

ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΧΟΛΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Κινηματογραφικός και τηλεοπτικός
τουρισμός στη Γερμανία
Film – induced tourism in Germany

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : Ζώρζου Ναταλία
Α.Μ. 636

Επιβλέπουσα : Μοίρα Πολυξένη
Ιδιότητα : Καθηγήτρια

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Είχατε ποτέ την επιθυμία να επισκεφθείτε ένα μέρος το οποίο είδατε στην τηλεόραση ή στον κινηματογράφο; Να ζήσετε μερικές στιγμές όπως οι πρωταγωνιστές μιας ταινίας;

Αυτές τις επιθυμίες καταφέρνει να κάνει πραγματικότητα ο κινηματογραφικός τουρισμός. Μια σχετικά νέα μορφή τουρισμού η οποία τα τελευταία χρόνια έχει μεγάλη απήχηση σε άτομα όλων των ηλικιών. Μια ταινία μπορεί να ξυπνήσει μνήμες, επιθυμίες, φόβους και πολλά συναισθήματα. Έτσι η σύνδεσή της με τον τουρισμό δημιουργεί έναν πολύ ισχυρό τομέα στον τουριστικό κλάδο. Ο κινηματογραφικός τουρισμός αποτελεί την περιοχή ανάμεσα στη φαντασία και την πραγματικότητα.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να εμβαθύνουμε στον όρο κινηματογραφικός τουρισμός αλλά και σε έννοιες στενά συνδεδεμένες με αυτόν. Επιπλέον θα κατανοήσουμε την σχέση αλληλεπίδρασης η οποία συνδέει την κινηματογραφική με την τουριστική βιομηχανία. Σε αυτή την εργασία θα εστιάσουμε στον κινηματογραφικό τουρισμό της Γερμανίας, αναλύοντας εκτενέστερα τις περιπτώσεις πέντε κρατιδίων, δίνοντας όμως και μερικά παραδείγματα άλλων χωρών.

Πιο συγκεκριμένα, η εργασία διαχωρίζεται σε έξι κεφάλαια. Στα δύο πρώτα κεφάλαια γίνεται μια αναφορά στον τουρισμό και στον κινηματογράφο, αναλύοντας έννοιες και ορισμούς. Φυσικά δεν θα μπορούσε να λείπει μια ιστορική αναδρομή ώστε να κατανοήσουμε την σημασία των δύο αυτών κλάδων. Στο τρίτο κεφάλαιο εμβαθύνουμε στον κινηματογραφικό τουρισμό με σκοπό να γνωρίσουμε και να κατανοήσουμε όσο το δυνατόν καλύτερα τον συγκεκριμένο κλάδο του τουρισμού. Στα επόμενα τρία κεφάλαια εστιάζουμε τόσο σε πληροφορίες για τα κρατίδια στα οποία θα αναφερθούμε όσο και στις κινήσεις οι οποίες γίνονται για την ανάπτυξη και την προώθηση αυτού του είδους τουρισμού στη χώρα. Τέλος, γίνεται μια αναφορά στις δραστηριότητες τις οποίες μπορεί να επιλέξει ένας κινηματογραφικός τουρίστας επισκεπτόμενος τη Γερμανία.

SUMMARY

Did you ever wish that you could visit a place that you watch on television or in a movie? To live some moments like the actors starring in those movies?

These wishes are becoming true with film tourism. A relatively new form of tourism that interests all ages and kinds of people. A movie can bring to mind memories, wishes, desires, fears and a lot of emotions. So this connection gives birth to a new tourist field of traveling. Film tourism is the tension field between fantasy and reality.

The purpose of this paper is to look in depth into the film tourism and all the factors that surround it and are closely related to it. Therefore we will comprehend the connection of cinematic and tourist industry. In this paper we will focus on the film tourism of Germany analyzing in details the cases of five federal-states, also providing examples of other countries as well.

This paper is divided in to six chapters. The first two refers to tourism and cinema analyzing meanings and definitions. Of course there is also a historic view in to these two fields so we can fully realize their meanings. In the third chapter we will have a look in depth into film tourism in order to get to know and understand this specific field of tourism. In the next three chapters we will focus on details about these federal-states and the actions they do in order to boost this kind of tourism in this country. Finally there is a list of activities that one can select to do when decided to visit Germany as a film tourist.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	7
1.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ.....	7
1.2. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	10
1.3. ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥΣ	12
1.4. ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΝΑ ΩΦΕΛΗΣΕΙ ΤΗΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ.....	17
2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ	18
2.2. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ	19
2.3. ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΝΑ ΩΦΕΛΗΣΟΥΝ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	23
3.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	25
3.2. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ	30
3.3. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	32
3.4. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : Η ΓΕΡΜΑΝΙΑ.....	37
4.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ	39
4.1.1. ΑΡΜΟΔΙΕΣ ΑΡΧΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	40
4.2. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ.....	43
4.2.1. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΑΔΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΓΥΡΙΣΜΑΤΑ.....	45
4.3. ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΑΙΝΙΩΝ (GERMAN FILM COMMISSION)	47
4.4. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΑΙΝΙΩΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ.....	48
4.5. ΒΕΡΟΛΙΝΟ – BERLIN	50
4.5.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΒΕΡΟΛΙΝΟ.....	51
4.6. ΑΜΒΟΥΡΓΟ – HAMBURG	53
4.6.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΑΜΒΟΥΡΓΟ	54
4.7. ΒΑΥΑΡΙΑ – BAYERN	56
4.7.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΒΑΥΑΡΙΑ	58
4.8. ΣΑΞΟΝΙΑ – SACHSEN	59
4.8.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΣΑΞΟΝΙΑ	60
4.9. ΒΟΡΕΙΑ ΡΗΝΑΝΙΑ-ΒΕΣΤΦΑΛΙΑ – NORDRHEIN-WESTFALEN	61
4.9.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΒΟΡΕΙΑ ΡΗΝΑΝΙΑ-ΒΕΣΤΦΑΛΙΑ	62

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ	63
5.1. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ – ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΓΚΕΡΛΙΤΣ (DESTINATION MARKETING).....	65
5.2. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ	70
5.3. ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΑΙΝΙΩΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ	72
5.3.1. ΜΠΕΡΛΙΝΑΛΕ (BERLINALE).....	73
5.3.2. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΓΚΛΟΜΠΙΑΛΕ (GLOBALE FILM FESTIVAL).....	76
5.3.3. ΑΡΑΒΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΟ ΒΕΡΟΛΙΝΟ.....	78
5.3.4. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΜΟΝΑΧΟΥ	79
5.3.5. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΑΜΒΟΥΡΓΟΥ	81
5.4. ΤΑΙΝΙΕΣ ΠΟΥ ΓΥΡΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ.....	82
5.. ΣΕΙΡΕΣ ΠΟΥ ΓΥΡΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ	85
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο : ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ	87
6.1. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΒΑΥΑΡΙΑΣ (BAVARIA FILMSTADT)...	88
6.2. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΜΠΑΜΠΕΛΣΜΠΕΡΓΚ (FILMPARK BABELSBERG).....	90

Ευχαριστίες

Η παρούσα εργασία με θέμα «Κινηματογραφικός και τηλεοπτικός τουρισμός στη Γερμανία» είναι αφιερωμένη στους γονείς μου οι οποίοι είναι πάντοτε δίπλα μου στηρίζοντας κάθε μου βήμα.

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Μοίρα Πολυξένη για την αμέριστη υποστήριξη και τις συμβουλές της για την εκπόνηση της πτυχιακής μου εργασίας και όσους με στήριξαν όλους αυτούς τους μήνες.

**“SUCCESS IS NOT THE KEY TO HAPPINESS. HAPPINESS IS THE KEY TO
SUCCESS. IF YOU LOVE WHAT YOU ARE DOING, YOU WILL BE SUCCESSFUL.”**

– Herman Cain

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^Ο : Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ

Ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο και συνεχώς αναπτυσσόμενο φαινόμενο το οποίο πολλοί έχουν προσπαθήσει να ορίσουν συναντώντας διάφορες δυσκολίες στην οριοθέτηση της έννοιας. Ο Μ. Boyer (1972) αναφέρει ότι *«για όποιον θέλει να γράψει σχετικά με τον τουρισμό, το πιο δύσκολο είναι να τον ορίσει. Επίσης, θα πρέπει να ομολογήσουμε ότι αυτό είναι άκρως απαραίτητο»*. Η δυσκολία αυτή, μπορεί να αποδοθεί αρχικά στο ότι τα κίνητρα των τουριστών διαφέρουν από ταξίδι σε ταξίδι κάνοντας δύσκολη την εννοιολογική οριοθέτηση του τουρισμού. Επιπρόσθετα, διαφορές στους ορισμούς μπορούμε να διακρίνουμε αναλόγως την επιστήμη η οποία εξετάζει τον όρο. Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο το οποίο μπορεί να αναλυθεί από πολλούς τομείς της επιστήμης όπως για παράδειγμα η Κοινωνιολογία, η Ανθρωπολογία, η Οικονομία, η Γεωγραφία κ.α. Έτσι υπάρχουν διαφοροποιήσεις κατά τις προσπάθειες ορισμού, αφού το επίκεντρο ενδιαφέροντος μεταβάλλεται με βάση την επιστήμη (Οικονομία – επίκεντρο οι ροές χρήματος, Κοινωνιολογία – επίκεντρο ο άνθρωπος).

Μετά τη χρησιμοποίηση του όρου «tourist» το 1800 στην Αγγλία, το Παγκόσμιο Λεξικό του 19^{ου} αιώνα ορίζει τους τουρίστες ως *«τα άτομα που ταξιδεύουν από περιέργεια και απραξία για την ευχαρίστηση του ταξιδεύειν»* (Βαρβαρέσος 2013)¹.

Ο πρώτος ορισμός δόθηκε το 1942 από τους W. Hunziker & K. Krapf οι οποίοι όριζαν τον τουρισμό ως *«το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και της παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας»*.

¹ Σ. Βαρβαρέσος : «Οικονομική του Τουρισμού : Εννοιολογικές, Θεωρητικές και Μεθοδολογικές Προσεγγίσεις», Προπομπός : Αθήνα, 2013

Το 1991 οι R. Mill & A. Morrison όρισαν ότι *«ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που ενεργοποιείται μέσα από το ταξίδι και περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες που σχετίζονται με την προετοιμασία και πραγματοποίηση του ταξιδιού, την παραμονή, την επιστροφή και τις αναμνήσεις. Επίσης περιλαμβάνει τις πραγματοποιούμενες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού δραστηριότητες, τις αγορές, τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ τουριστών και πληθυσμού υποδοχής, καθώς και τις απορρέουσες επιπτώσεις»*. Συμπεριέλαβαν δηλαδή και τον χρόνο μετά το τέλος του ταξιδιού στον οποίο γίνεται ο απολογισμός της εμπειρίας, των συναισθημάτων και των εικόνων που αποκτήθηκαν.

Όπως πολλοί οργανισμοί έτσι και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) προσπάθησε να δώσει έναν ορισμό στον όρο «τουρισμός». Σύμφωνα με αυτόν *«ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτισμικό και οικονομικό φαινόμενο, που συμπεριλαμβάνει τις μετακινήσεις και τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών σε χώρες ή μέρη εκτός του σύνηθες περιβάλλοντός τους για λόγους αναψυχής ή επαγγελματικούς σκοπούς»*.

Με βάση λοιπόν μια δεδομένη χώρα, μπορούμε να διακρίνουμε τρεις μορφές τουρισμού. Τον εγχώριο, τον εισερχόμενο και τον εξερχόμενο τουρισμό. Πιο αναλυτικά :

- **Εγχώριος** είναι ο τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει τις μετακινήσεις των κατοίκων μιας περιοχής έξω από τον τόπο διαμονής τους αλλά στο εσωτερικό της χώρας στην οποία διαμένουν
- **Εισερχόμενος** είναι ο τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει τις μετακινήσεις μη μόνιμων κατοίκων μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν στο εσωτερικό αυτής
- **Εξερχόμενος** είναι ο τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει τις μετακινήσεις των μόνιμων κατοίκων μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν σε άλλες χώρες εκτός του τόπου κατοικίας τους (Μυλωνόπουλος – Μοίρα, 2011:273)

Παρατηρούμε λοιπόν πως παρόλο που δεν έχει υπάρξει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός, όλοι οι ορισμοί έχουν κοινά στοιχεία μεταξύ τους. Όλοι αναφέρονται σε ένα ταξίδι προσωρινής διαμονής εκτός του τόπου κατοικίας του ατόμου. Το ταξίδι είναι

ένας τρόπος ψυχαγωγίας και χαλάρωσης μέσω του οποίου το άτομο έρχεται αντιμέτωπο με έναν μεγάλο αριθμό καινούριων εμπειριών.

Έπειτα από την ανάλυση του όρου «τουρισμός» δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε την οριοθέτηση των όρων «ταξιδιώτης» και «τουρίστας». Πολλοί είναι οι παράγοντες οι οποίοι διαφοροποιούν αυτούς τους δύο όρους δίνοντας στον κάθε έναν από αυτούς συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Οι παράγοντες αυτοί είναι οικονομικοί, κοινωνικοί αλλά και ψυχολογικοί. Ο «τουρίστας» λοιπόν είναι το άτομο το οποίο επισκέπτεται μια περιοχή με κύριο σκοπό την ψυχαγωγία και η επιλογή του προορισμού του έχει δημιουργηθεί ειδικά για την τουριστική αγορά. Ο «ταξιδιώτης» από την άλλη πλευρά είναι εκείνος που επισκέπτεται μια περιοχή με σκοπό να μάθει και να βιώσει τον πολιτισμό και το περιβάλλον της αλλά και να γίνει μέρος του ντόπιου πληθυσμού για όσο καιρό βρίσκεται εκεί. (Βαρβαρέσος, 2013: 61-64)

Ξεφεύγοντας τώρα από τα κίνητρα, τους λόγους και τις συμπεριφορές των ανθρώπων που επισκέπτονται μια περιοχή, υπάρχει ακόμη ένα ζευγάρι εννοιών τις οποίες θα πρέπει να διαχωρίσουμε. Αυτές είναι ο «τουρίστας» και ο «επισκέπτης». Ακόμη και στις μέρες μας, πολλοί είναι εκείνοι οι οποίοι δεν γνωρίζουν τις διαφορές ανάμεσα στις δύο αυτές λέξεις. «Τουρίστας» λοιπόν είναι το άτομο το οποίο επισκέπτεται μια περιοχή και διαμένει σε αυτή τουλάχιστον 24 ώρες ενώ «επισκέπτης» εκείνος του οποίου η παραμονή σε μια περιοχή είναι μικρότερη από 24 ώρες. Επισκέπτες για παράδειγμα μπορούν να θεωρηθούν οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων κατά την αποβίβασή τους σε κάποιο λιμάνι καθώς και πληρώματα (πλοίων ή αεροπλάνων).

1.2. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι μια έννοια, η οποία στις μέρες μας παίζει έναν μεγάλο ρόλο στη ζωή των ανθρώπων. Για να κατανοήσουμε πλήρως την έννοια αυτή όμως, θα πρέπει να ξεκινήσουμε με μια μικρή ιστορική αναδρομή για να μπορέσουν να γίνουν κατανοητές οι ρίζες του τουρισμού αλλά και η πορεία και η εξέλιξη αυτού.

Τα πρώτα ταξίδια στους αρχαίους χρόνους γίνονταν από επιστήμονες και εμπόρους, οι οποίοι συνέδεαν το ταξίδι με την εργασία τους. Έτσι λοιπόν το εμπόριο ήταν ο λόγος για την πραγματοποίηση μακρινών ταξιδιών. Παρόλα αυτά δεν ήταν ο μοναδικός λόγος για τον οποίο ταξίδευαν εκείνη την εποχή. Τα ταξίδια για θρησκευτικούς λόγους ήταν τα πρώτα για τα οποία υπάρχουν αναφορές και ουσιαστικά ήταν τα πρώτα ταξίδια αναψυχής σε μνημεία και ναούς.

Η εξέλιξη των μεταφορικών μέσων και συγκοινωνιών συνέβαλλε στην ανάπτυξη των μακρινότερων ταξιδιών τόσο στην ξηρά όσο και στη θάλασσα κάνοντας ευκολότερη και ασφαλέστερη την μεταφορά των ανθρώπων αποτελώντας έτσι ένα σκαλοπάτι για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Κατά τη Ρωμαϊκή εποχή πραγματοποιήθηκαν τα πρώτα ταξίδια με κίνητρα όμοια με αυτά της σημερινής εποχής όπως για παράδειγμα η ψυχαγωγία, ο πολιτισμός, η θρησκεία κ.λπ. . Την περίοδο αυτή, παρατηρήθηκε και μια ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών οι οποίες προσέφεραν υπηρεσίες αλλά και αξιοθέατα στους επισκέπτες. Επιπρόσθετα, αναπτύχθηκαν και ταξίδια τουρισμού υγείας με τους ανθρώπους να επισκέπτονται και να διαμένουν σε περιοχές με ιαματικές πηγές.

Οι σταυροφορίες οι οποίες έλαβαν χώρα κατά τον 12^ο και 13^ο αιώνα συνδέθηκαν με την κυριαρχία της εκκλησίας δίνοντας μια νέα ώθηση για θρησκευτικά ταξίδια. Ανάμεσα στον 12^ο και 15^ο αιώνα, εκτός από τα εμπορικά ταξίδια, εμφανίζονται στο προσκήνιο και ταξίδια εκπαιδευτικού χαρακτήρα σε μέρη όπως η Οξφόρδη.

Τα εκπαιδευτικά ταξίδια την περίοδο της Αναγέννησης χωρίστηκαν σε δύο τύπους : ταξίδια για συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις και ταξίδια νεαρών Άγγλων καλών οικογενειών στην Ευρώπη με σκοπό τις επισκέψεις σε μουσεία και πανεπιστήμια γνωρίζοντας έτσι τον πολιτισμό της κάθε χώρας.

Μέχρι τα τέλη του 19^{ου} αιώνα ο σιδηρόδρομος έγινε το δημοφιλέστερο μέσο μεταφοράς αφού παρείχε στους ταξιδιώτες ασφαλή, γρήγορη και οικονομική μετακίνηση. Έτσι ο αιώνας αυτός μπορεί να θεωρηθεί σημαντικός για την ανάπτυξη του τουρισμού και την καλυτέρευση των συνθηκών οι οποίες οδήγησαν στην μελλοντική μαζικοποίησή του.

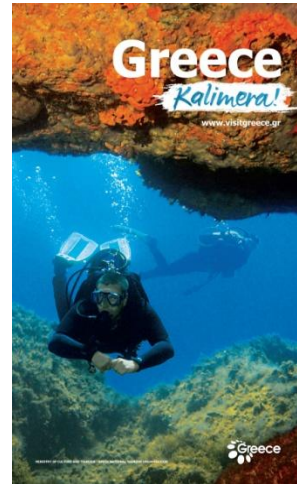
Κατά τη δεκαετία του 1930 κάνουν την εμφάνισή τους οι πρώτες πτήσεις αεροπλάνων, αρχικά με έναν μικρό αριθμό επιβατών. Έτσι ο τουρισμός κινείται με μια σταθερή ανοδική πορεία και αναπτύσσεται συστηματικά δημιουργώντας νέες μορφές απασχόλησης παγκοσμίως. Η μαζικοποίηση του τουρισμού εμφανίζεται μετά τον 18^ο αιώνα και το τέλος της βιομηχανικής επανάστασης, όπου περιηγητές και ταξιδιώτες χάραξαν νέους δρόμους στον τουρισμό και διεύρυναν έτσι τους ορίζοντές τους. Ο τουρισμός με τη μορφή που γνωρίζουμε σήμερα έκανε την εμφάνισή του μετά το 1950. Η ανάπτυξή του γινόταν με ταχύτατους ρυθμούς και παράλληλα εμφανίστηκαν τα καταναλωτικά πρότυπα που υπάρχουν ακόμη και σήμερα σχετικά με τον τρόπο χρήσης του ελεύθερου χρόνου. (Τσάρτας, 1996: 11-50)

1.3. ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥΣ

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουριστικού τομέα αλλά και τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα τα οποία δημιουργήθηκαν με το πέρασμα των χρόνων έχουν κάνει τον τουρισμό έναν δυναμικό κλάδο της παγκόσμιας οικονομίας. Κάθε χρόνο μελετώνται και καταγράφονται τόσο οι ροές τουριστών, όσο και οι ροές χρήματος οι οποίες προέρχονται από τα ταξίδια τους. Μαζί με την ανάπτυξη του τουρισμού όμως έκανε την εμφάνισή της και η μαζικοποίηση αυτού η οποία με τα χρόνια έκανε ορατές και τις αρνητικές επιπτώσεις των μαζικών ταξιδιών στις χώρες και στους τόπους υποδοχής. Οι αρνητικές αυτές επιπτώσεις μπορεί να αφορούν διάφορους τομείς όπως για παράδειγμα τον πληθυσμό υποδοχής και το φυσικό περιβάλλον καθώς εξαντλούνται οι φυσικοί πόροι της εκάστοτε περιοχής.

Λόγω όλων των παραπάνω επιπτώσεων, δημιουργήθηκε η ανάγκη εμφάνισης νέων μορφών τουρισμού αποφεύγοντας έτσι τις μαζικές μετακινήσεις τουριστών ο αριθμός των οποίων αυξήθηκε πολύ τα τελευταία χρόνια. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται νέο είδος τουρισμού παρόλο που κάποιες από αυτές εμφανίζονται από τα αρχαία χρόνια και τις πρώτες εμφανίσεις ταξιδιών όπως για παράδειγμα ο Θρησκευτικός τουρισμός κατά τον οποίο οι ταξιδιώτες επισκέπτονται ναούς, μοναστήρια και ακολουθούν θρησκευτικές διαδρομές.

Η πρώτη προβολή τουριστικών προορισμών επικεντρωνόταν στο μοτίβο ήλιος-θάλασσα. Τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες μείωσης του συγκεκριμένου μοτίβου με την ένταξη διαφορετικών σημείων ενδιαφέροντος στην προώθηση του τουρισμού μιας περιοχής όπως για παράδειγμα η ιστορία, ο πολιτισμός και οι διάφορες δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να λάβουν χώρα σε αυτή.



Με το πέρασμα των χρόνων καθώς και με την εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος επήλθε και εξέλιξη στην προώθηση αυτού. Παραπάνω βλέπουμε δύο διαφημιστικές αφίσες τουρισμού στην Ελλάδα. Στην αριστερή εικόνα μπορούμε να διακρίνουμε το μοτίβο ήλιος – θάλασσα στο οποίο έχουμε ήδη αναφερθεί, ενώ στην εικόνα δεξιά βλέπουμε την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι οποίες δίνουν στον τουρίστα τη δυνατότητα ενασχόλησης και γνωριμίας με διαφόρων ειδών δραστηριότητες.

Ο εναλλακτικός τουρισμός διαφέρει αρκετά από τον μαζικό τουρισμό. Όπως θα δούμε στον παρακάτω πίνακα οι διαφορές αυτές αφορούν τόσο τα άτομα και τις αντιδράσεις αυτών, όσο και την προετοιμασία του ταξιδιού.

Πίνακας 1.1. Μαζικός και εναλλακτικός τουρισμός

	Μαζικός τουρισμός	Εναλλακτικός τουρισμός
Γενικά χαρακτηριστικά	Ραγδαία ανάπτυξη	Αργή ανάπτυξη
	Μεγιστοποίηση	Βελτιστοποίηση
	Κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά αδιάκριτος και επιθετικός	Κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά διακριτικός και προσεκτικός
	Μεσοπρόθεσμος	Μακροπρόθεσμος
	Remote Control	Local Control
	Ασταθής	Σταθερός
	Price Consciousness	Value Consciousness
	Ποσοτικός	Ποιοτικός
	Ανάπτυξη (Growth)	Εξέλιξη (Development)
	Υψηλές τουριστικές περιόδους- Σεζόν (Peak holiday periods, seasonal)	Διαβαθμισμένες τουριστικές περιόδοι- όχι απαραίτητα σεζόν (Staggered holiday)

		periods, no necessarily seasonal)
	Χωρητικότητα για μεγάλη τουριστική ζήτηση	Διαβαθμισμένες τουριστικές περίοδοι- όχι απαραίτητα σεζόν (Staggered holiday periods, no necessarily seasonal)
	Τουριστική ανάπτυξη οπουδήποτε	Τουριστική ανάπτυξη μόνο εκεί που ενδείκνυται
Συμπεριφορά τουριστών	Μεγάλες ομάδες ατόμων	Μεμονωμένα άτομα, οικογένειες, μικρές ομάδες
	Έτοιμο πρόγραμμα (Fixed program)	(tourists directed)
	Αυθόρμητες αποφάσεις (Spontaneous decisions)	Αυθόρμητες αποφάσεις (Spontaneous decisions)
	(Comfortable and passive)	(Tourist decide)
		(demanding and active)

Πηγή : http://www.atu.edu/jbao/spring2012/is_it_possible_to_combine.pdf in Gartner, 1996, pp 339-340

Διαπιστώνουμε λοιπόν πως τα άτομα τα οποία επιλέγουν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, δίνουν μεγαλύτερη σημασία στον τόπο επίσκεψης αλλά και στην τοπική κοινωνία. Είναι τα άτομα τα οποία σέβονται κάθε ιδιαιτερότητα των ντόπιων και καταβάλουν προσπάθειες να γίνουν, για όσο χρόνο παραμένουν εκεί, μέρος της καθημερινότητας της κοινωνίας. Επιλέγουν να δοκιμάζουν τοπικά προϊόντα και να ασχολούνται με όσα και οι κάτοικοι της περιοχής ώστε να βιώσουν και να κατανοήσουν όσο το δυνατόν καλύτερα τη ζωή της εκάστοτε κοινωνίας.

Η μορφή εναλλακτικού τουρισμού με την οποία θα ασχοληθούμε στην παρούσα εργασία είναι ο κινηματογραφικός τουρισμός, κατά τον οποίο τα άτομα επιλέγουν τους ταξιδιωτικούς τους προορισμούς μέσω ταινιών. Είναι ένα είδος τουρισμού το οποίο δεν είναι γνωστό στο ευρύ κοινό παρόλο που πολλοί μπορεί να έχουν έμμεσα επηρεαστεί από ταινίες για την επιλογή του προορισμού των διακοπών τους. Ο κινηματογραφικός τουρισμός λοιπόν έχει ενώσει τις δυνάμεις δύο πολύ μεγάλων κλάδων οι οποίοι κατάφεραν να αλληλεπιδράσουν. Αυτοί είναι, όπως θα δούμε και στη συνέχεια, η κινηματογραφική και η τουριστική βιομηχανία.

1.4. ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΝΑ ΩΦΕΛΗΣΕΙ ΤΗΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Ο τουρισμός και ο κινηματογράφος είναι δύο ταχύτατα αναπτυσσόμενες παγκόσμιες βιομηχανίες οι οποίες ξεκίνησαν να αλληλεπιδρούν και καθώς βλέπουμε, έχουν πολλά να προσφέρουν η μία στην άλλη. Αν σκεφτούμε το παράδειγμα του κινηματογραφικού τουρισμού μπορούμε να κατανοήσουμε εύκολα πώς ο κινηματογράφος ωφελεί τον τουρισμό. Δεν είναι όμως η μοναδική σχέση η οποία συνδέει τους δύο αυτούς κλάδους. Ο τουρισμός, αν και δεν είναι ξεκάθαρο με την πρώτη ματιά, έχει και εκείνος με την σειρά του πράγματα να προσφέρει στον κινηματογράφο. Ξεκινώντας λοιπόν την ανάλυση αυτή, ας υποθέσουμε πως σε μια τοποθεσία πραγματοποιούνται τα γυρίσματα μιας ταινίας. Η κινηματογραφική αυτή παραγωγή απαιτεί πόρους οι οποίοι συνήθως είναι τόσο δημόσιοι όσο και ιδιωτικοί. Οι αρμόδιοι της περιοχής και πιο συγκεκριμένα το γραφεία προορισμού (destination offices) έχουν την ευκαιρία να βοηθήσουν την κινηματογραφική παραγωγή, εστιάζοντας στο τοπικό τους δίκτυο για την εύρεση πόρων με σκοπό τη χρηματοδότησή της. Η κίνηση αυτή μπορεί να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα για την πραγματοποίηση των γυρισμάτων της δεύτερης σεζόν μιας τηλεοπτικής σειράς ή της δεύτερης ταινίας μιας συνέχειας στην ίδια προφανώς τοποθεσία. Επιπρόσθετα, οι τουριστικοί οργανισμοί της εκάστοτε περιοχής μπορούν και θα πρέπει να βρίσκονται σε στενή συνεργασία με την κινηματογραφική παραγωγή αφού εκείνοι γνωρίζουν πολύ καλά την περιοχή και τα σημεία τα οποία είναι κατάλληλα για την πραγματοποίηση γυρισμάτων. Έτσι θα μπορούσαν να φανούν πολύ χρήσιμοι στους παραγωγούς και τους σκηνοθέτες μιας ταινίας.

