

A tematikus utak szerepe a német falvak turizmusának fejlesztésében

Pentz Mónika

PhD-hallgató, PTE TTK Földtudományi Doktori Iskola;

pentz.monika@pentz.hu



Turizmus **minden térben** jelen van.

21. sz. fejlődése **töretlen**, esély hogy a világ egyik **vezető ágazatává** válik.

Világviszonylatban minden **10. munkahely** közvetve vagy közvetlenül kapcsolódik a turizmushoz.


Fejlődés **nem egyenletes** – bizonyos desztinációk a **tömegturizmus negatív** hatásaival küzdenek, a **falvak** jelentős **tartalékokkal** bírnak.

Új **lehetőség** a vidéki térség számára az addigi **tapasztalatokat felhasználva, tudatosan** felkészülni a kínálati oldallal szemben támasztott kihívásokra a kultúrával és a természettel összhangban – szem előtt tartva az életszinvonal fenntartható növekedését.



Fogalmi meghatározás:

A **tematikus utak** természeti, vagy mesterségesen létrehozott látnivalókat kötnek össze, egy bizonyos téma alapján, ezek a látnivalók a közlekedés valamelyik formájának segítségével megközelíthetők.
/Puczkó-Rácz, 2011/



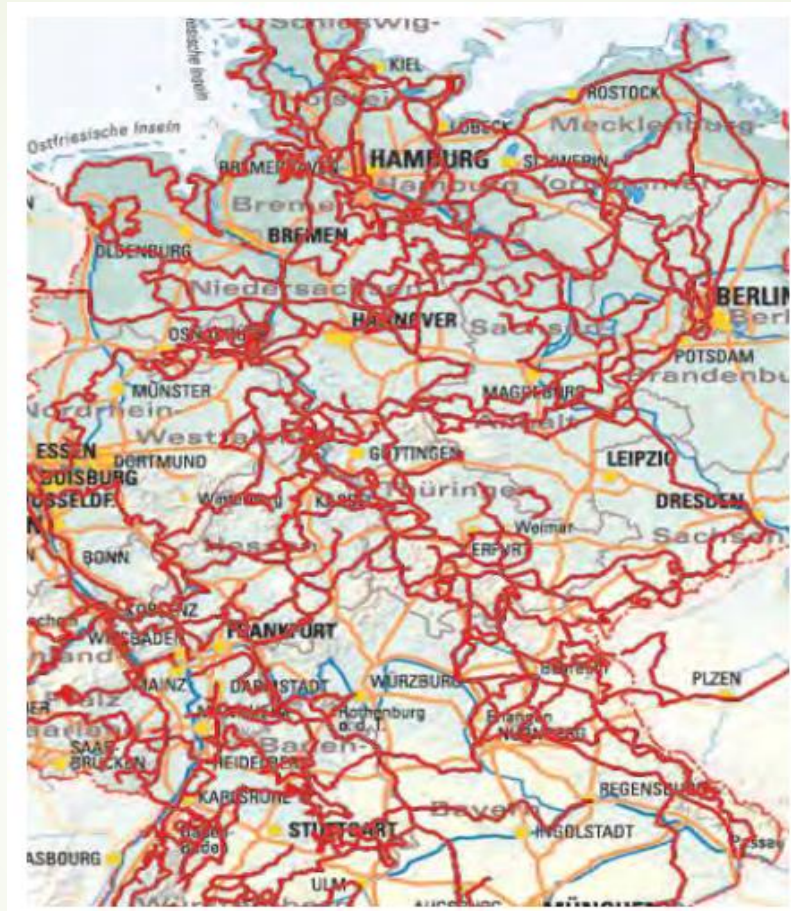
„Németországban a jelenleg működő turisztikai útvonalak száma számszakilag nem meghatározható, ..”
(DTV, 2021.)

„A németországi turisztikai útvonalakról jelenleg alig léteznek pontos adatok, csak ritkán találkozunk a témával kapcsolatos empirikus kutatással, vagy róluk szóló tanulmányokkal, és ha esetleg mégis, akkor azok már több, mint 10 évvel ezelőttiek.”
(Ostdeutscher Sparkassenverband, 2008)

