

DVORAC (ERDÖDY) KERESTINEC

MARIN GALIĆ, SAŠA MILAKOVIĆ

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, Hrvatska
mgalic6@gmail.com, milakovic.sasa9@gmail.com

Rad donosi povijesni i arhitektonski prikaz dvorca Erdödy u Kerestincu, temeljen na terenskom istraživanju, ali i povijesnoj metodi kojom su prikupljeni podaci i informacije arhivske građe. U analitičko-eksperimentalnom dijelu dublje je izrađena vanjska i unutarnja analiza u vidu PEST i SWOT analize gdje su prikazane moguće „silnice“ na rad dvorca Erdödy. Za donošenje zaključaka bilo je nužno koristiti i suvremene informacije o društvenim i tehnološkim trendovima. Jedna od identificiranih ciljanih skupina ljudi su koji gravitiraju Rimac Campusu, ali navedene su i druge ciljane skupine te na tragu toga osmišljene buyer persone prema kojima je perspektivni dio izrađen. Rješenja za ispunjavanje dvorca sadržajem je više, a integrirana su u temu radnog naziva “Sound of Kerestinec”. Navedena tema nastala je kao orijentir na osjetilo sluha, iako je cijela priča zaokružena i vizualnim i gastronomskim rješenjima uz visoku razinu korištenja tehnologije. Zbog glazbene škole kao jednog od potencijalnih i realnih rješenja, predložena su i druga, različita rješenja od kojih su neka: vinyl shop, prezentacijske sobe, restoran, a koja su upravo navođena temom “Sound of Kerestinec”. Dvorac svojom ponudom može postati svojevrsna „globalna ambasada“ koja povezuje, slavi i promiče svjetske kulture i običaje s naglaskom na glazbenu i likovnu umjetnost.

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.ft.5.2024.8](https://doi.org/10.18690/um.ft.5.2024.8)

ISBN
978-961-286-918-2

Ključne riječi:
Kerestinec,
obitelj Erdödy,
renesansni kaštel,
barokizacija,
umjetnost,
globalna ambasada



DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.ft.5.2024.8](https://doi.org/10.18690/um.ft.5.2024.8)

ISBN
978-961-286-918-2

Keywords:

Kerestinec,
Erdödy family,
Renaissance castle,
baroque, art,
global embassy

CASTLE (ERDÖDY) KERESTINEC

MARIN GALIĆ, SAŠA MILAKOVIĆ

J. J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Osijek, Croatia
mgalic6@gmail.com, milakovic.sasa9@gmail.com

This paper provides a historical and architectural overview of the Erdödy Castle in Kerestinec based on field research and historical methods that gathered data and archival information. In the analytical-experimental section, a more in-depth external and internal analysis is conducted through PEST and SWOT analyses, highlighting potential 'forces' impacting the Erdödy Castle. It was also necessary to analyse current social and technological trends. One of the identified target groups includes people associated with the Rimac Campus, though other target groups are also mentioned, and buyer personas were developed based on these. Several solutions are proposed for filling the castle with content, all integrated under the working theme "Sound of Kerestinec." The theme focuses on the sense of hearing, though visual and gastronomic solutions and high-level technology complement the concept. Due to a music school being one of the potential and realistic solutions, other complementary solutions are also proposed, such as a vinyl shop, presentation rooms, and a restaurant, all aligning with the "Sound of Kerestinec" theme. With this offering, the castle could become a 'global embassy' that connects, celebrates, and promotes world cultures and traditions, focusing on music and visual arts.

1 Uvod

Dvorac Erdödy, smješten u Kerestincu, naselju na području grada Svete Nedelje renesansni je kaštel čija povijest seže do dalekog 16. stoljeća. Na globalnoj razini velik je broj dvoraca koji su iskoristili svoj puni turistički, kulturni ili drugi potencijal i postali regionalni pa čak i nacionalni simbol svog područja. Vruća tema na koju se dvorac može nadovezati jest neposredna blizina Rimac Campusa, kao i trend rapidnog rasta gospodarstva grada Svete Nedelje.

Ključnih pitanja za istraživanje i izradu cijelog rada je nekoliko. Prvo i glavno pitanje jest može li dvorac uz kulturno-obrazovnu namjenu biti samoodrživ ili barem težiti ka tomu. Zatim, može li kvalitetan sadržaj stvoriti percepciju dvorca kao privlačnog mjesta široj publici te, posljedično, kakav model javno-privatnog partnerstva osmisлити, a da se ne ugrozi vizija dvorca kao kulturnog središta? Nakon promišljanja o navedenim pitanjima stvaraju se preduvjeti za ispunjavanje glavnog cilja, a to je prikazivanje egzaktnih rješenja u vidu sadržaja koji bi ispunjavao krila, kule i dvorišni prostor dvorca, ali i šire okruženje.

Tijekom izrade rada korišteno je nekoliko metoda istraživanja, definiranih prema Dušak, Dumičić i Žugaj (2006:50-56). Prva metoda korištena u radu jest povijesna metoda, kojom se prikupljaju informacije vezane uz povijest dvorca i povijesna razdoblja kojima je dvorac vezan, ali i suvremeniji podaci o različitim trendovima, poput turističkih i ekonomskih. Uz to, korištena je i metoda deskripcije, nužna za definiranje pojmova iznesenih u ovom radu, posebice onih rijetko korištenih, a koji se vežu uz samu arhitekturu. Metoda sinteze posebno se ističe u posljednjim poglavljima gdje se korišteni pojmovi implementiraju u realna rješenja i cijela se priča dvorca zaključuje i sintetizira. Za vizualizaciju predloženih rješenja korišten je Midjourney, alat temeljen na umjetnoj inteligenciji, a putem kojeg se namjerava prenijeti doživljaj sadržajno ispunjenog dvorca.