Όσον αφορά τη διαμονή και την εστίαση του κινηματογραφικού συνεργείου και των ηθοποιών, οι τοπικές επιχειρήσεις συμβάλλουν θετικά με τη σειρά τους στην κινηματογραφική βιομηχανία αν κάνουν με αυτή κάποιου είδους συμφωνία έτσι ώστε η διαμονή και η εστίαση να κοστίζει λιγότερο. Η εστίαση και η διαμονή μπορεί να αποτελέσουν μεγάλα έξοδα για μια παραγωγή και με τις ανάλογες συμφωνίες μπορεί να επωφεληθεί τόσο η τοπική κοινωνία αφού η παραγωγή μπορεί να επιστρέψει στην

συγκεκριμένη τοποθεσία για γυρίσματα όσο και στην κινηματογραφική παραγωγή αφού θα εξοικονομήσει χρήματα.²

² Handbook of film tourism, ανακτήθηκε στις 15-04-2016 από http://www.northseascreen.eu/File/Handbook_Filmtourism_double_1.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ

Ο κινηματογράφος, έγραψε ο ντοκιμαντερίστας Paul Rotha στη δεκαετία του '30, «είναι η μεγαλύτερη άλυτη εξίσωση ανάμεσα στην τέχνη και τη βιομηχανία». Ήταν η πρώτη, και είναι αναμφισβήτητα ακόμη η μεγαλύτερη βιομηχανοποιημένη μορφή τέχνης η οποία έχει κυριαρχήσει στην πολιτιστική ζωή του εικοστού αιώνα (Geoffrey Nowell-Smith, 1996)³

*«Ζούμε σε ένα κουτί του χώρου και του χρόνου. Οι ταινίες είναι τα παράθυρα στους τοίχους του. Μας επιτρέπουν να εισέλθουμε σε άλλα μυαλά, όχι μόνο με την ταύτιση με τους χαρακτήρες – αν και αυτό είναι ένα σημαντικό κομμάτι τους – αλλά βλέποντας τον κόσμο όπως τον βλέπει ένα άλλο πρόσωπο» Roger Ebert.*⁴

*«Δεν κινηματογραφούμε ταινίες για να βγάλουμε χρήματα, βγάζουμε χρήματα για να κινηματογραφήσουμε περισσότερες ταινίες» Walt Disney.*⁵



³ Geoffrey Nowell-Smith, «The Oxford History of World Cinema», Oxford University Press, 1996, ανακτήθηκε στις 20-04-2016 από

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.5157&rep=rep1&type=pdf>

⁴ 25 Delightful Roger Ebert quotes about movies, ανακτήθηκε 15-04-2016 από

<http://flavorwire.com/465863/25-delightful-roger-ebert-quotes-about-movies>

⁵ 101 Great filmmaker quotes, ανακτήθηκε 15-04-2016 από <http://filmmakeriq.com/2011/07/101-great-filmmaker-quotes/>

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

Ο κινηματογράφος ως λέξη έχει παραπάνω από μια έννοια. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να οριστεί αρχικά ως ένα θέατρο στο οποίο προβάλλονται ταινίες για την ψυχαγωγία του κοινού ή μπορούμε επίσης να πούμε πως είναι η παραγωγή ταινιών ως μια τέχνη ή βιομηχανία.⁶

Η λέξη κινηματογράφος (Cinema) έκανε την εμφάνισή της στις αρχές του 20^{ου} αιώνα και οι ρίζες της προέρχονται από την ελληνική και τη γαλλική γλώσσα. Η λέξη σινεμά (Cinema) είναι συντομογραφία του ξένου όρου «cinematographe» η ρίζα του οποίου είναι η λέξη «κίνημα» - «cinema» (η οποία σημαίνει κίνηση).⁷

Ο όρος κινηματογράφος χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1895 στην Γαλλία από του αδερφούς Auguste και Louis Jean Lumière οι οποίοι σχημάτισαν τη λέξη με σκοπό να ονομάσουν έτσι την εφεύρεσή τους, μια συσκευή ή οποία πρόβαλλε κινούμενες εικόνες.

Ο γαλλικός όρος «cinematographe» στην πορεία αγγλοποιήθηκε και έγινε «cinematograph» και στη συνέχεια συντομογραφήθηκε σε «cinema» αποτελώντας πλέον μια παγκοσμίως γνωστή λέξη.



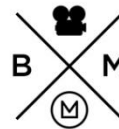
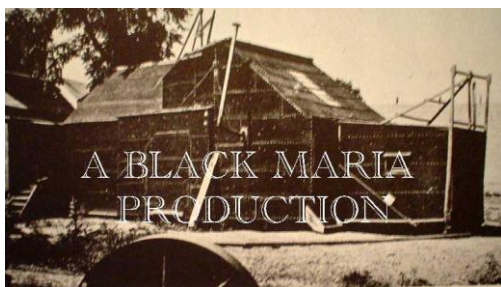
⁶ Λεξικό oxford-dictionaries, ανακτήθηκε 13-04-2016 από <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/cinema>

⁷ Λεξικό oxford-dictionaries, 'Origin' ανακτήθηκε 13-04-2016 από <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/cinema>

2.2. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

Θα ξεκινήσουμε με μια μικρή ιστορική διαδρομή στην πορεία του κινηματογράφου από την αρχή της εφεύρεσης της διαδοχικής φωτογράφισης μέχρι την μορφή του κινηματογράφου την οποία όλοι μας γνωρίζουμε.

Οι πρώτες κινηματογραφικές συσκευές ξεκίνησαν να χρησιμοποιούνται το 1890 σχεδόν ταυτόχρονα σε Ηνωμένες Πολιτείες, Γερμανία, Γαλλία και Μεγάλη Βρετανία. Όλα άρχισαν το 1890, όταν ο William Dickson ο οποίος εργαζόταν για τον Thomas Edison κατάφερε να εφεύρει το κινητοσκόπιο το οποίο ήταν ο πρόδρομος της σημερινής κινηματογραφικής μηχανής. Η πρώτη παρουσίαση της συσκευής αλλά και της πρώτης κινηματογραφικής ταινίας στο κοινό πραγματοποιήθηκε στις 20 Μαΐου του 1891. Το πρώτο κινηματογραφικό στούντιο ονόματι «The Black Maria» (η Μαύρη Μαρία) δημιουργήθηκε από τον Edison το 1893.⁸ Το 1895 οι αδελφοί Lumière στη Γαλλία, στους οποίους έχουμε ήδη αναφερθεί, κατοχύρωσαν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας τη φωτογραφική μηχανή την οποία δημιούργησαν. Οι αδελφοί Lumière συχνά αποκαλούνται «οι ιδρυτές του σύγχρονου κινηματογράφου». Την ίδια χρονική περίοδο δύο αδέρφια από το Βερολίνο της Γερμανίας, Emil και Max Skladanowsky, δημιούργησαν επίσης τη δική τους κινηματογραφική συσκευή. Πολλές παρόμοιες εφευρέσεις έγιναν και σε άλλες πόλεις όπως το Λονδίνο και η Νέα Υόρκη.⁹



⁸ Wikipedia, ανακτήθηκε 14-04-2016 από https://en.wikipedia.org/wiki/Edison%27s_Black_Maria

⁹ The History of Film, ανακτήθηκε 14-04-2016 από <http://www.filmsite.org/pre20sintro2.html>

Η πραγματική άνθιση των ταινιών ήρθε την δεκαετία του 1920 βασισμένη στα θεμέλια τα οποία είχαν τεθεί τα προηγούμενα έτη. Οι περισσότερες κινηματογραφικές παραγωγές των Η.Π.Α. έκαναν την εμφάνισή τους στο Hollywood, παρόλο που κάποιες ταινίες εξακολουθούσαν να κινηματογραφούνται στο New Jersey και στην Astoria στο Long Island (Paramount Pictures). Από τα μέσα της δεκαετίας, οι ταινίες αποτελούσαν μια μεγάλη επιχείρηση, με επένδυση κεφαλαίων συνολικού ύψους άνω των 2 δις \$. Κατά τις δεκαετίες του 1920 και 1930, στις Η.Π.Α. σημειώθηκε η μεγαλύτερη παραγωγή ταινιών μεγάλου μήκους οι οποίες ανέρχονταν κατά μέσο όρο τις 800 κυκλοφορίες ανά χρόνο. Για να γίνει κατανοητός αυτός ο αριθμός πρέπει να αναφέρουμε πως στις μέρες μας θεωρείται αξιοσημείωτο αν η παραγωγή ταινιών υπερβαίνει τις 500 κυκλοφορίες ανά χρόνο.¹⁰

Η δεκαετία του 1930 αλλά και το μεγαλύτερο μέρος της δεκαετίας του 1940 είναι γνωστές ως «*Η χρυσή εποχή του Χόλυγουντ*». Κατά τη δεκαετία του 1930 επήλθαν πολλές αλλαγές στο χώρο του κινηματογράφου όπως για παράδειγμα η εισαγωγή του ήχου και των χρωμάτων στις ταινίες. Επίσης, την περίοδο αυτή αναπτύχθηκαν πολλά κινηματογραφικά είδη όπως για παράδειγμα τα μιούζικαλ, τα γουέστερν και οι ταινίες γκάνγκστερ ανάμεσα σε άλλα. Μετά το τέλος του 2^{ου} Παγκοσμίου πολέμου, στον τομέα του κινηματογράφου ξεχώρισε η αμερικάνικη κινηματογραφική βιομηχανία ή οποία διαδραμάτιζε κυρίαρχο ρόλο στον χώρο. Την εποχή εκείνη, πολλές ήταν οι χώρες των οποίων οι ιθαγενείς κινηματογραφικές βιομηχανίες προσπάθησαν να ανταγωνιστούν την αμερικάνικη, γνωστή και ως Χόλυγουντ (Hollywood).

Συνεχίζοντας στο χρόνο, η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίζεται ως η δεκαετία του χρήματος, των μεγάλων δαπανών και των ειδικών εφέ στον κινηματογράφο.¹¹

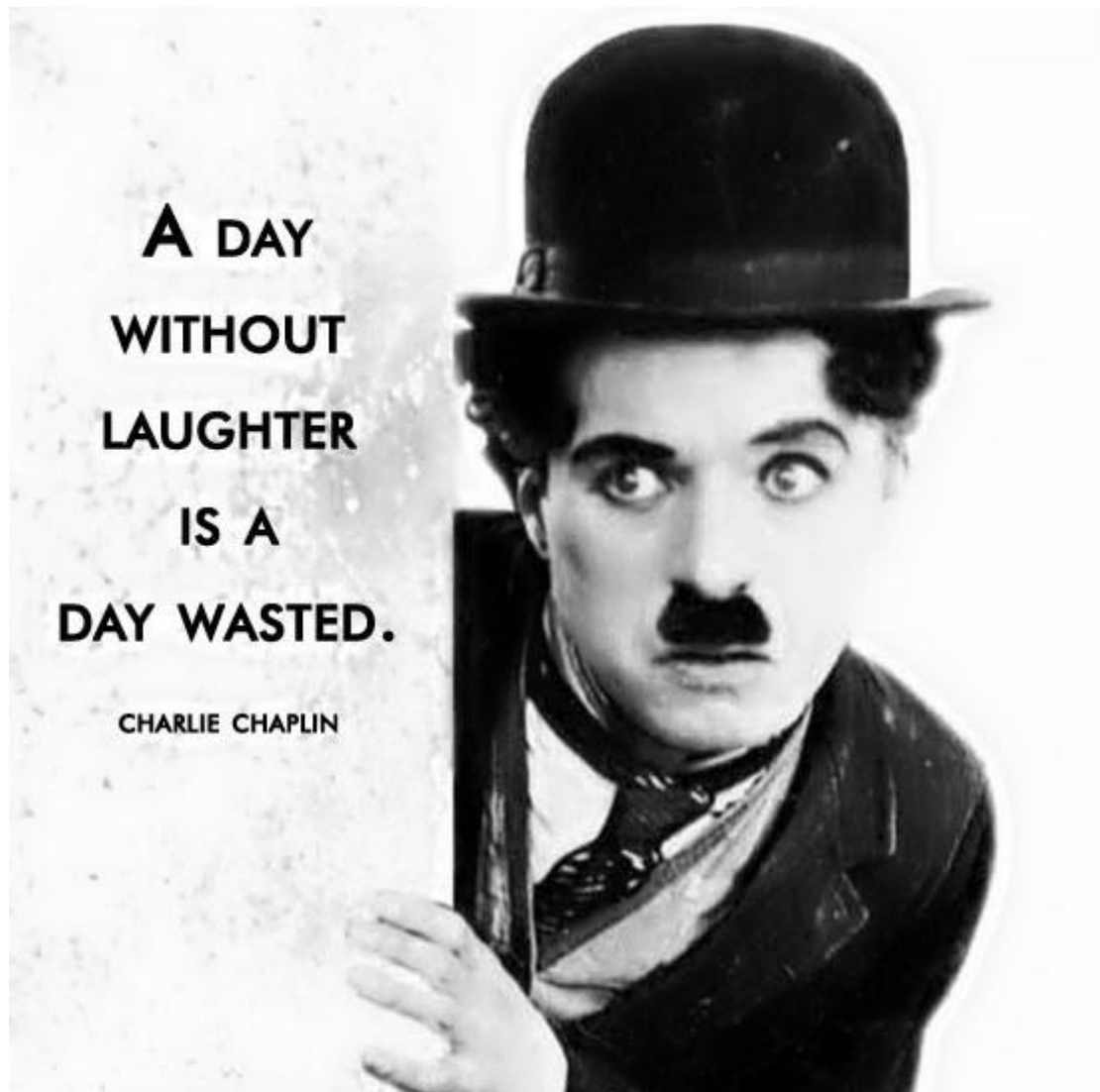
Πλέον ο κινηματογράφος έχει καταφέρει να γίνει μια από τις πιο δημοφιλείς μορφές ψυχαγωγίας που απευθύνεται σε όλες τις κοινωνικές τάξεις και σε όλες τις ηλικίες. Αυτό είναι και ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματά του, αφού προσελκύει ένα πολύ μεγάλο φάσμα ανθρώπων.

¹⁰ The History of Film, ανακτήθηκε 14-04-2016 από <http://www.filmsite.org/20sintro.html>

¹¹ The History of Film, ανακτήθηκε 15-04-2016 από <http://www.filmsite.org/90sintro.html>

Ο κινηματογράφος λοιπόν μπορούμε να πούμε ότι χωρίζεται σε τρεις χρονικές περιόδους :

- Βουβός κινηματογράφος (Silent Cinema) 1895-1930
- Κινηματογράφος με ήχο (Sound Cinema) 1930-1960
- Μοντέρνος κινηματογράφος (Modern Cinema) 1960- σήμερα



2.3. ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΝΑ ΩΦΕΛΗΣΟΥΝ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Όπως αναφέραμε και στο πρώτο κεφάλαιο, η σχέση τουρισμού και κινηματογράφου είναι αμφίδρομη. Στο συγκεκριμένο κομμάτι βέβαια είναι πιο ξεκάθαρα τα πράγματα. Οι ταινίες και οι διαδικασίες μέχρι την προβολή τους μπορούν να συμβάλλουν πολύ στον τουρισμό μιας περιοχής. Θα δούμε λοιπόν στη συνέχεια, πώς μέσω της προβολής τους μπορούν να αποδειχτούν ωφέλιμες για την κάθε περιοχή για μεγάλο χρονικό διάστημα το οποίο ξεκινάει πριν την κινηματογράφιση της ταινίας και συνεχίζεται μετά το τέλος αυτής.

Πιο συγκεκριμένα, οι αρμόδιοι της κάθε περιοχής, πριν την κινηματογράφιση των ταινιών μπορούν να ερευνήσουν για τυχόν υπάρχον πρότζεκτ (project) τόσο στην κινηματογραφική βιομηχανία όσο και στις τηλεοπτικές παραγωγές προτείνοντας τους κατάλληλες τοποθεσίες για τα γυρίσματα αυτών εφόσον έχουν ερευνήσει την περιοχή τους για τοποθεσίες οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για το συγκεκριμένο σκοπό. Πριν ακόμα ξεκινήσουν οι διαδικασίες των γυρισμάτων, οι τοπικές επιχειρήσεις μπορούν, όπως προαναφέρθηκε, να συνάψουν συμφωνίες με τις παραγωγές όσον αφορά τη διαμονή αλλά και την εστίαση έτσι ώστε οι τοπικές επιχειρήσεις να έχουν κέρδος από την όλη διαδικασία. Επιπρόσθετα, δεν είναι λίγες οι φορές που κατά τη διάρκεια των γυρισμάτων συνάπτονται συμφωνίες με τον παραγωγό για ότι αφορά την πρόσβαση του κοινού στους χώρους των γυρισμάτων, πράγμα το οποίο μπορεί - εφόσον ο προορισμός ενσωματώσει τις συγκεκριμένες τοποθεσίες στο μάρκετινγκ προορισμού - να προσελκύσει αρκετούς τουρίστες στην περιοχή.

Είναι πολύ βασικό να γίνει κατανοητό ότι μια ταινία για οποιονδήποτε προορισμό λειτουργεί ως συμπληρωματικό αλλά και υποστηρικτικό στοιχείο στο ήδη υπάρχον προφίλ αυτού. Αυτό σημαίνει ότι με τη σωστή διαχείριση και προβολή του τόπου ως κομμάτι μιας ταινίας, η προσοχή πολλών ανθρώπων θα στραφεί σε αυτή και θα καταφέρει να προσελκύσει τουρίστες τόσο μακροπρόθεσμα όσο και βραχυπρόθεσμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πολλές κινηματογραφικές ταινίες μπορούν να προβάλλουν μέρη, αντικείμενα και θέματα για πολλούς ανθρώπους μερικούς εκ των οποίων, οι ταινίες μπορούν να τους ωθήσουν να ταξιδέψουν συγκεκριμένα στις τοποθεσίες που γυρίστηκαν (Riley, Baker & Van Doren, 1998 in N. Macionis, 2004:86)

Όπως αναφέραμε στα προηγούμενα κεφάλαια, τόσο ο κινηματογράφος όσο και ο τουρισμός είναι δύο ταχύτατα αναπτυσσόμενοι κλάδοι με μεγάλη ιστορία. Καθώς και οι δύο πρωταγωνιστούν πλέον στη ζωή μας προκλήθηκε η ανάγκη συνένωσής τους με στόχο μεγαλύτερα αποτελέσματα όσον αφορά τα κέρδη αλλά και το ενδιαφέρον των ανθρώπων. Οι κινηματογραφικές εικόνες μπορούν να επηρεάσουν τη λήψη αποφάσεων των καταναλωτών όσον αφορά τον ταξιδιωτικό τους προορισμό. Παρ' όλα αυτά, η σχέση των δύο αυτών κλάδων είναι αρκετά περίπλοκη και όχι απόλυτα κατανοητή σε όλους. Ο κινηματογραφικός τουρισμός είναι ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού το οποίο παρόλο που υπάρχει εδώ και αρκετά χρόνια, πολλοί δεν γνωρίζουν την ύπαρξή του. Αυτό το είδος τουρισμού αφορά τα κίνητρα και τις εικόνες τις οποίες λαμβάνουν οι άνθρωποι μέσω των ταινιών. Ίσως αυτό να ακούγεται περίεργο, αλλά αναρωτηθήκατε ποτέ πόσες φορές κατά τη διάρκεια μιας ταινίας έχετε αναφέρει την έκφραση : «πόσο θα ήθελα να είμαι εκεί» ή «μακάρι να καταφέρω κάποτε να πάω σε αυτό το μέρος». Από αυτές ακριβώς τις εκφράσεις και την επιθυμία των ανθρώπων να επισκεφθούν μέρη τα οποία βλέπουν σε ταινίες ή ακόμη και σε τηλεοπτικές σειρές δημιουργήθηκε ο κινηματογραφικός τουρισμός. Η ταύτιση των ανθρώπων με τους πρωταγωνιστές των ταινιών, έχει δώσει επίσης κίνητρο σε αρκετά τουριστικά γραφεία να δημιουργήσουν ολόκληρα πακέτα διακοπών ή εκδρομών με βάση κάποια ταινία ή σειρά.

Ο κινηματογραφικός τουρισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με την επιρροή που έχουν πλέον τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στη ζωή των ανθρώπων. Αυτό σημαίνει ότι χωρίς τη δημοσιότητα που παρέχουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης θα υπήρχε κανένα ή μηδαμινό ενδιαφέρον για τους προορισμούς στους οποίους αναφερόμαστε (S. Zimmermann, 2003: 76). Περιοχές οι οποίες δεν είναι γνωστές στο ευρύ κοινό και

δεν υπάρχει σε αυτές τουριστική δραστηριότητα μπορούν μέσω των ταινιών να προβληθούν και να αναπτυχθούν στον τουριστικό τομέα.

Πιο συγκεκριμένα, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην καθημερινή ζωή της σύγχρονης κοινωνίας. Καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων όλων των ηλικιών και έτσι βρίσκονται στην ευνοϊκότερη θέση για την δημιουργία «εικόνας» για κάποια περιοχή. Αυτό σημαίνει πως η άποψη του κοινού, για ποικίλη θεματολογία, επηρεάζεται άμεσα από όσα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επιλέγουν να προβάλλουν. Ο τουρισμός, είναι ένας κλάδος στον οποίο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επιδρούν σημαντικά. Για παράδειγμα, όταν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προβάλλουν αρνητικά στοιχεία για μια περιοχή όπως απαγωγές και βομβιστικές επιθέσεις η τουριστική κίνηση της περιοχής θα μειωθεί. Αυτό σημαίνει πως τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν τη δύναμη να δημιουργούν την εικόνα που θέλουν για κάποιο μέρος υποκινώντας τις επιλογές των ταξιδιωτών είτε θετικά είτε αρνητικά για κάποια τοποθεσία χωρίς πάντα η εικόνα αυτή να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

Όσων αφορά τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού τα οποία προέρχονται από κινηματογραφικές ταινίες, μπορούμε να πούμε πως πριν από μερικά χρόνια ήταν αρκετά διαφορετικά από ότι σήμερα. Πιο συγκεκριμένα, όταν πριν από μερικά χρόνια υπήρχε μια επιτυχημένη κινηματογραφική ταινία η αξιοποίηση της επιτυχίας περιοριζόταν αποκλειστικά στον εμπορικό τομέα (πώληση CD και προώθηση προϊόντων σχετικά με την ταινία). Πλέον, μέσω διαφόρων ερευνών έχει αποδειχτεί ότι μέσω μιας κινηματογραφικής ταινίας επηρεάζεται άμεσα ο κλάδος του τουρισμού και τα οφέλη για την εκάστοτε χώρα ή περιοχή είναι μεγάλα. Η τουριστική κίνηση που δημιουργείται μετά την προβολή της κινηματογραφικής ταινίας διατηρείται για τουλάχιστον τέσσερα χρόνια (Vellas and Becherel, 1999 in «Η αξιοποίηση της κινηματογραφικής και τηλεοπτικής εικόνας για την δημιουργία τουριστικής ροής Δρ. Μοίρα Πολυξένη – Δρ. Μυλωνόπουλος Δημήτρης, 2007»).

3.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως γενικά στον τουρισμό, έτσι και στον κινηματογραφικό τουρισμό πολλοί είναι αυτοί που προσπάθησαν να δώσουν έναν ολοκληρωμένο ορισμό στον όρο. Ο κινηματογραφικός τουρισμός λοιπόν είναι μια ειδική μορφή τουρισμού η οποία μπορεί να ενταχθεί στην «ομπρέλα» του πολιτιστικού τουρισμού (Becker, 1992 in S. Zimmermann, 2003:76). Σε αυτή τη μορφή τουρισμού οι τουρίστες έχουν την επιθυμία να επισκεφθούν κάποιο μέρος το οποίο έχουν δει σε μια ταινία ή σε μια τηλεοπτική παραγωγή κατά τη διάρκεια ή και μετά το τέλος των γυρισμάτων (Stefan Rösch, 2009:6)¹². Σύμφωνα με τον οργανισμό τουρισμού της Σκωτίας, ο κινηματογραφικός τουρισμός είναι η δραστηριότητα της προσέλκυσης επισκεπτών μέσω της απεικόνισης ενός τόπου ή των ιστοριών αυτού στον κινηματογράφο και την τηλεόραση (Scottish Tourist Board, 1997 : 1 in Stefan Rösch, «The experiences of Film Location tourists», 2009:6). Είναι μια ιδιαίτερα εξατομικευμένη εμπειρία και μοναδική για κάθε άτομο, αφού βασίζεται στη δική τους ερμηνεία και κατανάλωση των εικόνων των μέσων μαζικής ενημέρωσης (N. Macionis, 2004:86)¹³

Κάποιοι από τους βασικούς όρους οι οποίοι χρησιμοποιούνται στην ξένη βιβλιογραφία σχετικά με τον κινηματογραφικό τουρισμό, με τους οποίους θα ασχοληθούμε και στην παρούσα εργασία, είναι ανάμεσα σε άλλους οι παρακάτω :

Movie-induced tourism, Film-induced tourism, Film tourism, Film location tourism, On / off location tourism

¹² Stefan Rösch : «The experiences of Film Location Tourists», Channel View Publications Ltd, 2009 ανακτήθηκε στις 14-04-2016 από

https://books.google.gr/books?id=tXS6HVPupncC&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

¹³ Niki Macionis : «Understanding the film-induced tourist», (2004). In Frost, Warwick, Croy, Glen and Beeton, Sue (editors). International Tourism and Media Conference Proceedings. 24th-26th November 2004. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University. 86-97. ανακτήθηκε στις 16-04-2016 από

https://www.researchgate.net/publication/228790015_Understanding_the_film-induced_tourist?enrichId=rgreq-58baa810-89ad-487e-b295-3855bea30ab7&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzlyODc5MDAxNTtBUzoxNjc5MzE0MTc3MzUxNjhAMTQxNzA0OTM3ODI2NA%3D%3D&el=1_x_2

Σύμφωνα με την Sue Beeton (2005:9)¹⁴ ο όρος *movie-induced tourism* αναφέρεται στον τουρισμό ο οποίος προκαλείται από ταινίες, ενώ ο όρος *film-induced tourism* διευρύνει την έννοια εντάσσοντας επίσης τηλεοπτικές παραγωγές και βίντεο. Συνεχίζοντας την επεξήγηση των παραπάνω όρων, θα εστιάσουμε στους όρους *film tourism* και *film location tourism*. Ως *film tourism* ορίζουμε τον κινηματογραφικό τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, την επίσκεψη σε μια χώρα ή μια περιοχή η οποία έχει προβληθεί σε κάποια ταινία ή τηλεοπτική παραγωγή που έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον του τηλεθεατή. Από την άλλη, ως *film location tourism* ορίζουμε την επίσκεψη κάποιου συγκεκριμένου σημείου μιας περιοχής ή μιας χώρας το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί ως μέρος γυρισμάτων μιας ταινίας ή τηλεοπτικής παραγωγής. Η Sue Beeton (2005:174) δίνει παραδείγματα διαχωρισμού του κινηματογραφικού τουρισμού εντός και εκτός τοποθεσίας (On/Off location tourism). Είναι δύο κατηγορίες κινηματογραφικού τουρισμού οι οποίες εστιάζουν και τον κατηγοριοποιούν σύμφωνα με τον τόπο τον οποίο οι τουρίστες επιλέγουν να επισκεφθούν. Στον παρακάτω πίνακα θα δούμε πιο συγκεκριμένα τον διαχωρισμό αλλά και κάποια παραδείγματα ώστε να γίνουν πιο κατανοητοί οι όροι.

