

*Hogyan lesz élő egy tematikus út?
Tematikus utak kialakításának és üzemeltetésének tapasztalatai
Deák Attila*

Szerencsésnek mondhatom magam, mert lehetőségem volt az elmúlt 10 évben nyomon követni egy tematikus út kialakulását, szárba szökkenését és virágzását. Részesem lehettem egy olyan útvonal megteremtésének, amely 2009-ben jött létre és már 2017-ben elnyerte Magyarország legígéretesebb kulturális úticélja címet. A Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Területfejlesztési és Környezetgazdálkodási Ügynökségnél dolgozva 8 éven keresztül dolgozhattam a Középkori templomok útja kialakításán, jelenleg a Tiszántúli Református Egyházkerületnél, már a beruházó, ingatlantulajdonos oldaláról működhetek közre az útvonal fejlesztésében. A Középkori Templomok Útja Egyesület titkáraként pedig az üzemeltetés során szerzett tapasztalatokról tudok beszámolni. Előadásom az elmúlt 10 év tapasztalatait, a fontosabb üzeneteket vázolja fel, más tematikus utak számára.

1. A tematikus utak létrehozásával kapcsolatban eddigi tapasztalatok

A tematikus utak kialakítása a turisztikai termékfejlesztés egy sajátos módszere. A tematikus utak célja nem egy adott helyszín, egy adott attrakció turisztikai terméké fejlődésének előmozdítása, hanem egy adott térségben turisztikai termék létrehozása több turisztikai vonzerő, attrakció összekapcsolásával. A tematikus utak létrehozása, a turisztikai hálózatok kialakításának egyik legjobb, de nem egyetlen módszere. A turisztikai hálózatok létrehozásának indokoltsága abban áll, hogy a turisták utazásaik során általában nem egy, hanem több látványosságot szeretnének felfedezni. A hálózatfejlesztés során lehetőségünk van befolyásolni, formálni a látogatók preferencia választását, azáltal, hogy ráirányítjuk bizonyos pontokra a figyelmüket. Amennyiben nem azonos tematika alapján, nem tudatos termékfejlesztés jegyében jelölünk ki attrakciókat egy desztinációban, nem feltétlenül tematikus útvonal kialakítása történik. Bevett gyakorlat ugyanis, hogy egy desztináció heterogén turisztikai kínálatára hívja fel a figyelmet a desztináció menedzsmentért felelős szervezet. Tehát a tematikus utak kialakításának három ismérve a következő:

- tudatos termékfejlesztésre való törekvés,
- a központi tematika meghatározása
- területi, térségi jelleg.

A tematikus utak napjainkban egyre népszerűbbek a turisták körében. Az útvonalak szórakozási, kikapcsolódási és ismeretterjesztő lehetőségeket biztosítanak a látogatók számára. A vonatkozó szakirodalom az első tematikus utaknak a középkori zarándokutakat tekinti, amelyek természetesen nem felelnek meg a mai értelemben vett turizmus megközelítésnek. A 20. században az egykori zarándokútvonalak mentén kezdtek kialakulni a modern értelemben vett tematikus utak. Követendő mintaként, példaképként számos esetben az El Camino szolgált, amely az 1980-as években fedeztek fel ismételten és kezdte élni reneszánszát, olyannyira, hogy világörökséggé nyilvánították. A mai értelemben vett turisztikai útvonalak kialakulásának a 20. században a természetjárás, az aktív turizmus adott lökést, a jelzett turista útvonalakat váltak a modern tematikus utak előhírnökévé. A jelzett túraútvonalak azonban még nem feleltethetők meg a mai értelemben vett tematikus utakkal. A 20. században az első kulturális jellegű tematikus utak a borutak voltak. A borutak egy-egy borvidék borászatait, borászathoz kapcsolódó szolgáltatásait fűzik fel egy tematikus útra. A borutak mintájára kezdtek szerveződni Magyarországon az első gasztronómiai témájú tematikus utak. Gondoljunk a tornaútra, amely a Hajdúságban jött létre vagy a Szilvaútra, amely 2000-es években Szabolcs-Szatmár-Bereg megye egyik jó gyakorlataként említett a turizmus szakma. 2007-2013 közötti Európai Unió ciklusban kezdtek, Európai Unió pályázati források felhasználására gombamódon szaporodni a tematikus utak hazánkban. Kialakulásuk mögött