Struktura rada sastoji se od pet poglavlja, počevši s uvodom. Drugo poglavlje jest povijesno-teorijski, retrospektivni i eksplikativni dio, u kojem se govori više o dvorcu nekada i sada. Treći dio je analitičko-eksperimentalni kojim se prikazuju opažanja s terenske nastave, izvode se analize situacije (PEST i SWOT analize) te se izlučuju ciljane skupine, a zatim i buyer persone. U četvrtom dijelu prikazuju se rješenja koja se mogu implementirati u sam dvorac nakon cjelovite obnove, kao i jednokratne

aktivnosti koje mogu biti putokaz i primjeri dobre prakse. Rad se zaokružuje zaključnim riječima.

2 Povijesno-teorijski, retrospektivni i eksplikativni dio

Dvorac Kerestinec, poznat i kao dvorac Erdödy, smješten je na samom rubu naselja Kerestinec koje pripada gradu Sveta Nedelja. Prema Jakaša Borić (2021) ovaj dvorac unikatan je primjer nizinskog dvorca s brojnim utvrđnim elementima, a istraživanjem dvorca utvrđeni su najstariji dijelovi renesansnog kaštela iz 16. stoljeća, barokizacijski sloj s prve polovice 18. stoljeća, ali i elementi neostilske obnove nakon velikog potresa 1880. godine. Izmjene i dogradnje su se događale i godinama nakon, no ova tri razdoblja ključna su za nastavak promišljanja o ulozi i funkciji ovog kaštela u budućnosti.

U trenutku pisanja rada, dvorac Kerestinec sastoji se od četiri krila i dvije kule. Obje kule se nalaze na sjevernoj strani dvorca. „Osim arhitektonske, sjeverno i zapadno krilo s kulama posjeduju visoku ambijentalnu, povijesnu i dokumentarnu vrijednost. Istočno krilo, izgrađeno tijekom Drugog svjetskog rata, volumenom i artikulacijom pročelja prilagođeno koncepciji i karakteru dvorca, smatra se ambijentalno uklopljenim dok je prizemnica u ulozi južnoga krila beznačajna. U skladu s vrijednostima i značenjem navedenih dijelova dvorca, izrađene su konzervatorske smjernice za obnovu kojoj je cilj održiva prenamjena, odnosno afirmacija i očuvanje povijesnih slojeva uz uvođenje odgovarajuće funkcije.“ (Jakaša Borić, 2021, 97) Vežano za interijer, Ministarstvo kulture i medija (2022) navodi kako je zbog velike vrijednosti sjevernog i zapadnog krila s kulama moguće raditi određene intervencije u interijeru, dok je istočno krilo moguće u potpunosti prilagoditi potrebama nove namjene. U središtu dvorca nalazi se dvorište s velikim mogućnostima korištenja istog. Također, Ministarstvo kulture i medija (2022) navodi šire okružje dvorca kao dio cjeline te se stavlja fokus i na očuvanje zelenih površina, uređenje opkopa i obnovu mosta uz moguće uvođenje nove parkovne opreme i očuvanje jezera u skladu s identitetskim obilježjima krajolika.

Nakon najnovijeg razornog potresa koji se dogodio u Hrvatskoj, prema Šoda (2023), Grad Sveta Nedelja ostvario je sredstva Ministarstva kulture i medija u visini od oko 3,4 milijuna eura za izradu projektne dokumentacije i provedbu mjera zaštite dvorca Kerestinec. Ovim se projektom napravio velik korak ka očuvanju kulturne baštine Svete Nedelje, dok je za cjelokupnu obnovu dvorca prema Gradonačelniku

potrebno između 12 i 16 milijuna eura. Isto tako, plan Grada je da namjena ovog dvorca bude kulturno-obrazovna.

Kako Jakaša Borić (2021) elaborira u svom radu, dvorac je prošao velik broj namjena i vlasnika, od obitelji Herešinec i kurije pa sve do izgradnje prizemnice na južnoj strani dvorišta od strane jugoslavenske vojske. Iako su intervencije vojske bile „grube“ i neprimjerene, zbog njihove prisutnosti i održavanja, dvorac je ipak ostao očuvan i u tom razdoblju. Uz to, na stranicama Svete Nedelje (n.d.) govori se o različitim krvavim događajima važnima i za nacionalnu povijest, od seljačkih nemira i turskih napada pa sve do korištenja dvorca kao ustaškog sabirnog logora tijekom Drugog svjetskog rata.

3 Analitičko-eksperimentalni dio

3.1 Opazanja s terenske nastave

Dana 18. listopada 2023. godine odrađena je terenska nastava uz vodstvo direktorice Turističke zajednice Grada Svete Nedelje Renate Vlahović i Roberta Maračića, ravnatelja Knjižnice Mihaela Šiloboda. Studenti Ekonomskog fakulteta u Osijeku i Fakulteta za turizam Sveučilišta u Mariboru imali su priliku čuti više o samom dvorcu Erdödy. Tura je organizirana kroz tri krila dvorca, obje kule i dvorišni prostor kako bi studenti dobili bolji osjećaj geometrije cijelog dvorca. Pri obilasku istočnog krila, ravnatelj Knjižnice je napomenuo kako je unutarnji prostor ovog krila moguće prilagoditi potrebama nove namjene, s idejom Glazbene škole zbog nedovoljno kapaciteta u Glazbenoj školi Ferde Livadića, a što je poželjno i donositeljima odluka ondje. Osim Glazbene škole, za ideje su navedeni i Knjižnica, odnosno Odjel za odrasle zbog također nedostatka kapaciteta u Knjižnici Mihaela Šiloboda. Kao jedan od traženih sadržaja navedena je recepcija/ured za osobu zaposlenu u dvorcu ili Turističkoj zajednici Grada Svete Nedelje. Za prostor Odjela Knjižnice preporučeno je širi prostor kule, dok je za recepciju logično da bude u blizini glavnog ulaza na sjevernom krilu dvorca. Studenti su u zapadnom krilu posebno upoznati s poluukopanom dugačkom prostorijom i njenim mogućim namjenama. Četvrto, južno krilo, u vidu prizemnog objekta predstavljen je kao beznačajan i spreman za rušenje, a prijedlog studentima je da promisle o komercijalnoj ulozi buduće građevine koja ne smije biti viša od ostalih krila dvorca. Vezano za dvorišni prostor, studenti su upoznati s potencijalnim namjenama u vidu koncerata i drugih događaja jer je sam dvorišni prostor velikog kvadratnog oblika i upotrebljiv za veće skupove

