

Az ipari örökség megjelenése a kulturális turizmusban: Vaskultúra Útja Észak-Magyarországon

Egy utazó naplójából (a remélhetőleg nem túl távoli jövőből):

Van egy város... fenn, északon, a hegyek lábánál. Már a sokadik napot töltöm ebben a csodálatos városban, de nem tudok betelni vele. Az elmúlt napokban olyan oldaláról ismertem meg, melyre sokan csak legyintenek – „ipari élményeket” szereztem. Egykor büszke ipari fellegrvár volt, a kohászat bölcsője, vasgyártással, bányászattal. Aztán mindez véget ért, s lakói mintha elfelejtkeztek volna múltjukról, sőt szégyellték volna azt. Majd e sötét évek után fejlődésnek indultak: ismét büszkék örökségükre, kultúrájukra, múltjukra s hagyományaikra, s mindezt büszkén mutatják meg az ide érkezőknek is:

Becsben tartják ipari örökségüket. Kiváló múzeumokban jártam, önthettem vasat az újra működővé tett őskohóból, kipróbálhattam a kovácműhely szerszámaikat, rengeteget tanultam az interaktív, működő makettek bemutatató tárlatokon. Kis „törpevonattal” utaztam a közeli szénbányához, ahol sorban álltak csoportok és egyéni vendégek, hogy régi munkásruhákba öltözve leszálljanak a föld gyomrába, ott hangok – fények – gépek – bábuk segítségével érezzék át az oly sokszor gyilkos munka minden nehézségét és szépségét. A város közepén, az egykori gyáróriás helyén rekreációs és kulturális park kínál napokra szórakozást; kiállítások, ipari csodák mesebirodalma, műhelyek, ahol beállhatunk dolgozni, korabeli utcák kis üzletekkel és a munkások mindennapjai szerint berendezett házcskákkal, modern belsővel fogadó műemlék épületek, relikviák, szabadidőpark játékokkal, s mindezek mellett kiválóan megfér az ipari szakmákat oktató szakképző-centrum, az egyetemi gyakorló üzemcsarnok, a modern művészetek központja és a konferencia-központ is. Mindez tele pezsgő élettel, sportlétesítményekkel, emberekkel.

Mindez a csodálatos időutazás nem ér véget a városban – hiszen az egész térség gazdag ipari múlttal rendelkezik. Szervezett kirándulásokon kereshetjük fel a régió más, volt ipari központjait, mind más-más jellegű látnivalókat kínál. Úgyesen szervezték össze egy útvonalra... S akkor még nem is szóltam a színes programokról, a jó ételekről és italokról, természetesen a hagyományok köntösébe csomagolva.

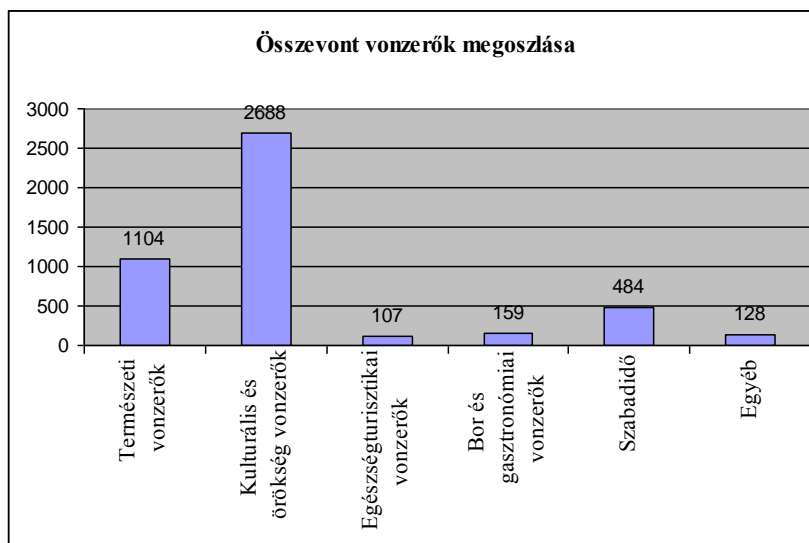
Ez egy város, amely büszke múltjára, értékeire, örökségére – köztük az ipari hagyományokra is. Egy város, ahová egyszor az életben mindenkinek el kell jönnie...

Szólhatna ez a képzeletbeli naplóbejegyzés akár Miskolcra is? A válasz természetesen igen. Miskolc turizmusában a kultúra mindig is meghatározó volt, „a kultúra várost épít” szlogen hatására ma is ható és létező hagyományok jöttek létre. Az örökségturizmus a kulturális turizmus része, Miskolc számára pedig az ipari örökség egy máig ki nem aknázott lehetőség. De nem csupán a város, hanem az egész régió számára az – voltak és vannak is kezdeményezések az ipari örökség megőrzése és turisztikai bemutatása érdekében, azonban mind a mai napig nem sikerült a közös nevezőket megtalálni, valamennyi érdekelt és érintett felet egy cél köré szervezni.