elsősorban az állt, hogy a turisztikai pályázati felhívások, kiemelten az Európai Területi Együttműködési Programok kedvelt támogatási célterülete volt a tematikus utak kialakítása. A magyarországi tematikus utak túlnyomó többsége 2005-2010 között alakult. A vallásturisztikai útvonalak kialakításának valóságos dömpingje volt a 2009-es és a 2010-es év. A legrégebbi zarándokutak a Szent Márton útja és a Gyöngyök útja, de ezeknek az alapítási ideje sem haladja meg a 10 évet. Az elmúlt néhány évben rendkívül dinamikus fejlődtek a vallásturisztikai útvonalak, azonban szinte sematizálódott a kialakításuk, kommunikációs eszközeik. Szintén a 2007-2013-as Európai Uniós programozási időszakban zajlott le Magyarország legnagyobb túraútvonalának korszerűsítése, a Kéktúra útvonalé, amely bár nem tekinthető klasszikus tematikus útvonalnak. A kulturális, örökségturisztikai útvonalak egy része már korábban létrejött, valamilyen közösségi kezdeményezés hatására, azonban ebben az időszakban főként a klaszter pályázatok hatására jelentős részük meg tudott újulni. Jelenleg Magyarországon az alábbi tematikus utak működnek:

- Mária út
- Szent Jakab út
- Szent Márton út
- Magyar Zarándokút
- Szent Erzsébet út
- Gótikus út
- Középkori templomok útja
- Magyar zsidó örökség útja
- Szent László örökségút
- Palóc út
- Északi várak útja
- Kastélyutak
- Rákóczi Európai Kulturális Útvonal
- Liszt Ferenc út
- Szilva út
- Tormaút
- Bor utak
- Szatmári legendák útja
- Európai vaskultúra útja
- Alföldi legendárium

Az elmúlt évek tapasztalatai alapján már láthatóak a tematikus utak életében a termékgörbék. Jól illusztrálható egy tematikus út fejlődésének folyamata a gasztronómiai utak esetében. A korai, mai értelemben vett tematikus utak a gasztronómiai utak voltak, amelyek a bor utak mintájára szerveződtek az ezredfordulót követően. Mára egyértelműen látszik, hogy a gasztronómiai utak esetében (ezek alól néhány borút kivétel) elfogyott a lendület és többségük nyomtalanul el is tűnt. A tematikus utak életciklusában véleményem szerint van még egy lényeges szempont. Az Európai Uniós forrásból létrejött tematikus utak egy része esetében megfigyelhető, hogy hamarabb szűnnek meg, válnak gazdátlanná. Ennek oka, hogy megalapításuk hátterében sokszor nem a közösségi igény, szükséglet, hanem egy-egy sikeres pályázat állt, így a pályázati források kifizetésével vagy a kötelező fenntartási időszak lejártával már csak néhány tábla emlékezteti a látogatókat a tematikus útról.

