoj ponudi koja se kreće između zabavnog parka s atrakcijama (vlakovi smrti, vrtuljci, predstave, itd.) i istarske-slavenske povijesti, mitologije i legenda, naime, prepoznavanje autohtone kulturne povijesti i baštine kroz tematski park predstavlja potpuno novi čimbenik prepoznatljivosti destinacije Istre na turističkom tržištu.¹ A to je i cilj projekta *Inspirite Fantasy Parka*: svojim gostima ponudi i dimenziju tematskih parkova koji su sve više i više traženi u industriji zabavnih parkova. Naime, projekt *Inspirite Fantasy parka* je zamišljen kao tematsko park koji bi kroz svoje sadržaje i atrakcije posjetiteljima prezentirao prošlost istarske i slavenske mitologije,

¹ Treba reći da za izradu rada korištene su isključivo znanstvene metode deskripcije, kompilacije i analize koje su većinom prevedene sa stranih jezika.

tradicije i gastronomije, a kao takav predstavljao bi i idealnu platformu za prodaju lokalnih poljoprivrednih proizvoda, prezentaciju cjelokupne istarske gastro ponude te za revitalizaciju starih obrta i zanata. Interaktivnim sudjelovanjem posjetitelja u događajima i radionicama u sklopu parka pružao bi se jedinstveni doživljaj za sve posjetitelje, a ideja je da park postane generator razvoja mjesta iz unutrašnjosti Istre, ali i novi motiv za buduće turističke dolaske u Istru, jer se radi o tematskom te zabavnom parku koji se bazira na svijetu istarske i slavenske mitologije. Zabavni park *Inspirit Fantasy Park* se želi predstaviti kao originalan turistički proizvod koji ima specifične posebnosti u odnosu na druge postojeće tematske parkove. Inovativnim metodama dizajna i marketinga park je osmišljen kao proizvod visoke atraktivnosti za ciljanu publiku dok s druge strane uzima u obzir lokalne specifičnosti i ekonomske okvire isplativosti ulaganja. Primarni cilj parka je povećanje turističkih dolazaka same atraktivnosti i konkurentnosti na turističkom tržištu.

Predstave projekta *Istra Inspirit* odvijaju se na autentičnim lokacijama na cijelom geografskom području Istarske županije kao što je prikazano na slici broj 1. Kroz navedenu kartu može se zaključiti kako je *Istra Inspirit* veoma ključan generator kulturnog turizma na području Istarske županije te stvara dodatni motiv dolaska u destinaciju

Time projektom bi trebalo rezultirati ulaskom Istre između veće vodeće turističke destinacije u Europi po kriteriju zabavne industrije.



Slika 1. Postojeći Istra Inspirit doživljaji²

PROJEKT *INSPIRIT FANTASY PARK*

Ciljevi razvojnog projekta bili bi: direktno zapošljavanje; povećanje potražnje za smještajnim kapacitetima u središnjoj Istri, a osobito u ostatku Istre (donoseći povećanje prometa u ostatku Istre izvan špica sezone); povećanje volumena potrošnje kroz kreiranje volumena posjetitelja i dodatne ponude turistima koji su došli u ostatak Istre; povećanje poslova svim lokalnim tvrtkama; indirektno zapošljavanje; nastajanje potreba za novim poslovima; plasman niza lokalnih poljoprivrednih proizvoda; te za prezentaciju i prodaju produkata starih zanata.³ Zabavni sadržaji poput *Inspirit Fantasy Parka* su itekako potrebni u Istri koja je već dosegla maksimalni kapacitet ponude u ljetnim mjesecima, produljenjem sezone i pružanjem sadržaja kroz čitavu godinu unutar regionalne turističke cijeline, povećanjem samog dohotka u turističkom sektoru. S tim proizvodom Istra bi kao turistička regija ponudila nešto potpuno novo i neotkriveno svim trenutnim te budućim posjetiteljima naveden turističke regije.