Az elmúlt két évtizedben a kulturális turizmus egyértelmű megatrendként jelenik meg a világ turisztikai piacán. Az UNWTO adatai szerint az európai utazások 20%-a történik a helyi kultúra megismerésének fő motivációjával, amíg az európai utazók 60%-a érdeklődik a kulturális értékek iránt, bármilyen más fő motivációjú utazás során. Az európai kiutazások 40%-a esetében kap a kultúra központi szerepet. Az European Travel Monitor kutatásának eredményei szerint az európaiak külföldi vakációinak 19%-a történt körutazás, 15%-a városlátogatás és 2%-a rendezvénylátogatás céljából 2008-ban (www.itthon.hu).

A kulturális útvonalak kialakítását, mint a tematikus attrakciók összekötését és komplex programmá szervezését a Kulturális turizmus fejlesztési stratégia (2009) is támogatta. Az

Észak-magyarországi turisztikai régió 2007-2013-as időszakra szóló fejlesztési stratégiája kiemeli a régió kulturális értékeit, melyek aztán a termékfejlesztési prioritásokban is megjelentek. A stratégiához teljes körű vonzerőleltár is készült, az alábbi megállapításokkal:



Forrás: Észak-magyarországi régió turizmusfejlesztési stratégiája 2007-13

„Az utóbbi öt évben a vonzerőtípusokat vizsgálva megállapítható, hogy a kulturális vonzerők mellett a gyógy és wellness, a táji értékek, a hagyományok, a bor és gasztronómia a meghatározóak továbbra is. Legújabban a legdinamikusabban fejlődő vonzerőtípusok a kulturális turizmussal, konferenciákkal és a speciális tematikus utakkal kapcsolatosak. A vonzerőleltár adataiból egyértelműen látható, hogy a régióban a természeti és kulturális – örökségi jellegű vonzerők dominálnak, erre alapozva is születtek meg a területi és termék-prioritások." A beazonosított 4670 vonzerőelem több mint fele tartozik a kulturális és örökség vonzerők csoportjába.

A tematikus útvonalak fejlesztése Magyarországon az elmúlt évtizedben indult rohamos fejlődésnek, köszönhetően – többek között – a fejlesztési stratégiákban, majd az ezekre épülő pályázati rendszerekben megjelenő prioritásoknak, és a soha nem látott mértékű pénzügyi támogatásoknak. Számos kulturális és örökség-elem szolgált – és természetesen szolgálhat a jövőben is – az útvonal-alapú fejlesztések témájaként: műemlékek (pl. Északi várak útján); néphagyományok (pl. Palóc út); vallási értékek (pl. Mária út); bor és gasztronómia (pl. Tokaj-hegyaljai borút). A régió, és benne Miskolc városa, további kiaknázatlan lehetőségeket is rejt magában – mint pl. az ipari örökség.

A turizmus nemzetközi tendenciái egyre inkább a komplex élményt kínáló, alternatív, egyedi és személyre szabott, a tudatos utazók igényeit kielégítő termékek iránti fokozódó igényt jelzik. A kultúra és az örökség meghatározó ebben. Meghatározó egy olyan város számára is, mely turizmusának fejlesztését a természeti környezetre, a gyógytényezőkre és a kulturális örökségre építi, megtámogatva egy lassan stabilizálódó és egyre erősödő marketing munkával, a szolgáltatókat együttműködésre biztató TDM szervezettel. A folyamatos fejlődés kulcsa a termékfejlesztés és a marketing, az együttműködés és a profizmus, a nemzetközi trendekhez való alkalmazkodás képessége. A termékfejlesztés máig kiaknázatlan lehetősége – többek között – az ipari örökségben rejlik.

A kulturális örökségturizmus fejlesztése számos stratégiai kérdést vet fel, melyek közül a legfontosabbak: desztináció-marketing, márkáépítés (Piskóti 2012); kulturális övezetek kiala-

kítása (pl. **ipari örökség**, kulturális intézmények, múzeumok); a régi idők hagyatékának megismerése, autentikus bemutatása; kulturális és örökség útvonalak. A sikerhez szükséges tényezők a következők:

- autentikus kulturális és örökség elemek és programok,
- kiváló minőségű és mennyiségű szolgáltatást nyújtó információs és turisztikai iroda
- koordináció: szolgáltatók felé, gazdasági fejlődés, tervezés, infrastruktúra, stb.,
- marketing, termékfejlesztés, támogatások, célpiacok azonosítása, piaci rések kihasználása,
- a termék-marketing beillesztése a desztinációmkteting stratégiába és programba,
- szükséges turisztikai infrastruktúra-fejlesztés (szállodák, közlekedés, stb.)

Kulturális útvonalak

A kulturális útvonalak speciális, meghatározó helyet foglalnak el a turizmus kínálatában, különösen az örökség-elemekre épülők. A kulturális útvonalakat a legtöbbször olyan tematikus utakként értelmezik, ahol a központi téma valamilyen kulturális érték, örökségelem, s amelyekben domináns szerepe van a kulturális attrakcióknak (DÁVID-JANCSIK-RÁTZ 2007). A kulturális útvonalak arra nyújtanak lehetőséget, hogy a látogatók értékeljék és megértsék a bemutatott kulturális kapcsolatokat. Az elmúlt évtizedekben ez a szándék találkozott a turisták differenciált termékek iránti igényével. Számos ország és nemzetközi szervezet (pl. UNWTO, UNESCO, ICOMOS, EU) kezdeményezett ilyen irányú együttműködések. Az „útvonal-alapú turizmus” egy örökségi és turisztikai fejlesztési módszer, mely nem csupán a turisztikai, hanem a társadalmi és gazdasági fejlesztést is szolgálja.