A tematikus utak szerepe az attrakciók kijelölése és összekötése. Az útvonalak témáit illetően nincs semmi kötöttség, bármely téma épülhet tematikus útvonal köré. A kulturális utak közé a kastély utak, vár utak, zarándokutak, történelmi utak, művészeti utak, gasztronómiai utak tartoznak. Az útvonalak tekintetében közös pont, hogy mindig valamilyen téma köré szerveződnek. A közös tematika egy-szerre lehet előny és korlát. A tematikus utak esetében elsődleges szempont a közös tematika meghatározása. Az a vezérfonal, amelyre a saját tematikus utunkat építjük, ki fog bennünket emelni a környezetünkben, meg fog bennünket különböztetni versenytársainktól, hiszen specifikálni és identifikálni tudjuk magunkat. Piaci megjelenésünk egységes lesz és egyszerűen kommunikálható. Másrészről erőteljes korlátozó tényező is a közös tematika, amely köt bennünket. Bármilyen nem válhat az útvonal részévé, hiszen meghatározásra kerültek, azok a minimum követelmények, amelyek meg kell felelnie az útvonalba bevont állomásoknak. Ez azt eredményezi, hogy egy igen homogén termékínálattal vagyunk kénytelenek dolgozni. A gyakorlatban a kastélyúton járó turistának az 5. kastély után már unalmassá válhat az útvonal bejárása. A tematikus utak kialakításának az egyik legnagyobb kihívása, hogy hogyan tudunk

olyan terméket létrehozni, amely egyszerre biztosítja az azonosságot és változatosságot. Hogyan tudjuk az azonos tematikával felkelteni a figyelmet, segíteni az elmélyülést egy tématerületben, de mégis izgalmassá tenni az út felfedezését. A Középkori templomok útja létrehozására során ennek érdekében alakítottuk ki az örökségútútvonalakat. Korán felismertük ugyanis, hogy 64 templom kijánlása a valóságban, piaci alapon elképzelhetetlen, legfeljebb az online térben. Az örökségútútvonalak a Középkori templomok útja különböző szakaszait mutatják be egy, két, három napos csomagok keretében, de az adott területen nem csak a középkori templomokra fűzzük fel az örökségútútvonalakat, hanem minden fontosabb, látványosabb vonzerőt integrálunk, legyen az vár, kastély, népi építészeti emlék, természeti látványosság. Ezzel a megoldással sikerült átvágni ezt nehézséget.

A tematikus utak már létező attrakciókat csomagolnak új köntösbe, melynek alapvetően az a célja, hogy növeljék a látogatottságot az új megközelítéssel. Véleményem szerint ez tekinthető legnagyobb előnyüknek, hiszen a már meglévő vonzerőknek tudjuk a piaci megjelenését, újra pozicionálását támogatni. Külön érdekesség, hogy egy jól kiépített tematikus út egy egész desztináció pozicionálására képes pozitív hatást gyakorolni (lásd. a Felső-Tisza-vidék a középkori templomok földje). A tematikus utak lehetővé teszik, hogy egy térséget más perspektívából mutassunk be. Gondoljunk arra, hogy a szilvaút Szatmár-Bereget a gasztronómia oldaláról pozicionálta, még a középkori templomok útja a térség művészettörténeti sajátosságaira hívja fel a figyelmet. Ugyanaz a terület, de más nézőpontból bemutatva.

A tematikus utak másik nagy előnye a kritikus tömeg megteremtésében van. A tematikus utak komplexebb turisztikai terméket testesítenek meg, amelyekből viszonylag egyszerűen alakíthatók ki csomagajánlatok. Az egyik legjelentősebb hozadéka egy-egy tematikus útnak abban áll, hogy olyan településeket, vonzerőket is be tud kapcsolni a turizmus vérkeringésébe, amelynek erre önmagában kisebb esélye lett volna. Ebből eredően a tematikus utak turisztikai attrakciójává történő fejlesztése az utóbbi években előkelő helyre lépett a turizmusfejlesztésben, mivel kiváló lehetőséget jelentenek a kevésbé fejlett és kevésbé felfedezett területek fejlesztéséhez, valamint a helyi fejlesztési együttműködések kialakításához. Óvatosan ki is jelenthetjük, hogy a tematikus utak inkább a rurális térségekre jellemzőbbek, mint a városokra, ebből adódóan inkább a vidéki térségek számára kínálnak turizmusfejlesztési eszközt. Egy tematikus útvonal megismerése időigényesebb folyamat, tehát ha egy turista rászánja az időt, az energiát és pénzt, akár több napra is el fog jönni az adott térségbe. Vagyis a tematikus utak jó lehetőséget nyújtanak a vendégéjszakák számának növeléséhez, a vonzerők és a szálláshelykínálat ötvözéséhez. Feltételezhetjük, hogy a látogatók tovább maradnak és többet költenek tematikus utak mentén.