Πίνακας 3.1. Κινηματογραφικός τουρισμός εντός/εκτός τοποθεσίας

Εντός τοποθεσίας (On-location)		Εκτός τοποθεσίας (Off-location)	
Περιγραφή	Παράδειγμα	Περιγραφή	Παράδειγμα
Υπάρχοντα κτίρια	Κάστρα, καλύβες, ξενοδοχεία	Κατασκευασμένα σύνολα	
Κατασκευασμένα τοπία (built landscapes)	Κεντρικοί δρόμοι	Ξεχωριστά από το φυσικό περιβάλλον της ταινίας, (separate from the naturally-occurring setting of the film, such as the generic street sets in the film)	Εξωτερικές προσόψεις οι οποίες έχουν κατασκευαστεί κοντά σε ένα στούντιο (συχνά αντιπροσωπεύουν ένα κεντρικό δρόμο)

¹⁴ Sue Beeton : «Film-induced Tourism», Channel View Publications Ltd, 2005, ανακτήθηκε στις 14-04-2016 από https://books.google.gr/books?id=3z1i3VcYyGQC&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Φυσικά τοπία	Βουνά, αγροί, λίμνες, ωκεανούς	Η αναπαράσταση των φυσικών τοπίων μέσω υπολογιστών, μοντελοποίησης κ.α.	Τεχνικές θέες όπως για παράδειγμα ο γαλάζιος ουρανός στο Paramount Studio (Paramount Studio's blue sky wall)
--------------	-----------------------------------	---	--

Πηγή : Sue Beeton, «Film-Induced Tourism», 2005: 174

Κατά τον Zimmermann (2003:76) υπό τον όρο κινηματογραφικός τουρισμός εντάσσονται όλες οι μορφές ταξιδιών σε μέρη που έχουν γυριστεί ταινίες, τα οποία συνδέονται με τον πραγματικό κόσμο και επιτρέπουν την εισαγωγή στον κόσμο των ταινιών. Στα παραπάνω εντάσσονται ταξίδια σε μέρη και φαινόμενα τα οποία :

- ✓ Υποκινούνται με οποιονδήποτε τρόπο μέσω κινηματογραφικών παραγωγών
- ✓ Αφορούν την επίσκεψη τοποθεσιών οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν για γυρίσματα σκηνών
- ✓ Αφορούν την επίσκεψη κινηματογραφικών στούντιο (και εντός συγκροτημάτων αναψυχής)
- ✓ Το σύνθημα (Motto) του ταξιδιού να προέρχεται από μια ή και περισσότερες ταινίες
- ✓ Έχουν βοηθήσει έναν τουριστικό προορισμό να επεκταθεί μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης

Πίνακας 3.2. Τύποι και χαρακτηριστικά κινηματογραφικού τουρισμού

Τύποι	Χαρακτηριστικά	Παράδειγμα
Εντός της τοποθεσίας (on-location)		
Ο κινηματογραφικός τουρισμός ως πρωταρχικό κίνητρο ταξιδιού	Η περιοχή η οποία γυρίστηκε η ταινία είναι από μόνη της αξιοθέατο και αρκετά ισχυρό ώστε να παρακινεί επισιμότητα	Νησί Μαλ, Σκοτία, Balamory (Isle of Mull, Balamory)

Κινηματογραφικός τουρισμός ως μέρος των διακοπών	Επίσκεψη σε τοποθεσίες ταινιών ή στούντιο ως δραστηριότητα στην περίοδο των διακοπών	
«Προσκύνημα» κινηματογραφικού τουρισμού (Film tourism pilgrimage)	Επίσκεψη σε τοποθεσίες ταινιών, με σκοπό το «προσκύνημα» στο μέρος που γυρίστηκε με πιθανές αναπαραστάσεις	Doune Castle, Σκωτία, Monty Python, Τοποθεσίες του «Άρχοντα των δαχτυλιδιών» (Doune Castle, Monty Python; Lord of the rings sites)
Κινηματογραφικός τουρισμός διασημοτήτων	Σπίτια διασημοτήτων και τοποθεσίες ταινιών οι οποίες έχουν λάβει διασημότητα	Σπίτια του Χόλυγουντ
Νοσταλγικός κινηματογραφικός τουρισμός	Επίσκεψη σε τοποθεσίες ταινιών οι οποίες αντιπροσωπεύουν μια άλλη εποχή	The Andy Griffith Show (εποχή 1950), Heartbeat (εποχή 1960)
Εμπορικός (Commercial)		
Κατασκευασμένο αξιοθέατο κινηματογραφικού τουρισμού	Ένα αξιοθέατο το οποίο κατασκευάστηκε μετά το γύρισμα την ταινίας καθαρά για την προσέλκυση και την εξυπηρέτηση των τουριστών	Εμπειρία Heartbeat, Γουίτμπι, Ην. Βασίλειο
Εκδρομές κινηματογραφικού τουρισμού (ταινιών)	Εκδρομές οι οποίες αναπτύχθηκαν σε διάφορες τοποθεσίες ταινιών	Εκδρομές εντός τοποθεσίας (on location tours)
Ξεναγήσεις σε τοποθεσίες ταινιών (on-location)	Εκδρομές σε συγκεκριμένες τοποθεσίες, συχνά ιδιωτικές εκτάσεις	Hobbiton, Νέα Ζηλανδία
Λανθασμένες ταυτότητες (Mistaken identities)		
Κινηματογραφικός τουρισμός σε μέρη που απλά πιστεύεται ότι έχουν γυριστεί ταινίες	Ταινίες και τηλεοπτικές σειρές οι οποίες έχουν γυριστεί σε ένα μέρος το οποίο έχει δημιουργηθεί για να μοιάσει με ένα άλλο, συχνά σε άλλες χώρες για οικονομικούς λόγους. Γνωστές και ως «Παραγωγές δραπέτη» (Runaway productions)	Όταν ξέσπασε η βία (Deliverance). Η ταινία γυρίστηκε στο Clayburn του Καναδά αλλά η ιστορία εδρεύει στη Β. Αμερική

Κινηματογραφικός τουρισμός σε μέρη που αναφέρεται η ταινία αλλά δεν έχει γυριστεί	Οι ταινίες οι οποίες έχουν κεντρίσει το ενδιαφέρον σε μια συγκεκριμένη χώρα ή περιοχή στην οποία εδρεύει η ιστορία αλλά που στην πραγματικότητα η ταινία δεν γυρίστηκε εκεί	Μπρέιβχαρτ (Braveheart), Σκοτία, η ταινία γυρίστηκε στην Ιρλανδία
Εκτός τοποθεσίας (Off-location)		
Περιηγήσεις σε κινηματογραφικά στούντιο	Βιομηχανικές περιηγήσεις σε κινηματογραφικά στούντιο εν ώρα εργασίας, όπου οι επισκέπτες μπορούν να δουν τη διαδικασία των γυρισμάτων	Στούντιο Paramount
Θεματικά πάρκα κινηματογραφικά στούντιο (Film studio theme parks)	Συνήθως κοντά σε κινηματογραφικά στούντιο, ειδικά κατασκευασμένα για τον τουρισμό με καμία κινηματογράφιση ή παραγωγή να λαμβάνει χώρα	Στούντιο Universal

Πηγή : Sue Beeton, «Film-Induced Tourism», 2005:10

3.2. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

Προχωρώντας, δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε την ανάλυση του όρου «*κινηματογραφικός τουρίστας*». Ο κινηματογραφικός τουρίστας λοιπόν, είναι εκείνος ο οποίος επιλέγει τους προορισμούς του με βάση κάποια ταινία. Παρόλα αυτά υπάρχουν και διαχωρισμοί στον όρο αυτό. Σύμφωνα με τον Gartner (Gartner, 1993 in Stefan Rösch «The experiences of Film Location Tourists», 2009:7) αν η απόφαση του προορισμού είναι επηρεασμένη από μια ταινία σαν μια πηγή εικόνας και επιθυμούν να εξερευνήσουν για παράδειγμα την Φλωρεντία λόγω της προβολής της στην ταινία «*Δωμάτιο με θέα*» («*Room with a view*», 1985), τότε είναι κινηματογραφικοί τουρίστες (Film tourists). Από την άλλη, αν ο κινηματογραφικός τουρίστας ο οποίος επισκέπτεται την Φλωρεντία έχει σκοπό να επισκεφθεί τις ακριβείς τοποθεσίες οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν για γυρίσματα σκηνών την ταινίας τότε εκείνος ή εκείνη είναι κινηματογραφικός τουρίστας τοποθεσίας (Film-location tourist).

Πέρα από τους ορισμούς όμως, θα πρέπει να κατανοήσουμε το προφίλ των κινηματογραφικών τουριστών. Με άλλα λόγια τα κίνητρα τα οποία έχουν για να πραγματοποιήσουν ένα τέτοιο ταξίδι, αλλά και τα είδη των κινηματογραφικών τουριστών.

Η N.Macionis (2004:87) διακρίνει τους κινηματογραφικούς τουρίστες στις τρεις παρακάτω κατηγορίες :

- **Συγκυριακοί κινηματογραφικοί τουρίστες** (Serendipitous Film Tourist)
- **Γενικοί κινηματογραφικοί τουρίστες** (General Film Tourist)
- **Ειδικοί κινηματογραφικοί τουρίστες** (Specific Film Tourist)

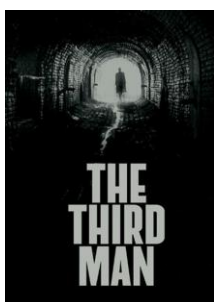
Πιο συγκεκριμένα αναφέρει ότι οι συγκυριακοί κινηματογραφικοί τουρίστες είναι εκείνοι οι οποίοι τυχαίνει να βρίσκονται σε έναν προορισμό ο οποίος απεικονίζεται σε κάποια ταινία, οι γενικοί κινηματογραφικοί τουρίστες είναι εκείνοι οι οποίοι δεν έλκονται από έναν κινηματογραφικό προορισμό αλλά παρ' όλα αυτά συμμετέχουν σε τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με την ταινία κατά την παραμονή

τους στον προορισμό και τέλος οι ειδικοί κινηματογραφικοί τουρίστες είναι εκείνοι οι οποίοι αναζητούν τα μέρη τα οποία έχουν δει σε κάποια ταινία.

3.3. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο κινηματογραφικός τουρισμός σύμφωνα με τον Stefan Rösch (2009:8) ξεκίνησε το 1935 με την ταινία «*Ναυτική Ανταρσία*» (Mutiny on the bounty) η οποία μετέτρεψε την Ταϊτή σε έναν σημαντικό τουριστικό προορισμό παρακινώντας μεγάλο αριθμό τουριστών να την επισκεφθούν. Άλλες ταινίες με την βοήθεια των οποίων ο κινηματογραφικός τουρισμός κατάφερε να κάνει τα πρώτα του βήματα είναι «*Ο τρίτος άνθρωπος*» (The third man) του 1949, η οποία παρακινούσε για πάνω από πενήντα πέντε χρόνια τους επισκέπτες να επισκεφθούν τη Βιέννη με σκοπό να δουν από κοντά τις τοποθεσίες στις οποίες γυρίστηκε η ταινία. Συνεχίζοντας, ταινίες που ενέπνευσαν τον κόσμο να ταξιδέψει στις τοποθεσίες που έχουν γυριστεί είναι ο «*Νιαγάρας*» (Niagara) του 1953, γυρισμένη στον Καναδά και στους καταρράκτες του Νιαγάρα, «*Το κυνήγι του κλέφτη*» (To catch a thief) του 1955, γυρισμένο κατά κύριο λόγο στην Γαλλία, «*Η γέφυρα του ποταμού Κβάι*» (Bridge on the river Kwai), του 1957 κινηματογραφημένη στη Σρι Λάνκα, «*Ο Λόρενς της Αραβίας*» (Lawrence of Arabia), ταινία του 1962 κινηματογραφημένη μεταξύ άλλων στην Ισπανία, το Μαρόκο και την Ιορδανία, και τέλος «*Η μελωδία της ευτυχίας*» (The sound of music) γυρισμένη το 1965 κατά κύριο λόγο στο Σάλτσμπουργκ και στη Γερμανία.

Στις δεκαετίες 1970 και 1980, η εξέλιξη του μαζικού τουρισμού σε συνδυασμό με την εμφάνιση πολύ επιτυχημένων ταινιών αύξησε την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού (Stefan Rösch 2009:8). Ο κινηματογραφικός τουρισμός δεν «απογειώθηκε» μέχρι την εμφάνιση της Χολιγουντιανής κινηματογραφικής παραγωγής «*Τα σαγόνια του καρχαρία*» (Jaws) το 1975 (Grihault, 2003 in Stefan Rösch 2009:8)



3.4. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, ο κινηματογραφικός τουρισμός αφορά τόσο την περίοδο των γυρισμάτων μιας ταινίας όσο και την περίοδο πριν και μετά από αυτά. Υπάρχουν πολλές ενέργειες οι οποίες μπορούν να λάβουν χώρα με σκοπό την προσέλκυση τουριστών σε τοποθεσίες ταινιών ξεχωριστές για κάθε περίοδο. Επίσης στη συνέχεια θα δούμε ποιοι είναι εκείνοι οι οποίοι ουσιαστικά συμμετέχουν στη διαδικασία αυτή και προβαίνουν στις ενέργειες προσέλκυσης επισκεπτών και με ποιόν τρόπο τα καταφέρνουν.

Η δημιουργία του κινηματογραφικού τουρισμού με βάση μια ταινία ή μια τηλεοπτική παραγωγή συμπεριλαμβάνει πολλούς «παίκτες» αλλά η αλληλεπίδραση μεταξύ αυτών πιθανών να διαφέρει από παραγωγή σε παραγωγή.¹⁵ Εκείνοι οι οποίοι συμβάλλουν στην δημιουργία του κινηματογραφικού τουρισμού είναι :

- Η κινηματογραφική βιομηχανία και η τηλεόραση
- Η κινηματογραφική επιτροπή
- Ο τύπος
- Ο εκάστοτε Δήμος
- Τα τουριστικά πρακτορεία
- Παράγοντες στο πλαίσιο του τουριστικού και του επιχειρηματικού κλάδου

Η κινηματογραφική βιομηχανία και η τηλεόραση συμπεριλαμβάνουν την παραγωγή μια ταινίας ή σειράς και σε συνεργασία με άλλους συνεργάτες ασχολούνται τόσο με τη δημιουργία του θεάματος όσο και με τα οικονομικά ζητήματα τα οποία είναι απαραίτητα. Η δουλειά της κινηματογραφικής επιτροπής είναι να καταφέρει να προσελκύσει παραγωγές σε συγκεκριμένες περιοχές αποτελώντας ένα σύνδεσμο μεταξύ της τουριστικής βιομηχανίας, του κινηματογράφου και της τηλεόρασης. Καθώς ο τύπος παίζει στις μέρες μας ένα πολύ σημαντικό ρόλο, είναι λογικό να συνδέεται και με τον κινηματογραφικό τουρισμό. Μέσω του τύπου μπορούν οι πληροφορίες σε όλα τα χρονικά στάδια της κινηματογράφησης μιας ταινίας να γίνουν παγκοσμίως γνωστά. Ο εκάστοτε Δήμος παίζει επίσης έναν σημαντικό ρόλο στην

¹⁵ Experience films-in real- life – a handbook in film tourism, ανακτήθηκε στις 04-05-2016 από http://www.northseascreen.eu/File/Handbook_Filmtourism_double_1.pdf

δημιουργία κινηματογραφικού τουρισμού καθώς θα πρέπει να παρέχει οικονομική στήριξη αλλά και στρατηγική ώστε να μπορέσει να προσελκύσει μια παραγωγή. Τα τουριστικά πρακτορεία με τη σειρά τους είναι εκείνα που μπορούν να προσελκύσουν κόσμο στις περιοχές χρησιμοποιώντας σωστές τεχνικές και μεθόδους, αφού είναι εκείνα που μπορούν να οργανώσουν διαφόρων ειδών εκδρομές γνωρίζοντας τις τοποθεσίες και τα αξιοθέατα. Τέλος οι παράγοντες του επιχειρηματικού κλάδου, είτε αυτοί ασχολούνται αποκλειστικά με τον τουριστικό τομέα είτε όχι, διαδραματίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη ενός βιώσιμου κινηματογραφικού τουρισμού. Διαθέτουν γνώσεις για την περιοχή στην οποία βρίσκονται και μέσω μείωσης τιμών ή οποιωνδήποτε άλλων συμφωνιών μπορεί να γίνουν έχουν τη δύναμη να προσελκύσουν στην περιοχή κινηματογραφικές παραγωγές.

Καθώς η παραγωγή και η κινηματογράφηση μιας ταινίας είναι μια αρκετά χρονοβόρα διαδικασία μπορούμε να πούμε πως και ο κινηματογραφικός τουρισμός χρειάζεται τον χρόνο του και αρκετές διαδικασίες ώστε να μπορέσει να θεωρηθεί επιτυχημένος για μια περιοχή. Αυτό σημαίνει πως η εκάστοτε περιοχή η οποία θα φιλοξενήσει μια κινηματογραφική παραγωγή και επιθυμεί να προωθηθεί μέσω αυτής, θα πρέπει να αρχίσει τις διαδικασίες πριν καν ξεκινήσουν τα γυρίσματα της ταινίας. Η περιοχή θα πρέπει να κατοχυρώσει τα δικαιώματα πρεμιέρας της ταινίας ώστε μέσω αυτής να προσελκύσει επισκέπτες και να γίνει ευρύτερα γνωστή. Η δημιουργία και ανάπτυξη μιας στρατηγικής όσον αφορά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι επίσης μια πολύ σημαντική κίνηση στην οποία πρέπει να προβούν οι αρμόδιοι της περιοχής. Μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης η προβολή τόσο της παραγωγής όσο και του τόπου θα μπορέσει μέσα σε λίγες ώρες να κάνει το γύρο του κόσμου, στρέφοντας τα φώτα της δημοσιότητας στην περιοχή. Τέλος, σημαντικές όπως έχουμε προαναφέρει είναι και οι συνεργασίες και οι συμφωνίες οι οποίες γίνονται μεταξύ των αρμόδιων της περιοχής και των κινηματογραφικών ή τηλεοπτικών παραγωγών ανάλογα με την περίπτωση.

Μιλώντας για τις συνεργασίες της τοπικής κοινωνίας με τις παραγωγές, μπορούμε να προχωρήσουμε στην περίοδο των γυρισμάτων κατά την οποία υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για συνεργασία. Η δημιουργία μοναδικών εκδηλώσεων με αφορμή τα γυρίσματα μιας ταινίας είναι ένα συμβάν το οποίο θα μπορέσει να τραβήξει την

προσοχή ατόμων διαφόρων ηλικιών. Προβολή βίντεο από τα παρασκήνια της ταινίας με αποκλειστικές δηλώσεις των ηθοποιών αλλά και του συνεργείου είναι επίσης μια πολύ ενδιαφέρουσα κίνηση αφού δίνεται στους τηλεθεατές η δυνατότητα να δουν τον τρόπο με τον οποίο γίνονται τα γυρίσματα αλλά και τους αγαπημένους τους ηθοποιούς με τον πραγματικό τους χαρακτήρα και όχι υποδυόμενοι κάποιον άλλο. Επιπλέον η επιτροπή ταινιών της περιοχής θα μπορούσε να αναλάβει το ρόλο του συμβουλευτικού οργάνου κατά την περίοδο των γυρισμάτων, βοηθώντας την κοινότητα να οργανώσει εκδρομές οι οποίες θα γίνονται στις τοποθεσίες στις οποίες έχουν λάβει ή θα λάβουν χώρα ορισμένες σκηνές. Τέλος, αφού ζούμε σε μια εποχή στην οποία η τεχνολογία πρωταγωνιστεί πλέον στην καθημερινότητα όλων, δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η δημιουργία κοινοτήτων γύρω από την εκάστοτε ταινία ή σειρά είναι μια κίνηση στην οποία θα ανταποκριθούν πολλά άτομα αν σκεφτεί κανείς ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εξαπλωθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό. Στις κοινότητες αυτές εκτός από την ενημέρωση σχετικά με τις εκδηλώσεις οι οποίες θα λαμβάνουν χώρα σε διάφορες περιοχές, ο υπεύθυνος θα μπορεί να ανεβάζει αποκλειστικές εικόνες και βίντεο.

Όταν πια η κινηματογράφηση της ταινίας φτάσει στο τέλος της δεν σημαίνει και το τέλος του κινηματογραφικού τουρισμού στην περιοχή, αρκεί οι αρμόδιοι να φροντίσουν να μην μειωθεί το ενδιαφέρον των τουριστών για το συγκεκριμένο μέρος. Αρχικά, ο προορισμός θα πρέπει να συνεχίσει να προωθείται και να προβάλλεται μέσω ταινιών ή τηλεοπτικών παραγωγών. Τα τουριστικά γραφεία θα μπορούσαν να οργανώσουν διάφορα πακέτα διακοπών βασισμένα στην ταινία η οποία γυρίστηκε στην περιοχή, παροτρύνοντας τους τοπικούς επιχειρηματίες να πωλούν διάφορων ειδών σουβενίρ βασισμένα στην εκάστοτε κινηματογραφική ή τηλεοπτική παραγωγή. Πρωτότυπες εκδηλώσεις θα μπορούν να λαμβάνουν χώρα στην περιοχή προβάλλοντας ξανά σκηνές και τοποθεσίες από την ταινία.¹⁶

Για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε την τουριστική κίνηση την οποία ενεργοποιεί μια ταινία, θα αναφερθούμε σε δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα τουρισμού μέσω ταινιών. Στο Ηνωμένο Βασίλειο το έτος 2014 οι κινηματογραφικοί τουρίστες έφεραν στη χώρα περίπου 100-140 εκατομμύρια στερλίνες και το Alnwick Castle, το οποίο

¹⁶ Experience films in real life : A handbook of film tourism, ανακτήθηκε στις 28-06-2016 από http://www.northseascreen.eu/File/Handbook_Filmtourism_double_1.pdf

στις δύο πρώτες ταινίες του Χάρι Πότερ (Harry Potter) εμφανίζεται ως το Χόγκουαρτς (Hogwarts), απέσπασε τον ίδιο χρόνο 4,3 εκατομμύρια στερλίνες από τον κινηματογραφικό τουρισμό.¹⁷

Ένα άλλο παράδειγμα, και ίσως το πιο χαρακτηριστικό στην δημιουργία τουριστικής κίνησης μέσω ταινιών είναι η Νέα Ζηλανδία και οι ταινίες «Ο Αρχοντας των Δαχτυλιδιών» και «Χόμπιτ». Διεθνής έρευνα επισκεπτών (International Visitor Survey) έδειξε πως το έτος 2004, 6% των τουριστών, το οποίο μεταφράζεται σε 120.000-150.000 επισκέπτες, δήλωσαν πως η ταινία ήταν ένας από τους κύριους λόγους της επιλογής του προορισμού ενώ το 1% δήλωσε πως η ταινία ήταν ο μοναδικός λόγος της επίσκεψής τους. Αυτό το 1% μεταφράζεται σε περίπου 32,8 εκατομμύρια \$ Νέας Ζηλανδίας. Το έτος 2004, 63.200 επισκέπτες συμμετείχαν σε δραστηριότητες συνδεδεμένες με την ταινία και έκτοτε περίπου 47.000 τουρίστες κάθε χρόνο επισκέπτονται κινηματογραφικές τοποθεσίες. Επιπρόσθετα, το Ινστιτούτο Οικονομικών Ερευνών της Νέας Ζηλανδίας (New Zealand Institute of Economic Research) για το έτος 2014 ανέφερε ότι το μάρκετινγκ της χώρας έφερε αύξηση επισκεπτών από τη Δύση αλλά και μια αύξηση παγκόσμιων επισκεπτών κατά 7,2%. Τέλος, σημαντική αύξηση σημειώθηκε και στους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο η οποία άγγιξε το 14,2%.¹⁸

Διαπιστώνουμε λοιπόν πως οι ταινίες μπορούν εύκολα να προσελκύσουν κόσμο σε έναν προορισμό και όσο οι υπεύθυνοι του μάρκετινγκ προορισμού συνεχίζουν να προωθούν την εκάστοτε ταινία μέσω διαφόρων τεχνικών τόσο μεγαλύτερη θα είναι η απήχηση του προορισμού.

¹⁷ Film tourism research, ανακτήθηκε στις 28-06-2016 από <http://www.creativeengland.co.uk/production-services/film-tourism-research>

¹⁸ New Zealand tourism : Facts and figures, ανακτήθηκε στις 28-06-2016 από <http://media.newzealand.com/en/story-ideas/new-zealand-tourism-facts-and-figures/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : Η ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Η Γερμανία βρίσκεται στην κεντρική Ευρώπη και είναι μία από τις μεγαλύτερες χώρες της ηπείρου. Είναι η πολυπληθέστερη χώρα της Ευρώπης με 81.459.000 κατοίκους (2015)¹⁹ και μια από τις σημαντικότερες βιομηχανικές χώρες του κόσμου. Όσον αφορά τη γεωγραφία, συνορεύει βόρεια με τη Δανία, όπου βρέχεται και από τη Βαλτική και τη Βόρεια Θάλασσα, ανατολικά με την Πολωνία και την Τσέχικη Δημοκρατία, δυτικά με το Βέλγιο, την Ολλανδία, το Λουξεμβούργο και τη Γαλλία και τέλος νότια με την Ελβετία και την Αυστρία. Η πρωτεύουσά της είναι το Βερολίνο με 3.478.600 κατοίκους (2015)²⁰. Η Γερμανία αποτελείται από δεκαέξι ομοσπονδιακά κρατίδια (Bundesländer) το καθένα εκ των οποίων έχει δική του κυβέρνηση και κοινοβούλιο αλλά και θα δικά του σύμβολα, δηλαδή σημαία και εθνόσημο. Σχετικά με τη θρησκεία, η πλειοψηφία του πληθυσμού της χώρας είναι χριστιανοί οι οποίοι είναι είτε προτεστάντες και ανήκουν στην Ευαγγελική εκκλησία, είτε καθολικοί.

Όσον αφορά τον κινηματογράφο, το 2002 υπήρχαν στη χώρα 1.844 κινηματογράφοι ενώ η αντίστοιχη μέτρηση για το έτος 2015 έδειξε μία μείωση αφού οι κινηματογράφοι ήταν 1.648.²¹

Η Γερμανία εκτός από πολλές κινηματογραφικές τοποθεσίες είναι επίσης ένας τόπος ο οποίος προσφέρει σε μια παραγωγή ότι χρειάζεται για τα γυρίσματα. Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά τους φυσικούς πόρους, η Γερμανία διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία. Βουνά, δάση, πεδιάδες, λόφοι, λίμνες αλλά και ποτάμια συνθέτουν ένα όμορφο φυσικό περιβάλλον κατάλληλο για όλων των ειδών τις προτιμήσεις. Επιπλέον είναι μια χώρα με εντυπωσιακή κινηματογραφική ιστορία και υψηλές προδιαγραφές στον τεχνολογικό τομέα. Η χώρα διαθέτει πολλά κινηματογραφικά στούντιο με αγγλόφωνους άρτια εκπαιδευμένους επαγγελματίες. Επιπρόσθετα, η γερμανική

¹⁹ Statistisches Bundesamt, ανακτήθηκε στις 18-04-2016 από https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabelle/n/Zensus_Geschlecht_Staatsangehoerigkeit.html

²⁰ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, ανακτήθηκε στις 18-04-2016 από <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2016/16-01-05b.pdf>

²¹ Anzahl der Kinos in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2015, ανακτήθηκε στις 19-04-2016 από <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/3077/umfrage/anzahl-der-kinos-in-deutschland-seit-dem-jahr-2002/>

ομοσπονδιακή και κρατική πολιτική έχει αναπτύξει ένα σύστημα υποστήριξης προς την κινηματογραφική βιομηχανία και τα μέσα ενημέρωσης μέσω του οποίου δημιουργεί κίνητρα τόσο για εθνικές όσο και για διεθνείς παραγωγές.²² Διαπιστώνουμε λοιπόν πως αφού η χώρα δίνει μεγάλη βάση στην προσέλκυση κινηματογραφιστών σε γερμανικό έδαφος δεν θα μπορούσε να λείπει και το ενδιαφέρον για τον κινηματογραφικό τουρισμό. Πολλές είναι οι περιοχές οι οποίες φιλοξενούν γερμανικές τηλεοπτικές σειρές και στη συνέχεια κατάφεραν να προσελκύσουν κόσμο οργανώνοντας περιηγήσεις στις τοποθεσίες στις οποίες γυρίστηκε η τηλεοπτική σειρά και πωλώντας διάφορα σουβενίρ εμπνευσμένα από τη σειρά.

Στο κεφάλαιο αυτό, θα γίνει μια προσπάθεια ανάλυσης των δεδομένων όσον αφορά χρηματοδοτήσεις παραγωγών αλλά και προσπάθειες προσέλκυσης κινηματογραφικών τουριστών στη χώρα. Επίσης θα αναφερθούμε σε πέντε ομοσπονδιακά κρατίδια της χώρας στα οποία όπως θα δούμε σε επόμενα κεφάλαια γίνονται πολλές κινηματογραφήσεις και υπάρχει κινηματογραφικός τουρισμός.



²² German Film Commissions, ανακτήθηκε στις 05-05-2016 από <http://www.location-germany.de/Welcome.html>

4.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Ο τουρισμός για τη Γερμανία είναι ένας πολύ σημαντικός οικονομικός παράγοντας. Η χώρα εισπράττει κάθε χρόνο αρκετά δισεκατομμύρια ευρώ μέσω του τουριστικού τομέα και επίσης πολλοί είναι εκείνοι οι οποίοι εργάζονται εντός του πλαισίου του τουρισμού.