ljudi. U međuvremenu, studenti su upoznati i s ključnim renesansnim i baroknim strukturama, tlocrtom cijelog prostora, kao i detaljima poput grba obitelji Turk i kasetiranog stropa glavne dvorane zapadnog krila.



Slika 1: Dvorac Kerestinec iz zraka

Foto: Davor Đopar, 2019.

4 PEST analiza

Političko okruženje – Nakon potresa na području Sisačko-moslavačke županije Vlada RH objavila je 'Poziv na dodjelu bespovratnih financijskih sredstava - Provedba mjera zaštite kulturne baštine oštećene u seriji potresa s epicentrom na području Sisačko-moslavačke županije', koji je Gradu Svetoj Nedelji omogućio prijavu projekta 'Izrada projektne dokumentacije i provedba mjera zaštite dvorca Kerestinec, Sveta Nedelja' i putem kojeg je osigurano više od 3,4 milijuna eura, a projekt je financiran u cijelosti. Ovaj poziv tako je omogućio prvi korak prema cjelovitoj obnovi dvorca. Osim toga, želja za obnovom dvorca prikazuje se i kroz nekoliko dokumenata, a jedan od njih je dokument Grada Svete Nedelje (2021) imena Strategija o brendiranju grada Svete Nedelje gdje se dvorac spominje kao jedan od najznačajnijih dvoraca kontinentalne Hrvatske i lokalnom atrakcijom, iako tržišno nespreman.

Ekonomsko okruženje – Jedan od ključnih faktora obnove dvorca Kerestinec jest cijena građevinskog materijala koji se ulaže u samu obnovu, a prema dostupnim informacijama Hrvatske narodne banke (2023), temeljna inflacija (pri čijem se izračunu isključuju cijene energije i hrane) u listopadu iznosi 7,4%, dok je inflacija cijena industrijskih proizvoda 5,4% što definitivno ne ide u korist obnovi, a samim time ni dodatnim troškovima za ispunjavanje dvorca sadržajem. Prednost za izgradnju je stabilnost proračuna Grada Svete Nedelje i mogućnost za kreditiranje u svrhu otvaranja dvorca u punom sjaju.

Socijalno okruženje – U širem okružju od 90 minuta vožnje automobilom nalazi se preko 2 milijuna stanovnika (Hrvatska i Slovenija), a s naglaskom na grad Zagreb kao najveće središte. Ova informacija bitna je zbog sve većeg trenda potražnje za kratkim odmorom, takozvanim vikend turizmom. Uz to, cijela Sveta Nedelja posljednje desetljeće stvara imidž urbanog i suvremenog Grada, poduzetničkog središta s Rimac Campusom kao role-modelom. Grad je u medijima prihvaćen kao primjer dobre prakse zbog političkih odluka, a prednost lokacije je i blizina Zagreba kao nacionalnog središta. Zbog već navedene izgradnje Rimac Campusa očekuje se i povećanje broja stranaca, a čime bi grad stvorio još snažniju multikulturalnu notu, a očekivanja stranih radnika zbog različitosti u kulturama bit će drugačija u odnosu na hrvatsko stanovništvo.

Tehnološko okruženje – Razvoj tehnologije 21. stoljeća turistima i posjetiteljima objekata poput dvorca Kerestinec pruža nove doživljaje koji ne bi mogli biti dočarani desetljećima prije. Konkretno na slučaju dvorca, tehnologija se može razgranati na dvije povezane uloge: vizualnu i komunikacijsku. Tehnologija poput interaktivnih monitora, panoa omogućuje direktnu komunikaciju s posjetiteljima, dok tehnologija proširene i virtualne stvarnosti omogućuje interakciju s onim što je u realnosti nedostupno u muzejima/galerijama/dvorcu. Tu su i druge tehnologije poput svjetlosnih instalacija koje pružaju nove vizualne doživljaje za posjetitelje. Također, samo brendiranje proizvoda i usluga odvija se u velikom postotku upravo na internetu i putem mobilnih uređaja.