Prednost parka je svakako to što nepostojanje sličnih sadržaja u krugu od 400 kilometara ima veliku prednost (Gardaland je zabavni park ne tematski) i da Istra bilježi sezonski posjet od oko tri milijuna gostiju godišnje.

² Izvor: Istra Inspirit, <http://www.istrainspirit.hr>, (13.09.2017)

³ Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb

SADRŽAJ PARKA

Struktura parka bila bi:

- 10 ha površine;
- 5 tematskih cjelina;
- 8 mehaničkih atrakcija;
- 3 scene s pozornicama;
- 3 igraonice (1 na zatvorenom);
- 5 adrenalinskih igraonica;
- 4-5 objekata prehrane;
- 10-15 lokala široke namjene.⁴

Što se tiče broja i potrošnje gostiju:

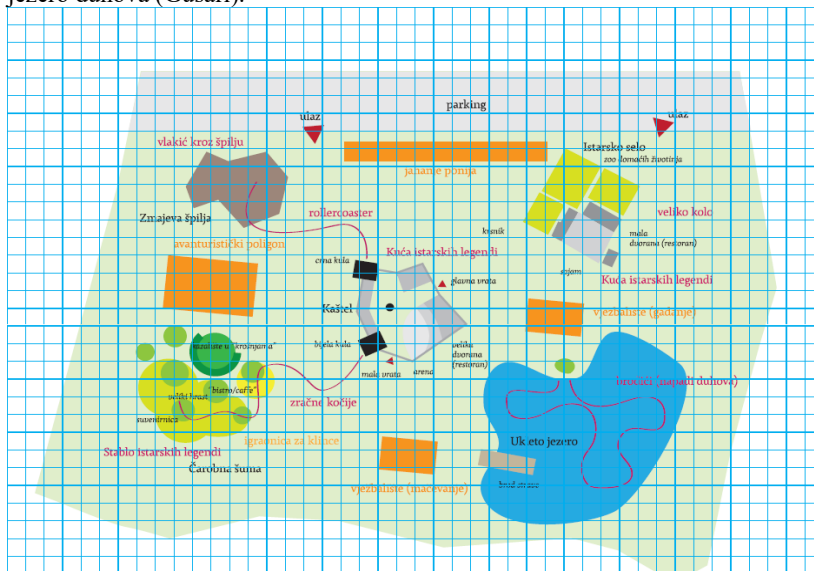
- otvoren 300 dana – zatvoren siječanj/veljača;
- 150.000 do 200.000 posjetitelja godišnje;
- 3.000 maksimalni dnevni kapacitet;
- 152 - 200 kuna prosječna potrošnja gosta.⁵

Specifičnost Istra Inspiririt Fantasy parka, u odnosu na druge tematske parkove, bila bi veća orijentiranost na interakciju s posjetiteljima u smislu *rpg-a* (Role Playing Game) tj. sudjelovanja u raznim kostimiranim događajima i radionica na temu: upoznavanja s životom u srednjem vijeku, upoznavanje s florom i faunom zavičaja, izrade viteške opreme, šivanja oprave za princezu, izrade nakita, priprema hrane. Na taj način posjetitelj aktivno sudjeluje u kreiranju jedinstvenog doživljaja.

Univerzalna prodajna točka Istra Inspiririt Fantasy parka je jedinstveni doživljaj avanture za cijelu obitelj u bajkovitom okruženju zasnovan na oživljavanju svijeta istarske i slavenske mitologije. Atrakcije se grade kombinacijom tehničkih sprava poput rollercoastera i atraktivne scenografije koja s kostimiranim glumcima i posjetiteljima stvara bajkoviti i opuštajući ambijent. Također, na pozornicama Ispiririt Fantasy parka će se na dnevnoj bazi odigravati kostimirane predstave.

Park se sastoji od pet tematskih cjelina:

- srednjovjekovno selo;
- utvrđeni grad;
- zmajeva špilja;
- čarobna šuma;
- jezero duhova (Gusari).