Θετικά είναι τα πρόσχημα σε ότι αφορά τον τουρισμό της χώρα τα τελευταία χρόνια σύμφωνα με την Ομοσπονδιακή Ένωση Τουριστικής Οικονομίας (Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.). Πιο συγκεκριμένα, οι διεθνείς και εγχώριες διανυκτερεύσεις οι οποίες καταγράφηκαν το έτος 2015 έφτασαν τις 436 εκατομμύρια ποσό το οποίο σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος αυξήθηκε κατά 3%. Οι επιβάτες των αεροδρομίων (αφίξεις και αναχωρήσεις) έφτασαν το 2015 τους 216 εκατομμύρια, αριθμός μεγαλύτερος κατά 3,8% από το προηγούμενο έτος. Αυξημένος παρατηρήθηκε και ο τζίρος των τουριστικών επιχειρήσεων, πιο συγκεκριμένα καταλυμάτων αλλά και επιχειρήσεων εστίασης, κατά 4,2% αλλά και ο τζίρος των τουριστικών γραφείων ο οποίος άγγιξε τα 27,3 δις €.

Germany
The travel destination



www.germany.travel

4.1.1. ΑΡΜΟΔΙΕΣ ΑΡΧΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Τα πράγματα όσον αφορά τις αρμόδιες αρχές για τον τουρισμό στη Γερμανία μπορεί στην αρχή να μας φανούν αρκετά περίπλοκα, είναι όμως παρόλα αυτά αρκετά οργανωμένα ώστε να μπορούν όλα να λειτουργούν αρμονικά και με φανερά αποτελέσματα.

Αρχικά είναι απαραίτητο να αναφερθεί πως στη Γερμανία δεν υπάρχει Υπουργείο Τουρισμού, αλλά όλα τα καθήκοντα αυτού έχει αναλάβει το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Οικονομίας και Ενέργειας. Έτσι εκτός από τα υπόλοιπα θέματα τα οποία πρέπει να αναλάβει το συγκεκριμένο Υπουργείο, είναι ταυτόχρονα αρμόδιο για θέματα τα οποία αφορούν τον τουριστικό κλάδο της χώρας. Πιο συγκεκριμένα το Υπουργείο Οικονομίας και Ενέργειας σε συνεργασία με άλλα Υπουργεία δημιουργούν τις συνθήκες και τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα και αναλύουν τα μέτρα τα οποία πρέπει να ληφθούν και τις ενέργειες οι οποίες πρέπει να γίνουν ώστε να καταφέρουν να αυξήσουν τον τουρισμό. Σε αυτό το σημείο είναι πολύ βασικό να τονίσουμε πως παρόλο που το Υπουργείο είναι υπεύθυνο για την εισαγωγή μιας «κοινής γραμμής» στον τουριστικό τομέα, αποκλειστική αρμοδιότητα για την υλοποίηση αυτής έχουν οι διοικήσεις των ομόσπονδων κρατιδίων.

Επιπλέον, υπάρχει στη χώρα μια επιτροπή τουρισμού η οποία αποτελείται από άτομα του Υπουργείου Οικονομικών και Ενέργειας αλλά και από άτομα της διοίκησης των κρατιδίων. Στόχος αυτής της επιτροπής είναι να συζητούνται διάφορα θέματα τα οποία απασχολούν τον τουριστικό κλάδο της χώρας και να παίρνονται αποφάσεις σχετικά με τα μελλοντικά σχέδια.

Συνεχίζοντας, στη Γερμανία υπάρχει ένας εντεταλμένος από το Υπουργείο Οικονομίας και Ενέργειας ο οποίος έχει μια θέση διαμεσολαβητή ανάμεσα στην κυβέρνηση και τους επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου. Μέσω αυτού, οι επιχειρηματίες του κλάδου μπορούν να θέσουν τους προβληματισμούς τους, αλλά και τυχόν ιδέες που μπορεί να έχουν, στην κυβέρνηση και έτσι δημιουργείται μια σχέση αλληλεπίδρασης.

Εντός του Ομοσπονδιακού Κοινοβουλίου, υπάρχει μια επιτροπή τουρισμού η οποία αποτελείται από 18 εκλεγμένα μέλη (βουλευτές) και συζητά νομοσχέδια και προτάσεις για την βελτίωση του γερμανικού τουρισμού.

Κάτω από την ομπρέλα του Υπουργείου Οικονομίας και Ενέργειας, στο οποίο αναφερθήκαμε παραπάνω, βρίσκεται η Γερμανική Ένωση τουρισμού (Deutscher Tourismus Verband). Η Ένωση αυτή ιδρύθηκε το 1902 και διαθέτει περίπου εκατό μέλη, μεταξύ αυτών τουριστικοί φορείς κρατιδίων, περιφερειών και κρατιδίων-πόλεων και σκοπός της είναι να αντιπροσωπεύει όσους συμβάλλουν στον Γερμανικό τουρισμό. Εντός της Ένωσης ανταλλάσσονται απόψεις μεταξύ των μελών για διάφορα θέματα και η Ένωση εξασφαλίζει την ποιότητα αλλά και την καινοτομία στον τουριστικό τομέα. Η Γερμανική Ένωση Τουρισμού χρηματοδοτείται κατά κύριο λόγο από τα μέλη της ενώ για συγκεκριμένα σχέδια (project) παίρνει επιχορηγήσεις από τα εκάστοτε Υπουργεία και κυρίως από το Υπουργείο Οικονομίας και Ενέργειας.

Η προώθηση της Γερμανίας ως τουριστικός προορισμός στο εξωτερικό, έχει ανατεθεί στο γερμανικό συμβούλιο τουρισμού (DTZ- Deutsche Zentrale für Tourismus). Η χρηματοδότηση αυτού γίνεται από το Υπουργείο Οικονομίας και Ενέργειας το οποίο διαθέτει 30 εκατομμύρια € κάθε χρόνο²³. Αποτελείται από 72 μέλη και 12 χορηγούς οι οποίοι διαθέτουν χρήματα για την προώθηση της χώρας στο εξωτερικό. Στόχος του γερμανικού συμβουλίου τουρισμού είναι όπως αναφέραμε, η προώθηση της χώρας ως τουριστικός προορισμός στο εξωτερικό. Αυτό το πετυχαίνουν παίρνοντας για παράδειγμα μέρος σε παγκόσμιες τουριστικές εκθέσεις αντιπροσωπεύοντας τη χώρα και γυρίζοντας διάφορα διαφημιστικά σποτ για τουριστικές περιοχές της Γερμανίας.

Εναλλαγή στους υπευθύνους έχουμε όμως σε ότι αφορά την προώθηση του τουρισμού στο εσωτερικό της χώρας. Εδώ πρωταρχικό ρόλο διαδραματίζουν οι οργανισμοί τουριστικού μάρκετινγκ του κάθε κρατιδίου αλλά και οι τουριστικοί οργανισμοί των Δήμων και των Περιφερειών. Βλέπουμε, πως όσον αφορά την τουριστική κίνηση εντός της χώρας, το κάθε κρατίδιο είναι υπεύθυνο για την

²³ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, ανακτήθηκε στις 18-04-2016 από <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Tourismus/Tourismuspolitik/akteure.html>

προώθηση των τουριστικών περιοχών που διαθέτει αλλά και των αξιοθέατων της περιοχής.²⁴

Διαπιστώνουμε λοιπόν πως το σύστημα στη Γερμανία συμπεριλαμβάνει πολλούς φορείς και οργανισμούς οι οποίοι βρίσκονται κάτω από την ομπρέλα του Υπουργείου Οικονομίας και Ενέργειας αλλά παρόλα αυτά όλοι έχουν αποκλειστικές αρμοδιότητες τις οποίες πρέπει να εκτελέσουν για την ομαλή λειτουργία αλλά και την αύξηση του τουρισμού στη χώρα.

²⁴Δ. Μυλωνόπουλος – Αικ. Κοντουδάκη «Επικοινωνιακή πολιτική στο δημόσιο τομέα τουρισμού» 143-148, 2011, Ανοικτή Βιβλιοθήκη, Αθήνα

4.2. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Ο κινηματογράφος στη Γερμανία ξεκίνησε με τον πειραματισμό των αδελφών Skladanowsky να δημιουργήσουν τη δική τους κινηματογραφική συσκευή. Όλη η προσπάθειά τους διακόπηκε από τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο (1914). Ολόκληρη η χώρα και κατά συνέπεια και η κινηματογραφική βιομηχανία της αντιμετώπισαν πολύ δύσκολες εποχές όπως η ναζιστική περίοδος και το ολοκαύτωμα (1933), ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (1939), ο Ψυχρός Πόλεμος (1947), οι τρομοκρατικές επιθέσεις του 1970, η επανένωση της Γερμανίας (1989) και η ίδρυση της Ευρωπαϊκής Ένωσης (1993). Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι αυτά τα γεγονότα είτε προκάλεσαν αναταραχές στην κινηματογραφική βιομηχανία της χώρας είτε ενέπνευσαν σε αυτή αλλαγές.²⁵

Λέγεται πως ο Γερμανικός κινηματογράφος ξεκίνησε τον Φεβρουάριο του 1920 με την πρεμιέρα της δραματικής ταινίας «Το εργαστήριο του Δρ. Καλιγκάρι» (Das Cabinet des Dr. Caligari).²⁶ Εκείνη την εποχή στη Γερμανία υπήρχαν δύο κλάδοι ταινιών. Αρχικά ο «ρομαντικός» ο οποίος βασιζόταν στη ρομαντική λογοτεχνία της εποχής και δεύτερον ο «μοντέρνος» ο οποίος έθιγε θέματα της εποχής όπως για παράδειγμα η ανάπτυξη των πόλεων και οι κοινωνικές διαφορές. Όταν το 1933 ο Χίτλερ ανέλαβε την ηγεσία του γερμανικού κράτους, όλη η εξέλιξη του κινηματογράφου από το 1920 έλαβε τέλος. Τα χρόνια αυτά, ο κινηματογράφος χρησιμοποιήθηκε αποκλειστικά για προπαγανδιστικούς λόγους.

Μιλώντας για τον σύγχρονο γερμανικό κινηματογράφο, ένα από το πιο αξιόλογα χαρακτηριστικά του είναι η κινηματογράφιση και προβολή ιστορικών ταινιών. Πιο συγκεκριμένα, το 2003 οκτώ στις δεκαπέντε γερμανικές ταινίες με τα υψηλότερα μεικτά έσοδα στην εγχώρια αγορά ήταν ιστορικές.²⁷ Ο γερμανο-αυστριακός σκηνοθέτης Wolfgang Liebeneiner το 1943 είπε : *«Ένα από τα κύρια καθήκοντα μιας ταινίας είναι να μεταδώσει στις επόμενες γενιές μια πραγματική εικόνα του παρελθόντος και όπως φαίνεται, όλες οι ταινίες που κάνουμε σήμερα μια μέρα θα είναι*

²⁵ Langford Michelle «Directory of world cinema : Germany», 2012 : intellect Bristol, UK/Chicago, USA, ανακτήθηκε στις 18-04-2016 από https://books.google.gr/books?id=YPOGXpkVrqUC&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

²⁶ German cinema between 1920 and 1930, Eike Krohnshage, ανακτήθηκε 18-04-2016 από https://modernism.research.yale.edu/wiki/index.php/German_Cinema_between_1920_and_1930

²⁷ Mattias Frey : Postwall German Cinema- Film History and Cinephilia, Berghahn Books, 2013

αληθινά ιστορικές» (Wolfgang Liebeneiner, 1943 in Eric Rentschler, «The ministry of illusion: Nazi cinema and its afterlife», 1996)

4.2.1. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΑΔΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΓΥΡΙΣΜΑΤΑ

Όπως θα δούμε και στη συνέχεια, η Γερμανία είναι μια χώρα η οποία δίνει πολύ μεγάλη βάση στις κινηματογραφικές παραγωγές και κάνει πολλές προσπάθειες ώστε να προσελκύσει και ξένους κινηματογραφικούς παραγωγούς να κινηματογραφήσουν σκηνές σε γερμανικές τοποθεσίες. Για την διαδικασία της κινηματογράφησης όμως, αρκετές είναι οι φορές κατά τις οποίες η παραγωγή θα πρέπει να ακολουθήσει συγκεκριμένες διαδικασίες αλλά και να βγάλει κάποιες άδειες ώστε να μπορέσει να γυρίσει τις σκηνές τις οποίες επιθυμεί. Είναι λοιπόν βασικό να δούμε ποιες διαδικασίες πρέπει να τηρούνται και ποιοι είναι αρμόδιοι για αυτές.

Οι διαδικασίες για την απόκτηση άδειας γυρισμάτων είναι κατά κύριο λόγο ίδιες σε όλη τη χώρα και δίνονται από την εκάστοτε περιφέρεια. Για την καλύτερη κατανόηση αυτών θα πάρουμε ως παράδειγμα την πρωτεύουσα του κρατιδίου Βόρειας-Ρηνανίας Βεστφαλίας, την Κολονία. Η όλη διαδικασία θα πρέπει να ξεκινήσει το ελάχιστο δέκα ημέρες πριν την έναρξη των γυρισμάτων και να περιλαμβάνει τα παρακάτω.

- ✓ Μια αίτηση με σκίτσο της τοποθεσίας
- ✓ Τις ακριβείς ημερομηνίες των γυρισμάτων
- ✓ Την συγκεκριμένη τοποθεσία (Δήμος, Οδός, Αριθμός)
- ✓ Τις ακριβείς ώρες των γυρισμάτων
- ✓ Αν υπάρχουν γυρίσματα σε εξωτερικό χώρο θα πρέπει να υπάρχει γενική περιγραφή των σκηνών. Βασικό είναι να αναφέρονται σκηνές δράσης, πυροβολισμών, φωτιάς κ.α.
- ✓ Αναφορά σχετικά με τα σημεία στα οποία θα τοποθετηθούν κάμερες αλλά και το είδος των καμερών οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν
- ✓ Αναφορά σε περίπτωση απαίτησης απαγόρευσης στάθμευσης σε κάποιο σημείο της πόλης
- ✓ Αναφορά σε περίπτωση απαίτησης διακοπής της κυκλοφορίας σε κάποιους δρόμους
- ✓ Αναφορά άλλων ιδιαιτεροτήτων (νυχτερινά γυρίσματα, γυρίσματα με νερά, γυρίσματα στα οποία συμμετέχουν παιδιά)

Όλα τα παραπάνω ισχύουν για γυρίσματα σε εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους, σε πάρκα αλλά και δασικές εκτάσεις. Η εκάστοτε παραγωγή θα πρέπει να καταβάλλει ένα συγκεκριμένο πόσο το οποίο είναι ανάλογο με τις παροχές τις οποίες ζητάει. Το ποσό αυτό ξεκινάει από 80€ και φτάνει μέχρι τα 160€ ανά παροχή.²⁸



²⁸ Stadt Köln, ανακτήθηκε στις 05-05-2016 από <http://www.stadt-koeln.de/service/produkt/drehgenehmigungen-1>

4.3. ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΑΙΝΙΩΝ (GERMAN FILM COMMISSIONS)

Η Γερμανική Επιτροπή Ταινιών²⁹ είναι ένα δίκτυο από γραφεία προορισμού και επιτροπές ταινιών στόχος του οποίου είναι η διευκόλυνση όσων θέλουν να κινηματογραφήσουν μια ταινία σε κάποια γερμανική τοποθεσία. Παρέχουν στήριξη στην αναζήτηση τοποθεσιών και στη διασύνδεση με τοπικές αρχές, κυβερνητικές υπηρεσίες και εταιρείες. Προσφέρουν τοπικούς οδηγούς σχετικά με τις τοποθεσίες και τις παραγωγές και έρχονται σε επαφή με τη γερμανική κινηματογραφική βιομηχανία. Κάθε κρατίδιο έχει μια δική του επιτροπή η οποία αναλαμβάνει καθήκοντα σχετικά με αυτό.



²⁹ German Film Commissions, ανακτήθηκε στις 05-05-2016 από <http://www.location-germany.de/Welcome.html>

4.4. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΑΙΝΙΩΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Όπως διαπιστώσαμε έως τώρα η Γερμανία είναι μια χώρα η οποία δίνει μεγάλη βάση στην προσέλκυση κινηματογραφικών παραγωγών οι οποίες προέρχονται τόσο μέσα όσο και έξω από τη χώρα. Από το 1967 υπάρχει νόμος για την χρηματοδότηση των ταινιών και βάση αυτού ιδρύθηκε το 1968 ένα εθνικό ίδρυμα χρηματοδότησης ταινιών το οποίο υποστηρίζει όλα τα συμφέροντα του γερμανικού κινηματογράφου (Filmförderungsanstalt).³⁰ Με τα χρόνια έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα δίκτυο στήριξης και ενημέρωσης το οποίο επιλέγουν παραγωγές από όλο τον κόσμο.

Πρωταγωνιστικό ρόλο σε όλη αυτή την προσπάθεια παίζει η χρηματοδότηση των κινηματογραφικών παραγωγών που επιλέγουν γερμανικές τοποθεσίες για τα γυρίσματα της ταινίας τους. Πιο συγκεκριμένα, πάνω από τριακόσια εκατομμύρια ευρώ δίνονται κάθε χρόνο σε εθνικά και διεθνή κινηματογραφικά σχέδια (project). Από το συνολικό αυτό ποσό, τα εβδομήντα εκατομμύρια ευρώ τα διαθέτει ο Γερμανικός Υποστηρικτικός Οργανισμός Χρηματοδότησης Ταινιών (Deutsche Filmförderfonds) σε ξένες ή τοπικές κινηματογραφικές παραγωγές. Στη Γερμανία υπάρχουν τόσο περιφερειακοί όσο και εθνικοί οργανισμοί οι οποίοι χρηματοδοτούν ταινίες και κατά περιπτώσεις μπορούν να συνδυαστούν για να χρηματοδοτήσουν μια κινηματογραφική παραγωγή.³¹

Ο Γερμανικός Οργανισμός Χρηματοδότησης Ταινιών (Filmförderungsfond), είναι ένας οργανισμός της ομοσπονδιακής κυβέρνησης και βρίσκεται στην ομπρέλα του εθνικού ιδρύματος χρηματοδότησης ταινιών (Filmförderungsanstalt).³² Μια ταινία μπορεί να χρηματοδοτηθεί από τον οργανισμό με το 20% των αναγνωρισμένων της εξόδων μόνο σε περίπτωση που η παραγωγή έχει ξοδέψει το 25% του συνολικού της προϋπολογισμού εντός της χώρας. Η παραγωγές μπορούν επίσης να διευκολυνθούν με άτοκα ή χαμηλότοκα δάνεια τα οποία θα πρέπει να εξοφλήσουν μελλοντικά.

³⁰ Wikipedia, ανακτήθηκε στις 24-06-2016 από <https://de.wikipedia.org/wiki/Filmförderung>

³¹ German Film Commissions, ανακτήθηκε στις 06-05-2016 από <http://www.location-germany.de/Funding.html>

³² German Federal Film Board, ανακτήθηκε στις 25-06-2016 από <http://www.ffa.de/deutscher-filmfoerderfonds-2.html>

Οι περιφερειακοί οργανισμοί χρηματοδότησης είναι δέκα και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιτυχία των γερμανικών ταινιών. Αυτοί οι οργανισμοί βασίζονται στα ομοσπονδιακά κρατίδια και συνεργάζονται στο δίκτυο «Focus Germany» σε φεστιβάλ αλλά και συνέδρια.

Το «Focus Germany» είναι ένας οργανισμός ο οποίος ιδρύθηκε το 1990 ως μια «ομπρέλα» των επτά μεγαλύτερων γερμανικών περιφερειακών χρηματοδοτικών οργανισμών. Ο οργανισμός αυτός παρέχει στους κινηματογραφιστές όλες τις χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τις δομές χρηματοδότησης αλλά και ευκαιρίες παραγωγής ταινιών στη χώρα. Επιπλέον βοηθά σε ότι αφορά τις επαφές με τους παρόχους της βιομηχανίας και των υπηρεσιών σε θέματα τα οποία κυμαίνονται από την εύρεση τοποθεσίας μέχρι και το τέλος της παραγωγής. Δημοσιεύει ετησίως μια ενημερωμένη λίστα με διεθνείς έμπειρους παραγωγούς για τη διευκόλυνση αναζήτησης συμπαραγωγής και τέλος, βοηθά την γερμανική κινηματογραφική βιομηχανία στην προβολή τους σε μεγάλα διεθνή φεστιβάλ όπως το Μπερλινάλε (Berlinale) και το φεστιβάλ των Καννών (Festival de Cannes).

4.5. ΒΕΡΟΛΙΝΟ – BERLIN

Το Βερολίνο είναι όπως ήδη αναφέραμε η πρωτεύουσα της Γερμανίας αλλά και ένα κράτος-πόλη το οποίο βρίσκεται στα βορειοανατολικά της χώρας με την πρώτη γραπτή αναφορά για αυτή τον 13^ο αιώνα . Το κράτος-πόλη έχει έκταση 892 τ.χλμ. και απέχει 70 χλμ. από τα πολωνικά σύνορα. Το Βερολίνο περικλείεται από το κρατίδιο του Βρανδεμβούργου (Brandenburg). Ο πληθυσμός της πόλης ανέρχεται στους 3.469.849 κατοίκους.³³



Όσον αφορά τη γεωμορφολογία του κρατιδίου, ξεκινώντας από την εποχή των παγετώνων, το Βερολίνο ήταν απόλυτα καλυμμένο από πάγους από τους οποίους δημιουργήθηκαν τα ποτάμια Σπρέε και Χάβελ (Spree, Havel) και οι λίμνες Τέγκελ και Γκρόσερ Βάνζεε (Tegeler See, Großer Wannsee) που διασχίζουν σήμερα την πόλη. Η πόλη βρίσκεται στην εύκρατη κλιματική ζώνη.³⁴



³³ Statistisches Bundesamt, ανακτήθηκε στις 19-04-2016 από <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Regionaldaten.html>
³⁴ Wikipedia.de, ανακτήθηκε στις 19-04-2016 από <https://de.wikipedia.org/wiki/Berlin>

4.5.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΒΕΡΟΛΙΝΟ

Το Βερολίνο έχει να προσφέρει πάρα πολλά σε εκείνους που θα αποφασίσουν να το επισκεφθούν. Είναι μια πρωτεύουσα στην καρδιά της Ευρώπης γνωστή σε όλο τον κόσμο η οποία διαθέτει μεγάλη ιστορία. Τα χρόνια του Ναζισμού και ο διαχωρισμός της χώρας μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, η πτώση του τοίχους το οποίο διαπερνούσε την πρωτεύουσα της χώρας, τα χρόνια τα οποία ακολούθησαν αλλά και όλα τα χρόνια τα οποία προηγήθηκαν έχουν αφήσει στη χώρα μεγάλης αξίας πολιτιστική κληρονομιά. Διαθέτει πολλά ενδιαφέροντα κτίρια όσον αφορά την αρχιτεκτονική αλλά και αμέτρητα κτίρια οικονομικού, πολιτικού, ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος πράγμα που κάνει την πόλη πολύ δημοφιλή προορισμό και στον τομέα της κινηματογράφησης.³⁵

Από το 1991 η UNESCO έχει ενδιαφερθεί για την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά της πρωτεύουσας της χώρας. Πιο συγκεκριμένα υπό την προστασία της UNESCO βρίσκονται τα τρία παρακάτω ιστορικά συγκροτήματα της πόλης.

- ✓ 1991: Ανάκτορα και Πάρκα του Βερολίνου και του Πότσδαμ
- ✓ 1999: Νησί των μουσείων στο Βερολίνο
- ✓ 2008: Μοντερνιστικά Οικιστικά Συγκροτήματα του Βερολίνου

Επιπρόσθετα, το 2006 το Βερολίνο έχει χαρακτηριστεί από την UNESCO ως «city of design».³⁶

Ο τουρισμός είναι για την πρωτεύουσα της χώρας ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες της οικονομίας. Για να γίνει περισσότερο κατανοητό αυτό, μπορούμε να αναφέρουμε πως τον μήνα Φεβρουάριο του 2016 καταγράφηκαν συνολικά 2.021.790 διανυκτερεύσεις στο Βερολίνο.³⁷

Σύμφωνα με το Visit Berlin, το έτος 2014 το Βερολίνο βρισκόταν στους τρεις κορυφαίους προορισμούς τις Ευρώπης με περίπου 29 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις.

³⁵ German film commissions, ανακτήθηκε στις 03-06-2016 από <http://www.location-germany.de/Welcome/Locations/Berlin.html>

³⁶ Visit Berlin, ανακτήθηκε στις 03-06-2016 από <http://www.visitberlin.de/de/sehen/sightseeing/unesco-welterbe>

³⁷ Visit Berlin, ανακτήθηκε στις 03-06-2016 από http://partner.visitberlin.de/sites/default/files/berlin_berbergungsstatistik_februar_2016.pdf

Την ίδια χρονιά καταγράφηκαν μέσω του τουρισμού στο Βερολίνο 10,65 δισεκατομμύρια € ακαθάριστα έσοδα το οποίο σημαίνει 1,91 δισεκατομμύρια € ως φορολογικά έσοδα. Πιο συγκεκριμένα υπολογίζεται ότι οι επισκέπτες της πόλης ξόδευαν 204,80€ ημερησίως μαζί με την διανυκτέρευση. Οι μεγάλοι αυτοί αριθμοί επισκεπτών στην πόλη έχουν ανοίξει πολλές θέσεις εργασίας σε πολλούς εργασιακούς κλάδους οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό.³⁸

³⁸ Visit Berlin, Wirtschaftsfaktor für Berlin Tourismus und Kongressindustrie, ανακτήθηκε στις 03-06-2016 από <http://www.visitberlin.de/de/artikel/wirtschaftsfaktor-tourismus-0>

4.6. ΑΜΒΟΥΡΓΟ – HAMBURG

Το Αμβούργο είναι και αυτό ένα κράτος-πόλη της Γερμανίας το οποίο βρίσκεται στα βόρεια της χώρας. Είναι η δεύτερη σε πληθυσμό πόλη της Γερμανίας με 1.762.791 κατοίκους.³⁹ Αποτελεί ένα πολιτισμικό αλλά και οικονομικό κέντρο ολόκληρης της χώρας καθώς διαθέτει το μεγαλύτερο λιμάνι αυτής, αλλά και της Ευρώπης παρόλο που δεν είναι παραθαλάσσια πόλη. Έτσι το Αμβούργο αποτελεί μια από τις πιο σημαντικές εμπορικές μητροπόλεις του κόσμου. Η πόλη διασχίζεται από τον ποταμό Έλβα ο οποίος εκβάλλει στη Βόρεια Θάλασσα και μέσω του οποίου πραγματοποιείται το εμπόριο.



Σχετικά με την γεωμορφολογία, η περιοχή χαρακτηρίζεται κατά κύριο λόγο από τον ποταμό Έλβα ο οποίος την διασχίζει όπως έχει ήδη αναφερθεί και τα παρακλάδια αυτού που βρίσκονται σε όλη την πόλη. Αξιοσημείωτο είναι επίσης πως στο Αμβούργο υπάρχουν 2.500 γέφυρες⁴⁰ οι οποίες εξυπηρετούν τη μετακίνηση των κατοίκων της περιοχής.

Πρώτη γνωστή αναφορά της πόλης γίνεται τον 7^ο αιώνα. Το 1241 το Αμβούργο ήταν ένα από τα ιδρυτικά μέλη της Χανσεατικής Ένωσης (Hanse) δηλαδή την ένωση των γερμανικών, κατά κύριο λόγο πόλεων, της Βαλτικής και Βόρειας θάλασσας με κύριο σκοπό τη διασφάλιση της ελεύθερης ναυσιπλοΐας και του εμπορίου στο χώρο της Βόρειας θάλασσας.⁴¹ Το κλίμα της περιοχής είναι ωκεάνιο το οποίο χαρακτηρίζεται κατά κύριο λόγο από κρύα και υγρά καλοκαίρια και ήπιους και υγρούς χειμώνες.



³⁹ Statistisches Bundesamt, ανακτήθηκε στις 19-04-2016 από

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Regionaldaten.html>

⁴⁰ Hamburg.de, ανακτήθηκε στις 04-06-2016 από <http://www.hamburg.de/info/3277402/hamburg-in-zahlen/>

⁴¹ Wikipedia, ανακτήθηκε στις 04-06-2016 από https://el.wikipedia.org/wiki/Χανσεατική_Ένωση

4.6.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΑΜΒΟΥΡΓΟ

Όπως προαναφέρθηκε το Αμβούργο είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Γερμανίας και επίσης θεωρείται μια από τις πιο όμορφες πόλεις της χώρας. Προσφέρει μια σειρά από αξιοθέατα και ψυχαγωγία καθώς η τέχνη, ο πολιτισμός, τα μούζικαλ αλλά και τα θέατρα βρίσκονται σε πολύ υψηλό επίπεδο.