Tablica 1: SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> – Dvorac obilježen povijesnim događajima od 16. stoljeća do suvremene Hrvatske – Blizina Zagreba (20 minuta automobilom), Ljubljane, Varaždina (80 minuta) i drugih većih središta u radijusu – Očuvanost dvije sjeverne kule te perimetralnih zidova sjevernog i zapadnog krila 	<ul style="list-style-type: none"> – Visoki troškovi cjelovite obnove (12 do 16 milijuna eura) – Odsječenost od ostatka perivoja cestom i posjedom Državnog arhiva
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> – Izgradnja Rimac Campusa u neposrednoj blizini dvorca – Pojačana orijentacija Svete Nedelje prema turizmu – Preopterećenost Glazbene škole Fedro Livadić Samobor i Knjižnice Mihaela Šiloboda Sveta Nedelja – EU fondovi/programi za obnovu infrastrukture, valorizaciju baštine – Trend rasta potražnje za kratkim odmorima (vikend turizam) 	<ul style="list-style-type: none"> – Dvorac lociran na potresnom području – Nedovoljna smještajna i ugostiteljska ponuda Svete Nedelje – Inflacija, potencijalno povišenje cijena građevinskog materijala i cjelovite obnove – Viša sila

5 Ciljane skupine

Dvorac Kerestinec osim svoje prekrasna arhitekture krasi i izvrsna lokacijska pozicioniranost. Naime, kako se dvorac nalazi u neposrednoj blizini kampusa u izgradnji vlasništva kompanije Rimac automobili, potencijalna publika dvorca definitivno će u velikom broju biti sastavljena od ljudi koji gravitiraju Rimac Campusu. S druge strane, u ovom slučaju marketinške aktivnosti ne smiju se koncentrirati samo na jedan profil publike, već je potrebno zasebno razvrstati sve ove koji ne pripadaju u već spomenutu prvu skupinu.

- Tim Rimac automobili

Jedna od najvećih i najznačajnijih skupina koje gravitiraju prema dvorcu Kerestinec, a nalaze se u neposrednoj blizini. Premda će budući Rimac Campus sadržavati gotovo sve potrebno za jednog zaposlenika, svi će zaposlenici htjeti povremeno „pobjeći“ i uživati u sadržaju grada. Ovu skupinu nije moguće demografski i bihevioralno detaljno definirati, no ona je opet dovoljno definirana i važna da ju je potrebno istaknuti. Nju jednostavno čine svi oni koji su zaposleni i gravitiraju oko

Rimac Campusa. To su: zaposlenici, njihove obitelji, poslovni partneri, dobavljači itd.

- Automoto geeks

Većinom muškarci, 25+ godina koji su zaljubljenici u automoto industriju, posebice onu s visokom tehnologijom (u današnjici najčešće BEV, PHEV i hibrid automobili). Rade većinom u istoj ili srodnoj industriji poput IT, inženjeringa, strojarstva ili samoj automoto industriji. Kada bi ih se kategoriziralo po financijskim sposobnostima može ih se svrstati u gornji srednji rang. Otvoreni su za istraživanje novih stvari te su iz toga razloga fleksibilni u pogledu isprobavanje hrane i odlaska na glazbene evente raznih žanrova.

- Glazbeni entuzijasti

Osobe koje su profesionalni ili poluprofesionalni glazbenici, studenti, učenici ili profesori glazbenici. Vole glazbu i sve što ide uz nju te im nije problem izdvojiti određenu sumu novca kako bi u tome i uživali. Kerestinec ih privlači zbog svoje glazbene ponude i potencijalnog networkinga s drugim glazbenicima.

- Lutajući posjetitelji

Osobe koje ne spadaju niti pod jednu od navedene dvije skupine, a opet čine relevantnu skupinu za koju mora postojati sadržaj. To mogu biti: “redovni” turisti regije, zaljubljenici u povijest, kampisti, biciklisti ili pratnje ostalih skupina (roditelji, braćni parovi, djeca itd.)

6 Buyer persona

Svakoj ciljanoj skupini priložene su sljedeće buyer persone koje ih detaljnije opisuju i daju jasniju sliku o potencijalnoj publici dvorca.

- Pedro Rodriguez

Pedro (tim Rimac automobili) ima 32 godine i trenutno je zaposlen kao vehicle performance engineer u kompaniji Bugatti Rimac. Dolazi iz Venezuele, a trenutno živi u Svetoj Nedelji u koju se preselio prije godinu dana radi posla. Velik je

zaljubljenik u automobile i tehnologiju, a kako je daleko udaljen od domovine, često sluša domaću glazbu i uživa u njejoj kulturi. Dvorac Kerestinec mu je primamljiv kao lokacija na kojoj se može umrežavati s kolegama iz branše i zabaviti se uz kulturnu i gastro ponudu. U Kerestincu se prvi put našao kada je posjetio Latino week pod kojim je bila organizirana digitalna izložba latinoameričkih umjetnika popraćena glazbenim programom.

Pedro predstavlja samo jednog od predstavnika internacionalnih zaposlenika Rimac grupacije koji će se pronaći u ponudi dvorca Kerestinec. Naime, Rimac grupacija ponosi se svojom kulturnom heterogenosti zaposlenika i nastoji proslaviti i zamijetiti svaku od njih. Prema članku Škudara (2023) Rimac grupacija upošljava preko 48 svjetskih nacija i ne planira se zaustaviti na povećanju te brojke. Upravo zbog te činjenice, kulturološki šarolika ponuda Kerestince privući će i zaintrigirati mnoge te reprezentirati svojevrstu “globalnu ambasadu” regije. Takav koncept još ne postoji na podneblju jugoistočne Europe što mu dodatno povećava šanse za velikim uspjehom.

Za ponudu Kerestince ova skupina bi saznala putem OOH aktivnosti u vidu billboarda i panoa postavljenih na atraktivnim lokacijama na područjima Svete Nedelje, Rakitja, Strmca i Samobora. Također, jednokratna e-mail marketing kampanja koja bi se slala upravi Rimaca koja bi ju po dogovoru dalje slala ciljanim zaposlenicima. Izvršna bi bila suradnja s tim istim djelatnicima koji bi napisali recenziju za posjećeni događaj na LinkedIn ili drugim mrežama za poslovno umrežavanje. Na taj bi se način „organski“ kreirao UGC sadržaj (user generated content) koji bi dalje privlačio ljude sličnih karakteristika. Alternativa ovog pristupa moguća je u vidu vlastitog LinkedIn profila Kerestince koji bi objavio svojevrstan intervju s pripadnikom kulture oko koje je tematiziran culture week.