Ipari örökség

Európa-szerte egyre inkább elismert, hogy **az ipari örökség a kultúra része** – a legáltalánosabb értelemben is. A társadalmi érdeklődés megfelelő programokkal fokozható. Az ipari örökség megőrzése érdekében működő nemzetközi szervezet a **The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage (TICCIH)**, mely az ipari örökség védelme érdekében az ICOMOS és az UNESCO támogatásával megfogalmazta a **Nizhny Tagil Chartát** 2003-ban. Mindemellett számos nemzetközi szakmai szövetség létezik a tengerészeti örökség iránt elkötelezett szervezetektől a bányamúzeumokon át a sütőipari emlékek hálózatáig.

Az **ipari örökség**fogalmát nem könnyű meghatározni, pedig kézenfekvőnek tűnik. **A legtágabb értelemben ide sorolhatunk minden, a kézműipartól a nagyiparig terjedő formában, a termelés bármely területéről és ágazatához kapcsolódóan ránk maradt emlékeket**, beleértve a jelenlegi működő ipari egységeket, ágazattól függetlenül. A TICCIH meghatározása – melyet irányadónak tekintünk – az alábbi:

- az ipari örökséget az ipari kultúra történelmi, technológiai, társadalmi, építészeti vagy tudományos jelentőséggel bíró emlékei alkotják. Ide tartoznak: épületek és gépek, felszerelések; műhelyek; malmok és gyárak; bányák, feldolgozó és finomító telepek; raktárak; energiatermelő, továbbító és felhasználó helyek; közlekedés és annak minden infrastruktúrája; valamint az iparral kapcsolatos minden egyéb, szociális tevékenységre használt hely, mint pl. lakóépületek, vallási helyszínek és iskolák.
- **Nyizsnij Tagil Karta:** az ipari örökség a kulturális örökség szerves része, azon ipari emlékekből áll, melyeknek történelmi, műszaki, társadalmi, építészeti és tudományos értéke van, magába foglal mindent, ami az ipari tevékenységgel kapcsolatos. Nem csupán az ipari épületeket, berendezéseiket, gépeket és eszközöket, hanem a városrészeket és tájat, ahol ezek elhelyezkednek. Magába foglalja a termelő ágazatokon túl a raktározás, energiatermelés és szállítás emlékeit, és az ehhez kapcsolódó szociális építményeket, lakásokat is. Minden olyan emléket, amely bizonyítéka egy olyan kornak, amely technikai újításával megváltoztatta a történelmet és a benne élő emberek életét.

Az ipari örökség fogalmába mind a múlt, mind pedig a jelen öröksége is beletartozik, melyeket három nagy csoportba sorolhatunk:

- ipari és technológiai műemlékek (telepek, lelőhelyek, múzeumi tárgyak és leletek, erődítmenyek),
- mindenfajta „élő”, jelenleg is működő ipar, beleértve a mezőgazdaságot és az élelmi-szeripart is, valamint
- nem tárgyasult örökség (leginkább az ipari fejlődés által inspirált széles körű kulturális tevékenységek).

Az ipari épületek, területek revitalizációja kapcsán több lehetőség is van (RODERS, 2007):

- elvesztés – nem teszünk semmit, leértékeljük a jelentőségét,
- megelőzés – a további romlás megállítása rövid távú megoldásokon keresztül,
- megőrzés – a további romlás megállítása hosszú távú megoldásokon keresztül,
- helyreállítás – bizonyos részek újjáépítése korábbi fényükben,
- revitalizáció – operatívva tétel új funkciókon keresztül,
- újbóli használat – operatívva tétel a régi funkciókon keresztül,
- lerombolás – a teljes elbontás.

Ugyanakkor az ipari épületek hasznosítására számos gyönyörű példát találhatunk Európában, mint pl.:

- kulturális funkció: Millenaris Park (Budapest),
- múzeum: New Tate Gallery (London),
- kulturális és élmény központok: Ruhr-vidék Emscher-program (Düsseldorf központtal),
- lakóépületek, -negyedek: Docklands kerület (London), Gasometer (Bécs),
- oktatási funkció: Docklands kerületben a University of East London campusa, diák-szálló (Landscapepark Duisburg, Emscher-program),
- szolgáltató, kereskedelmi, vendéglátó-ipari funkció, bevásárlóközpontok,
- üzleti funkció: irodaházak, műtermek (Hafen irodaépületek, Düsseldorf),
- szórakoztató funkció: szabadidő-parkok, élményparkok, közparkok kialakítása (Route Industriekultur, a Ruhr-vidék rehabilitációja révén létrejött kulturális létesítmények, Zeche Zollverein Essenben) (KIRÁDY 2009).