Slika 2. Mapa Inspiririt Fantasy parka⁶

Uz svaku tematsku cjelinu pridružena je najmanje jedna tehnička atrakcija dok su u gradu i selu pridodani prostori za izvođenje edukativnih programa. Dio većine cjelina će biti i sadržaji za konzumiranje hrane i pića.

⁴ Ibidem.

⁵ Ibidem.

⁶ Ibidem.

Uz svaku tematsku cjelinu pridružena je najmanje jedna tehnička atrakcija. Glavne tehničke atrakcije su:
rollercoaster (adrenalin);
vlak kroz tunele (avantura);
vlak preko jezera (avantura);
galija duhova (adrenalin).

Posebnost Istra Inspirit Fantasy parka je uključivanje publike u događaje kroz:
sudjelovanje u dnevnom zadatku;
sudjelovanje u edukaciji i radionicama;
sudjelovanje u kostimiranim igrama;
gledanje kostimiranih predstava;
interakcijom s domaćim životinjama (npr. jahanje konja).

U sezoni, predveče svakog dana, u obliku dnevnog finala, odvijati će se skupna scenska igra velika bitka. U velikoj bitci sudjeluju profesionalci i posjetitelji. Svaki sudionik *rpg-a* uz nadoplatu će dobiti igrani film sa snimljenom svojom avanturom. U filmu je posjetitelj predstavljen s imenom i prezimenom kao jedan od glavnih glumaca. Pomoću takvih sadržaja i ponude park bi u svojoj budućnosti imao veliku posjećenost s obzirom na vrstu teme parka i same ponude koja bi isključivo prikazivala povijest i život lokalne zajednice što u današnjim turističkim trendovima predstavlja veliku prednost za ovaj park.

OPIS CJELINA PARKA

Srednjovjekovno selo je na površini cca 50 x 50 m, sastoji se od niza kuća s vrtovima i štalama (uključuje žive životinje). Od većih zgrada su tu: restoran, igraona i učionica. Ispred zgrada je trg, koji je pozornica i gledalište. Kuće su oko trga, kamene su, mediteranskog tipa raznog sadržaja. U selu žive seljani s domaćim životinjama te razna mitološka bića.



Slika 3. Srednjovjekovno selo (Istarsko selo)⁷

Slika 4. Utvrđeni grad⁸

Utvrđeni grad je utvrda na površini cca 100 x 50 m. Okružen je zidinama s 4 kule. Tlocrt je pravilni. U sredini grada su dvije velike građevine, restoran i igraonica (50 x 50 m). Ispred njih je trg, sa strane, uz zidine su male kuće - krčma, radionice i prodavaonice. Grad ima četvero vrata, po svaka na jednu stranu svijeta. U gradu žive kralj, princeza, vitezovi i građani. U gradu se također može pojesti autohtoni istarski ručak, kupiti eko i razne druge proizvode, sudjelovati u školi i radionicama (npr. izrada viteške opreme), sudjelovati u kostimiranim igrama, gledati predstave, u krčmi saznati informacije vezane za dnevni zadatak i od kralja dobiti dnevni zadatak.

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

Zmajeva špilja je napušteni rudnik tj. brdo na površini cca. 100 x 50 m, ima okno za ulaz i izlaz. Unutrašnjost je ispunjena tunelima.



Slika 5. Zmajeva špilja⁹



Slika 6. Čarobna šuma¹⁰

Kroz tunele prolazi vlak, pored zmaja a iznad lave. Vožnja je avanturistička s blago adrenalinskim efektima. Iz vlaka se mogu gađati mete (goblino) koje iskaču sa strane. U rudniku živi ognjeni zmaj i njegovi pomoćnici goblino.

U špilji se može:

- skupljati elemente za dnevni zadatak,
- gledati predstave.