– Karla Blažević

Karla (glazbeni entuzijasti) ima 22 godine, studira solo pjevanje na glazbenoj akademiji u Zagrebu, avanturističkog je duha te joj se većina aktivnosti vrti oko same glazbe. Dvorac joj služi kao iznimno dobra podloga za networking, a i za probijanje svoje karijere. Karla je više puta nastupala na raznim eventima individualno i u grupama, a u budućnosti planira i sama organizirati određena glazbena događanja unutar Kerestince. Kerestinec i mladi glazbenici kao Karla imaju uzajamnu koristi.

Mladi glazbenici dobivaju eksponiranje na eventima, dok Kerestinec na taj način popunjava i diversificira svoju ponudu.

Karla je za glazbene evente Kerestince doznala putem Facebook grupa kao što su: Burza glazbenika (15 tisuća članova), Glazbenici i bendovi (5 tisuća članova), Zagreb događanja (16 tisuća članova) itd. Na njima se dijele promotivne objave s društvenih mreža koje tematiziraju događaje dvorca, a postavljati će se organski.

– Mario Žuliček

Mario (lutajući posjetitelj) ima 40 godina, oženjen je, radi kao trgovački putnik, ima dvoje manje djece (10 i 12 godina) te živi u Samoboru. Oba djeteta bave se glazbom i pohađaju glazbenu školu. Mario i njegova supruga (38) često provode vrijeme u Kerestincu čekajući djecu, a nerijetko obiteljski ručaju u restoranu dvorca. Također, unutar dvorca druže se s roditeljima drugih učenika i zajednički posjećuju većinu njegovih evenata. Kerestinec smatraju dobrim i sigurnim okruženjem za glazbeno obrazovanje svoje djece, a također kao mjesto za opuštanje, druženje i kulturnu edukaciju.

Marijeva obitelj predstavlja izvrstan uzorak ciljane publike koja će gravitirati glazbenoj školi, a usputno uživati sve ostale sadržaje koje dvorac nudi. Osim školske članarine, dvorcu će prihoditi kroz objedovanje u restoranu, plaćanje ulaznica za izložbe i još mnogo toga. Kako su direktno vezani za glazbenu školu preko djece, za sve evente dvorca saznaju na licu mjesta, odnosno putem panoa i info ekrana koji se nalaze u kompleksu. Također, velik dio marketinga za ovu skupinu odvija se kroz word-of-mouth.

7 Perspektivni dio

Perspektivni dio rada sastoji se od novih, originalnih rješenja za implementaciju u obnovljeni dvorac Kerestinec. U ovom dijelu prikazat će se, kako prostorna, tako i sadržajna rješenja. Neka rješenja su namijenjena kontinuiranom izvođenju, dok su druga jednokratna s ciljem ispunjavanja programa i dinamičnosti procesa. Svi vizuali u nastavku djelo su autora i nastali su korištenjem alata Midjourney, čija je svrha putem umjetne inteligencije stvoriti realističan prikaz predviđene situacije. Vizuali primjera ne prikazuju identičan prikaz dvorca, nego prenose doživljaj koji bi nastao implementacijom rješenja.

– Glazbena škola

Kako je konstatirano na samom lokalitetu, postoji veliki problem nedostatka prostora za učenike Glazbene škole Ferdo Livadić u Samoboru, a kao rješenje se logički nameće upravo prenamjena istočnog krila dvorca za otvorenje ispostave škole Ferde Livadića ili potpuno nove glazbene škole.

Novoosmišljeni radni naziv “Sound of Kerestinec” simbolizira moderni spoj tradicionalne glazbene škole i moderne produkcije. U Hrvatskoj je svega nekoliko škola audio inženjeringa i glazbene produkcije, a kako broj mladih kantautora rapidno raste, potražnja itekako postoji. Suradnjom škole s mladim producenatskim kućama poput yem.hr, Republika i Metropol a polaznici su u mogućnosti dobiti mentorstvo od poznatih hrvatskih producenata te priliku za potpisivanja ugovora s istima. Hrvatskoj glazbenoj sceni nedostaje kvalitetnih producenata što je evidentno uspoređujući glazbenu industriju susjedne Srbije pa čak i Bosne i Hercegovine. Dugoročno, kao posljedica ovih promjena, može se razmišljati o stvaranju platforme gdje bi polaznici plasirali svoj rad na YouTubeu, Spotifyju, Apple Musicu i na taj način se probijali na tržište. Cjelokupni cilj škole je privući što širi spektar glazbenika koje bi se osim školovanja, prezentiralo širim masama na raznim koncertima, festivalima itd.

– Info točka

Dio dvorca koji bi bio namijenjen kao svojevrsna „receptija“, tj. uredski dio s promotivnim materijalima, dokumentacijom i drugim. Odnosno, predstavljala bi prvu prostoriju koju bi posjetitelj ugledao pri ulasku u dvorac. Ključno je da sa svojom jasnom koncipiranošću pruži jednostavno kretanje i orijentaciju kroz dvorac. Moguće je proširenje iste s interaktivnim panoima i sličnim informativnim gadgetima. Poticaj mladima bio bi izražen u zapošljavanju studenata na info točki i za vođenje edukacijskih tura dvorcem, uz stalno zaposlene osobe koje bi ih na taj način i mentorirale.