Σημεία παγκόσμιου ενδιαφέροντος τα οποία προσελκύουν κάθε χρόνο πολλούς τουρίστες υπάρχουν διάσπαρτα σε όλη την πόλη. Ένα από τα πιο χαρακτηριστικά θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι το Φίσμαρκετ (Fischmarkt), μια παραδοσιακή αγορά του Αμβούργου η οποία λειτουργεί από το 1703 και στην οποία πωλούνται διαφόρων ειδών εμπορεύματα. Η συνοικία Σανκτ Πάουλι (St. Pauli) με τον πολυσύχναστο δρόμο Ρίπερμπαν (Reeperbahn) ήταν και είναι ο νούμερο ένας προορισμός για διασκέδαση στο Αμβούργο με διαφόρων ειδών κλαμπ, ντισκοτέκ και αγοραίο έρωτα ο οποίος υπάρχει πολλές δεκαετίες στην περιοχή.⁴²

Από το Αμβούργο δεν θα μπορούσαν επίσης να λείπουν σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος τα οποία από το 2015 έχουν ενταχθεί στη λίστα της UNSECO. Πιο συγκεκριμένα, υπό την προστασία της βρίσκονται :

- ✓ Η περιοχή των αποθηκών (Speicherstadt)
- ✓ Η συνοικία εμπορικών γραφείων (Kontorhausviertel) με πιο χαρακτηριστικό κτίριο την Οικία της Χιλής όπως ονομάζεται⁴³

Σύμφωνα με στατιστικές έρευνες οι οποίες έχουν πραγματοποιηθεί για το έτος 2014 οι αριθμοί του τουρισμού είχαν συνολικά ανοδική πορεία συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Πιο συγκεκριμένα οι αφίξεις τουριστών στο Αμβούργο άγγιξαν τα 6.051.766 δημιουργώντας μια αύξηση 2,9% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Από τον συνολικό αριθμό των αφίξεων οι τουρίστες οι οποίοι προέρχονταν από τον διεθνή χώρο έφτασαν τους 1.355.412 δηλαδή 10,3% περισσότεροι από το προηγούμενο έτος

⁴² Hamburg tourismus.de, ανακτήθηκε στις 02-07-2016 από <http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/>

⁴³ Hamburg tourismus.de, ανακτήθηκε στις 02-07-2016 από <http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/historisches-hamburg/unesco-weltkulturerbe/>

ενώ οι εγχώριοι οι οποίοι αυξήθηκαν μόνο κατά 1% ήταν 4.696.354. Όσων αφορά τις διανυκτερεύσεις παρατηρήθηκε μια αύξηση 3,5% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Το 2014 καταγράφηκαν 12.008.154 διανυκτερεύσεις εκ των οποίων 2.935.960 προέρχονταν από τους διεθνείς ενώ οι 9.072.194 από τους εγχώριους τουρίστες δημιουργώντας αυξήσεις 10,3% και 1,5% αντίστοιχα. Οι επισκέπτες της πόλης διαθέτουν κατά μέσο όρο 57,50€ ανά ημέρα δημιουργώντας έτσι ακαθάριστα έσοδα μέσω του τουρισμού για το Αμβούργο ύψους 6,02 δις €.

Ο τουρισμός για την πόλη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο αν σκεφτεί κανείς ότι 97.320 άτομα ζουν από τον τουρισμό, δηλαδή το εισόδημά τους προέρχεται αποκλειστικά από τον τουριστικό τομέα.⁴⁴

⁴⁴ Hamburg Tourismus.de, ανακτήθηκε στις 02-07-2016 από https://static1.hamburg-tourism.de/live_fileadmin/redaktion/Monitoring/Zahlen_Fakten_Trends_2014_de_online_FINAL.pdf

4.7. ΒΑΥΑΡΙΑ – BAYERN

Το κρατίδιο της Βαυαρίας βρίσκεται στο νοτιοανατολικό άκρο της Γερμανίας και η πρωτεύουσα αυτού είναι το Μόναχο. Άλλες μεγάλες πόλεις της Βαυαρίας είναι η Νυρεμβέργη (Nürnberg) και το Άουγκσμπουργ (Augsburg). Ο πληθυσμός του είναι 12.691.568 κάτοικοι (2014)⁴⁵ και η έκταση αυτού 70.500 τ.χλμ. η οποία το καθιστά το μεγαλύτερο κρατίδιο της Γερμανίας. Η Βαυαρία



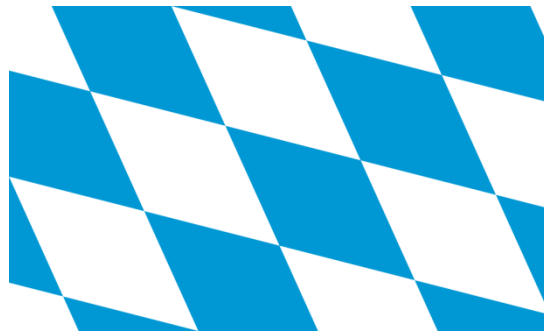
είναι μια περιοχή με πολύ μεγάλη γεωγραφική σημασία και πολλές επιλογές όσον αφορά τις προτιμήσεις των επισκεπτών.

Τα σημαντικότερα ποτάμια τα οποία διασχίζουν την περιοχή είναι ο Δούναβης και ο Μάιν ενώ οι Βαυαρικές Άλπεις στα νότια σχηματίζουν φυσικά σύνορα με την Αυστρία, με την υψηλότερη κορυφή της Γερμανίας, Τσούχσπιτζε (Zugspitze) στα 2.962 μέτρα. Νοτιοδυτικά η λίμνη της Κωνσταντίας ή όπως ονομάζεται στα γερμανικά Μπόντενζε (Bodensee) αποτελεί φυσικό σύνορο με την Ελβετία και τέλος ανατολικά συνορεύει με την Τσεχία. Οι αντιθέσεις και οι εναλλαγές των τοπίων μπορούν να χωριστούν σε τέσσερις ομάδες. Αρχικά οι Βαυαρικές Άλπεις με την υψηλότερη κορυφή της χώρας, δεύτερον οι πρόποδες των Άλπεων με αρκετές λίμνες, τρίτων τα κεντρικά βουνά της Ανατολικής Βαυαρίας τα οποία φιλοξενούν το πρώτο εθνικό πάρκο της Γερμανίας και τέλος η τοποθεσία Swabian-Franconian cuesta.

Η διατήρηση της φύσης και η προστασία του περιβάλλοντος είναι ύψιστης σημασίας για την περιοχή αυτή. Αυτά αποτελούν επίσης αναπόσπαστο κομμάτι του Συντάγματος της Βαυαρίας από το 1984. Υπάρχουν πάρα πολλές προστατευόμενες περιοχές στη Βαυαρία δύο εκ των οποίων βρίσκονται υπό την προστασία της UNESCO. Αυτές είναι η περιοχή Μπέρχτεσγκάντενερ Λαντ (Berchtesgadener Land)

⁴⁵ Statistisches Bundesamt, ανακτήθηκε στις 19-04-2016 από <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Regionaldaten.html>

και η περιοχή Rhön οι οποίες βρίσκονται υπό την προστασία της UNESCO από το 1990 από το 1991 αντίστοιχα.⁴⁶⁴⁷



⁴⁶ Geography and facts of Bavaria, ανακτήθηκε στις 03-07-2016 από <http://www.bavaria.by/bavaria-germany-geography-travel-saison>

⁴⁷ Wikipedia, ανακτήθηκε στις 03-07-2016 από <https://de.wikipedia.org/wiki/Bayern>

4.7.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΒΑΥΑΡΙΑ

Ο τουρισμός στη Βαυαρία παίζει έναν πρωταρχικό ρόλο τόσο στον εργασιακό όσο και στον οικονομικό τομέα. Είναι μια περιοχή η οποία έχει τη δυνατότητα προσέλκυσης πολλών ειδών τουριστών αφού οι εναλλαγές στις τοποθεσίες καθιστούν εφικτή την δημιουργία υποδομών για πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως για παράδειγμα αγροτικός, περιπατητικός, ιαματικός και χειμερινός τουρισμός. Δεν θα μπορούσαμε φυσικά να μην αναφέρουμε την πολιτιστική κληρονομιά η οποία υπάρχει στη Βαυαρία. Η UNESCO, εκτός από τα φυσικά τοπία τα οποία αναφέρθηκαν παραπάνω, έχει υπό την προστασία της και επτά σημεία μεγάλης πολιτιστικής αξίας ένα εκ των οποίων είναι το κτίριο της Όπερας στο Μπαϊρόιτ (Bayreuth) το οποίο βρίσκεται από το 2012 στον κατάλογο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.⁴⁸

Η Βαυαρία βρίσκεται ανάμεσα στους κορυφαίους προορισμούς της Ευρώπης και είναι ο νούμερο ένας τουριστικός προορισμός εντός της χώρας με την τουριστική της περίοδο να επεκτείνεται όλο το χρόνο. Έτσι το 2015 κατάφερε να κάνει ρεκόρ αφίξεων και διανυκτερεύσεων με 34.200.000 επισκέπτες και με πάνω από 88 εκ. διανυκτερεύσεις.⁴⁹

Τα έσοδα του κρατιδίου από τον τουρισμό άγγιξαν το έτος 2015 τα 31 δις € κάνοντάς τον έτσι μια από τις κύριες πηγές χρημάτων αλλά και πολύ σημαντικό όσον αφορά τις θέσεις εργασίας τις οποίες προσφέρει στους κατοίκους αφού 560.000 άτομα δηλώνουν πως το εισόδημά τους προέρχεται αποκλειστικά από τον τουρισμό.⁵⁰

⁴⁸ Bayern.de ανακτήθηκε στις 03-07-2016 από <http://www.bayern.by/unesco-weltkulturerbe-bayern>

⁴⁹ Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, ανακτήθηκε στις 19-04-2016 από <http://www.stmwi.bayern.de/tourismus/>

⁵⁰ Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, ανακτήθηκε στις 30-06-2016 από http://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwivt/Publikationen/2016/2016-04-19-Tourismus_in_Bayern_2016_deutsch.pdf

4.8. ΣΑΞΟΝΙΑ – SACHSEN

Η Σαξονία βρίσκεται στην ανατολική πλευρά της Γερμανίας και η έκτασή της είναι 18.400 τ. χλμ. Πρωτεύουσα του κρατιδίου είναι η Δρέσδη και ο συνολικός πληθυσμός αυτού 4.079.728 κάτοικοι (2015). Τα μόνα σύνορα του κρατιδίου με άλλες χώρες είναι στα ανατολικά με την Πολωνία και την Τσεχία.



Σχετικά με την γεωμορφολογία του κρατιδίου, υπάρχουν πολλά σημαντικά ποτάμια όπως ο ποταμός Έλβας (Elbe) ο οποίος διασχίζει το κρατίδιο από το νοτιοανατολικό σημείο προς τα βορειοδυτικά ενώ τα πολωνικά σύνορα διαμορφώνονται από τον ποταμό Νάισσε (Neisse). Τα «Όρη μεταλλεύματος» ή Ερτσγκεμπιέγκε (Erzgebirge) όπως ονομάζονται στα γερμανικά επεκτείνονται από την Βαυαρία ως τον ποταμό Έλβα και παίζουν μεγάλο ρόλο στην γεωμορφολογία της περιοχής καθώς εκτός από της υψηλές περιοχές, με την υψηλότερη να βρίσκεται στα 1.215 μέτρα, σχηματίζουν, σε συνδυασμό με τα ποτάμια, πεδιάδες αλλά και φαράγγια.

Όσον αφορά το κλίμα της περιοχής, η Σαξονία βρίσκεται στην εύκρατη ζώνη της Κεντρικής Ευρώπης. Αυτό σημαίνει πως το κλίμα είναι ηπειρωτικό, με ψυχρότερους χειμώνες και ξηρά καλοκαίρια από ότι σε άλλες περιοχές της χώρας. Επιπλέον, η γεωμορφολογία της περιοχής, η οποία προαναφέρθηκε, είναι υπεύθυνη για την ύπαρξη μεγάλων κλιματικών διαφορών εντός του κρατιδίου.

Η Σαξονία υπήρξε ένα από τα πέντε κρατίδια τα οποία άνηκαν στην ανατολική Γερμανία (DDR) μετά το τέλος του δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου μέχρι και το 1990.⁵¹



⁵¹ Wikipedia, ανακτήθηκε στις 30-06-2016 από <https://de.wikipedia.org/wiki/Sachsen>

4.8.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΣΑΞΟΝΙΑ

Όπως προαναφέρθηκε η Σαξονία είναι ένα σχετικά νεοσύστατο κρατίδιο και έτσι συγκριτικά με τα υπόλοιπα οι αριθμοί όσον αφορά τον τουρισμό είναι αρκετά χαμηλότεροι. Παρόλα αυτά, γίνονται πολλές προσπάθειες για την αύξησή του οι οποίες αποδίδουν. Και στη Σαξονία, όπως και στη Βαυαρία, οι επιλογές όσων θα επισκεφθούν το κρατίδιο είναι πολλές. Από θαλασσιά σπορ στα ποτάμια και τις λίμνες μέχρι και χειμερινό τουρισμό, η Σαξονία έχει πολλά να προσφέρει στους τουρίστες. Καθώς πολλά ιστορικά μνημεία στην περιοχή έμειναν ανέπαφα από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο μπορούμε να διαπιστώσουμε πως ένας από τους κύριους πόλους έλξης τουριστών είναι ο πολιτισμός.⁵² Επιπλέον, σημαντικός πόλος έλξης τουριστών είναι και τα Όρη Μεταλλεύματος στα οποία λειτουργούσαν ορυχεία από τον 15^ο αιώνα.⁵³ Πλέον η περιοχή αξιοποιείται τουριστικά και οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα σε διαφορετικές διαδρομές στα Όρη, κατά τη διάρκεια των οποίων μπορούν να δουν όχι μόνο τα ορυχεία αλλά και τις πόλεις οι οποίες υπάρχουν κοντά σε αυτά.⁵⁴

Το έτος 2014 οι αφίξεις των τουριστών έφτασαν τα 7,4 εκατομμύρια και οι διανυκτερεύσεις τα 18,9 εκατομμύρια. Τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία εισέρχονται στη Σαξονία μέσω του τουρισμού αγγίζουν τα 7,4 δις € το οποίο μεταφράζεται ως 721 εκατομμύρια € φορολογικά έσοδα για το κράτος την Γερμανίας. Στη Σαξονία υπάρχουν περίπου 200.000 θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα.⁵⁵

⁵² Sachsen Tourismus.de ανακτήθηκε στις 03-07-2016 από <http://www.sachsen-tourismus.de>

⁵³ Wikipedia, ανακτήθηκε στις 03-07-2016 από <https://de.wikipedia.org/wiki/Erzgebirge>

⁵⁴ Erzgebirge tourismus.de, ανακτήθηκε στις 03-07-2016 από <http://www.erdgebirge-tourismus.de>

⁵⁵ Landestourismusverband Sachsen, ανακτήθηκε στις 30-06-2016 από <http://ltv-sachsen.de/csdata/epaper/1/de/56499e49712c1/#/2>

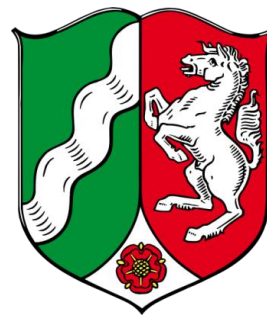
4.9. ΒΟΡΕΙΑ ΡΗΝΑΝΙΑ-ΒΕΣΤΦΑΛΙΑ – NORDRHEIN-WESTFALEN



Η Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία είναι το πολυπληθέστερο κρατίδιο της Γερμανίας με 17.638.098 κατοίκους.⁵⁶ Πρωτεύουσά του είναι το Ντίσελντορφ (Düsseldorf). Βρίσκεται στα δυτικά της χώρας και συνορεύει με το Βέλγιο και την Ολλανδία. Σε αυτό το κρατίδιο υπάρχουν πολλές μεγαλουπόλεις. Φτάνει να σκεφτεί κανείς ότι σε αυτό βρίσκονται 29 από τις 77 μεγαλουπόλεις της χώρας όπως για παράδειγμα η Κολωνία (Köln) και το Ντόρτμουντ (Dortmund). Το κρατίδιο διαρρέουν αρκετά ποτάμια τα μεγαλύτερα των οποίων είναι ο Ρήνος (Rhein) και ο Ρουρ (Ruhr). Η μεγαλύτερη κορυφή είναι το Λανγκενμπέργκ (Langenberg) και βρίσκεται στα 843,2 μέτρα.⁵⁷

Στην κοιλάδα του ποταμού Ρουρ άρχισαν από τις αρχές του 19^{ου} αιώνα να λειτουργούν ορυχεία άνθρακα και κατά τις δεκαετίες του '50 και του '60 ήταν μια από τις σημαντικότερες βιομηχανικές περιοχές της Ευρώπης. Μια κρίση στον άνθρακα και το χάλυβα η οποία προήλθε μέσω αλλαγών της παγκόσμιας οικονομίας οδήγησε την περιοχή σε διαθρωτικές αλλαγές. Πλέον βρίσκεται σε λειτουργία μόνο ένα ορυχείο λιθάνθρακα.

Η Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία παίζει ακόμα και σήμερα σημαντικό ρόλο στην οικονομία της χώρας με το 22% του ΑΕΠ της χώρας να προέρχεται από αυτή.



⁵⁶ Statistisches Bundesamt, ανακτήθηκε στις 19-04-2016 από

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Regionaldaten.html>

⁵⁷ Wikipedia, ανακτήθηκε στις 03-07-2016 από <https://de.wikipedia.org/wiki/Nordrhein-Westfalen>

4.9.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΒΟΡΕΙΑ ΡΗΝΑΝΙΑ-ΒΕΣΤΦΑΛΙΑ

Ως το πολυπληθέστερο κρατίδιο της χώρας, η Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία είναι λογικό να προσφέρει στους επισκέπτες τις πολλών ειδών δραστηριότητες. Τα ορυχεία τα οποία διαδραμάτισαν κύριο ρόλο στην περιοχή της κοιλάδας του Ρουρ από τις αρχές του 19^{ου} αιώνα, έχουν πλέον μετατραπεί σε πόλο έλξης τουριστών. Το είδος αυτού του τουρισμού είναι γνωστό ως βιομηχανικός τουρισμός. Πιο συγκεκριμένα, το βιομηχανικό σύμπλεγμα ανθρακωρυχείων «Zeche und Kokerei Zollverein» το οποίο λειτούργησε έως το 1986, βρίσκεται από το 2001 υπό την προστασία της UNESCO και προσελκύει κάθε χρόνο πάνω από 2 εκατομμύρια επισκέπτες.⁵⁸ Επιπρόσθετα, οι μεγάλες πόλεις του κρατιδίου και συγκεκριμένα η Κολωνία αλλά και το Άαχεν, με τους καθεδρικούς τους ναούς να βρίσκονται και αυτοί υπό την προστασία της UNESCO, δεν θα μπορούσαν να λείπουν από τις επιλογές των τουριστών. Πιο αναλυτικά, ο καθεδρικός ναός της Κολωνίας ο οποίος από το 1996 θεωρείται μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς προσελκύει κάθε χρόνο πάνω από 6 εκατομμύρια τουρίστες και βρίσκεται έτσι στους πιο αγαπημένους προορισμούς της χώρας.⁵⁹ Ο καθεδρικός ναός του Άαχεν ο οποίος είναι πολύ σημαντικός για την ιστορία της τέχνης και την αρχιτεκτονική του, βρίσκεται υπό της προστασία της UNESCO από το 1978.⁶⁰ Εντυπωσιακή είναι και η διοικητική περιφέρεια Μύνστερ (Münster) στην οποία οι επισκέπτες μπορούν να ακολουθήσουν μια διαδρομή 960 χιλιομέτρων στην οποία βρίσκονται πάνω από 100 κάστρα και ανάκτορα. Η Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία προσφέρεται επίσης για τους λάτρεις της φύσης με περιπατητικές και ποδηλατικές διαδρομές.⁶¹

Το έτος 2014 καταγράφηκαν πάνω από 21,2 εκατομμύρια αφήξεις στη Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία ενώ οι διανυκτερεύσεις έφτασαν τις 47,9 εκατομμύρια εκ των οποίων περισσότερες από 10 εκατομμύρια ήταν από επισκέπτες του εξωτερικού.⁶²

⁵⁸ NRW tourismus.de, ανακτήθηκε στις 04-07-2016 από <http://www.nrw-tourismus.de/a-zeche-zollverein>

⁵⁹ NRW tourismus.de, ανακτήθηκε στις 04-07-2016 από <http://www.nrw-tourismus.de/a-koelner-dom>

⁶⁰ NRW tourismus.de, ανακτήθηκε στις 04-07-2016 από <http://www.nrw-tourismus.de/a-aachener-dom>

⁶¹ Münsterland tourismus.de, ανακτήθηκε στις 04-07-2016 από <http://www.muensterland-tourismus.de/5116/100-schloesser-route-radtour>

⁶² Tourismusverband NRW, ανακτήθηκε στις 30-06-2016 από <http://www.touristiker-nrw.de/beherbergungsstatistik-nrw-2014-jahresergebnis-und-bundesvergleich/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Ο κινηματογραφικός τουρισμός έχει αυξηθεί πολύ τα τελευταία χρόνια στη Γερμανία αφού όλο και περισσότεροι κατανοούν το πόσα μπορεί να προσφέρει αυτό το είδος τουρισμού σε μια χώρα ή μια περιοχή. Καθώς η Γερμανία είναι μια χώρα με κινηματογραφική ιστορία, αξιοποιεί πλέον κάθε ευκαιρία προσέλκυσης τουριστών μέσω ταινιών αλλά και κινηματογραφικών φεστιβάλ.

Αυτή τη στιγμή, υπάρχει μια γερμανική ιστοσελίδα η οποία αναφέρεται αποκλειστικά στον κινηματογραφικό τουρισμό τόσο στη Γερμανία όσο και σε άλλες χώρες του κόσμου βοηθώντας και δίνοντας πληροφορίες σε όσους θέλουν να δοκιμάσουν αυτό το είδος διακοπών. Η ιστοσελίδα αυτή (www.filmtourismus.de), προσελκύει πάνω από 80.000 αναγνώστες το μήνα και δημιουργήθηκε από μια γυναίκα η οποία ολοκλήρωσε τις σπουδές της στον τομέα του τουρισμού και είναι η ίδια κινηματογραφικός τουρίστας. Στην ιστοσελίδα της, ένα άρθρο με τίτλο «Έξι καλοί λόγοι να είσαι κινηματογραφικός τουρίστας» αναφέρει :

- ✓ Οι κινηματογραφικοί τουρίστες βλέπουν περισσότερα
- ✓ Η γη δεν είναι αρκετή
- ✓ Άγνωστες γωνίες
- ✓ Κινηματογραφικές αναμνήσεις
- ✓ Ενθάρρυνση νέων μορφών τουρισμού
- ✓ Οι άλλοι κινηματογραφικοί τουρίστες

Πιο συγκεκριμένα τα σημεία στα οποία εστιάζει στο άρθρο είναι ότι οι κινηματογραφικοί τουρίστες συγκριτικά με τους υπόλοιπους, δείχνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για μέρη τα οποία δεν είναι ευρέως γνωστά αλλά έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο σε κάποια αγαπημένη τους ταινία ή σειρά και συνδέουν τοποθεσίες με συγκεκριμένες ιστορίες. Ένα πλεονέκτημα των κινηματογραφικών τουριστών είναι πως αφού «γνωρίζουν» μια πόλη με βάση κάποια συγκεκριμένη ταινία, μπορούν να την «γνωρίσουν» πάνω από μια φορά.

Αυτό πιο απλά σημαίνει πως μια πόλη μπορεί να αλλάξει «πρόσωπο» μέσω διαφορετικών ταινιών αφού η κάθε ταινία προβάλλει μια άλλη πτυχή της πόλης. Τέλος, οι κινηματογραφικοί τουρίστες μπορεί παράλληλα να είναι για παράδειγμα και πολιτιστικοί ή θρησκευτικοί τουρίστες. Δεν παύουν δηλαδή να ενδιαφέρονται και για άλλα πράγματα πέρα από τις τοποθεσίες των ταινιών.

Εκτός από την ιστοσελίδα η οποία έχει ως στόχο την ενημέρωση των ενδιαφερόμενων σχετικά με τον κινηματογραφικό τουρισμό, έχουν αναπτυχθεί και εταιρίες οι οποίες ασχολούνται με αυτό το είδος τουρισμού. Η Entertain tours ιδρύθηκε το 2015 και είναι η πρώτη αποκλειστική εταιρία ταξιδιών στη Γερμανία η οποία ειδικεύεται και επικεντρώνεται στον κινηματογραφικό τουρισμό. Μέσω αυτής, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να αγοράσουν ταξιδιωτικά πακέτα εσωτερικού και εξωτερικού αλλά και να εξατομικεύσουν το δικό τους ταξίδι με βάση τις προτιμήσεις τους.⁶³



⁶³ Entertain tours, ανακτήθηκε στις 04-07-2016 από <http://entertain-tours.de>

5.1. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ – ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΓΚΕΡΛΙΤΣ (DESTINATION MARKETING)

Για να αναφερθούμε στο πως ο κινηματογραφικός τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο του μάρκετινγκ προορισμού (destination marketing) θα πρέπει πρώτα να γίνει κατανοητός ο όρος *μάρκετινγκ προορισμού*. Ως μάρκετινγκ προορισμού λοιπόν ορίζουμε *«τη διαδικασία της επικοινωνίας με τους πιθανούς επισκέπτες έτσι ώστε να επηρεαστούν οι προτιμήσεις προορισμού τους, η πρόθεσή τους να ταξιδέψουν και τελικά οι επιλογές τους όσον αφορά τον τελικό τους προορισμό και τα προϊόντα τα οποία θα καταναλώσουν»*.⁶⁴

Μπορούμε να αναφέρουμε πως τα τέσσερα βήματα για επιτυχημένο μάρκετινγκ μιας κινηματογραφικής παραγωγής είναι :

- ✓ Δικτύωση με την εκάστοτε περιφερειακή επιτροπή κινηματογράφου
- ✓ Επικοινωνία με την υπεύθυνη εταιρία παραγωγής της ταινίας (διαπραγμάτευση διαχείρισης δικαιωμάτων και παροχή πρόσβασης στο σενάριο και τις τοποθεσίες της ταινίας
- ✓ Ανάλυση του σεναρίου, των συμπεριλαμβανομένων τοποθεσιών και του κοινού στο οποίο απευθύνεται η ταινία
- ✓ Ανάπτυξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ και ενδεχομένως προϊόντων για τον κινηματογραφικό τουρισμό⁶⁵

Για την ανάλυση του μάρκετινγκ προορισμού θα εστιάσουμε σε μια πόλη του κρατιδίου της Σαξονίας, το Γκέρλιτς. Το Γκέρλιτς βρίσκεται ακριβώς στα σύνορα με την Πολωνία και είναι η ανατολικότερη πόλη της Γερμανίας. Έχει έκταση 67,93 τ.χλμ. και ο πληθυσμός της ανέρχεται σε 60.765 κατοίκους⁶⁶. Η πόλη αυτή έχει αποτελέσει κινηματογραφικά πολλές φορές πηγή έμπνευσης για αρκετούς

⁶⁴ Sustainable Tourism Online, Destination Marketing, ανακτήθηκε στις 13-06-2016 από <http://www.sustainabletourisonline.com/destinations-and-communities/implementation/destination-marketing>

⁶⁵ Filme als Tourismusfaktor, ανακτήθηκε στις 21-06-2016 από http://www.publicmarketing.eu/_data/PublicMarketing_03_2011_Leseprobe_Filme_als_Tourismusfaktor.pdf

⁶⁶ Görlitz.de, ανακτήθηκε στις 21-06-2016 από <http://www.goerlitz.de/Stadt-Ortsteile.html>

παραγωγούς αφού έχει καταφέρει να διατηρήσει σχεδόν ανέπαφα από τις καταστροφές του Β' Παγκοσμίου Πολέμου περίπου 4.000 μνημεία από 500 χρόνια, κάτι που καθιστά την περιοχή μοναδική για την αρχιτεκτονική της. Αναλυτικότερα, τα μνημεία που μπορεί κάποιος να δει στο Γκέρλιτς προέρχονται από τον Μεσαίωνα μέχρι και τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και διαφορετικών ειδών δομές είναι ορατές. Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν δομές ύστερου γοθτικού ρυθμού, αναγέννησης, Μπαρόκ αλλά και νέας τέχνης (Art nouveau)⁶⁷. Η πρώτη ταινία η οποία γυρίστηκε στην περιοχή ήταν την δεκαετία του 1950 και από τότε έχουν επιλέξει την πόλη περίπου 100 κινηματογραφικοί παραγωγοί για τα γυρίσματα των ταινιών τους .