Becslések azért vannak: 150 és 180 között

Saját adatbázisomban szereplő útvonalak száma: 161

Németországot behálózó tematikus útvonalak



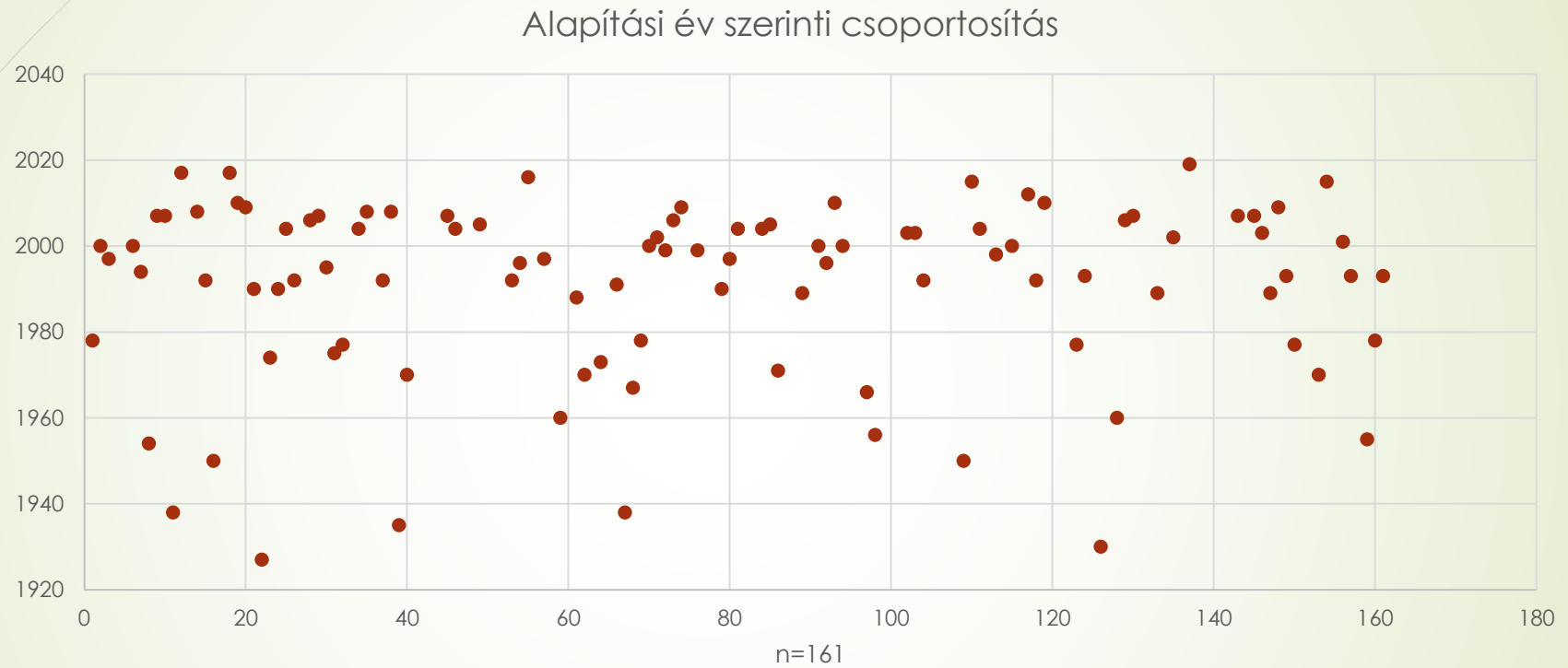
Forrás: Tourismusbarometer 2008 (Ostdeutscher Sparkassenverband, 2008)



A „tematikus útvonalak” rendszerezése

- Alapítási évük szerint
- Vezértematikájuk alapján
- Tértfoglalásuk szerinti csoportosítás
- Megtapasztalhatóságuk módja alapján, tekintettel a pandémia okozta változásokra
-

Alapítási évük szerint




Forrás: saját szerkesztés saját adatbázis alapján, 2021.09.15-i állapot

Az első tematikus útvonal 1927-ben alakult, „Deutsche Alpenstraße” elnevezéssel.



A Berchtesgaden és a Bodeni tó közötti teljes szakasz hossza 450 km.