– Knjižnica

Zbog malih kapaciteta trenutne knjižnice u Svetoj Nedelji, dio literature potrebno je premjestiti, a kako je objašnjeno na lokalitetu, jedna od dvije kule izvrsno će služiti svrsi. Prema objašnjenju ravnatelja Knjižnice Mihael Šilobod, u toj kuli, s

eventualnim proširenjem na dio jednog od krila, nalazio bi se Odjel za odrasle. Kako se cijela priča dvorca želi zaokružiti temom „Sound of Kerestinec“, prijedlog za unaprijeđenje jest i moguća posudba glazbene građe te zvučnih knjiga.

– Vinyl shop i zalagaonica

Prema podacima Nacionala (2023) popularnost vinila iz dana u dan raste, a posebice kod pripadnika mlade generacije Z. Vinili predstavljaju posebno retro kolekcionarsko iskustvo koje sa sobom donosi potpuno novi (stari) doživljaj glazbe. Prodavaonica i zalagaonica ovoga tipa ne postoji u ovom dijelu regije što bi označavalo da svi oni koji vole, prikupljaju i interesiraju se za vinile imaju svoje utočište u vidu ovog koncepta. Prostor za vinyl shop i zalagaonicu bio bi implementiran u prostor dvorca, točnije unutar sjevernog krila u blizini info točke i bio bi jedan od ključnih dijelova teme „Sound of Kerestinec“. Posjetitelji bi u tom prostoru mogli kupovati i založiti svoje ploče, a potencijalno i glazbenu i drugu građu blisku vinilima. Organizacija ovog prostora zahtijevala bi zapošljavanje dodatne osobe (studenti ili stalni zaposlenik), a čiji bi opis posla bio kontakt s klijentima te sudjelovanje u organizaciji evenata u dvorcu. Također, ovdje se očekuju naponi u brendiranju dvorca kao prostora za ljubitelje vinila u regiji te kreiranje jednostavnijih projekata u kulturi. Uz navedeno, jedan primjer dobre prakse jest koncept tiny desk koncerata gdje bi pretežito mladi i alternativni izvođači izvodili svoje uratke u uređenom prostoru vinyl shopa pred malobrojnom publikom, ali uz snimanje. Finalne snimke služile bi za popularizaciju izvođača, ali i samog prostora.

– Prezentacijske (chill) sobe

Prezentacijske (chill) sobe određena su inovacija na hrvatskom području zbog načina korištenja istih. Naime, sve užurbaniji način života i stres koji uz njega dolazi upravo stvara potrebu za ovakvim konceptom kojim se može jednostavno koristiti. Muzikoterapija kao oblik očuvanja mentalnog zdravlja kroz slušanje glazbe sve je veći i rašireniji trend. Chill sobe ovakvog tipa predstavljaju svojevrsan oblik glazbene terapije koja bi osim zvukovne komponente, u ovom slučaju imala i posebni vizualni ugođaj. Moguće je dodatno produbiti priču organiziranjem javnih tečaja i edukacija na temu muzikoterapije i to potencijalno uklopiti s djelovanjem glazbene škole. Ukupno bi se opremile dvije prostorije na sjevernom krilu dvorca, svaka veličine oko 40, 50 metara kvadratnih. Interijer prostora bio bi identičan

onome ključnih povijesnih razdoblja – renesansi i baroku. Renesansna i barokna soba imale bi dvije namjene. Jedna je namjena uobičajena, u vidu prezentacijskih soba koje bi bile spremne za grupne i individualne turističke posjete. U tom slučaju posjetitelji bi se upoznavali s interijerom različitih razdoblja. Druga namjena, koja je specifičnija, sobe bi prikazivala kao chill sobe koje bi bile spremne za najam. Naime, grupe do 5 ljudi mogle bi iznajmiti sobe za korištenje po simboličnim cijenama i ondje slušati određene gramofonske ploče iz vinyl shopa, uživati u knjigama posuđenima u knjižnici ili provoditi vrijeme kako žele u ugodnom okruženju. Naravno, za najam prostora propisao bi se jasni kućni red i pravila korištenja.



Slika 2: Ilustrativan prikaz izgleda barokne chill sobe

Izvor: vlastiti

– Restoran i boutique hotel

Trenutno se u ulozu južnog krila nalazi prizemnica izgrađena za vrijeme jugoslavenske vojske, koja se, prema uputama s lokaliteta, namjerava srušiti i zamijeniti objektom visine ne više od ostalih krila dvorca. Novoizgrađeni objekt imao bi prizemlje i kat, svaki sa svojom funkcijom. Na prizemlju bi se nalazio gastro objekt s ulogom retro caffe bara ili bar loungea te manjeg petit tematskog restorana. Ambijent objekta temeljio bi se na ugođaju okruženja, odnosno interijeru i eksterijeru dvorca uz istaknute glazbene motive poput gramofona i vinila. Uz gastronomiju, zbog podneblja je vrlo važan i enološki faktor i ponuda vrhunskih vina, a sve u suradnji s lokalnim vinarima. Restoranski meni kao i cijeli dvorac imao bi cilj kulturološke internacionalizacije, odnosno edukacije i približavanje svjetskih

gastronomskih kultura. S druge strane, boutique hotel sastojao bi se od malog broja otmjenih smještajnih jedinica. Primarno namijenjen za urbane mlade, hipstere i sve one vezane za Rimac Campus čija je izgradnja u tijeku. Bitno je naglasiti kako bi restoran i hotel funkcionirali u formi javno-privatnog partnerstva, gdje bi se primatelj koncesije obvezao na jasna pravila korištenja ovih prostora, a koja su u skladu s imidžem dvorca. Također, južno krilo dvorca bi zbog svoje namjene donosilo bitne prihode namijenjene za ekonomsku održivost dvorca.