Η πόλη με την αρχιτεκτονική της έχει τη δυνατότητα να προσαρμόζεται στις περιστάσεις, πράγμα που απλά σημαίνει πως κατά τη διάρκεια κινηματογραφικών γυρισμάτων καταφέρνει να «μεταμορφωθεί». Πιο συγκεκριμένα στην ταινία «Ο γύρος του κόσμου σε 80 μέρες» με τον Τσάκι Τσάν οι δρόμοι του Γκέρλιτς μεταμορφώθηκαν σε δρόμους του Παρισιού του 19^{ου} αιώνα και το ζυθοποιείο Λάντσκρον (Landskron) μετατράπηκε σε λιμάνι της Νέας Υόρκης.⁶⁸

Για τις δραστηριότητες μάρκετινγκ τις οποίες χρησιμοποιεί η πόλη για την προώθησή της μέσω του κινηματογραφικού τουρισμού αντήσαμε πληροφορίες τόσο από την ιστοσελίδα της πόλης (www.goerlitz.de) όσο και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου όπου υποβάλλαμε κάποιες ερωτήσεις και η ανταπόκριση ήταν πολύ γρήγορη.

Όσων αφορά λοιπόν τις δραστηριότητες μάρκετινγκ σχετικά με τον κινηματογραφικό τουρισμό η κυρία Anja Schliess, συνεργάτης δημοσίων σχέσεων της εταιρίας μάρκετινγκ της πόλης, μετά την επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αναφέρει : *«Οι δραστηριότητες μάρκετινγκ σχετικά με τον κινηματογραφικό τουρισμό „τρέχουν“ σταθερά και είναι ανεξάρτητες από τον χρόνο γυρισμάτων»*. Βλέπουμε λοιπόν πως αξιοποιούν τη δημοσιότητα που προσάπτουν στην πόλη τα γυρίσματα όλο το χρόνο δημιουργώντας ξεναγήσεις τις οποίες θα δούμε στη συνέχεια, προκαλώντας έτσι το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Προτού όμως αναφερθούμε στις ξεναγήσεις, είναι πολύ σημαντικό να αναφέρουμε πως υπάρχουν έντυπα φυλλάδια τα οποία μοιράζονται στους επισκέπτες, υπάρχει δυνατότητα λήψης μέσω της ιστοσελίδας της

⁶⁷ Görlitz.de, ανακτήθηκε στις 21-06-2016 από http://www.goerlitz.de/Willkommen_in_Goerliwood.html

⁶⁸ Görlitz.de, ανακτήθηκε στις 21-06-2016 από <http://www.goerlitz.de/Goerliwood.html>

πόλης αλλά μπορούν επίσης να αποσταλούν στους ενδιαφερόμενους μετά από αίτηση. Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν φυλλάδια τα οποία αναφέρονται στην πόλη, κατάλογος ξενοδοχείων και λοιπών καταλυμάτων και εστιατορίων, φυλλάδιο ξεναγήσεων, κατάλογος ομαδικών ταξιδιών αλλά και ο κατάλογος «Καλώς ήρθατε στο Görlitz» (Willkommen in Görlitz) στον οποίο αναφέρονται οι ταινίες οι οποίες έχουν γυριστεί στην πόλη, οι τοποθεσίες γυρισμάτων αλλά και οι ηθοποιοί. Τα φυλλάδια αυτά διανέμονται στην Γερμανική και Αγγλική γλώσσα και μερικά από αυτά και στα Πολωνικά.

Η ξενάγηση «Film ab» είναι μια περιήγηση μέσα στην πόλη η οποία μεταφέρει τους επισκέπτες στον κόσμο του κινηματογράφου δίνοντάς τους πληροφορίες για τις τοποθεσίες των γυρισμάτων και πως αυτές οι τοποθεσίες μετατράπηκαν σε σκηνικά για την ταινία. Επιπλέον οι ξεναγοί δίνουν πληροφορίες για τους ηθοποιούς, πολλές φορές μέσω ιστοριών από την παραμονή τους στην πόλη. Η διάρκεια της ξενάγησης είναι 120 λεπτά και η τιμή του εισιτηρίου 9,50€ / άτομο⁶⁹. Η ξενάγηση αυτή βρίσκεται σε μεγάλη ζήτηση καθ' όλη τη διάρκεια της σεζόν.

Επιπλέον, έχει δημιουργηθεί ένα ταξιδιωτικό πακέτο το οποίο οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να επιλέξουν για την διαμονή τους στην πόλη. Το πακέτο αυτό περιλαμβάνει:

- ✓ 2 διανυκτερεύσεις με πρωινό σε δίκλινο δωμάτιο ξενοδοχείου μεσαίας κατηγορίας στο κέντρο της πόλης
- ✓ 1 βραδινό γεύμα την ημέρα της άφιξης
- ✓ Συμμετοχή σε απλή ξενάγηση της πόλης ή στην κινηματογραφική ξενάγηση της πόλης
- ✓ Ενημερωτικό τουριστικό υλικό (φυλλάδια κ.α.)
- ✓ 1 DVD ταινίας η οποία έχει γυριστεί στην πόλη ανά κράτηση

Η τιμή του πακέτου ξεκινάει από 129€ / άτομο σε δίκλινο δωμάτιο.

Επιπρόσθετες ενέργειες σχετικά με το μάρκετινγκ τοποθεσίας της πόλης είναι τα ταξίδια τύπου (Presse Reisen) και τα λεγόμενα Fam-Trips (Familiarisation Trips) τα

⁶⁹ Görlitz.de, ανακτήθηκε στις 22-06-2016 από <http://www.goerlitz.de/angebot/detail/13-Individualreise-Film-ab-Rundgang-durch-die-Filmkulisse-Goerlitz>

οποία είναι ταξίδια χαμηλού κόστους τα οποία προσφέρονται σε ταξιδιωτικούς πράκτορες ή στην περίπτωση μας σε δημοσιογράφους από έναν προμηθευτή ή κατά την περίπτωση μας μια πόλη, ώστε να εξοικειώσει τους παράγοντες με τον προορισμό και τις υπηρεσίες που προσφέρονται.⁷⁰ Τα ταξίδια αυτά προσέλκυσαν στην πόλη πάνω από 180 δημοσιογράφους και όλη αυτή η διαδικασία αντανακλάται τελικά σε πολυάριθμες διεθνείς και εθνικές έντυπες εκδόσεις αφού οι δημοσιογράφοι μετά το τέλος του ταξιδιού τους γράφουν για τις εμπειρίες τους κατά την παραμονή τους στην πόλη.

Η εταιρία μάρκετινγκ του Γκέρλιτς έχει επίσης φροντίσει για την ύπαρξη διαδικτυακής ενημέρωσης προς τους ενδιαφερόμενους. Η ενημέρωση γίνεται μέσω άρθρων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα οποία αγγίζουν τους 11.500 αναγνώστες.⁷¹ Διαφημίσεις της πόλης ως κινηματογραφική τοποθεσία γίνονται επίσης σε μεγάλες εφημερίδες (die Zeit, die Welt, Prager Zeitung).

Τέλος, η εταιρία λαμβάνει μέρος σε πολυάριθμες εκθέσεις, τουριστικές και μη, προωθώντας έτσι την πόλη. Πιο συγκεκριμένα, έλαβαν μέρος την εβδομάδα μόδας στο Βερολίνο κατά τη διάρκεια της οποίας προώθησαν το Γκέρλιτς ως «Προορισμό για ταινίες και μόδα» (Location for Film and Fashion). Αυτό μας δείχνει πως προσπαθούν να προωθήσουν το κινηματογραφικό κομμάτι της πόλης τους όχι μόνο μέσω της τουριστικής βιομηχανίας αλλά και άλλων βιομηχανιών, διευρύνοντας έτσι τους αποδέκτες των ενεργειών τους. Άλλες σημαντικές εθνικές αλλά και διεθνείς τουριστικές εκθέσεις στις οποίες η εταιρία μάρκετινγκ πήρε μέρος το έτος 2015 φαίνονται παρακάτω.

Ονομασία	Ημερομηνίες	
Vakantiebeurs Utrecht	13-18/01/2015	Μεγαλύτερη έκθεση τουρισμού των χωρών Μπενελούξ

⁷⁰ Urban Dictionary, ανακτήθηκε στις 22-06-2016 από <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=fam%20trip>

⁷¹ Görlitz.de, ανακτήθηκε στις 22-06-2016 από <http://www.goerlitz.de/news/detail/156-Goerlitzer-Tourismus-stabilisiert-sich-2014-auf-hohem-Niveau-Starkes-Marketing-stuetzt-erhoehtes-Gaesteaufkommen>

ITB Berlin	4-8/03/2015	
CMT Stuttgart	17-25/01/2015	
Tourist Trade Show Wroclaw	20-22/02/2015	Πολωνία
Ferien-Sport und Freizeitmesse Zürich	29/01-1/02 / 2015	Ελβετία
Holiday World Prague	19-22/02/2015	Τσεχία

Τέλος, δεν θα μπορούσαν φυσικά να λείπουν τα αναμνηστικά τα οποία μπορεί κανείς να προμηθευτεί επισκεπτόμενος το Γκέρλιτς. Στην πόλη υπάρχει η κολεξιόν Görliwood οι οποία αποτελείται από τσάντες, κούπες, μπλούζες κ.α. η οποία προωθείται και μέσω του διαφημιστικού φυλλαδίου το οποίο αναφέραμε νωρίτερα.

Όλες οι περιοχές τις χώρας οι οποίες λειτουργούν ως κινηματογραφικές τοποθεσίες προσελκύοντας παραγωγές τόσο από τη χώρα όσο και από το εξωτερικό, χρησιμοποιούν τις ίδιες σχεδόν τεχνικές μάρκετινγκ ώστε να καταφέρουν να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες. Μικρές διαφορές στις τεχνικές μπορούν πάντοτε να γίνουν ορατές.

5.2. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού της χώρας, παίζει η μεμονωμένη ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού τοποθεσίας. Πιο συγκεκριμένα, σχεδόν κάθε πόλη η οποία έχει φιλοξενήσει γυρίσματα τόσο ταινιών όσο και τηλεοπτικών σειρών προωθεί τον τουρισμό τοποθεσίας με ξεναγήσεις στα μέρη των γυρισμάτων αλλά και με διάφορα τουριστικά πακέτα. Στη συνέχεια θα δοθεί ένα παράδειγμα τουρισμού τοποθεσίας για κάθε κρατίδιο το οποίο αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο.

Ξεκινώντας από την πρωτεύουσα της χώρας, το Βερολίνο, υπάρχουν πολλές ιδιωτικές πρωτοβουλίες οι οποίες βασίζονται στον κινηματογραφικό τουρισμό. Μια από αυτές ονομάζεται «videoBustour „Filmstadt Berlin“». Είναι μια ξενάγηση με πούλμαν η οποία διαρκεί περίπου 2 ώρες. Κατά τη διάρκεια αυτής, οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τόσο γνωστές όσο και άγνωστες τοποθεσίες της πόλης οι οποίες έχουν προβληθεί σε ταινίες. Ένας ξεναγός ο οποίος ειδικεύεται στον κινηματογραφικό τουρισμό δίνει πληροφορίες για την κάθε τοποθεσία και ταυτόχρονα στις οθόνες εντός του πούλμαν προβάλλονται οι αντίστοιχες σκηνές των ταινιών.⁷²

Στο Αμβούργο υπάρχουν ταξιδιωτικά πακέτα για κινηματογραφικά φεστιβάλ αλλά και ξεναγήσεις σε τοποθεσίες γυρισμάτων. Εδώ θα αναφερθούμε σε μια ξενάγηση η οποία βασίζεται σε γερμανικές τηλεοπτικές παραγωγές. Η ξενάγηση ονομάζεται «Krimistadt Hamburg» (Αμβούργο : Η πόλη των αστυνομικών θρίλερ) και όσοι την επιλέγουν έχουν την ευκαιρία να δουν από κοντά τοποθεσίες των σειρών αλλά και αξιοθέατα της πόλης.⁷³

Όσον αφορά το μεγαλύτερο κρατίδιο της χώρας, τη Βαυαρία, υπάρχουν όπως και στο Αμβούργο, ξεναγήσεις βασισμένες σε γερμανικές τηλεοπτικές παραγωγές. Η πιο γνωστή σειρά η οποία έχει γυριστεί στους πρόποδες των Άλπεων ονομάζεται «Bulle

⁷² Berlin videoBustour „Filmstadt Berlin“, ανακτήθηκε στις 12-07-2016 από <http://www.getyourguide.de/berlin-I17/video-bustour-filmstadt-berlin-das-rollende-kino-t25099/>

⁷³ Krimistadt Hamburg, ανακτήθηκε στις 12-07-2016 από <http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/kultur-in-hamburg/filmstadt-hamburg/krimi-tour/>

von Tölz» (Ο μπάτσος του Τελτς). Βάσει αυτής της σειράς έχουν δημιουργηθεί τουριστικά πακέτα αλλά και ξεναγήσεις στην περιοχή. Επιπλέον, η σειρά ενέπνευσε και τη δημιουργία ενός μουσείου αποκλειστικό για την συγκεκριμένη τηλεοπτική παραγωγή.⁷⁴

Στη Σαξονία, στο κάστρο Moritzburg στο οποίο το 1973 γυρίστηκε η ταινία «Σταχτοπούτα», πραγματοποιούνται εκθέσεις βασισμένες στην ταινία. Οι επισκέπτες ενημερώνονται για τα γυρίσματα την ταινίας, μπορούν να δουν τις ενδυμασίες που χρησιμοποιήθηκαν αλλά και τα πρόσθετα παρασκήνια που είχαν στηθεί κατά τα γυρίσματα. Οι εκθέσεις αυτές είναι πλέον ένας σημαντικός πόλος έλξης επισκεπτών.⁷⁵

Στη Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία και πιο συγκεκριμένα στην Κολωνία στις εγκαταστάσεις παραγωγής ταινιών WDR (West Deutscher Rundfunk) οι επισκέπτες μπορούν να δουν τα εξωτερικά σκηνικά αλλά και τα εργαστήρια τα οποία αναλαμβάνουν την ετοιμασία των σκηνικών. Επιπλέον, το κινηματογραφικό στούντιο είναι μια ακόμη επιλογή για όσους επισκεφτούν την πόλη.⁷⁶

⁷⁴ Bad Tölz : Auf Spuren des „Bullen von Tölz“, ανακτήθηκε στις 12-07-2016 από <http://www.bayern.by/bulle-von-toelz-auf-filmspuren>

⁷⁵ Schloss Moritzburg, ανακτήθηκε στις 12-07-2016 από http://www.schloss-moritzburg.de/de/schloss_moritzburg/3_haselnuesse_fuer_aschenbroedel/

⁷⁶ Filmtourismus.de, ανακτήθηκε στις 12-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/lindenstrasse/>

5.3. ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΑΙΝΙΩΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Όπως έχουμε ήδη διαπιστώσει, η Γερμανία είναι μια χώρα η οποία δίνει μεγάλη βάση σε θέματα κουλτούρας και τέχνης. Από μια τέτοια χώρα δεν θα μπορούσαν λοιπόν να λείπουν τα διάφορων ειδών φεστιβάλ, τα οποία προσελκύουν κάθε χρόνο πολλούς επισκέπτες τόσο εντός της χώρας όσο και παγκοσμίως. Κάθε χρόνο πραγματοποιούνται πολλά κινηματογραφικά φεστιβάλ με ποικίλη θεματολογία. Αυτό όμως δεν είναι κάτι το οποίο έχει κάνει την εμφάνισή του τα τελευταία χρόνια. Κοιτώντας λίγο πίσω στο χρόνο, βλέπουμε πως τα περισσότερα σημαντικά κινηματογραφικά φεστιβάλ της χώρας ιδρύθηκαν τη δεκαετία του 1950 ενώ μαζί με την ψηφιοποίηση των ταινιών τη δεκαετία του 1990 επήλθε μια μεγάλη αύξηση στον αριθμό των φεστιβάλ της χώρας.⁷⁷

Τα κινηματογραφικά φεστιβάλ εντάσσονται στις μορφές του κινηματογραφικού τουρισμού αφού πολλοί είναι εκείνοι οι οποίοι επισκέπτονται την πόλη κατά τη διάρκεια αυτών για να δουν από κοντά τους αγαπημένους τους ηθοποιούς.

Στη συνέχεια θα εμβαθύνουμε σε κάποια από τα πιο σημαντικά κινηματογραφικά φεστιβάλ της Γερμανίας ώστε να γίνει κατανοητή η σημασία αυτών στο πλαίσιο του κινηματογραφικού τουρισμού.

⁷⁷ Filmfestivals in Deutschland, ανακτήθηκε στις 16-05-2015 από https://de.wikipedia.org/wiki/Filmfestivals_in_Deutschland

5.3.1. ΜΠΕΡΛΙΝΑΛΕ (BERLINALE)

Το πιο γνωστό διεθνές φεστιβάλ κινηματογράφου στη Γερμανία είναι το Μπερλινάλε (Berlinale) το οποίο από το 1951 λαμβάνει χώρα κάθε Φεβρουάριο στην πρωτεύουσα της χώρας, το Βερολίνο. Το φεστιβάλ αυτό ιδρύθηκε μετά από πρωτοβουλία της Δυτικής συμμαχίας (Γαλλία, Αγγλία, Η.Π.Α.) η οποία μετά τον πόλεμο θέλησε να ξαναγίνει το Βερολίνο κέντρο τέχνης και κινηματογράφου. Η πρώτη ταινία η οποία προβλήθηκε στο Μπερλινάλε στις 6 Ιουνίου του 1951 ήταν η «Ρεβέκκα» του Άλφρεντ Χίτσκοκ («Rebecca», Alfred Hitchcock). Μετά το 1955, το Μπερλινάλε άρχισε επίσημα να ταυτίζεται με το φεστιβάλ των Καννών και της Βενετίας και το 1956 ήταν η πρώτη φορά που η κριτική επιτροπή απένειμε την χρυσή και την ασημένια Άρκτο, η οποία είναι και το έμβλημα του κρατιδίου του Βερολίνου. Μέσα σε μερικά χρόνια το φεστιβάλ είχε εγκατασταθεί στις λίστες των διεθνών εκδηλώσεων ενώ το 1959 πενήντα τρεις χώρες με τις ταινίες τους έλαβαν μέρος στο Μπερλινάλε. Παρόλα αυτά, λόγω των πολιτικών συνθηκών της εποχής, τα κομμουνιστικά κράτη δεν μπορούσαν να συμμετέχουν στο φεστιβάλ ως τις αρχές του 1970 που έλαβαν μέρος και χώρες του Ανατολικού Μπλοκ. Το Μπερλινάλε κατάφερε έτσι να γίνει ένας πολιτικός αλλά και πολιτιστικός συνδετικός κρίκος μεταξύ Ανατολικού Μπλοκ και Δύσης και αναγκάστηκε με το πέρασμα των χρόνων να προσαρμοστεί τόσο στα κοινωνικά όσο και στα πολιτικά στάνταρ της εποχής.⁷⁸

Στη συνέχεια θα δούμε κάποια στοιχεία του 66^{ου} Μπερλινάλε (2016) ώστε να γίνει κατανοητό το μέγεθος ατόμων που προσελκύει το φεστιβάλ κάθε χρόνο.

Μπερλινάλε 2016	
Επισκέπτες	
Συνολικό ποσό επισκέψεων θεάτρου	503.900
Εισιτήρια που πουλήθηκαν	335.986
Επαγγελματίες	
Αναγνωρισμένοι επισκέπτες-εξαιρείται ο	16.770

⁷⁸ Internationale Filmfestspiele, ανακτήθηκε στις 16-05-2016 από <https://www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/kultur/vielfalt-der-berliner-kulturlandschaft/internationale-filmfestspiele/>

τύπος (Accredited guests-press excl.)	
Χώρες προέλευσης	122
Τύπος	
Δημοσιογράφοι	3.804
Χώρες προέλευσης	86
Ευρωπαϊκή Κινηματογραφική Βιομηχανία	
Συμμετέχοντες κινηματογραφικής βιομηχανίας	9.121
Αριθμός ταινιών	784
Αριθμός προβολών	1.124
EFM- Stands (European Film Market) (Martin-Gropius-Bau & Business Offices)	181
Αριθμός εκθετών	543
Αγορά συμπαραγωγών Μπερλινάλε	
Συμμετέχοντες	583
Χώρες προέλευσης	52
Ταλέντα του Μπερλινάλε	
Συμμετέχοντες	300
Χώρες προέλευσης	79
Ετήσιος προϋπολογισμός	23 εκ. €

Πηγή: Berlinale.de⁷⁹

Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Βερολίνου λαμβάνει 6,7 εκ. € στη θεσμική χρηματοδότηση από την Επίτροπο της Ομοσπονδιακής Κυβέρνησης για τον πολιτισμό και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Βλέπουμε λοιπόν πως οι αριθμοί των συμμετεχόντων αλλά και των επισκεπτών είναι πολύ μεγάλοι, πράγμα που είναι ζωτικής σημασίας για την πρωτεύουσα της χώρας αφού τις ημέρες του φεστιβάλ υπάρχει αυξημένη τουριστική κίνηση στην περιοχή, το οποίο αποδεικνύεται και από έρευνες και στατιστικές που λαμβάνουν χώρα. Πιο

⁷⁹ Berlinale.de, ανακτήθηκε στις 16-05-2016 από http://www.berlinale.de/en/das_festival/festivalprofil/berlinale_in_zahlen/index.html

συγκεκριμένα, οι οικονομολόγοι της επενδυτικής τράπεζας του Βερολίνου χρησιμοποιούν ένα μακροοικονομικό περιφερειακό μοντέλο για τον υπολογισμό των οικονομικών επιδράσεων που μπορούν για παράδειγμα να προκληθούν από τα Μπερλινάλε κάθε χρόνο. Το 65^ο Μπερλινάλε είχε επιδράσεις στην κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών στην πρωτεύουσα της Γερμανίας μέσω των κινηματογραφικών τουριστών οι οποίοι επισκέφθηκαν την πόλη λόγω του φεστιβάλ.



5.3.2. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΓΚΛΟΜΠΑΛΕ (GLOBALE FILM FESTIVAL)

Η Γκλομπάλε (Globale) είναι μια δεκαπενταμελής ομάδα άκρως δημοκρατική η οποία διοργανώνει κάθε χρόνο ένα κινηματογραφικό φεστιβάλ στην πρωτεύουσα της Γερμανίας διαφορετικό από τα υπόλοιπα. Τα μέλη της ομάδας αλλάζουν σε τακτά χρονικά διαστήματα έτσι ώστε να εμπλουτιστούν οι ιδέες και να μπορέσει η ομάδα να δει τα γεγονότα από διαφορετικές οπτικές γωνίες.

Πιο συγκεκριμένα το φεστιβάλ αυτό είναι ένα μη εμπορικό φεστιβάλ το οποίο ξεκίνησε το 2003 και στο οποίο οι ταινίες είναι ένα μέσο επικοινωνίας και δικτύωσης. Αυτό σημαίνει ότι δεν υπάρχει ανταγωνισμός ανάμεσα στις ταινίες οι οποίες προβάλλονται στο φεστιβάλ, αφού ο λόγος δημιουργίας του ήταν οι συζητήσεις, οι ανταλλαγές απόψεων και οι κινηματογραφικές εμπειρίες.



Στο τελευταίο φεστιβάλ συμμετείχαν σαράντα τρεις ταινίες από είκοσι επτά χώρες των οποίων οι υποθέσεις είχαν ως στόχο να ρίξουν φως στις δομές της παγκόσμιας και τοπικής εξουσίας αλλά και στις δομές των θεσμών οι οποίοι βρίσκονται πίσω από τις συγκρούσεις και τα κοινωνικά δεινά της εποχής. Κάποια παραδείγματα σχετικά με το περιεχόμενο των ταινιών είναι :

- ✓ Ο πόλεμος στη Συρία, οι πρόσφυγες, η μετανάστευση αλλά και η διαμαρτυρία αυτών για την Ευρώπη-φρούριο
- ✓ Η καθημερινή ζωή των γυναικών σε χώρες όπως το Μαρόκο και η Ρουάντα αλλά και των Τσιγγάνων στη Γαλλία και την Ισπανία

Αυτά είναι κάποια ενδεικτικά παραδείγματα για να μπορέσει να γίνει κατανοητό το πλαίσιο μέσα στο οποίο κινούνται οι συζητήσεις σε αυτό το φεστιβάλ. Βλέπουμε λοιπόν πως το Γκλομπάλε προσελκύει ανθρώπους οι οποίοι αγαπούν τον κινηματογράφο αλλά βλέπουν μέσω αυτού τα προβλήματα και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η κοινωνία τη σημερινή εποχή, δίνοντας μικρότερη προσοχή στους ηθοποιούς και την διασημότητα αυτών.⁸⁰

⁸⁰ Globale, ανακτήθηκε στις 16-05-2016 από <https://www.globale-filmfestival.org/2016/was-ist-globale/>

5.3.3. ΑΡΑΒΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΟ ΒΕΡΟΛΙΝΟ

Το Makan, μη κερδοσκοπικό κέντρο για την αραβική κινηματογραφική τέχνη και κουλτούρα το οποίο ιδρύθηκε το 2004, διοργανώνει από το 2009 κάθε χρόνο το μεγαλύτερο αραβικό κινηματογραφικό φεστιβάλ στη Γερμανία με στόχο την προώθηση και εκτίμηση των Αράβων σκηνοθετών αλλά και του πολιτισμού και της κουλτούρας των αραβικών χωρών. Όσον αφορά τη διοργάνωση του φεστιβάλ, τόσο Άραβες όσο και Ευρωπαίοι εθελοντές βοηθούν και συμμετέχουν κάθε χρόνο σε αυτό και τα χρήματα τα οποία χρειάζονται προέρχονται κυρίως από δωρεές.

Στο Αραβικό Κινηματογραφικό Φεστιβάλ προβάλλονται ταινίες, ντοκιμαντέρ αλλά και ταινίες μικρού μήκους οι οποίες είναι το πολύ τριών ετών. Παράλληλα, μέσα στις ταινίες οι οποίες προβάλλονται βρίσκονται και πολλές πρώτες προβολές και πρεμιέρες. Πέρα από τις προβολές των ταινιών, στο φεστιβάλ γίνονται συζητήσεις μεταξύ ειδικών και καλλιτεχνών τις οποίες το κοινό μπορεί να παρακολουθήσει αλλά και να συμμετέχει. Επιπλέον υπάρχουν και κινηματογραφικές προβολές για σχολεία.

Πρόκειται για ένα ενδιαφέρον κινηματογραφικό φεστιβάλ αφού κατά τη διάρκεια αυτού δύο πολιτισμοί αλληλεπιδρούν δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους ανθρώπους να γνωρίσουν άλλους πολιτισμούς και κουλτούρες. Το φεστιβάλ αυτό, εκτός από τους Ευρωπαίους, προσελκύει επίσης και κόσμο από τις Αραβικές χώρες πράγμα που το κάνει ακόμη πιο σημαντικό για την τουριστική κίνηση της χώρας.⁸¹



⁸¹ Arabisches Filmfestival Berlin, ανακτήθηκε στις 17-06-2016 από <http://www.alfilm.de/alfilm/>

5.3.4. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΜΟΝΑΧΟΥ

Το κινηματογραφικό φεστιβάλ του Μονάχου ιδρύθηκε το 1983 και βάσει των στοιχείων είναι το δεύτερο μεγαλύτερο κινηματογραφικό φεστιβάλ στη Γερμανία μετά από το Μπερλινάλε. Από το 1983 και την ίδρυση του φεστιβάλ, έχουν προβληθεί σε αυτό περισσότερες από 6.400 ταινίες και ντοκιμαντέρ.

Πιο συγκεκριμένα κάθε χρόνο το φεστιβάλ προσελκύει περίπου 75.000 επισκέπτες και πάνω από 2.000 Γερμανούς και διεθνείς επαγγελματίες από τη βιομηχανία του κινηματογράφου, της τηλεόρασης και των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Είναι λοιπόν φανερό το πόσο σημαντικό είναι το συγκεκριμένο φεστιβάλ για την πόλη του Μονάχου από τουριστικής άποψης καθώς από αυτό επωφελούνται πολλοί κλάδοι της τουριστικής βιομηχανίας και το Μόναχο είναι στο επίκεντρο των μέσων μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκειά του.