Összességében a tematikus utak rendkívül dinamikusan fejlődő ágazata a turizmusnak. Jelentőségük elsősorban abban áll, hogy a meglévő vonzerőket pozicionálja újra és alakítja át komplexebb turisztikai terméké, amely alkalmas a vonzerő és a látogatottság növelésére. Másrészt fontos szerepet játszik a tartózkodási idő növelésében és a rurális térségek bekapcsolására a turizmusba. A Felső-Tisza-vidék vonatkozásában ez különösen lényeges, hiszen régióra nem jellemző a városi turizmus dominanciája, illetve a vonzerők jelentős része a rurális térségekben koncentrálódnak. A Felső-Tisza-vidékre a látványosságok, attrakciók szétaprózottsága jellemző, tehát ebben a régióban kiemelt cél a sok kis értékes látnivaló integrálása és a turisztikai hálózatba szervezése.

2. Tematikus utak kialakításának, fejlesztésének, üzemeltetésének fázisai

Nagy vonalakban szeretném bemutatni azt az „evolúciós” folyamatot, azokat a fontosabb fázisokat, amelyen egy tematikus útnak érdemes átesnie. A felsorolt szakaszok egy része egymástól időben elkülönül, más esetben a párhuzamosság érvényesül. Ezeknek a szakaszoknak egy része bármelyik tematikus útra érvényes, más részük a Középkori templomok útja tematikus útvonal analógiáit, megoldásait ismerteti. A főbb fázisok:

- Termékfejlesztés, a tematikus út kialakítása
- Piacra vitel, piaci jelenlét megteremtése

- Attrakció és vonzerőfejlesztés
- Szolgáltatásfejlesztés
- Üzemeltetés

Az első lépés mindig az útvonal tematikájának meghatározása és az útvonal kijelölése, amely a tematikus utak esetében egyet jelent a termékfejlesztéssel, hiszen ezen peremfeltételek fogják meghatározni a termékünk jellegét és összetételét. Ez a fázis igényli a legtöbb kreativitást, ha az alapokat, az állomásokra vonatkozó bemeneteli kritériumokat nem kellő körültekintéssel határozzuk meg, a későbbiekben problémát fog jelenteni. Már ebben a szakaszban eldőlhet, mennyire lesz, lehet piacképes a termékünk. Ehhez a fázishoz tartozik az egyes állomáshelyek kiválasztása, a szükséges együttműködések kialakítása, az útvonal kijelölése, a közös arculat megteremtése, a fizikai láthatóság érdekében a táblarendszer kiépítése. A második fázisban már rendelkezünk egy kijelölt tematikus útvonallal, elkészült a termékünk, amelyet piacra kell vezetnünk. Ehhez meg kell teremtenünk a piacra vezetés feltételeit létrehozni a szükséges promóciós és kommunikációs felületeket és el kell indítanunk a promóciós tevékenységünket. A tematikus útvonal szempontjából a második fázis sikerén múlik, hogy a tematikus út ki tud-e lépni az embrionális szakaszból. Az attrakció és vonzerőfejlesztés a tematikus útvonal mentén azt a célt szolgálja, hogy egy egységes koncepció mentén, induljanak meg az állomáshelyek szükséges helyreállítása, felújítása, illetve az attrakciók látogatóbarát fejlesztése.