Slika 3: Ilustrativan prikaz restorana u baroknom stilu

Izvor: vlastiti

– Multifunkcionalna dvorana

U multifunkcionalnu dvoranu pretvorio bih se dugački prostor u suterenu dvorca na zapadnom krilu. Ovaj prostor pogodan je za različite evente s optimalnim brojem od oko 100 ljudi. Prostor zbog svoje izduženosti može poslužiti kao konferencijska dvorana, galerija, prostor za različite seminare, predstavljanje knjiga i slične aktivnosti. No, prostor se zbog „pomoćne“ prostorije kod zamišljene bine može koristiti i za predstave i manje koncerte, a gdje bi se ostavljala oprema i materijali za predstavu ili koncert. Bitno je naglasiti kako zbog izgleda prostorije, svodova zvuk ne bi bio savršene kvalitete, ali je upravo takav da stvara preduvjetu za sjajnu i energičnu atmosferu što su svi sastojci za, primjerice, koncerte punk bendova. Još jedna od prednosti dvorane je moguće ograđivanje prostora zavjesama na više dijelova čime bi se za vrijeme nekog događaja prikrio prostor za catering ili okrijepu.



Slika 4: Ilustrativan prikaz pripreme koncerta u dvorani

Izvor: vlastiti

– Dvorišni prostor

Između dvije kule i četiri krila dvorca nalazi se dvorišni prostor velike kvadrature pogodan za različite manifestacije poput fašnika, sajмова, gala večeri i različitih tipova koncerata, od klasične glazbe do audiovizualnih spektakala.



Slika 5: Ilustrativan prikaz festivala svjetlosti

Izvor: vlastiti

7.1 Eventi

Dvorac Kerestinec, kao povijesni i kulturni spomenik, ima brojne razloge zbog kojih bi služio kao odličan domaćin brojnim događanjima. Uz dobro planiranje i kvalitetan marketing, dvorac Kerestinec posjeduje sve preduvjete da izraste u vitalni centar kulturnih, zabavnih i edukativnih događaja s ciljem rasta lokalne zajednice Svete Nedelje i postavljanja iste na mapu hrvatskih turističkih atrakcija.

– Culture weeks

Ovaj koncept opravdava pravac brendiranja dvorca u svojevrsnu „globalnu ambasadu“. Culture weeks uključivali bi više faktora, a kreirani su sa ciljem slavljenja svjetskih kultura. Na taj bi način primjerice Italian week sadržavao digitalnu izložbu (uporaba frame TV uređaja) koja bi prikazivala slike talijanskih umjetnika određenog razdoblja (po mogućnosti baroka i renesanse). Knjižnica bi sadržaj pratila s isticanjem opusa talijanskih autora koje bi se nudile za iščitavanje u chill sobama. Gastronomska ponuda bi se također uklopila u talijansku kulturu gdje bi se u restoranu mogla isprobati tradicionalna talijanska jela. Sadržaj bi se dodatno produbio bogatim glazbenim sadržajem poput koncerata glazbene škole, solo izvedbi, plesnih točaka i sličnog. Kako bi se zadovoljilo i automoto publiku, moguće su izložbe talijanskih oldtimera ili modernih rariteta. Culture weeks savršeno se uklapaju u moto modernih kompanija koje potiču multikulturalnost i prepoznavanje kultura svojih zaposlenika. Na taj način osobe tj. radnici određenog etniciteta će biti zainteresirani doći i proživjeti ono što im nedostaje od domicilne kulture, dok će njihove kolege biti zainteresirani iskusiti nešto novo.

– Gala event

Gala događaji nude priliku za umrežavanje i druženje s istomišljenicima, poslovnim partnerima, slavnim osobama i mnogim drugim kategorijama. Kerestinec ima potencijal postati „Gala podij“ za mnoge hrvatske gigante, posebice one iz plodonosnih industrija poput tehnološke, farmaceutske, financijske, energetske i automobilske, naravno. Gale bi se mogle odvijati u velikoj većini prostorija dvorca, a potencijalno postojanje gastronomske ponude samo dodatno osnažuje ovaj koncept.



Slika 6: Ilustrativan prikaz Gala večeri u dvorišnom prostoru

Izvor: vlastiti

– Automobilske prezentacije/skupovi

Dvorišni prostor mogao bi biti iznimno dobro iskorišten u vidu prezentacije novih i starih vozila (skupovi/aukcije oldtimera). Zbog svojih kapaciteta, a i očite automoto publike, dvorišni prostor Kerestincea bio bi iznimno primamljiv hrvatskim prodajnim zastupnicima novih automobila (trenutno aktualna nadolazeća hrvatska premijera Škode Superb). Uz navedene prednosti, postoji iznimna vizualna privlačnost za evente ovoga tipa gdje bi se uz zidine dvorca moderne linije automobila izvrsno uklopile. Drugačije rečeno, prostor je iznimno pogodan za fotografiranje. Također, bila bi vrlo pogodna suradnja s lokalnim oldtimer klubom „Stari kotač“, u vidu skupova. Skupovi oldtimera bi se mogli promovirati u vidu guerilla marketinga gdje bi par automobila pripadnika spomenutog kluba imali na sebi ljepljivi tisak s datumom i kratkim opisom događaja, a bili bi postavljeni na lokacijama s visokom frekventnošću posjeta. Ovakav tip događaja savršeno se strateški uklapa i pogađa 2 ciljane skupine i buyer persone (automoto geeks i tim Rimac automobili).



Slika 7: Ilustrativan prikaz organizacije sajma oldtimera

Izvor: vlastiti

– „Sajam zvuka i harmonije“

Koncept u kojem bi se u dvorištu dvorca održavao svojevrsan sajam instrumenata i glazbene opreme s mogućnošću kupnje i javne licitacije za skupocjene eksponate.