Akcijski dio špilje je: vožnja vlakom (avantura)

Čarobna šuma je na površini 100 x 100 m, to je labirint od stabala i grmlja. Vilinsko naselje je na stablima povezanim visećim mostićima. Središnji proplanak je pozornica (25 x 25 m). Proplanak je okružen stablima. U šumi je kuća na kokošnjim nogama u kojoj živi čarobnica. U šumi žive vile, vilenjaci i druga mitološka bića.

U šumi se može:

- pojesti marendu, bar
- sudjelovati u kostimiranim igrama,
- od čarobnice dobiti dnevni zadatak,
- gledati predstave,
- sudjelovati u edukaciji

Akcijski dio šume je:

- labirint (avantura)

Jezero duhova je na površini 100 x 100 m, to je vodeni labirint od stijena i trava. Centralni dio jezera je poluotočić (75 x 75 m) s nasukanom galijom (10 x 25 m) ispred koje je pozornica. Kroz jezero prolaze barkice (vlak). Iz barkica se može pucati na mete. U jezeru žive gusari i duhovi.



Slika 7. Jezero duhova¹¹

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem.

U brodu se može:

- sudjelovati u kostimiranim igrama,
- od gusara dobiti dnevni zadatak,
- gledati predstave.

Akcijski dio jezera:

- je vožnja vlakom kroz labirint od stijena (avantura),
- brod je tunel strave (adrenalin).

Važan dio parka predstavljaju punktovi s hranom i pićem poput restorana i barova. Takva mjesta su po uređenju i atmosferi, također u stilu mitološkog svijeta. Jela i pića se poslužuju u stilu srednjeg vijeka. U okviru parka ulični umjetnici začinjavaju atmosferu igrama sa vatrom ili sličnim cirkuskim trikovima. Za obavljene dnevne zadatke posjetitelju se dodjeljuje nagrada koju osiguravaju sponzori parka.

SWOT ANALIZA *INSPIRIT FANTASY PARKA*

SWOT analiza služi za procjenu razvojnih prednosti i nedostataka i to kroz analizu resursa, institucionalne i tržišne osnove.¹²

Tablica 1: SWOT analiza *Inspirita Fantasy parka*

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Jedinstvena priča i Role Playing • Središnje područje unutar Istre (dobra prometna povezanost i jednaka udaljenost unutar Istre) • Inovativan sadržaj vezan uz povijest i kulturu Istre (za razliku od druge ponude) • Komplementarnost s okolnim turističkim centrima u Istri (dodatna ponuda za oko 3 milijuna gostiju koji su već smješteni u drugim dijelovima Istre) • Usklađenost sa prostornim planom i drugim strateškim dokumentima • Mala fleksibilna organizacija • Relativno mali operativni troškovi (u odnosu na Disney, npr.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sezonski režim rada u turizmu • Nepostojanje ugostiteljske ponude • Nepostojanje pristupne ceste • Nije u sklopu velikih turističkih centara u Istri • Potreban prijevoz od velikih turističkih centara u Istri • Nov, još nepoznat brand • Nov park, nema prethodnog iskustva ni tradicije u ovom poslovanju
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Oko 400.000 domaćih posjetitelja unutar 1 sata vožnje • Dodatnih 1.000.000 stranih posjetitelja (Trst, Koper,...) unutar 1 sata vožnje • Dolazak 3 milijuna turista u Istru • EU fondovi (zaštita okoliša, konkurentnost destinacije...) • Participativna platforma za dionike • Mogućnost produljenja sezone • Mogućnost integracije unutar ponude okolnih turističkih mjesta • Mogućnost integracije u školske i rekreativne programe domicilnog stanovništva Istre, Rijeke i Kvarnera • Pozitivan stav lokalne zajednice prema projektu (uvršten u LAG) • Uvrštenje u strategiju Pule/Istre Europske Prijestolnice Kulture 2020. • Relativno niska razina zasićenja tržišta – prava konkurencija daleko, lokalna previše fokusirana na ljetne mjesec. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pronalaženje odgovarajućeg partnera i financijera (EU fondovi) • Smanjivanje financijskih mogućnosti grada Pazina (npr. smanjivanje poreza na dohodak za “srednje dohotke” od 2015. godine) • Pojava konkurencije u okruženju • Prirodne nepogode poput poplava i snijega na lokalitetu