Freyer 4 csoportba osztotta a tematikus útvonalakat, fő attrakciójuk alapján:

1. Táj
 2. Kultúra és történelem
 3. Lukullikum
 4. Egyéb
- (FREYER, 2015)

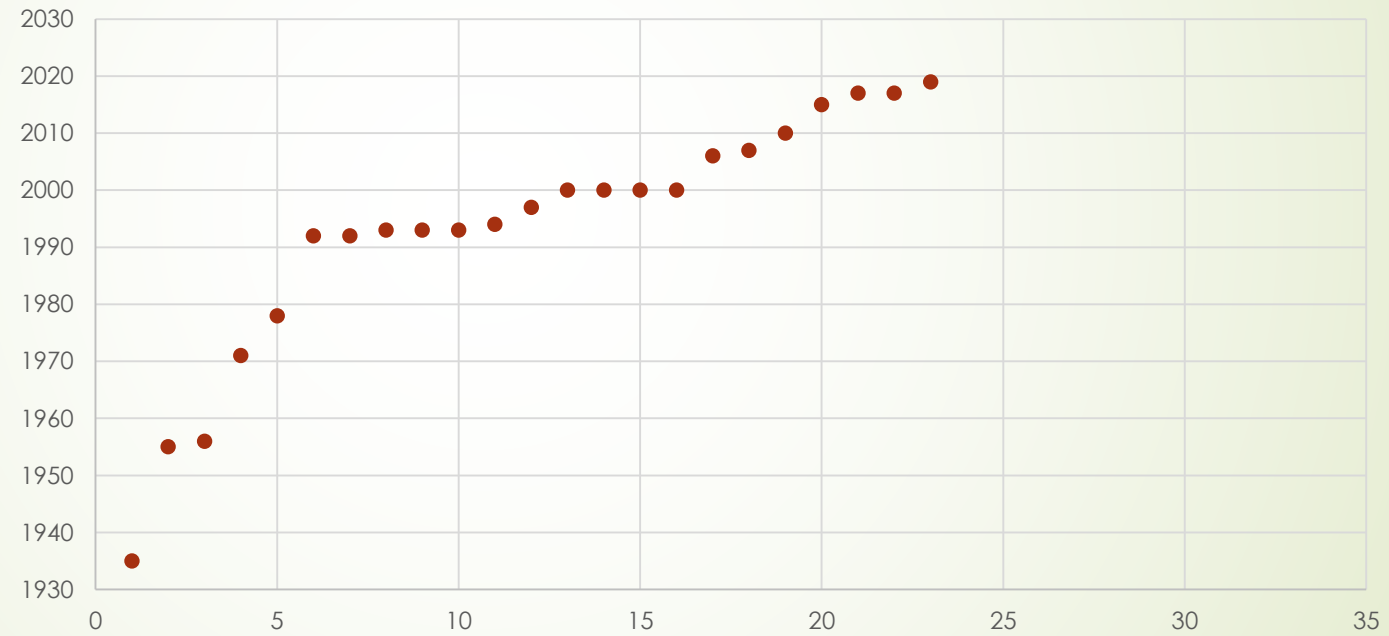
A Tourismusbarometer (Turisztikai hangulatjelentés) 2008 évi éves beszámolójában az alábbi 3 csoportosítást alkalmazta:

1. Táj okozta élmény
 2. Kultúra és történelem
 3. Kulináris élmények
- (Tourismusbarometer (Turisztikai hangulatjelentés) 2008)

TÁJ	KULTÚRA és TÖRTÉNELEM	LUKULLIKUM
Dt. Alpenstr.	Romantische Str.	Spargelstr. NRW
Dt. Vulkanstr.	Loreley Burgenstr.	Oberfränkische Bierstr.
Frankenwaldstr.	Burgenstr.	Deutsche Weinstr.
Thüringisch- Fränkische Schieferstr.	Dt. Uhrenstr.	Käsestr. Schlesw.Holst.
Elbuferstr.	Dt. Spielzeugstr.	Obstmarschenweg
Naturparkroute Thüringer Wald	Deutsche Märchenstr.	Dt. Kohlstr.