– „Dvorski knjiški moljac“

Serijski sajmova knjiga, koja bi bila u skladu s tematikom dvorca te postojanjem knjižnice u njegovom sklopu. Izvrstan potencijal postoji u suradnji s lokalnim školama i fakultetima u vidu posjeta sajma.

8 Zaključak

Dvorac Kerestinec ima potencijal postati izuzetno raznolik i vitalan centar kulturnih, zabavnih i edukativnih događaja. Ovaj povijesni spomenik može pružiti različite usluge i iskustva, uključujući širenje glazbene kulture kroz otvaranje glazbene škole, stvaranjem informacijske točke za posjetitelje, modernizacijom knjižnice glazbenim sadržajem, otvaranjem vinil shopa i zalagaonice te prezentacijskim (chill) sobama za opuštanje i glazbenu terapiju. Dvorac također može postati domaćin različitih događaja, uključujući culture weeks, gala evente, prezentacije automobila, sajmove instrumenata i knjiga itd. Kako dvorac gravitira multikulturalnom poslovnom

modelu Rimac, njegov cilj je također slaviti svjetske kulture i izgraditi imidž specifične „globalne ambasade“. Brendiranjem glazbenog odjela dvorca u „Sound of Kerestinec“ njegova prepoznatljivost će se dodatno produbiti, a regija će dobiti prvi povijesni lokalitet ovog tipa s razvijenom glazbenom ponudom. Imajući to na umu, Kerestinec bi mogao postati zaista unikatan projekt na ovom području. Ovakav oblik raznovrsne ponude garantirat će privlačenje lokalne zajednice, turista i ljubitelja kulture, stvarajući prosperitetno središte za kreativnost i zabavu. Faktori nepoznanice, tj. pitanja koja ostaju otvorena su raspoloživa sredstva za provedbu spomenutih aktivnosti, razvijenost i planovi ulaganja u lokalitet pa i Svetu Nedelju u globalu te finalni rokovi dovršetka cijelog projekta. Snabdijevanjem odgovora na navedene nepoznanice, bit će moguće kreirati potpuni plan s razrađenim hodogramima aktivnosti, troškovnicima i cjelovitim rješenjima.

Literatura i izvori

- Dušak, V., Dumičić, K. i Žugaj, M. (2006). *Temelji znanstvenoistraživačkog rada: metodologija i metodika*. Varaždin: Fakultet organizacije i informatike.
- Europski strukturni i investicijski fondovi*. (b. d.). Preuzeto sa <https://strukturnifondovi.hr/>, 11. 11. 2023.
- Gradonačelnik. (2022). *Sveta Nedelja: Kreće obnova dvorca Kerestinec vrijedna 9,7 milijuna kuna*. Preuzeto sa <https://gradonaclnik.hr/vijesti/sveta-nedelja-krecu-u-obnovu-i-dodatnu-kulturno-turisticku-namjenu-u-potresu-stradalog-dvorca-kerestinec-projekt-vrijedan-9-7-milijuna-kuna>, 7. 11. 2023.
- Grad Sveta Nedelja*. (b. d.). Preuzeto sa <https://grad-svetanedelja.hr/>, 5. 11. 2023.
- Grad Sveta Nedelja. (b. d.). *Dvorac Erdödy Kerestinec*. Preuzeto sa <https://www.svetanedelja.hr/dvorac-erdody-kerestinec-po65>, 5. 11. 2023.
- Grad Sveta Nedelja. (2021). *Strategija o brendiranju grada Svete Nedelje*. Preuzeto sa <https://grad-svetanedelja.hr/wp-content/uploads/2022/01/Strategija-o-brendiranju-Grada-Svete-Nedelje.pdf>, 14. 11. 2023.
- Hrvatska narodna banka. (2023). *Komentar o inflaciji u listopadu 2023*. Preuzeto sa <https://www.hnb.hr/-/komentar-o-inflaciji-u-listopadu-2023>, 6. 11. 2023.
- Jakaša Borić, V. (2021). Dvorac Erdödy u Kerestincu – renesansni kaštel 16. stoljeća i njegove mijene. *Portal: godišnjak Hrvatskoga restauratorskog zavoda*, 12, 83-101.
- Ministarstvo kulture i medija. (2022). *Kerestinec*. Preuzeto sa https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Dvorci%20ZG/08_Kerestinec.pdf, 4. 11. 2023.
- Nacional.hr (2023). *Vinilnim pločama opet raste popularnost. Sve ih više kupuju i mladi*. Preuzeto sa <https://www.nacional.hr/vinilnim-plocama-opet-raste-popularnost-sve-ih-vise-kupuju-i-mladi/>, 7. 11. 2023.
- Obad Ščitaroci, M. (2006). *Dvorci i ljetnikovci – kulturno naslijeđe kao pokretač gospodarskog razvoja: Zbornik radova*. Zagreb: Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Šoda, A. (2023). *Kreće obnova dvorca Kerestinec u Svetoj Nedelji: Projekt vrijedan 3,4 milijuna eura*. *Baustela.hr*. Preuzeto sa <https://baustela.hr/obnova/krece-obnova-dvorca-kerestinec-u-svetoj-nedelji-projekt-vrijedan-34-milijuna-eura/>, 2. 11. 2023.
- Škudar, R. (2023). TOMISLAV ČLEKOVIC: ‘U Rimac Grupi radi 300 bivših FER-ovaca i guramo tehnologiju do ruba mogućnosti’. *Nacional.br*. Preuzeto sa <https://www.nacional.hr/tomislav-clekovic-u-rimac-grupi-radi-300-bivsih-fer-ovaca-i-guramo-tehnologiju-do-ruba-mogucnosti/>, 10. 11. 2023.