Για τη διεξαγωγή του φεστιβάλ, πρωταρχικό ρόλο έχει η εταιρία Διεθνής Κινηματογραφική Εβδομάδα Μονάχου (Internationale Münchner Filmwochen GmbH), όμως συμμετέχουν και βοηθούν επίσης το κράτος της Βαυαρίας, η πόλη του Μονάχου, η οργάνωση κινηματογραφικής βιομηχανίας SPIO (Spitzenorganisation der Filmwirtschaft) αλλά και η βαυαρική ραδιοτηλεόραση. Η συμμετοχή όλων αυτών των οργάνων στη διοργάνωση του φεστιβάλ δείχνει πως η κοινότητα έχει κατανοήσει πλήρως τη συμβολή του φεστιβάλ στο Βαυαρικό κράτος και προσπαθεί να την αξιοποιήσει όσο το δυνατόν καλύτερα.⁸²

Στη συνέχεια θα δοθούν κάποιοι αριθμοί όσον αφορά το Κινηματογραφικό Φεστιβάλ το οποίο έλαβε χώρα στο Μόναχο το 2015 ώστε να γίνει κατανοητή η συμβολή του στον τουρισμό της πόλης.

Ταινίες	179
Ανοιχτές προβολές (öffentliche Vorführungen)	504

⁸² Filmfest München, ανακτήθηκε στις 17-05-2016 από <https://www.filmfest-muenchen.de/de/festival/profil/profil-geschichte/>

Προβολές για τον τύπο (Pressevorführungen)	50
Επισκέψεις κινηματογράφων (Kinobesuche)	83.479
Διαπιστωμένοι δημοσιογράφοι (Akkreditierte-Presse)	639
Διαπιστωμένοι ειδικοί επισκέπτες (Akkreditierte-Fachbesucher)	1.928
Επισκέψεις στην ιστοσελίδα κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ (Seitenansichten Website-Festival Zeitraum)	557.253
Σχετικά άρθρα σε γερμανικές εφημερίδες Μάιος-Αύγουστος (Artikel in der deutschen Presse-Mai- August)	7.000

Πηγή: <https://www.filmfest-muenchen.de>



5.3.5. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΑΜΒΟΥΡΓΟΥ

Μια μεγάλη γιορτή για το κοινό στην πόλη με το μεγαλύτερο εμπορικό λιμάνι της Γερμανίας. Κάθε χρόνο από το 1992, το κινηματογραφικό φεστιβάλ στο Αμβούργο προσελκύει πάνω από 40.000 επισκέπτες σε ένα δεκαήμερο. Ένας αρκετά μεγάλος αριθμός επισκεπτών οι οποίοι συμβάλλουν στην τουριστική κίνηση της πόλης.

Στο δεκαήμερο φεστιβάλ προβάλλονται περίπου 140 εθνικές και διεθνείς ταινίες όπως και ντοκιμαντέρ σε παγκόσμιες, ευρωπαϊκές ή γερμανικές πρεμιέρες σε 11 οθόνες. Το φεστιβάλ προβάλλει ταινίες τόσο καταξιωμένων σκηνοθετών όσο και παραγωγές νεαρών σκηνοθετών, γερμανών και μη. Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ υπάρχουν επίσης πολυάριθμες εκδηλώσεις οι οποίες το κάνουν να αποτελεί σημαντικό σημείο συνάντησης τόσο για όσους εργάζονται στην κινηματογραφική βιομηχανία, όσο και για τους λάτρεις του κινηματογράφου.⁸³



⁸³ Filmfest Hamburg, ανακτήθηκε στις 17-05-2016 από <http://www.filmfesthamburg.de/de/information/>

5.4. ΤΑΙΝΙΕΣ ΠΟΥ ΓΥΡΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Μια χώρα η οποία συνδυάζει πολλά γεωγραφικά χαρακτηριστικά, πολλές φορές σε σχετικά κοντινές αποστάσεις, μοιάζει ιδανική για έναν κινηματογραφικό παραγωγό. Έτσι, πολλές γερμανικές και ξένες παραγωγές επιλέγουν την Γερμανία για τα γυρίσματα των ταινιών τους. Σε κάποιες από τις ταινίες αυτές ο τόπος των γυρισμάτων είναι γνωστός στο κοινό καθώς και η πλοκή της ταινίας διαδραματίζεται στον ίδιο χώρο. Δεν είναι όμως λίγες οι ταινίες των οποίων οι πλοκές διαδραματίζονται σε εντελώς διαφορετικό τόπο από τον τόπο γυρισμάτων. Για παράδειγμα, μια ταινία μπορεί να κινηματογραφείται στη Γερμανία όμως η πλοκή του έργου να διαδραματίζεται στις Ηνωμένες Πολιτείες. Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά σε μερικές σύγχρονες διεθνείς ταινίες οι οποίες είτε έχουν γυριστεί αποκλειστικά στη Γερμανία, είτε μερικά από τα γυρίσματα αυτών έγιναν στη χώρα.

Ξεκινώντας από το 2009, η ταινία «Άδωξοι Μπάσταρδη» (Inglorious Basterds) του σκηνοθέτη Quentin Tarantino με πρωταγωνιστές τους Brad Pitt, Diane Kruger και Eli Roth είναι γυρισμένη στη Γαλλία και τη Γερμανία. Οι γερμανικές τοποθεσίες οι οποίες υπάρχουν στην ταινία βρίσκονται κατά κύριο λόγο στη Σαξονία και το Βερολίνο. Όσον αφορά το κρατίδιο της Σαξονίας, χώροι στους οποίους έγιναν γυρίσματα είναι η πόλη Γέρλιτς (Görlitz) και η οροσειρά

Elbsandsteingebirge. Επιπλέον υπάρχουν σκηνές από τα κινηματογραφικά στούντιο Μπάμπελσμπεργκ (Babelsberg) στο Βερολίνο αλλά και από άλλες περιοχές της πόλης.^{84 85}

Η ταινία «Ο νούμερο 1 καταζητούμενος» (A most wanted Man) του 2014 με τους Philip Seymour Hoffman, Rachel McAdams και Daniel Brühl είναι μια ταινία αγγλο-αμερικάνικης παραγωγής γυρισμένη αποκλειστικά στη Γερμανία. Κύριες τοποθεσίες γυρισμάτων βρίσκονται στο Αμβούργο όπου μέσω της ταινίας μπορεί κάποιος να αναγνωρίσει την συνοικία Σανκτ Πάουλι (St.Pauli), τον πολυσύχναστο δρόμο Ρίπερμπαν (Reeperbahn), την περιοχή των αποθηκών (Speicherstadt) αλλά και το

⁸⁴ IMDb, Inglorious Basterds, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.imdb.com/title/tt0361748/>

⁸⁵ Filmtourismus, Inglorious Basterds, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/inglourious-basterds/>

κοσμοπολίτικο λιμάνι της πόλης. Σε περιοχές και δρόμους του Βερολίνου έχουν επίσης κινηματογραφηθεί σκηνές από το έργο.^{86 87}

Το «Big Game», γερμανο-φινλανδικής συμπαραγωγής 2015 με τους Samuel L. Jackson, Onni Tommila και Ray Stevenson είναι ακόμη μια παγκοσμίως γνωστή ταινία η οποία έχει γυριστεί αποκλειστικά στη Γερμανία. Παρόλο που η πλοκή του έργου διαδραματίζεται στην Φινλανδία, τα γυρίσματα της ταινίας έλαβαν χώρα μόνο στο κρατίδιο της Βαυαρίας. Οι Βαυαρικές Άλπεις και τα δάση της περιοχής είναι κάποιες από τις σημαντικότερες τοποθεσίες κινηματογράφησης. Επιπλέον οι σκηνές οι οποίες στην πλοκή του έργου βρίσκονταν το Πεντάγωνο και στο εσωτερικό της πολεμικής αεροπορίας, γυρίστηκαν στα κινηματογραφικά στούντιο της Βαυαρίας (Bavaria Filmstudios).^{88 89}

Η σημαντική ιστορική ταινία αμερικάνικης παραγωγής του 2015 «Η γέφυρα των κατασκόπων» (Bridge of Spies) με τους Tom Hanks, Mark Rylance και Alan Alda, με σκηνοθέτη τον Steven Spielberg παρουσιάζει κατά τη διάρκειά της αρκετά ιστορικά σημεία της πρωτεύουσας της χώρας. Πιο συγκεκριμένα, το αεροδρόμιο Τέμπελχοφ (Flughafen Tempelhof), η γέφυρα Γκλίνικερ (Glienicke Brücke) η οποία συνδέει το Βερολίνο με το Πότσνταμ και κατά τη διάρκεια του Ψυχρού πολέμου αποτέλεσε θρυλικό σημείο αφού πάνω σε αυτή Ηνωμένες Πολιτείες και Σοβιετική Ένωση αντάλλαζαν κατασκόπους,⁹⁰ αλλά και το σημείο ελέγχου Τσάρλι (Checkpoint Charlie) το οποίο ήταν από τα πιο γνωστά σημεία διέλευσης των συνόρων κατά τον Ψυχρό Πόλεμο. Επιπλέον μέχρι την πτώση του τοίχους του Βερολίνου στις 9 Νοεμβρίου του 1989 ήταν ένα σημείο διάβασης των συνόρων μεταξύ Δύσης και Ανατολής.^{91 92 93}

⁸⁶ IMDb, A most wanted man, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από http://www.imdb.com/title/tt1972571/?ref=mv_sr_2

⁸⁷ Filmtourismus, A most wanted man, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/a-most-wanted-man/>

⁸⁸ IMDb, Big Game, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από http://www.imdb.com/title/tt2088003/?ref=mv_sr_1

⁸⁹ Filmtourismus, Big Game, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/big-game/>

⁹⁰ Berlin.de, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3560243-3558930-glienicker-bruecke.html>

⁹¹ Berlin.de, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <https://www.berlin.de/en/attractions-and-sights/3560059-3104052-checkpoint-charlie.en.html>

⁹² IMDb, Bridge of Spies, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από http://www.imdb.com/title/tt3682448/?ref=mv_sr_3

Ακόμα και σκηνές από την ταινία «Αγώνες Πείνας : Επανάσταση Μέρος 2» του 2015 (The hunger games : Mockingjay Part 2), με τους Jennifer Lawrence και Josh Hutcherson, έχουν γυριστεί στο Βερολίνο. Πιο συγκεκριμένα, σκηνές έχουν γυριστεί στα κινηματογραφικά στούντιο Μπάμπελσμπεργκ (Babelsberg Filmstudios), στο αεροδρόμιο Τέμπελχοφ (στην ταινία-Περιοχή 2/District 2), σε ένα εγκαταλελειμμένο εργοστάσιο χημείας (στην ταινία- Περιοχή 8/District 8) και σε ακόμα ένα εγκαταλελειμμένο εργοστάσιο (στην ταινία- Περιοχή 13/District 13).^{94 95}

Ένα επίσης έργο το οποίο κυκλοφόρησε στους κινηματογράφους το 2016 με κάποιες από τις σκηνές του γυρισμένες στη Γερμανία είναι το τρίτο μέρος του Captain America «The first avenger : Civil war» με τους Chris Evans, Robert Downey Jr. Και Scarlet Johansson. Σκηνές τις ταινίας έχουν γυριστεί τόσο σε περιοχές του Βερολίνου όπως το Πότσνταμερ Πλατς (Potsdamer Platz), το ολυμπιακό στάδιο και την ομοσπονδιακή υπηρεσία τύπου (Bundespresseamt) όσο και το αεροδρόμιο της Λειψίας (Flughafen Leipzig/Halle).^{96 97}



⁹³ Filmtourismus, Bridge of spies, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/bridge-of-spies/>

⁹⁴ IMDB, The hunger games: Mockingjay Part 2, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.imdb.com/title/tt1951266/>

⁹⁵ Filmtourismus, The hunger games: Mockingjay Part 2, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/die-tribute-von-panem/>

⁹⁶ IMDB, Captain America :Civil War, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από http://www.imdb.com/title/tt3498820/?ref =nv_sr_1

⁹⁷ Filmtourismus, Captain America :Civil War, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/the-first-avenger-civil-war/>

5.5. ΣΕΙΡΕΣ ΠΟΥ ΓΥΡΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Εκτός από αρκετές ταινίες, στη χώρα έχουν επίσης γυριστεί πολλές σειρές με την πλειοψηφία των οποίων να είναι γερμανικής παραγωγής. Τα τελευταία χρόνια όμως, έχουν αρχίσει ξένες παραγωγές να κινηματογραφούν σειρές σε διάφορες περιοχές της χώρας αλλά και γερμανικές παραγωγές να προβάλλονται σε χώρες όπως η Αμερική.

Η πρώτη γερμανική σαπουνόπερα με το όνομα «Linderstraße» της οποίας το πρώτο επεισόδιο προβλήθηκε στη γερμανική τηλεόραση το 1985, γιόρτασε το 2015, 30 χρόνια ύπαρξης με πάνω από 1.500 επεισόδια να έχουν προβληθεί. Η ιστορία της σειράς διαδραματίζεται στο Μόναχο. Παρόλα αυτά, η σειρά κινηματογραφείται στην Κολωνία στα κινηματογραφικά στούντιο της Δυτικής Γερμανικής Ραδιοτηλεόρασης (WDR). Στην περιοχή των γυρισμάτων έχει αναπτυχθεί κινηματογραφικός τουρισμός τοποθεσίας.⁹⁸

Το αστυνομικό θρίλερ «Tatort» προβάλλεται από το 1970 ως και σήμερα στη γερμανική τηλεόραση. Η σειρά κινηματογραφείται σε διάφορες περιοχές και πόλεις της Γερμανίας όπως για παράδειγμα Βερολίνο, Αμβούργο, Μόναχο, Κολωνία και η παραγωγή προσπαθεί να ενσωματώσει στα επεισόδια χαρακτηριστικά από τους τόπους των γυρισμάτων όπως για παράδειγμα η διάλεκτος, το φαγητό κ.α. Πλέον σε αρκετές από τις πόλεις στις οποίες έχουν πραγματοποιηθεί γυρίσματα έχουν αναπτυχθεί κινηματογραφικές διαδρομές αλλά και τουριστικά πακέτα για τους ενδιαφερόμενους, προσφέροντάς τους τη δυνατότητα να δουν από κοντά τις τοποθεσίες των γυρισμάτων. Για να γίνει κατανοητή η απήχηση της συγκεκριμένης σειράς θα πρέπει να επισημάνουμε πως το έτος 2016 παρακολούθησαν τη σειρά κατά μέσο όρο 9,27 εκατομμύρια τηλεθεατές.^{99 100}

Επιπρόσθετα, η αμερικάνικη τηλεοπτική σειρά «Homeland» με τους Claire Danes και Mandy Patinkin ξεκίνησε το 2015 τα γυρίσματα της 5^{ης} σεζόν τα οποία λαμβάνουν χώρα μόνο στη Γερμανία. Αυτή είναι η πρώτη φορά που μια αμερικάνικη σειρά θα

⁹⁸ Filmtourismus, Lindenstraße, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/lindenstrasse/>

⁹⁹ Tatort, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.n-tv.de/leute/Tatort-begeistert-weniger-Zuschauer-article17826226.html>

¹⁰⁰ Filmtourismus, Tatort, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/tatort/>

γυριστεί αποκλειστικά στη Γερμανία. Μέρος των γυρισμάτων θα πραγματοποιηθεί και στο κινηματογραφικό στούντιο Μπάμπελσμπεργκ στο Βερολίνο (Babelsberg Filmstudio).¹⁰¹

Τέλος, θεωρήθηκε σημαντικό να γίνει αναφορά και στην σειρά «Deutschland 83» από τους δημιουργούς Anna και Jörg Winger με πρωταγωνιστές τους Jonas Nay, Maria Schrader και Ulrich Nöthen.¹⁰² Είναι μια σειρά γερμανικής παραγωγής του 2015 η οποία είναι γυρισμένη στην γερμανική γλώσσα. Παρουσιάστηκε τον Φεβρουάριο του 2015 στο κινηματογραφικό φεστιβάλ Μπερλινάλε του Βερολίνου (Berlinale Filmfestival), ξεκίνησε να προβάλλεται αρχικά στις Ηνωμένες Πολιτείες τον Ιούνιο του 2015 και έπειτα, τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους, στην Γερμανία. Τα γυρίσματα έχουν λάβει χώρα στο Βερολίνο και η σειρά κατάφερε να αποσπάσει βραβεία τόσο στη Γερμανία όσο και στις Ηνωμένες Πολιτείες. Βλέπουμε λοιπόν πως η κινηματογραφική βιομηχανία της Γερμανίας έχει αρχίσει να αναβαθμίζεται καταφέροντας να προβάλλει μια σειρά γερμανικής παραγωγής σε χώρες του εξωτερικού, έχοντας έτσι τη δυνατότητα προσέλκυσης τουριστών από χώρες όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες.¹⁰³

¹⁰¹ Homeland, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.express.de/news/erfolgreiche-us-serie--homeland--wird-jetzt-komplett-in-deutschland-gedreht-1002404>

¹⁰² IMDB, Deutschland 83, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από http://www.imdb.com/title/tt4445154/?ref=nm_sr_2

¹⁰³ Deutschland 83, ανακτήθηκε στις 07-05-2016 από <http://www.ufa-fiction.de/projekte/serie/deutschland-83/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Πέρα από τα κινηματογραφικά στούντιο της χώρας στα οποία κινηματογραφούνται ταινίες τόσο εγχώριες όσο και συμπαραγωγές του εξωτερικού, η Γερμανία διαθέτει και κινηματογραφικές πόλεις οι οποίες φτιάχτηκαν αρχικά για κινηματογράφιση ταινιών και στη συνέχεια άνοιξαν για το κοινό ώστε να μπορούν οι λάτρεις του κινηματογράφου να έρθουν πιο κοντά και να κατανοήσουν τη φιλοσοφία αλλά και τον τρόπο των γυρισμάτων. Οι κινηματογραφικές αυτές πόλεις προσελκύουν κάθε χρόνο μεγάλο αριθμό ατόμων και με το πέρασμα των χρόνων άρχισαν να συμπεριλαμβάνουν, εκτός των ξεναγήσεων, και άλλες δραστηριότητες για μικρούς και μεγάλους πάντα με βάση τον κινηματογράφο. Χάρη σε αυτές τις πόλεις έχουν επωφεληθεί πολλές επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου όπως για παράδειγμα ξενοδοχεία και εστιατόρια τα οποία βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από τις κινηματογραφικές πόλεις.

6.1. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΒΑΥΑΡΙΑΣ (BAVARIA FILMSTADT)

Η κινηματογραφική πόλη της Βαυαρίας η οποία βρίσκεται στην πρωτεύουσα αυτής, το Μόναχο, είναι μια από τις μεγαλύτερες τοποθεσίες γυρισμάτων σε ολόκληρη την Ευρώπη, στην οποία πραγματοποιούνται καθημερινά γυρίσματα ταινιών αλλά και τηλεοπτικών σειρών. Άνοιξε τις πόρτες της τον Αύγουστο του 1981 και έκτοτε προσελκύει κάθε χρόνο μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Πιο συγκεκριμένα, η κινηματογραφική πόλη έχει έκταση 300.000 τ.μ. και προσελκύει κάθε χρόνο κατά μέσο όρο 350.000 επισκέπτες.¹⁰⁴ Η πρώτη ταινία η οποία κινηματογραφήθηκε εκεί ήταν το «Υποβρύχιο U-96: Επιστροφή στην κόλαση» (Das Boot) του 1981 η οποία ενέπνευσε δύο εργαζομένους να ανοίξουν την κινηματογραφική πόλη για το κοινό. Από το 1989 μέχρι και τώρα οι κασκαντέρ παρουσιάζουν στο κοινό διάφορα ακροβατικά ενθουσιάζοντας μικρούς και μεγάλους. Το 1990 στην κινηματογραφική πόλη της Βαυαρίας δημιουργήθηκε ένα εργαστήριο (workshop) με όνομα «Τάξη κατασκευής/παραγωγής ταινιών» (Das filmende Klassenzimmer) δίνοντας έτσι την ευκαιρία σε σχολικές τάξεις και ομάδες εφήβων να επισκεφτούν την πόλη. Ο πρώτος κινηματογράφος εντός της πόλης εγκαινιάστηκε το 1994 με καινοτόμες κινηματογραφικές τεχνικές από τις Η.Π.Α. Το 1999 παρουσιάστηκαν στους επισκέπτες οι διακοσμήσεις από την Γερμανο-Γαλλική συμπαραγωγή «Αστερίξ και Οβελίξ εναντίον του Καίσαρα» στο ανακατασκευασμένο γαλατικό χωριό το οποίο είναι ακόμα και σήμερα ανοιχτό στο κοινό. Το 2001 οι έως τότε κλειστές πόρτες του στούντιο Marienhof άνοιξαν για το κοινό δίνοντας στους επισκέπτες μια ευκαιρία να δουν από κοντά το κινηματογραφικό στούντιο.¹⁰⁵

Όσον αφορά την προσέλκυση των επισκεπτών, η κινηματογραφική πόλη της Βαυαρίας διαθέτει μια πλήρως ενημερωμένη ιστοσελίδα στην οποία οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να πληροφορηθούν για όλα όσα χρειάζονται για μια επίσκεψη αλλά και την ιστορία της κινηματογραφικής πόλης. Επιπλέον, διαφημιστικά φυλλάδια υπάρχουν σε αφθονία τόσο για τους ενδιαφερόμενους όσο και για

¹⁰⁴ Muenchen.de, ανακτήθηκε στις 20-06-2016 από www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/143955.html

¹⁰⁵ Bavaria Filmstadt, ανακτήθηκε στις 10-06-2016 από <http://www.filmstadt.de/filmstadt-entdecken/geschichte.html>

τουριστικά πρακτορεία ή λεωφορεία με τα οποία η κινηματογραφική πόλη συνεργάζεται και προμηθεύει με διαφημιστικά φυλλάδια δωρεάν. Η κινηματογραφική πόλη συνεργάζεται επίσης με πολλές ακόμη επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα τη Γερμανική Εταιρία Σιδηροδρόμων (Deutsche Bahn), ξενοδοχεία και ταξιδιωτικά γραφεία και μαζί δημιουργούν οικονομικότερα και σαφώς δελεαστικά πακέτα για τους επισκέπτες τα οποία για παράδειγμα περιλαμβάνουν μεταφορικά, διαμονή σε ξενοδοχείο της περιοχής και επίσκεψη στην κινηματογραφική πόλη. Δεν θα μπορούσε επιπλέον να λείπει το κατάστημα (και διαδικτυακό κατάστημα) το οποίο διαθέτει αναμνηστικά τα οποία έχουν σχέση είτε με ταινίες οι οποίες γυρίστηκαν εκεί, είτε με την κινηματογραφική πόλη.¹⁰⁶

Επιπρόσθετα υπάρχουν προσφορές και ειδικά πακέτα για συγκεκριμένες ομάδες ατόμων όπως για παράδειγμα :

- ✓ Παιδιά 6-17 ετών
- ✓ Πολύτεκνες οικογένειες
- ✓ Άτομα με ειδικές ανάγκες
- ✓ Ηλικιωμένοι
- ✓ Εισιτήριο Γιαγιά-Παππούς-Εγγόνι
- ✓ Ομάδες άνω των 20 ατόμων

Η κινηματογραφική πόλη αναλαμβάνει επίσης τη διοργάνωση πάρτι γενεθλίων αλλά και άλλων εκδηλώσεων όπως δεξιώσεις . Οι ενδιαφερόμενοι έχουν τη δυνατότητα επιλογής αίθουσας για την εκδήλωση ανάμεσα σε διαφορετικά κινηματογραφικά παρασκήνια το μεγαλύτερο εκ των οποίων έχει χωρητικότητα 1.000 ατόμων. Εκτός από την αίθουσα, η κινηματογραφική πόλη αναλαμβάνει τα πάντα σχετικά με την εκδήλωση όπως για παράδειγμα το catering.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Bavaria Filmstadt, ανακτήθηκε στις 10-06-2016 από <http://www.filmstadt.de>

¹⁰⁷ Bavaria Filmstadt, ανακτήθηκε στις 12-06-2016 από <http://www.filmstadt.de/filmstadt-extra/vip-event.html>

6.2. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΜΠΑΜΠΕΛΣΜΠΕΡΓΚ (FILMPARK BABELSBERG)

Το κινηματογραφικό πάρκο Μπάμπελσμπεργκ ιδρύθηκε το 1911 από την ηθοποιό Asta Nielsen και είναι ένα από τα παλαιότερα κινηματογραφικά στούντιο του κόσμου. Η ηθοποιός αγόρασε ένα παλιό εργοστάσιο για τα γυρίσματα μιας ταινίας της γύρω από το οποίο, με το πέρασμα των χρόνων, αναπτύχθηκε το κινηματογραφικό πάρκο το οποίο υπάρχει σήμερα. Στην περιοχή κατά τη διάρκεια της Ναζιστικής περιόδου γυρίστηκαν πάνω από 1.000 προπαγανδιστικές ταινίες.

Σήμερα το κινηματογραφικό στούντιο Μπάμπελσμπεργκ όπως και το θεματικό πάρκο το οποίο αναπτύχθηκε, βρίσκονται εντός των εγκαταστάσεων της πόλης κινηματογράφου και μέσωσν ενημέρωσης του Μπάμπελσμπεργκ (Film und Medienstadt Babelsberg) σε μια έκταση 420.000 τ.μ. Πιο αναλυτικά, εντός της πόλης κινηματογράφου και μέσωσν ενημέρωσης στεγάζονται :

- ✓ Το κινηματογραφικό στούντιο Μπάμπελσμπεργκ (Studio Babelsberg)
- ✓ Η ραδιοφωνία Βερολίνου-Βρανδεμβούργου (Rundfunk Berlin-Brandenburg)
- ✓ Γερμανικά αρχεία ραδιοφωνίας (Deutsches Rundfunkarchiv)
- ✓ Η ανώτατη σχολή για τηλεόραση και κινηματογράφο (Hochschule für Film und Fernsehen)
- ✓ Η γερμανική κινηματογραφική ορχήστρα (Deutsche Filmorchester), η οποία είναι ο μοναδική επαγγελματική ορχήστρα για κινηματογραφική μουσική στη χώρα εδώ και πάνω από 90 χρόνια¹⁰⁸¹⁰⁹

Το θεματικό κινηματογραφικό πάρκο προσφέρει στους επισκέπτες του πέρα από ψυχαγωγία, δράση και μια αυθεντική εικόνα για τον τρόπο των γυρισμάτων αλλά και τις τοποθεσίες αυτών. Υπάρχουν λοιπόν ξεναγήσεις στην κινηματογραφική πόλη και στα παρασκήνια γνωστών κινηματογραφικών επιτυχιών διάρκειας 30 λεπτών και επιπλέον έχουν αναπτυχθεί διάφορων ειδών σόου τα οποία προβάλλονται καθημερινά στο κοινό. Πιο συγκεκριμένα ένα από τα σόου αφορά τα „Ζώα μπροστά από τις

¹⁰⁸ Die Geschichte der Film und Medienstadt Babelsberg, ανακτήθηκε στις 08-07-2016 από www.rbb-online.de/kultur/hintergrund/100_jahre_medienstadt.html

¹⁰⁹ Deutsches Filmorchester Babelsberg, ανακτήθηκε στις 08-07-2016 από <http://filmorchester.de/de/>

κάμερες“ (Filmtiere vor der Kamera) κατά το οποίο οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δουν τον τρόπο με τον οποίο γυρίζονται οι σκηνές με πρωταγωνιστές τα ζώα αλλά και αναπαράσταση σκηνών με κασκαντέρ σε μια μεγάλη έκταση χωρητικότητας 2.500 ατόμων, κατά το οποίο αναπαριστώνται σκηνές από γνωστές ταινίες όπως για παράδειγμα το «Άδοξοι Μπάσταρδη» (Inglorious Basterds) και «Ανώνυμος» (Anonymous). Επιπρόσθετα, υπάρχουν και σόου κατά τη διάρκεια των οποίων οι επισκέπτες έχουν ενεργή συμμετοχή.