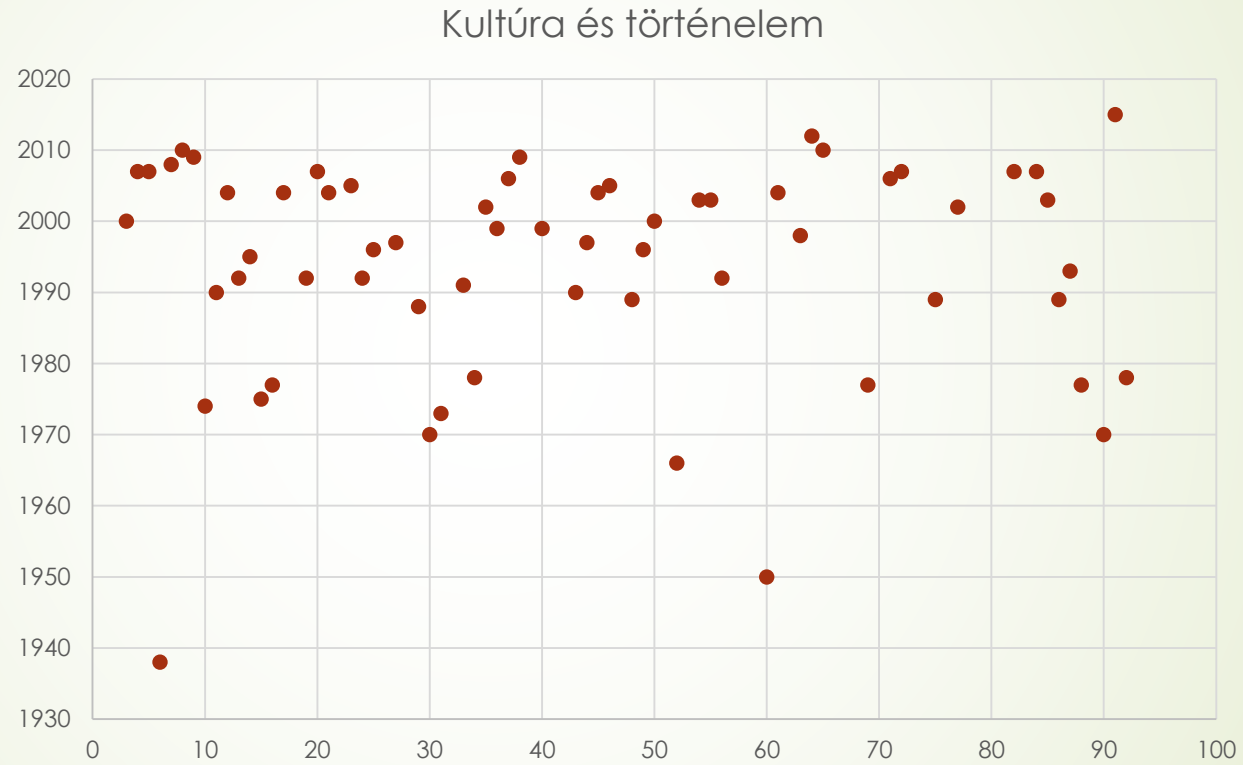
A kulináris élmények

Gasztonómiai jellegű tematikus útvonalak



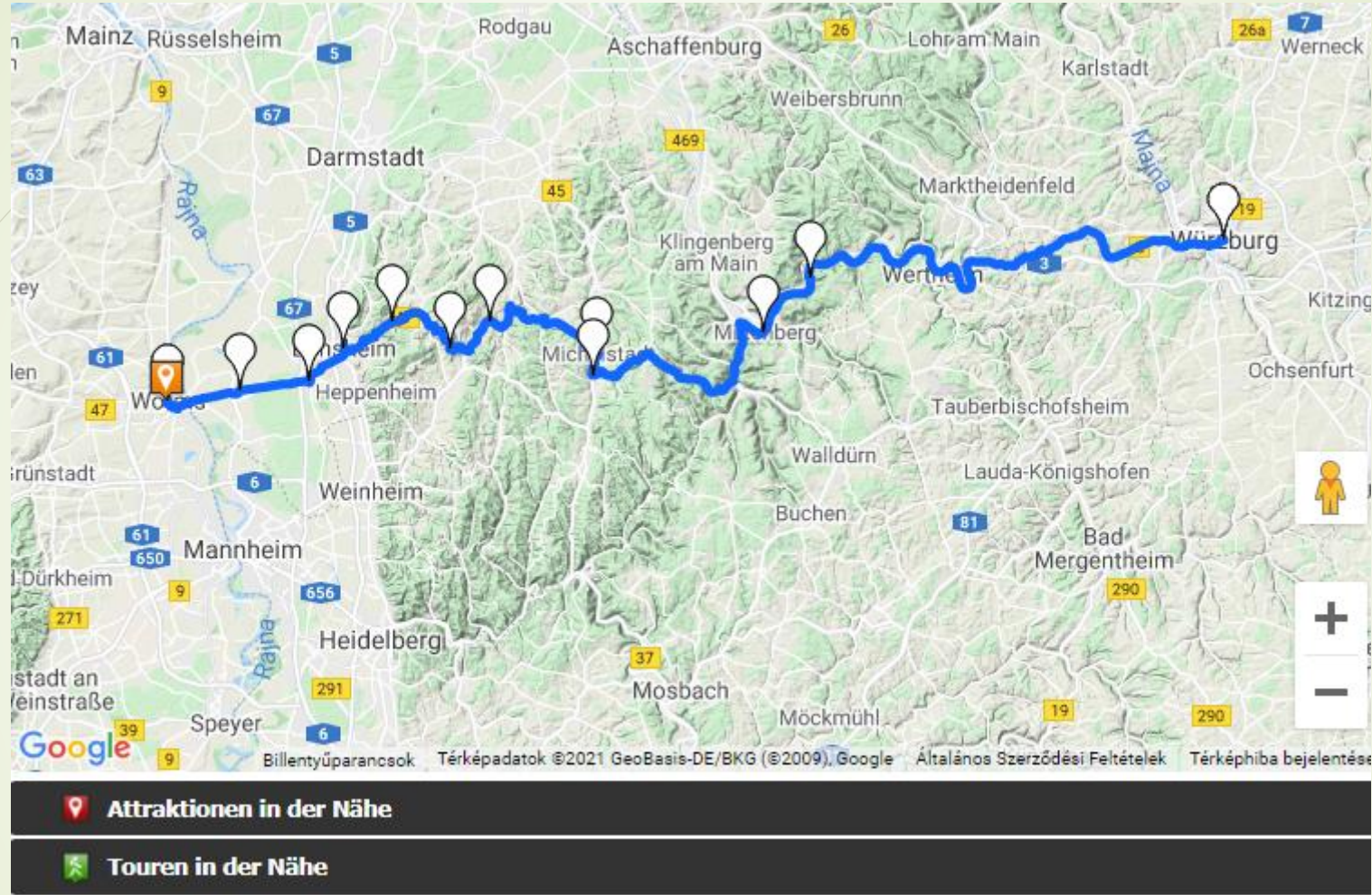
Forrás: saját szerkesztés, n=30 (7 esetben nincs adat az alapítás évéről)