Esettanulmányunkban bemutatunk egy sikeresen működő példát, a Svájci Kulturális Útvonalak rendszerét, valamint hasonló szempontok szerint párhuzamot állítunk egy magyar kulturális útvonal kezdeményezéssel.

Kulturális útvonalak Svájcban

Svájcban az 1970-es évek nagy infrastruktúra-fejlesztései közben szembesültek azzal, hogy az új hálózatok létrejöttével a régi, hagyományos, elsősorban zárandok, kereskedelmi és katonai célokat szolgáló úthálózat eltűnhet. Az értéket és jelentőségét felismerve a svájci szövetségi állam felkérte a berni egyetem egy interdiszciplináris szakértői csoportját ezen útvonalak feltérképezésére. 30 ember 20 évi munkájával, 50 millió svájci frank állami befektetéssel készült el 1984 – 2003 között a svájci történelmi útvonalak leltára (IVS), mely részletesen dokumentálva, térképekkel, leírásokkal, történelmi és tudományos információkkal, kantonokra lebontva tartalmazza e hatalmas örökséget. A leltár részét képezte a természeti és kulturális örökség védelméről szóló svájci szövetségi törvénynek. A munka elkészülése után, a feltárt értékeket nemzeti – regionális – helyi védettségi kategóriákba sorolták. A leltár eredetileg egy tervezési eszköznél készült. Azonban már a munkálatok közben nyilvánvalóvá vált, hogy a történelmi utak és útvonalak, a vonzó kulturális látnivalók és a páratlan természeti környezet hatalmas potenciált jelent a turizmus fejlesztésére és a regionális fejlesztésekre egyaránt. Így született meg a svájci kulturális utak ötlete...

2003-ban, a leltár elkészülése után, a szakértői csapat együtt maradt, és megalapították a ViaStoria nevű szervezetet. Munkájuk közé tartozik, többek között, az állami feladatot jelentő, és általuk ellátott további feltárások, védelem, renováció és megfelelő hasznosítás biztosítása. A Kulturális Útvonalak projekt célkitűzései a következők:

- új turisztikai élmények kínálatának létrehozása, természetjárás a történelmi útvonalakon,
- az akadémiai kutatás eredményeire (IVS) építve új turisztikai csomagok kialakítása,
- regionális és helyi attrakciók bekapcsolása, tipikus helyi mezőgazdasági termékek népszerűsítése, ezáltal hozzáadott érték létrehozása a régiókban.

A projekt alap-elemeként 12 országos jelentőségű útvonal került kialakításra. Mindegyik a svájci kultúra és történelem egy-egy speciális részét mutatja be. A mezőgazdasági és kézműves termékek bekapcsolása pedig az egyes térségek történelmi hagyományait és kereskedelmi múltját hangsúlyozzák.

A projekt azonban itt nem állt meg. Kiválasztásra került további 300, regionális és helyi jelentőségű útvonal, melyek turisztikai kínálatáá fejlesztése jelenleg is folyik. Ezáltal erősödik a szövetségi állami, regionális és helyi szintű együttműködés, s egy, a teljes országot átfogó hálózat jön létre. Igen fontos kiemelni, hogy minden útvonal esetében létezik egy felelős szervezet, a helyi / regionális kezdeményezések koordinátora és menedzselője, aki a turisztikai kínálat működtetését is végzi. A meglévő 12 országos útvonal mindegyikén lehetséges csomagajánlatokat is foglalni. A Svájci Kulturális Útvonalak projekt megvalósulásával a ViaStoria egy olyan marketing ernyő-szervezetté alakult, mely felelős az országos információs platform (weboldalak) üzemeltetéséért, kiadványok készítéséért, valamint egységes minőségi követelmény rendszer kidolgozásáért és a kandidáló útvonalak minőségi ellenőrzéséért is. Fontos tanácsadó és konzultációs szerepkört is betöltenek, erre egy speciális programot dolgoztak ki, természetvédelmi, mezőgazdasági, turisztikai és nevelési blokkokkal.

A Vaskultúra Útja Észak-Magyarországon

Az ipari örökség megjelenik a kulturális és örökségturizmus kínálatában, illetve része az Európa Tanács kulturális útvonalainak is. A **Közép-európai Vaskultúra Útja** 2007-ben létesült, a résztvevő országok: Ausztria, Cseh Köztársaság, Németország, Magyarország, Olaszország, Lengyelország, Szlovákia, Szlovénia. Magyarországot évszázadokkal ezelőtt mint „Európa vasszívét” emlegették, a kohászati és vasgyártási hagyományok mélyen gyökereznek. Észak-Magyarország a rendszerváltás előtt a nagyipar, elsősorban a bányászat és kohászat fellegvára volt. Mára a két legnagyobb vasmű, Miskolcon és Ózdon, megszűnt termelni, a gyárat évekkel ezelőtt bezárták, tulajdonosi szerkezetük szétaprózott, valódi hasznosításuk megoldatlan. Közel 20 évvel ezelőtt, néhány lelkes, a terület iránt elkötelezett szakember, főként a kohász szakma idős képviselői, erőn felüli munkába kezdett, hogy minden lehetőséget megragadjon az ipari örökség feltárására, megőrzésére és bemutathatóvá tételére. 2008-ban megalakult a Közép-Európai Ipari Örökség Útja Egyesület, miskolci székhellyel. Céljuk az ipari örökség feltárása és megőrzése, a lassan feledésbe merülő hagyományok őrzése, a termelés – legalább részben – történő visszaállítása, illetve a hatalmas, barna mezős területek hasznosítása.