A Középkori templomok útja fejlesztésében, most zajlik a szolgáltatásfejlesztési, szolgáltatásbővítési fázis, így elsősorban az itt szerzett tapasztalatokat és felismeréseket szeretném felvázolni. Mivel ez a szakasz nem sok tematikus útvonal esetében realizálódik, jelentősége azonban annál nagyobb, ezzel a fázissal részletesebben szeretnék foglalkozni. A szolgáltatásfejlesztéssel elsődleges célunk, hogy biztosítsuk a fizikai jelenlétet is a tematikus út mentén, vagyis az útvonal üzemeltetése ne csak távoli pontokról történjen, hanem közvetlenül a célterületről, ahol a látogatók is megfordulnak. Ne csak táblák jelezzék, hogy itt működik egy tematikus út, hanem legyenek arcai az útvonalnak, legyen olyan személy, aki megszólítható, aki szervez, aki jelen van. A tematikus utakkal kapcsolatban ez tekinthető az egyik kifogásnak, hogy csak vázak, amelyek inkább az online térben léteznek. A Középkori templomok útja fejlesztésének egy új irányát jelenti a látogatóközpontok kialakítása. A látogatóközpontok alapvetően olyan centrumok, melyek különböző szolgáltatásokat tudnak nyújtani a látogatók számára. Számos rossz állapotú, alulhasznosított, több esetben funkcióvesztett épület található az értékes műemléki templomok közvetlen környezetében. Ezeknek az épületeknek az állaga nagyban befolyásolja az amúgy jó állapotban lévő műemlék templom vizuális megítélését, a gyülekezetek életét és a látogatók komfortérzetét. A látogatóközpontok kialakítása kifejezetten ezeknek az épületeknek a felhasználásával valósulnának meg. A látogatóközpontok az alábbi funkciókat fogják ellátni:

- *Információs pont (front office funkció):* Lényegében egy látogatóközpont turisztikai információs pontként is képes működni. A látogatóközpontot üzemeltető személy információkat tud nyújtani a Középkori templomok útjáról az érdeklődőknek és ami fontos tovább tud ajánlani más templomokat.
- *Szervező pont (back office):* Bizonyos látogatóközpontokból kialakíthatók olyan információs pontok, ahol érdemi szervező munka is folyik. Első lépésben Csarodán alakulna ki ilyen funkció. Ennek a funkciónak az a célja, hogy menedzselje a templomút egy-egy szakaszát, tehát itt egy olyan személy ülne, aki el tudja látni ezeket a szervezési és koordinációs feladatokat.
- *Fogadótér:* A templom látogatása előtt a látogatóközpontba érkeznek a turisták, ebből eredően ezek az épületek „sorompóként” működnek, ahol lehetőség van a belépőjegyek értékesítésére.
- *Ajándéktárgy értékesítés:* Az ajándéktárgyak értékesítésére szintén a fogadótérben nyílna lehetőség. A látogatóközpontok kialakításával megnyílhatna az út az egyedi készítésű, márkázott ajándéktárgyak készítése előtt.
- *Kiállítótér:* A látogatóközpontok fő funkciója állandó kiállítások számára a megfelelő terület biztosítása.
- *Közösségi tér*
- *Illemhely:* Meggyőződésem, hogy a látogatóközpontoknak ez az egyik legfőbb funkciója.
- *Vendéglátó tér:* A látogatók kiszolgálásának és a bevételgenerálásának egyik leghatékonyabb módja.