Iz analize se može zaključiti da park ima veliku snagu u tome što je orijentiranost na interakciju s posjetiteljima u smislu rpg-a (Role Playing Game) tj. sudjelovanja u raznim kostimiranim događajima i edukativnim radionicama velika prednost. Geoprometna povezanost je veoma dobra te se iz svih smjerova Istre stiže unutar sat vremena vožnje.

¹¹ Ibidem.

¹² Dulčić, A., Petrić, L., 2001: *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, str: 347

Snaga parka leži i u atrakcijskoj kombinaciji svijeta istarske i slavenske mitologije te tehničkih sprava poput rollercoastera i atraktivne scenografije koja s kostimiranim glumcima i posjetiteljima stvara bajkoviti ambijent. S obzirom da je kompletni projekt usklađen s prostornim planom i drugim strateškim dokumentima projekt *Inspirit Fantasy Park* ima veliku mogućnost odličnog tržišnog pozicioniranja na kartama zabavnih parkova ne samo u Hrvatskoj nego i u cijeloj Europi.

Naravno da svaki projekt ima svoje prijetnje pa tako i *Inspirit Fantasy Park*. Još uvijek možemo reći kako u hrvatskom turizmu prevladava sezonski režim turizma te na neki način predstavlja poslovnu pretnju. Također postoji problem u u prometnoj povezanosti s lokacijom parka jer još ne postoji pristupna cesta. U početku može imati i loš utjecaj na poslovanje zbog udaljenosti od ostalih velikih turističkih centara u Istri te će svakako biti potreban organizirani prijevoz do parka. S marketinške strane morat će se puno truda i sredstava uložiti u brendiranje parka kako bi svim gostima u Istri *Inspirit Fantasy Park* bio poznat kao što je npr. Gardaland u Italiji. Prilika se pruža u tome što na samo sat vremena vožnje od parka u blizini nalazi preko 400.000 domaćih posjetitelja, a još dodatnih 1.000.000 stranih posjetitelja (Trst, Kopar, itd.). Veliku priliku čini i to što Istra ima oko 3 milijuna dolazaka, pa su ovakve brojke veoma ohrabrujuće za održiv rad parka. Kroz razne EU fondove park si može izrealizirati i određene financijske potpore (zaštita okoliša, konkurentnost destinacije, itd...) kako bi nastavio daljnji razvoj ponude. Mogućnost da se produži ljetna sezona i da se park integrira unutar same ponude okolnih turističkih mjesta. U svakom slučaju dobro je što postoji pozitivan stav lokalne zajednice prema projektu kroz koje domicilno stanovništvo vidi priliku stalnog zaposlenja i to što park nije samo oslonjen na rad u ljetnim mjesecima nego i tokom cijele godine.

Prijetnje koje se svakako mogu očitati u ovom projektu su da se ne pronađe odgovarajući partner i financijer (EU fondovi) te također smanjivanjem financijskih mogućnosti grada Pazina u ulaganju parka. U prijetnje također možemo uvrstiti i pojavu nove konkurencije u okruženju te prirodne nepogode poput jakog vjetrova, potresa, poplava i snijega na lokalitetu.

Što se tiče konkurencije *Inspirit Fantasy Parku*, je novo otvoreni vodeni park Istralandia kraj Poreča koji je privukao preko 120.000 posjetitelja, iako je otvoren tek u lipnju, i ne radi u mjesecima izvan špice turističke sezone.¹³ Također, može se istaknuti i Dino-park u Funtani kraj Poreča koji je privukao nešto manje od oko 100.000 posjetitelja; međutim tokom cijele godine.¹⁴ Treći je Adrenalinski zabavni park kod Umaga, Stella Maris koji predstavlja dodatnu zabavu za turiste tijekom turističke sezone. Veći turistički gradovi imaju luna-parkove za goste u kojima se nerijetko ostavi i puno više novaca od planiranog pa se po posjetu na raznim spravama i igrama potroši veća svota novca.