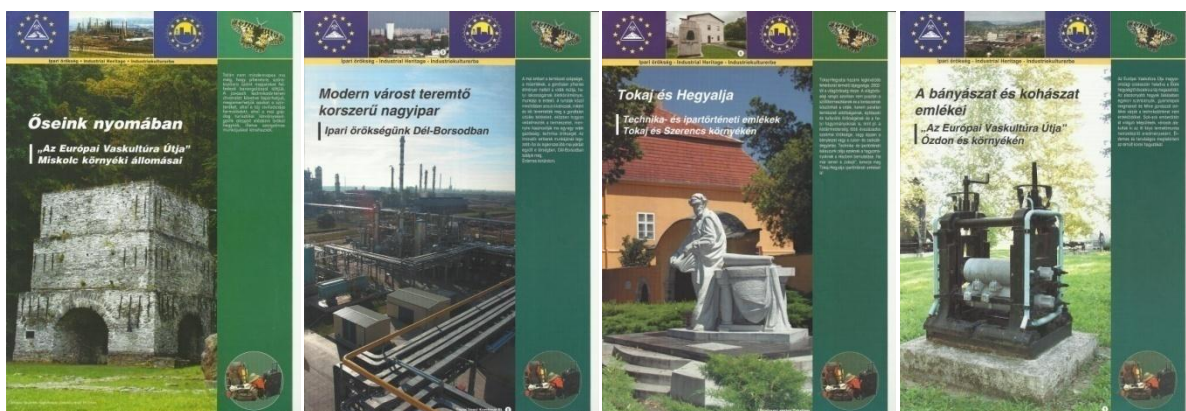
Az elmúlt években voltak sikerek és kudarcok is bőven. Sikerült néhány új ipari bemutatóhelyet létesíteni, fenntartani a meglévő múzeumokat, néhány marketing akcióval (kiadványok, rendezvények, tudományos fórumok és alkalmanként gyártúrák) felhívni a figyelmet ezekre az értékekre. Természetesen azzal is tisztában vagyunk, hogy ilyen hatalmas ipari területek sorsára a turizmus önmagában nem lehet megoldás, hiába ismerjük pl. a Ruhr-vidék vagy Ausztria számos jó példáját. Elsősorban a termelés, a gazdaság színterei kell, hogy legyenek. Az utóbbi évtized eredményei közül a turizmus szempontjából legjelentősebbek Miskolcon:

- Létrejött a Diósgyőri Papírgyár Papíripari Múzeuma;

- Magánkezdeményezésre Bányászati Gyűjtemény került kialakításra Miskolcon, a Mexikó-völgyben;
- 2006 tavaszán „Műszakváltás” címen egy hónapos kulturális programot szerveztek a Kohászat volt hivatalházában, ahol kiállításokkal, irodalmi és zenés műsorokkal, előadássorozatokkal, filmvetítéssel sikeresen demonstrálták, hogy az egykori ipari létesítmények miként használhatók fel mai kulturális igények kielégítésére.
- „Ipari szafari” címen gyári-sétákat szerveztek, amelyek során városlátogató gumikerekes „kisvonattal”, illetve autóbusszal utazva megismerkedhettek az érdeklődők a valamikori ipari nagyüzemek múltjával, műemlék jellegű létesítményeivel, a gyártörténet kiemelkedő teljesítményeivel, nehézségeivel, legendás egykori dolgozói emlékével, érdekes helytörténeti kuriózumokkal.
- Az LKM műemléki Csavargyár-épületében kialakításra került a Factory Aréna, az extrém sportok iránt érdeklődők mára igen kedvelt helye.
- 2007-ben és 2008-ban – 18 év szünet után – felújították Miskolcon az egykor volt hagyományos „Kohásznapot”, „Fazola-napok” elnevezéssel. Az első alkalommal egy, a másodikon már három napos gazdag, több ezer embert vonzó tartalmas program formálódott. 2011-ben már „Fazola Fesztivál” néven került megszervezésre.
- 2008-ban alakult meg a Közép-európai Ipari Örökség Egyesület, amely többek között a kultúrtörténeti jellegű idegenforgalom bátorítását, a szakmatörténeti örökségturizmus fellendítését tűzte ki célul.
- Stabil szakmai kapcsolat és együttműködés alakult ki a Kassán lévő Szlovák Technikatörténeti Múzeum, valamint a Kassai Egyetem munkatársaival.