A Középkori templomok útja mentén jelenleg csak egy látogatóközpont található Szabolcson, 2020-ig három látogatóközpont fogja megnyitni kapuit Csarodán, Vámosatyán, Vámosoroszipan és Nyírmihálydi-ban, amelyek differenciált szolgáltatáskoncentrációval fognak rendelkezni. A szolgáltatásfejlesztés egy másik aspektusát jelentené a Középkori templomok útja esetében a kerékpáros szolgáltatások fejlesztése, amely jelenleg pályázati szakaszban tart. A kerékpáros szolgáltatások fejlesztése, már egy célcsoportspecifikus szolgáltatásfejlesztés irány mentén zajlik, melynek keretében kerékpáros túraközpontok, kerékpáros pihenőpontok fognak létesülni. A túraközpontok a kerékpáros túrázók számára front office-ként működnek, amelyek a Felső-Tisza-vidék kerékpáros túraajánlatairól átfogó információkat nyújtanak. A túraközpontok szervezőpontként is funkcionálnak. A kerékpáros örökségtúrák szervezése fizikailag itt történne, tehát az épület nem csak információt nyújt, hanem katalizálja a kerékpáros turizmust. A létesítményben rendelkezésre állnak a szervizeléshez szükséges eszközök. A kerékpáros túraközpont sárga anyagot, mobil szervizszolgáltatást működtet. A kerékpáros túraközpontokban lehetőség van bringabérlésre. Fejlesztési cél kerékpáros pihenőpontokat kialakítása, több frekvenciáltabb örökséghelyszínen. A pihenőpontok esetében a célunk a turista fogadás feltételeinek javítása, higiéniai feltételek javítása, a kerékpárok kulturált és biztonságos elhelyezésének elősegítése, közösségi terek kialakítása. Csarodán, Nyírbátorban, Tákoson, Tarpán, Tivadarban létesülnének az első kerékpárosbarát szolgáltatóközpontok a Középkori templomok útja mentén.

Végül az utolsó szempontra szeretnék kitérni a tematikus útvonal evolúciós folyamatában, amely meghatározza a tematikus út piacra vezetésének és piaci jelenlétének sikerét, az üzemeltetés kérdésére. Abból a tényből érdemes kiindulni, hogy a tematikus utak nagy részét nem konkrétan azok az ingatlan tulajdonosok hozzák létre, akik üzemeltetik a tematikus úthoz tartozó ingatlanokat. Az esetek többségében egy külső szervezet végzi az útvonal létrehozását, akinek az állami támogatások kimerülésével már kevéssé áll érdekében az útvonal üzemeltetése. A gesztor szervezetek egy része inkább csak az útvonalhoz kapcsolódó fejlesztésekben érdekelt, hiszen ebben a szakaszban sokkal optimálisabbak a finanszírozási lehetőségek. Tehát nagyon lényeges, hogy egy tematikus útnak ne csak fejlesztője, kialakítója legyen, hanem üzemeltetője is. Az üzemeltetés a legproblematisabb szakasza egy tematikus útnak, hiszen ekkor már nem rendelkezünk jelentősebb fejlesztési forrásokkal, de az üzemeltetés jelentős költségeket emészt fel. Ennek a kérdésnek a relevanciája Magyarországon már csak azért is nagy, hiszen a tematikus utak nagy része Európai Unió támogatással jött létre a 2007-2013-as időszakban, amelyek már a fenntartási időszakba léptek. Optimális esetben, a tulajdonos, a gesztor és az üzemeltető személye nem válik el egymástól, de ha megvizsgáljuk a már működő tematikus utakat, a gyakorlat nem ezt igazolja. Abban a pillanatban, ahogy egy tematikus út elveszíti az üzemeltetőjét, összecuslik. Tapasztalataim szerint egy tematikus utat nem létrehozni nehéz, hanem folyamatosan üzemeltetni és stabilan a piacon tartani. A Középkori templomok útja mentén, a látogatóközpontok kialakításával szeretnénk megteremteni az üzemeltetés fizikai központjait, sejtjeit. Az üzemeltetés során a legtöbb, amit tehet egy üzemeltetésért felelős szervezet, hogy életet lehel az útvonalba, folyamatosan szervezi, katalizálja a programokat, amelyek az útvonal megismerését segítik. Inspirálja a látogatókat, hogy ismerjék meg az útvonalat, idegenvezetőt, túravezetőt ad melléjük, akik végig tudják kísérni az úton a turistákat.

Az elmúlt 10 év tapasztalata alapján, véleményem szerint ezek a peremfeltételek szükségesek ahhoz, hogy egy látogató úgy érezze egy izgalmas és működő tematikus úttal van dolga, egy olyan turisztikai termékkel, amelyek szolgáltatások egész sora segíti, ösztönzi őt az útvonal egy-egy szakaszának megismerésében. Ahol az útvonalat nem csak korhadó táblák jelzik, hanem folyamatos élet van rajtuk.