Na širem geografskom području poznati su Gardaland u Italiji i Prater u Beču, no s svojom udaljenošću većom od četiri sata oni zapravo ne spadaju direktno u konkurentsko područje. Međutim iako po najširem opisu (zabavni park, tematski park) gore navedeni parkovi ne spadaju u direktnu konkurenciju *Inspirit Fantasy parku* jer nijedan od njih nema jedinstvenu priču kroz interaktivnost, rpg igru i zaokruženost lokalnog karaktera kao što ima *Inspirit Fantasy Park* te zbog toga ima prednost kao prvi tematski park u ovom dijelu Europe.

Na kraju se može zaključiti kako projekt poput *Inspirit Fantasy Parka* ima veliku snagu privlačnosti, ponajviše iz razloga što je Istra kao destinacija prepuna kulturne nematerijalne i materijalne baštine te bogate povijesti. Oživljavanje povijesnih priča i događaja u parku bi stvorilo novu doživljajnu i edukativnu sferu za sve posjetitelje. Kroz ovakvu turističku ponudu Istra ne bi samo dobila jednu novu atraktivnost i turističku ponudu već bi i kroz park upoznala i educirala sve goste s istarskom tradicijom, kulturom i poviješću.

POPIS LITERATURE

1. Clave, S.A., 2007: *The Global Theme Park Industry*, CABI Publishing, Cambridge
2. Coke, D., Borg, A., 2011: *Vauxhall Gardens: A History*, Paul Mellon Centre BA; Second edition, London
3. De Groote, P., 2010: *Globalisation of commercial theme parks Case: the Walt Disney Company*, Universiteit Hasselt & KULeuven, Budapest
4. Dulčić, A., Petrić, L., 2001: *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb
5. Henckel, D., 2007: *Freizeit und Kommune : Begriffe, Definitionen, Erläuterungen*, Universitätsverlag der TU Berlin, Berlin
6. Hillman, J., 2013: *Amusement parks*, Shire General, Oxford
7. Kušen, E., 2002: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb
8. Milman, A. 2001: *The Future of Theme Parks and Attractions*, University of Central Florida, Orlando
9. Morley, H., 1859: *Memoirs of Bartholomew fair*, Chapman and Hall, London
10. Sacha-Roger. S. 2006: *Rausch und Rummel: Attraktionen auf Jahrmärkten und in Vergnügungsparks*, Transcript Verlag, Freiburg
11. ZELENKA, R., 2000: *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, četvrto izdanje - Ekonomski fakultet Sveučilište Rijeka, Rijeka

¹³ O nama, <http://www.istralandia.hr/>, (21.09.2015.)

¹⁴ O Dinoparku, <http://dinopark.hr/hr/park/>, (21.09.2015.)

12. Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb
13. Glas Istre, 9. siječnja 2014., četvrtak Pula, Broj 7, godina LXX
14. Kukla, A., 2009: *Niederösterreichs Landesgartenschau 2008 als gartentouristisches Ausflugsziel - Eine Analyse der Konsumentenstruktur der „Garten Tulln“ Besucher unter besonderer Berücksichtigung der Besucherzufriedenheit*, Sveučilište Beč, Beč
15. New-York tribune, 1910, September 11, Page 5, Image 21, <http://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn83030214/1910-09-11/ed-1/seq-21/>, (25.09.2015.)
16. Pikkemaat, B., Schuckert, M., 2007: *Analiza činitelja uspješnosti tematskih parkova*, Časopis TURIZAM, vol. 55, br.2, str: 201-211
17. The Global Attractions Attendance Report, 2014: *Theme and Museum Index - Global Attractions Attendance Report*, Entertainment Association (TEA) and the Economics practice at AECOM, 2014.