Voltak persze kevésbé sikeres próbálkozások és nagy szívfájdalmak is. Előbbi kategóriában említhetjük, hogy a táj-rehabilitációs munkák kapcsán született egy koncepció a felhagyott rudabányai vasércbánya turisztikai hasznosítására, melyből sajnos semmi nem valósult meg. Utóbbi kategóriában pedig azt emelhetjük ki, hogy – bár a szakma mindent megtett az illetékes politikusok meggyőzése érdekében – nem sikerült a lyukóbányai bányában turisztikai bemutató bányát kialakítani, hanem a bezárása óta teljesen „megszűnt létezni”. Különösen fájdalmas ez azt látva, hogy tőlünk nyugatabbra fekvő országokban egyedülálló turisztikai látványosságokat alakítottak ki ilyen és hasonló ipari területekből, melyeket évente több százezer látogató keres fel (pl. Eisenerz vagy Hallstadt Ausztriában).

A fentebb felsorolt eredmények azonban nagy értéket képviselnek Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. A velük párhuzamosan megvalósult promóciós munka nagyban hozzájárult ahhoz, hogy növekedjen az érdeklődés ipari örökségünk iránt. A látnivalókat felkereső turisták száma lassan, de folyamatosan emelkedik, nő az ismertségük.



Ízelítő az ipari örökséget népszerűsítő megyei kiadványsorozatból

A Hogyan tovább? kérdésre természetesen nem könnyű választ adni. Más szempontokat tartanak fontosnak az ipartörténettel és ipari emlékekkel foglalkozó szakemberek, és megint

másokat a turisztikai szakemberek. Míg az előbbiek a feltárásban, bemutatásban, megőrzésben és az utókor számára történő megmentésben látják a legfontosabb teendőket, addig a turizmus már meglévő, terméké alakítható, stabil szolgáltatásokat igényel, melyek a megfelelő célcsoport számára értékesíthetőek. A kettő nem létezhet ugyan egymás nélkül, mégsem könnyű a közös pontokat megtalálni. Bár rendkívül büszkék vagyunk örökségünkre, a profi utazásszervező mégis azt mondja: nem piac- és versenyképes jelenlegi kínálatunk.

Az ipari örökség kérdéseinek és problémáinak megoldására a csodát persze nem a turizmustól kell várni. Ez csak egy szelete a tortának, mely a többi darab nélkül azonban ízetlen és tartalmatlan.

A turisztikai hasznosulás, illetve hasznosíthatóság tekintetében az ipari örökség kérdése a megyében (de igaz ez a régió egészére, de talán még az országra is) több sebből is vérzik. Ezek közül egyet emelnénk ki, melyre nem sikerült eddig megnyugtató választ találni: ez pedig a **„gazda”-szerep**.

- Az ipari örökségattrakciók tulajdonosai igen eltérő típusokat képviselnek, leggyakoribb a magánvállalat, vállalkozás és az állami tulajdon (pl. múzeumok). A vállalkozások nem látnak benne üzleti lehetőséget, gyakran a talpon maradásukért küzdenek, míg az állami tulajdonú objektumoknál gyakran az a fő kérdés, hogy egyáltalán megmaradnak-e. Esetükben néha a pusztá létfenntartás is probléma.
- Nincs olyan hatékonyan működő szervezet, mely betölthetné a gazda-szerepet. Az egyesületek zömében nem turisztikai, hanem ipari és tudományos szakemberekből állnak, akik elhivatottságból, megszállottságból, önkéntes alapon dolgoznak. Nem tudnak maguk mögött olyan stabil szervezetet és infrastruktúrát, mely biztosítaná a folyamatos működést – ennek alapvetően finanszírozási okai vannak.
- Nem tudunk jelenleg turisztikai szervezeti háttérrel sem felmutatni. Jelen tanulmány készítésének időpontjában a turizmus intézményrendszerének teljes átalakítása zajlik. A régi szervezeteket, irodákat (pl. turisztikai hivatalok, Tourinform irodák) megszüntették, a desztinációs menedzsment (TDM) szervezetek még nem álltak fel, vagy ahol már létrejött, még nem tud a termékfejlesztési feladatokkal foglalkozni, s egyébként is területi alapon szerveződnek. Ebből a szempontból leginkább a regionális szintű TDM jöhetne szóba, melynek kialakítása még napirendre sem került. Már a megyei önkormányzatok feladatköréből is kivették a turizmust, így gyakorlatilag megyei szinten turizmus-sal foglalkozó szervezet nélkül maradtunk.

Csak akkor foglalkozhatunk a többi – nem kevés – feladattal, ha a szervezeti és gazda-kérdést már sikerült megoldani. Nem lehet örökké önkéntes alapon, eseti és pályázati támogatásokra számítva dolgozni. Addig is csak elméletben tudjuk építgetni koncepcióinkat, s az ajánlatok megmaradnak az ajánlatok szintjén, üzleti hasznosulás, gazdasági hasznon nélkül. S továbbra is irigykedve tekinthetünk Európa boldogabbik felére, ahol az ipari örökség örökéletű emlékei turisták százazreit vonzzák évente, páratlan színfolttal gazdagítva az adott terület turisztikai kínálatát.

Miért nem működik tehát ez a termék kulturális útvonalként Magyarországon?