Εντός της κινηματογραφικής πόλης υπάρχει επίσης μια αίθουσα κινηματογράφου η οποία όπως δεν είναι μια κλασική κινηματογραφική αίθουσα. Με προηγμένη τεχνολογία, η πόλη διαθέτει κινηματογράφο 4-D (4 dimensions). Πιο συγκεκριμένα το 4-D είναι ένα στάδιο παραπάνω από το 3-D κατά το οποίο οι επισκέπτες μπορούν να δουν τρισδιάστατη εικόνα. Αυτό σημαίνει πως με την τεχνολογία του 4-D εκτός του ότι η εικόνα είναι τρισδιάστατη, οι επισκέπτες έχουν επίσης τη δυνατότητα να νιώσουν πράγματα τα οποία συμβαίνουν κατά τη διάρκεια της ταινίας όπως για παράδειγμα κίνηση, άνεμος, βροχή, βιώνοντας έτσι μια ξεχωριστή εμπειρία.¹¹⁰

Στην έκταση της πόλης έχει δημιουργηθεί και ένα βιωματικό εστιατόριο (Erlebnisrestaurant) με όνομα «Prinz Eisenherz» (Πρίγκιπας Βάλιαντ). Το εστιατόριο είναι βασισμένο στην ταινία «Prince Valiant» (Πρίγκιπας Βάλιαντ) του Anthony Hickox η οποία προβλήθηκε το 1997.¹¹¹ Σε αυτό το εστιατόριο οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να ζήσουν για μερικές ώρες σε άλλη εποχή καθώς η διακόσμηση αλλά και οι ενδυμασίες των εργαζομένων είναι αντίστοιχες με την εποχή. Επίσης κατά την παραμονή τους οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να θαυμάσουν διάφορα σόου και παραστάσεις οι οποίες λαμβάνουν χώρα εντός του εστιατορίου.

Τέλος, η κινηματογραφική πόλη διοργανώνει ειδικές εκδηλώσεις (Special Events) όπως για παράδειγμα οι «Βραδιές Τρόμου» (Horror Nächte) οι οποίες πραγματοποιούνται εντός της πόλης σε ένα κομμάτι ειδικά διαμορφωμένο με ειδικά εφέ, φωτισμό και ηθοποιούς ώστε οι επισκέπτες να νιώσουν πως πρωταγωνιστούν σε μια ταινία τρόμου.

¹¹⁰ 4-D cinema, ανακτήθηκε στις 09-07-2016 από <http://cinefreaks.gr/2014/03/to-pto-4d-cinema-einai-edo/>

¹¹¹ IMDB, ανακτήθηκε στις 09-07-2016 από <http://www.imdb.com/title/tt0119947>

Σημαντικό είναι επίσης να αναφέρουμε την ύπαρξη της αίθουσας Metropolis (Metropolis Halle). Είναι μια πολυλειτουργική αίθουσα η οποία βρίσκεται εντός της πόλης και προσφέρεται για τη διοργάνωση μεγάλων εκδηλώσεων όπως για παράδειγμα συναυλίες, εκθέσεις, τηλεοπτικές παραγωγές και παρουσιάσεις. Με έκταση μεγαλύτερη από 3.000 τ.μ. και μηχανήματα προηγμένης τεχνολογίας είναι ιδανική επιλογή για διοργανώσεις υψηλού επιπέδου.

Όσον αφορά τα διάφορα πακέτα και προσφορές οι οποίες υπάρχουν για συγκεκριμένες ομάδες ατόμων, τα πράγματα δεν διαφέρουν τόσο από όσα έχουμε ήδη αναφέρει. Όπως και στην κινηματογραφική πόλη της Βαυαρίας, έτσι και εδώ οι επισκέπτες μπορούν να επιλέξουν το πακέτο το οποίο ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους. Η κινηματογραφική πόλη επίσης συνεργάζεται με ταξιδιωτικά γραφεία και ξενοδοχεία δημιουργώντας έτσι τουριστικές προσφορές για τους λάτρεις του κινηματογράφου.¹¹²



¹¹² Filmpark Babelsberg, ανακτήθηκε στις 09-07-2016 από <http://www.filmpark-babelsberg.de/de/>

Φτάνοντας λοιπόν στο τέλος της εργασίας, διαπιστώνουμε ότι ο κινηματογραφικός τουρισμός είναι ένας τομέας ο οποίος έχει να προσφέρει πολλά σε τοποθεσίες γυρισμάτων. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, το είδος του τουρισμού αυτό είναι σχετικά νέο και ως αποτέλεσμα δεν υπάρχουν ακόμη στατιστικά στοιχεία τα οποία να το διαχωρίζουν από τον συνολικό τουρισμό της χώρας.

Λαμβάνοντας όμως υπόψη στατιστικά στοιχεία και έρευνες άλλων χωρών οι οποίες διαθέτουν κινηματογραφικό τουρισμό, μπορούμε να πούμε με σιγουριά πως συμβάλλει θετικά στον συνολικό τουρισμό μιας χώρας.

Η Γερμανία είναι μια χώρα η οποία έχει κάνει κινήσεις τόσο για την προώθηση και την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού όσο και για την προσέλκυση κινηματογραφικών παραγωγών στη χώρα προσφέροντας ανέσεις και διευκολύνσεις σε κινηματογραφικά συνεργεία του εξωτερικού. Ακόμη και μικρές πόλεις προσπαθούν να προβληθούν ως προορισμοί κινηματογραφικού τουρισμού, αναπτύσσοντας συγχρόνως δραστηριότητες και ξεναγήσεις για τους ενδιαφερόμενους.

Συμπεραίνουμε λοιπόν πως από τη στιγμή που η τεχνολογία εισχωρεί όλο και περισσότερο στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων όλων των ηλικιών, η παραγωγή ταινιών, ακολουθώντας την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, θα καταλαμβάνει όλο και περισσότερο χώρο στον ελεύθερο χρόνο των ανθρώπων. Έτσι οι ταινίες συνεχίζουν και θα συνεχίσουν να παρακινούν όλο και περισσότερο κόσμο να ταξιδέψει και να γνωρίσει τα μέρη τα οποία προβάλλουν.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βαρβαρέσος, Στέλλιος (2013) *Οικονομική του τουρισμού : εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις*. 2^η ανανεωμένη έκδοση. Αθήνα : ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ
- Μοίρα, Πολυξένη και Παρθένης, Σπυρίδων (2011) *Πολιτισμικός – Βιομηχανικός τουρισμός*. Αθήνα : Νομική Βιβλιοθήκη
- Μυλωνόπουλος, Δημήτριος και Κοντουδάκη, Αικατερίνη (2011) *Επικοινωνιακή πολιτική στο δημόσιο τομέα τουρισμού: στρατηγικές και τεχνικές στα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης*. Αθήνα : Νομική Βιβλιοθήκη
- Μυλωνόπουλος, Δημήτριος και Μοίρα, Πολυξένη (2011) *Ευρωπαϊκή Ένωση και τουρισμός*. Αθήνα : Νομική Βιβλιοθήκη
- Τσάρτας, Πάρης (1996) *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα : Έξαντας

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Roesch, Stefan (2009) *The experiences of Film Location Tourists*. Διαθέσιμο στο :
https://books.google.gr/books?id=tXS6HVPupnC&printsec=frontcover&hl=eI&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [14-04-2016]
- Beeton, Sue (2005) *Film-induced Tourism*. Διαθέσιμο στο :
https://books.google.gr/books?id=3z1i3VcYyGQC&printsec=frontcover&hl=eI&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [14-04-2016]
- Frey, Mattias (2013) *Postwall German Cinema : History, Film History and Cinophilia*. Διαθέσιμο στο :
https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=JWIFAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP7&dq=POSTWALL+GERMAN+CINEMA+History,+Film+History+and+Cinophilia&ots=xkLePNejC_&sig=a6Z95JnDOhGuhwCSoEhIGVWfkRc&redir_esc=y#v=onepage&q=POSTWALL%20GERMAN%20CINEMA%20History%2C%20Film%20History%20and%20Cinophilia&f=false [16-04-2016]
- Elmgaard, Mette και Holmgaard, Sebastian (2012) *Experience films in real life : a handbook on film tourism*. Διαθέσιμο στο :
http://www.northseascreen.eu/File/Handbook_Filmtourism_double_1.pdf [15-04-2016]
- Langford, Michelle (2012) *Directory of world cinema : Germany*. Bristol UK/Chicago, USA : intellect. Διαθέσιμο στο :
https://books.google.gr/books?id=YPOGXpkVrqUC&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [18-04-2016]

- Nowell – Smith, Geoffrey (1996) *The Oxford history of world cinema*. Διαθέσιμο στο: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.5157&rep=rep1&type=pdf> [20-04-2016]

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- Christou, Loizos. (2012) *Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: the case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia*, Journal of Business Administration Online. Διαθέσιμο στο : http://www.atu.edu/jbao/spring2012/is_it_possible_to_combine.pdf [14-04-2016]
- Flavorwire (2014) *25 delightful Roger Ebert quotes about movies*. 6 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο : <http://flavorwire.com/465863/25-delightful-roger-ebert-quotes-about-movies> [15-04-2016]
- Filmmaker iq (2011) *101 great filmmaker quotes*. 7 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο : <http://filmmakeriq.com/2011/07/101-great-filmmaker-quotes/> [15-04-2016]
- Oxford Dictionaries. ‘Cinema’. Διαθέσιμο στο : <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/cinema> [13-04-2016]
- Wikipedia. *Edison’s Black Maria*. Διαθέσιμο στο : https://en.wikipedia.org/wiki/Edison%27s_Black_Maria [14-04-2016]
- Filmseite. *The history of film*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmsite.org/pre20sintro2.html> [14-04-2016]
- Μοίρα, Πολυξένη και Μυλωνόπουλος, Δημήτριος (2007) *Η αξιοποίηση της κινηματογραφικής και τηλεοπτικής εικόνας για τη δημιουργία τουριστικής ροής*. Ακαδημία τουριστικών ερευνών και μελετών, Αθηναϊκό ινστιτούτο εκπαίδευσης και έρευνας. Διαθέσιμο στο : http://polyxenimoira.weebly.com/uploads/3/0/4/6/30464652/_____.pdf [15-04-2016]
- Macionis, Niki (2004) *Understanding the Film-Induced Tourist*. In Frost, Warwick, Croy, Glen and Beeton, Sue (editors). International Tourism and Media Conference Proceedings. 24-26 Νοεμβρίου 2004. Μελβούρνη : Tourism Research Unit, Monash University. Διαθέσιμο στο : https://www.researchgate.net/publication/228790015_Understanding_the_film-induced_tourist?enrichId=rgreq-58baa810-89ad-487e-b295-3855bea30ab7&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzIyODc5MDAxNTtBUzoxNjc5MzE0MTc3MzUxNjhAMTQxNzA0OTM3ODI2NA%3D%3D&el=1_x_2 [16-04-2016]
- Creative England. *Film tourism research*. Διαθέσιμο στο : <http://www.creativeengland.co.uk/production-services/film-tourism-research> [28-06-2016]

- 100% pure New Zealand (2014) *New Zealand tourism : facts and figures*. 2 Οκτωβρίου. Διαθέσιμο στο : <http://-m-edia.newzealand.com/en/story-ideas/new-zealand-tourism-facts-and-figures/> [28-06-2016]
- Statistisches Bundesamt. *Bevölkerung auf Grundlage des Zensus 2011*. Destatis. Διαθέσιμο στο : https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/Zensus_Geschlecht_Staatsangehoerigkeit.html [18-04-2016]
- Amt für Statistik Berlin – Brandenburg (2016) *Berliner Bevölkerungszahl im ersten Quartal 2015 weiter gestiegen*. Διαθέσιμο στο : <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2016/16-01-05b.pdf> [18-04-2016]
- Statista. *Anzahl der Kinos in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2015*. Διαθέσιμο στο : <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/3077/umfrage/anzahl-der-kinos-in-deutschland-seit-dem-jahr-2002/> [19-04-2016]
- German film commissions. Διαθέσιμο στο : <http://www.location-germany.de/Welcome.html> [05-05-2016]
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. *Akteure*. Διαθέσιμο στο : <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Tourismus/Tourismuspolitik/akteure.html> [18-04-2016]
- The modernism lab : at Yale university. *German cinema between 1920 and 1930*. Διαθέσιμο στο : https://modernism.research.yale.edu/wiki/index.php/German_Cinema_between_1920_and_1930 [18-04-2016]
- Stadt Köln. *Drehgenehmigungen für Film- und Fernsehaufnahmen*. Διαθέσιμο στο : <http://www.stadt-koeln.de/service/produkt/drehgenehmigungen-1> [05-05-2016]
- Wikipedia. Filmförderung. Διαθέσιμο στο : <https://de.wikipedia.org/wiki/Filmförderung> [24-06-2016]
- Filmförderungsanstalt : German federal film board. *Deutscher Filmförderfonds*. Διαθέσιμο στο : <http://www.ffa.de/deutscher-filmfoerderfonds-2.html> [25-06-2016]
- Statistisches Bundesamt. *Regionaldaten im Überblick*. Destatis. Διαθέσιμο στο: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Regionaldaten.html> [19-04-2016]
- Wikipedia. *Berlin*. Διαθέσιμο στο : <https://de.wikipedia.org/wiki/Berlin> [19-04-2016]
- Visit Berlin. *UNESCO-Welterbe*. Διαθέσιμο στο : <http://www.visitberlin.de/de/sehen/sightseeing/unesco-welterbe> [03-06-2016]
- German film commissions. *Berlin*. Διαθέσιμο στο : <http://www.location-germany.de/Welcome/Locations/Berlin.html> [03-06-2016]

- Visit Berlin. *Berlin Beherbergungsstatistik Februar 2016*. Διαθέσιμο στο : http://partner.visitberlin.de/sites/default/files/berlin_beherbergungsstatistik_februar_2016.pdf [03-06-2016]
- Visit Berlin. *Wirtschaftsfaktor Tourismus : Zahlen, Daten, Fakten*. Διαθέσιμο στο : <http://www.visitberlin.de/de/artikel/wirtschaftsfaktor-tourismus-0> [03-06-2016]
- Visit Berlin (2014) *Jahresbericht : Zahlen und Fakten*. Διαθέσιμο στο : http://press.visitberlin.de/sites/default/files/visitberlin_jahresbericht_2014_final_web_version.pdf [10-06-2016]
- Hamburg.de. *Hamburg in Zahlen*. Διαθέσιμο στο : <http://www.hamburg.de/info/3277402/hamburg-in-zahlen/> [04-06-2016]
- Wikipedia. *Χανσεατική Ένωση*. Διαθέσιμο στο : https://el.wikipedia.org/wiki/Χανσεατική_Ένωση [04-06-2016]
- Hamburg Tourismus. *Sehenswertes in Hamburg*. Διαθέσιμο στο : <http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/> [02-07-2016]
- Hamburg Tourismus. *UNESCO-Weltkulturerbe*. Διαθέσιμο στο : <http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/historisches-hamburg/unesco-weltkulturerbe/> [02-07-2016]
- Hamburg Tourismus. *Hamburg Tourismus Monitoring : Zahlen, Fakten, Trends 2014*. Διαθέσιμο στο : https://static1.hamburg-tourism.de/live_fileadmin/redaktion/Monitoring/Zahlen_Fakten_Trends_2014_de_online_FINAL.pdf [02-07-2016]
- Bavaria : Traditionally different. *Geography and facts of Bavaria*. Διαθέσιμο στο : <http://www.bavaria.by/bavaria-germany-geography-travel-saison> [03-07-2016]
- Wikipedia. *Bayern*. Διαθέσιμο στο : <https://de.wikipedia.org/wiki/Bayern> [03-07-2016]
- Bavaria.by. *Geschichte voller Leben - UNESCO Welterbe in Bayern*. Διαθέσιμο στο : <http://www.bayern.by/unesco-weltkulturerbe-bayern> [03-07-2016]
- Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie. *Tourismus*. Διαθέσιμο στο : <http://www.stmwi.bayern.de/tourismus/> [19-04-2016]
- Deutscher Bundestag : *Ausschuss für Tourismus*. Διαθέσιμο στο: <https://www.bundestag.de/tourismus> [17-09-2016]
- Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (2016) *Tourismus in Bayern : Daten, Fakten, Zahlen*. Διαθέσιμο στο : http://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwivt/Publikationen/2016/2016-04-19-Tourismus_in_Bayern_2016_deutsch.pdf [30-06-2016]
- Wikipedia. *Sachsen*. Διαθέσιμο στο : <https://de.wikipedia.org/wiki/Sachsen> [30-06-2016]

- Sachsen Tourismus. Διαθέσιμο στο : <http://www.sachsen-tourismus.de> [03-07-2016]
- Wikipedia. *Erzgebirge*. Διαθέσιμο στο : <https://de.wikipedia.org/wiki/Erzgebirge> [03-07-2016]
- Erzgebirge Tourismus. Διαθέσιμο στο : <http://www.erdgebirge-tourismus.de>
- Landestourismusverband Sachsen (2014) *Das WIR leben : für einen Tourismus mit Zukunft*. Διαθέσιμο στο : <http://www.ltv-sachsen.de/csdata/epaper/1/de/56499e49712c1/#/0> [30-06-2016]
- Wikipedia. *Nordrhein-Westfalen*. Διαθέσιμο στο : <https://de.wikipedia.org/wiki/Nordrhein-Westfalen> [03-07-2016]
- Nordrheinwestfalen. *Zeche Zollverein : Von der Malocherstätte zum Unesco-Welterbe*. Διαθέσιμο στο : <http://www.nrw-tourismus.de/a-zeche-zollverein> , [04-07-2016]
- Nordrheinwestfalen. *Kölner Dom : die beliebteste Sehenswürdigkeit Deutschlands*. Διαθέσιμο στο : <http://www.nrw-tourismus.de/a-koelner-dom> [04-07-2016]
- Nordrheinwestfalen. *Aachener Dom : Deutschlands erste Unesco – Welterbestätte*. Διαθέσιμο στο : <http://www.nrw-tourismus.de/a-aachener-dom> [04-07-2016]
- Münsterland. *100 Schlösser Route*. Διαθέσιμο στο : <http://www.muensterland-tourismus.de/5116/100-schloesser-route-radtour> [04-07-2016]
- Tourismus NRW (2015) *Beherbergungsstatistik NRW 2014 : Jahresergebnis und Bundesvergleich*. Διαθέσιμο στο : <http://www.touristiker-nrw.de/beherbergungsstatistik-nrw-2014-jahresergebnis-und-bundesvergleich/> [30-06-2016]
- Entertain tours. *Urlaub wie im Film*. Διαθέσιμο στο : <http://entertain-tours.de> [04-07-2016]
- Sustainable tourism online. *Destination Marketing*. Διαθέσιμο στο : <http://www.sustainabletourisonline.com/destinations-and-communities/implementation/destination-marketing> [13-06-2016]
- Görlitz.de. *Die Stadt Görlitz und ihre Stadt- und Ortsteile*. Διαθέσιμο στο : <http://www.goerlitz.de/Stadt-Ortsteile.html> [21-06-2016]
- Görlitz.de. *Oscarverdächtig – Görlitz als Drehort*. Διαθέσιμο στο : http://www.goerlitz.de/Willkommen_in_Goerliwood.html [21-06-2016]
- Görlitz.de. *Die Welt zu Gast in Görlitwood*. Διαθέσιμο στο : <http://www.goerlitz.de/Goerliwood.html> [21-06-2016]
- Görlitz.de. *Film ab! Rundgang durch die Filmkulisse Görlitz*. Διαθέσιμο στο : <http://www.goerlitz.de/angebot/detail/13-Individualreise-Film-ab-Rundgang-durch-die-Filmkulisse-Goerlitz> [22-06-2016]
- Urban dictionary. *Fam trip*. Διαθέσιμο στο : <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=fam%20trip> [22-06-2016]

- Görlitz.de. *Görlitzer Tourismus stabilisiert sich 2014 auf hohem Niveau – Starkes Marketing stützt erhöhtes Gästeaufkommen*. Διαθέσιμο στο : <http://www.goerlitz.de/news/detail/156-Goerlitzer-Tourismus-stabilisiert-sich-2014-auf-hohem-Niveau-Starkes-Marketing-stuetzt-erhoehtes-Gaesteaufkommen> [22-06-2016]
- Get your guide. *Berlin : videoBustour "Filmstadt Berlin"*. Διαθέσιμο στο : <http://www.getyourguide.de/berlin-I17/video-bustour-filmstadt-berlin-das-rollende-kino-t25099/> [12-07-2016]
- Hamburg Tourismus. *Krimistadt Hamburg – Freizeitaktivitäten Hamburg*. Διαθέσιμο στο : <http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/kultur-in-hamburg/filmstadt-hamburg/krimi-tour/> [12-07-2016]
- Bavaria.by. *Bad Tölz : auf Spuren des "Bullen von Tölz"*. Διαθέσιμο στο : <http://www.bayern.by/bulle-von-toelz-auf-filmspuren> [12-07-2016]
- Schloss Moritzburg. Διαθέσιμο στο : http://www.schloss-moritzburg.de/de/schloss_moritzburg/3_haselnuesse_fuer_aschenbroedel/ [12-07-2016]
- Filmtourismus.de : *die Welt der Drehorte. Linderstraße*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmtourismus.de/lindenstrasse/> [12-07-2016]
- Wikipedia. *Filmfestivals in Deutschland*: Διαθέσιμο στο : https://de.wikipedia.org/wiki/Filmfestivals_in_Deutschland [16-05-2016]
- Berlin.de. *Internationale Filmfestspiele*. Διαθέσιμο στο : <https://www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/kultur/vielfalt-der-berliner-kulturlandschaft/internationale-filmfestspiele/> [16-05-2016]
- Berlinale.de. *Facts and figures of the Berlinale*. Διαθέσιμο στο : http://www.berlinale.de/en/das_festival/festivalprofil/berlinale_in_zahlen/index.html [16-05-2016]
- Globale Filmfestival. *Was ist Globale?* Διαθέσιμο στο : <https://www.globale-filmfestival.org/2016/was-ist-globale/> [16-05-2016]
- ALFILM. *ALFILM – Arabisches Filmfestival Berlin*. Διαθέσιμο στο : <http://www.alfilm.de/alfilm/> [17-06-2016]
- Filmfest München. *Profil & Geschichte*. Διαθέσιμο στο : <https://www.filmfest-muenchen.de/de/festival/profil/profil-geschichte/> [17-05-2016]
- Filmfest Hamburg. *Über das Filmfest Hamburg*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmfesthamburg.de/de/information/> [17-05-2016]
- IMDb. *Άδωξοι μπάσταρδη*. Διαθέσιμο στο : <http://www.imdb.com/title/tt0361748/> [05-07-2016]
- Filmtourismus.de. *Inglourious Basterds*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmtourismus.de/inglourious-basterds/> [05-07-2016]
- IMDb. *Ο Νο1 καταζητούμενος*. Διαθέσιμο στο : http://www.imdb.com/title/tt1972571/?ref =nv_sr_2 [05-07-2016]

- Filmtourismus.de. *A most wanted man*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmtourismus.de/a-most-wanted-man/> [05-07-2016]
- IMDb. *Big game (2014)*. Διαθέσιμο στο : http://www.imdb.com/title/tt2088003/?ref =nv_sr_1 [05-07-2016]
- Filmtourismus.de : die Welt der Drehorte. *Big game*. Διαθέσιμο στο [05-07-2016]
- Berlin.de. *Glienicker Brücke*. Διαθέσιμο στο : <https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3560243-3558930-glienicker-bruecke.html> [05-07-2016]
- Berlin.de. *Checkpoint Charlie*. Διαθέσιμο στο : <https://www.berlin.de/en/attractions-and-sights/3560059-3104052-checkpoint-charlie.en.html> [05-07-2016]
- IMDb. *Η γέφυρα των κατασκόπων (2015)*. Διαθέσιμο στο : http://www.imdb.com/title/tt3682448/?ref =nv_sr_3 [05-07-2016]
- Filmtourismus.de : die Welt der Drehorte. *Bridge of Spies*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmtourismus.de/bridge-of-spies/> [05-07-2016]
- IMDb. *The hunger games : Mockingjay part 2*. Διαθέσιμο στο : <http://www.imdb.com/title/tt1951266/> [05-07-2016]
- Filmtourismus.de : die Welt der Drehorte. *Die Tribute von Panem*. Διαθέσιμο στο : Filmtourismus, *The hunger games: Mockingjay Part 2*, ανακτήθηκε στις 05-07-2016 από <http://www.filmtourismus.de/die-tribute-von-panem/> [05-07-2016]
- IMDb. *Captain America : Civil war (2016)*. Διαθέσιμο στο : http://www.imdb.com/title/tt3498820/?ref =nv_sr_1 [05-07-2016]
- Filmtourismus.de : die Welt der Drehorte. *The first avenger : civil war*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmtourismus.de/the-first-avenger-civil-war/> [05-07-2016]
- Filmtourismus.de : die Welt der Drehorte. *Lindenstraße*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmtourismus.de/lindenstrasse/> [05-07-2016]
- N-tv (2016) “*Tatort*” *begeistert weniger Zuschauer*. Διαθέσιμο στο : <http://www.n-tv.de/leute/Tatort-begeistert-weniger-Zuschauer-article17826226.html> [05-07-2016]
- Filmtourismus.de : die Welt der Drehorte. *Tatort*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmtourismus.de/tatort/> [05-07-2016]
- Kielhorn, Thomas (2015) “Erfolgreiche US-Serie „Homeland“ wird jetzt komplett in Deutschland gedreht”, *Express*, 29 Απριλίου. Διαθέσιμο στο : <http://www.express.de/news/erfolgreiche-us-serie--homeland--wird-jetzt-komplett-in-deutschland-gedreht-1002404> [05-07-2016]
- IMDb. *Deutschland 83 (2015-)*. Διαθέσιμο στο : http://www.imdb.com/title/tt4445154/?ref =nv_sr_2 [05-07-2016]
- UfaFiction. *Deutschland 83*. Διαθέσιμο στο : <http://www.ufa-fiction.de/projekte/serie/deutschland-83/> [07-05-2016]

- München.de. *Filmkulisse Bayern – die Ausstellung*. Διαθέσιμο στο : www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/143955.html [20-06-2016]
- Bavaria Filmstadt. *Wie alles begann – die Geschichte der Bavaria Filmstadt*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmstadt.de/filmstadt-entdecken/geschichte.html> [10-06-2016]
- Bavaria Filmstadt. *Vielseitig-Imponierend-Prickelnd-VIP -Events in der Filmstadt*. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmstadt.de/filmstadt-extra/vip-event.html> [12-06-2016]
- Elstermann, Knut (2013) ‘Die Geschichte der Film- und Medienstadt Babelsberg’, rbb24, 14 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στο : http://www.rbb-online.de/kultur/hintergrund/100_jahre_medienstadt.html [08-07-2016]
- Deutsches Filmorchester Babelsberg. Διαθέσιμο στο : <http://filmorchester.de/de/> [08-07-2016]
- Cinefreaks. *Το πρώτο 4D σινεμά είναι εδώ*. Διαθέσιμο στο : <http://cinefreaks.gr/2014/03/to-proto-4d-cinema-einai-edo/> [09-07-2016]
- IMDb. *Πρίγκιπας Βάλιαντ (1997)*. Διαθέσιμο στο : <http://www.imdb.com/title/tt0119947> [09-07-2016]
- Filmpark Babelsberg. Διαθέσιμο στο : <http://www.filmpark-babelsberg.de/de/> [09-07-2016]
- Schliess, Anja (2016) email στην Ζώρζου Ναταλία, 31-05-2016
- Pretzell, Claus και Mertens, Hartmut (2015) *Berlin Fokus : Die 65. Berlinale – Filmkunst und Wirtschaftsfaktor*. Διαθέσιμο στο : http://www.berlin.de/projektzukunft/uploads/tx_news/65_Berlinale_-_Filmkunst_und_Wirtschaftsfaktor.pdf [10-05-2016]
- Pretzell, Claus και Mertens, Hartmut (2013) *Berlin aktuell : Die wirtschaftlichen Effekte der Berlinale*. Διαθέσιμο στο : https://www.ibb.de/portaldata/1/resources/content/download/newsletter/berlin_aktuell/Berlinale-30.01.2013.pdf [12-05-2016]
- Hinnerkopf, Claudia (2014) *Neues Netzwerk „Filmkulisse Bayern“*. Διαθέσιμο στο : <http://www.bayern.by/neues-netzwerk-filmkulisse-bayern> [20-05-2016]
- Deutsche Filmakademie (2014) Berger, Roland. *Studie : Volkswirtschaftliche Effekte der Kinofilmproduktion in Deutschland*. Διαθέσιμο στο : http://www.deutsche-filmakademie.de/fileadmin/downloads/pdf/Roland_Berger_Kinofilmproduktion_in_Deutschland_20141016.pdf [15-07-2016]
- Beeton, Sue (2001) *Smiling for the camera : the influence of film audiences on a budget tourism destination*. Διαθέσιμο στο : https://www.researchgate.net/publication/233499230_Smiling_for_the_Camera_The_Influence_of_Film_Audiences_on_a_Budget_Tourism_Destination [15-06-2016]

- Zimmermann, Stefan (2003) „Reisen in den Film“ - *Filmtourismus in Nordafrika*. Διαθέσιμο στο :
http://geo.aau.at/images/stories/pdf/Zimmermann_2003.pdf [20-06-2016]
- Rösch, Stefan (2011) *Filme als Tourismusfaktor*. Διαθέσιμο στο :
http://www.publicmarketing.eu/data/PublicMarketing_03_2011_Leseprobe_Filme_als_Tourismusfaktor.pdf [21-06-2016]