A turizmus globális trendjeit tekintve megállapíthatjuk, hogy a tömegturizmussal szemben az egyedi igényeket kielégítő, különleges ajánlatok, az igazi élmények, a hagyományok és az örökség felé fordulás jellemzi a keresletet. Természeti és kulturális örökségünk páratlan adottságokkal ruház fel bennünket – a lehetőségekkel azonban nem tudunk mindig élni. Magyarországon a tematikus utak kialakítása az utóbbi másfél évtizedre jellemző igazán, az „igazi” kulturális útvonalak száma azonban csekély. Vannak kezdeményezések, de a korábbi modellekben bemutatott elemek valamelyike, sok esetben több is, hiányzik a versenyképes és fenntartható működéshez. Leginkább valamilyen projekt, elérhető támogatás hatására kezdődik a létrehozásuk, a belső indíttatás, közösségi kezdeményezés, hosszútávon működtető szervezet általában hiányzik. Jól példázza ezt a bemutatott „Vaskultúra útja” is.

Párhuzamot vonva a svájci példával, a következőket állapíthatjuk meg:



Az esettanulmányok összehasonlítása

A történelmi háttér ugyanúgy létezik, mint Svájcban. Szinte minden másban azonban nagy hiányosságok tapasztalhatók. Nincsen teljes körű leltár, a hivatkozott projektek kapcsán csak a meglévő és turisztikailag valamilyen szinten hasznosító objektumokról készült felmérés. Nincsen semmilyen koncepció vagy stratégia ezen térségek és ipari tájak kezelésére és hasznosítására. Bár a tudósok és a civilek foglalkoznak a problémával, nincsen felelős menedzselő, koordináló szervezet – a turizmus részterületén sem, nem is beszélve a gazdasági és szociális kérdésekről. A párbeszéd az ugyancsak alakulóban lévő helyi TDM szervezettel laza és alkalomszerű. Nincsen anyagi háttér sem a termékfejlesztés, sem pedig a marketing feladataira. Széles körű társadalmi párbeszéd indult a közelmúltban, mely e tanulmány írásakor is tart, a megoldások mégis nagyon távolinak tűnnek. Valójában az ipari örökséget illetően elvesztegettük az elmúlt két évtizedet... szükséges lenne egy valós, komplex program, s megvalósító menedzsment-szervezet, együttműködési rendszer kialakítása.

Fejezzük be esettanulmányunkat képzeletbeli utazónk újabb naplóbejegyzésével:

Nos, kedves barátaim, úgy döntöttem maradok még pár napot – hiszen holnap kezdődik az egy hetes Fazola Fesztivál, mely messze földről vonzza a látogatókat: szórakozni vágyókat és tudósokat egyaránt. Sajnos a szakmai konferencián nem vehetek részt (pedig érdekelne...), de ott akarok lenni az új Gyári Színház nyitó előadásán, meg akarom nézni az új kiállításokat, be akarok állni kohásznak az egykori vasgyárban, és igazi bányász-ételeket akarok kóstolni a gasztronómiai bemutatókon. Utána persze jó borokkal fogom leöblíteni a város közepén álló "hegy" (mert persze csak domb az illető) pincéiben. Aztán elmegyek egy 3 napos kirándulásra, mely körbejárja egész felföld ipari látnivalóit, a Vaskultúra Útján.

Hivatkozott irodalmak:

- DÁVID, L., JANCSEK, A., RÁTZ, T. (2007): Turisztikai erőforrások – a természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása, Perfekt Kiadó, Budapest
- KIRÁDY RITA REBEKA: Ipari épületek rehabilitációja, Doktori értekezés, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Budapest 2009.
- PISKÓTI, I. (2012): Régió és településmarketing – Akadémiai Kiadó Budapest

Alapkérdések:

1. Értékelje az észak-magyarországi turisztikai régió versenyképességét a kulturális turizmus piacán! Milyen természeti és kulturális erőforrásokat hasznosíthat a régió a kulturális útvonalak fejlesztése érdekében?
2. Ismertesse a kulturális turizmus – örökségturizmus – kulturális útvonalak összefüggéseit! Mutassa be röviden a régióban található tematikus útvonalakat, mint jellemző turisztikai termékeket!
3. Ön annak a konferenciaszervező cégnek az ügyvezetője, amely elnyerte a Fazola Fesztivál keretében szervezett szakmai konferencia rendezési jogát. Hogyan történik egy profi cég kiválasztása erre a feladatra? Melyek a konferenciaszervezés alapvető szakmai ismeretei? Váolja fel a tervezett konferencia tartalmát, forgatókönyvét!
4. A konferencia mellé szakmai tanulmányutat is szerveznek. A post-congress tour az észak-magyarországi régió ipari látnivalóit mutatja be, a Vaskultúra Útja mentén, kezdve a legjelentősebb miskolci ipari attrakciókkal. Állítsa össze a tanulmányút programját, és készítse el az előkalkulációját is! Foglalja össze röviden a turisztikai csomagajánlatok készítésének szabályait, az utazásszervezés alapismereteit!
5. Ön a Vaskultúra Útja egyik vidéki állomásának, egy magánkezdemenyvezésű bányászati gyűjteménynek a tulajdonosa. Szolgáltatásait vendéglátással szeretné bővíteni, egy kis melegkonyhás étterem kialakításával. Milyen kapacitású éttermet nyitna? Hogyan jelenítené meg a térség ipari hagyományait az étel- és italkínálatában? Tervezze meg az étel- és ital- lapot!
6. Ön a Vaskultúra Útja egyik vidéki állomásának, egy magánkezdemenyvezésű bányászati gyűjteménynek a tulajdonosa. Szolgáltatásait vendéglátással szeretné bővíteni, egy kis melegkonyhás étterem kialakításával. Tervezze meg az üzemelési és nyitvatartási időtartamot, készítsen létszám- és bértervet!
7. Ön a Vaskultúra Útja kulturális útvonalat menedzselő szervezet vezetője. Mutassa be (sorolja fel) az útvonal állomásait az észak-magyarországi turisztikai régióban! Milyen marketing eszközöket használ az útvonal népszerűsítése érdekében? Egy-egy, eltérő típusú látnivaló esetében térjen ki a turizmusmarketing speciális kérdéseire (pl. múzeum, bemutatóhely, interpretáció, kommunikációs eszközök)!
8. „Fogadó a bányászhoz” néven Ön egy kis családi szállodát kíván létrehozni a Vaskultúra Útja mentén egy vidéki kisvárosban, ahol bemutató bánya is működik. Milyen egyéb attrakciókkal rendelkezik még a település? Melyek a szállodaberuházás legfontosabb lépései, kritikus pontjai? Foglalja össze, milyen színvonalú, kapacitású szállodát alakítana ki! Mutassa be a tervezett szolgáltatásokat!
9. A „Fogadó a bányászhoz” családi szálloda tulajdonosaként készítse el a létesítmény humán erőforrás tervét! Foglalja össze a menedzsment (elsősorban a Front Office és a Housekeeping menedzserek) legfontosabb feladatait arra az időszakra, amikor a településen Bányászfesztivál zajlik!
10. Megvalósult a Vaskultúra Útja kulturális útvonal az észak-magyarországi régióban. Tervezen meg egy olyan kampányt, mellyel a szomszédos országokban népszerűsítene az új kulturális útvonalat! Milyen célcsoportnak szervezné a kampányt, milyen kommunikációs és egyéb eszközöket venne igénybe? Választását indokolja is!

Desztináció-menedzsment szakirány kérdései:

1. Milyen eszközökkel, módszerekkel ösztönözné a kulturális útvonalak fejlesztése kapcsán szükséges kooperációra, együttműködésre az érintett vállalkozásokat, attrakciógazdákat stb.? Miként érvelne egy turisztikai klaszter létrehozása mellett?
2. Állítson össze egy, a belföldi, az ország más részeiből régióba irányuló turizmust ösztönző kommunikációs, értékesítés-ösztönző kampánytervet! Készítsen több alternatívát a rendelkezésre álló büdzsé nagyságának függvényében!
3. Ön a regionális TDM szervezet egyik termékmenedzsere, aki azt a feladatot kapja, hogy a régió fejlesztési stratégiája alapján – egy több éves fejlesztési projekt keretében –, építve minden eddigi (sikeres vagy kevésbé sikeres kezdeményezésre), projekt-menedzszerként hozza létre a Vaskultúra Útja kulturális útvonalat. Melyek a sikeres turisztikai termékfejlesztés mérföldkövei? Hogyan és kikkel valósítja meg a szükséges együttműködést, milyen szereplőket fogna össze? Választását indokolja is! Fogalmazza meg a projekt hosszú és rövid távú célkitűzéseit is!
4. Hogyan, milyen elemzésekre, kutatásokra, információkra épülően készítené el az új kulturális útvonal marketing stratégiáját! Vácolja fel, tervezze meg a kutatási programot, s adjon egy költségbecslést hozzá!
5. Értékelje egy választott helyi, térségi vagy regionális desztináció internetes portálját, honlapját! Milyen tartalmakat, megoldásokat tart szükségesnek? A digitális marketing alkalmazásának milyen további lehetőségeit látja? Indokolja véleményét, javaslatait!

Kulturális turizmus szakirány kérdései:

1. Mutassa be Miskolc kulturális erőforrásait, különös tekintettel az ipari örökség kínálatára! Értékelje ezek jelenlegi turisztikai hasznosítását, s mutasson rá új lehetőségekre!
2. Melyek a rendezvény, fesztiválturizmus jellegzetességei! Mely régiós rendezvények kapcsolhatóak a kulturális úthoz, illetve milyen új rendezvények, fesztiválok kialakítása lenne célszerű? Fogalmazza meg véleményét, fejlesztési javaslatait!
3. Melyek a múzeum-látogató turizmus típusai, motivációi? Mutassa be e turizmus-terület új irányait, fejlődését, fejlesztési módszereit egy már meglévő konkrét, vagy a témában kila-kítható új bemutatóhely példáján!
4. Jellemezze a régió hivatás-turizmusát, mutassa be a MICE lehetőségeit, fejlesztési feltételeit, különösen az ipari örökség kulturális útvonalhoz kapcsolódóan!
5. Értékelje egy választott kulturális, tematikus útvonal internetes portálját, honlapját! Milyen tartalmakat, megoldásokat tart szükségesnek? A digitális marketing alkalmazásának milyen további lehetőségeit látja? Indokolja véleményét, javaslatait!