Kultúra és történelem



Forrás: saját szerkesztés, n=93 (27 esetben nincs adat az alapítás évéről)

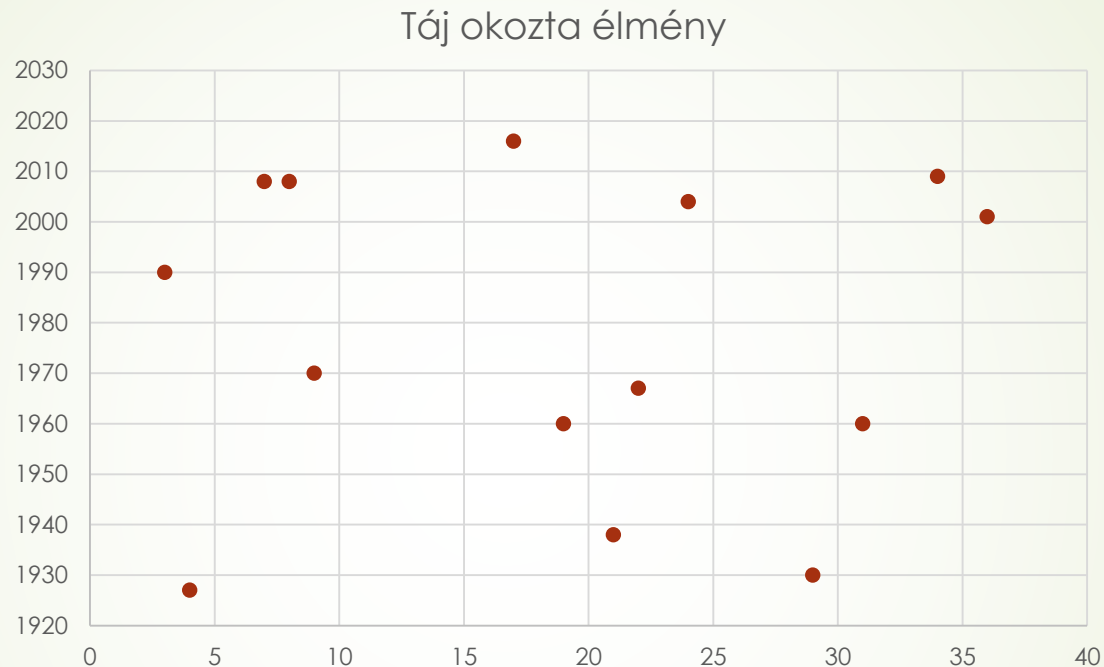
Nibelungok útja



Forrás: (Nibelungenland, 2021)

Honlapon található interaktív térkép, amelyre rákattintva láthatóvá válnak a közeli látnivalók, függetlenül a települések méretétől.

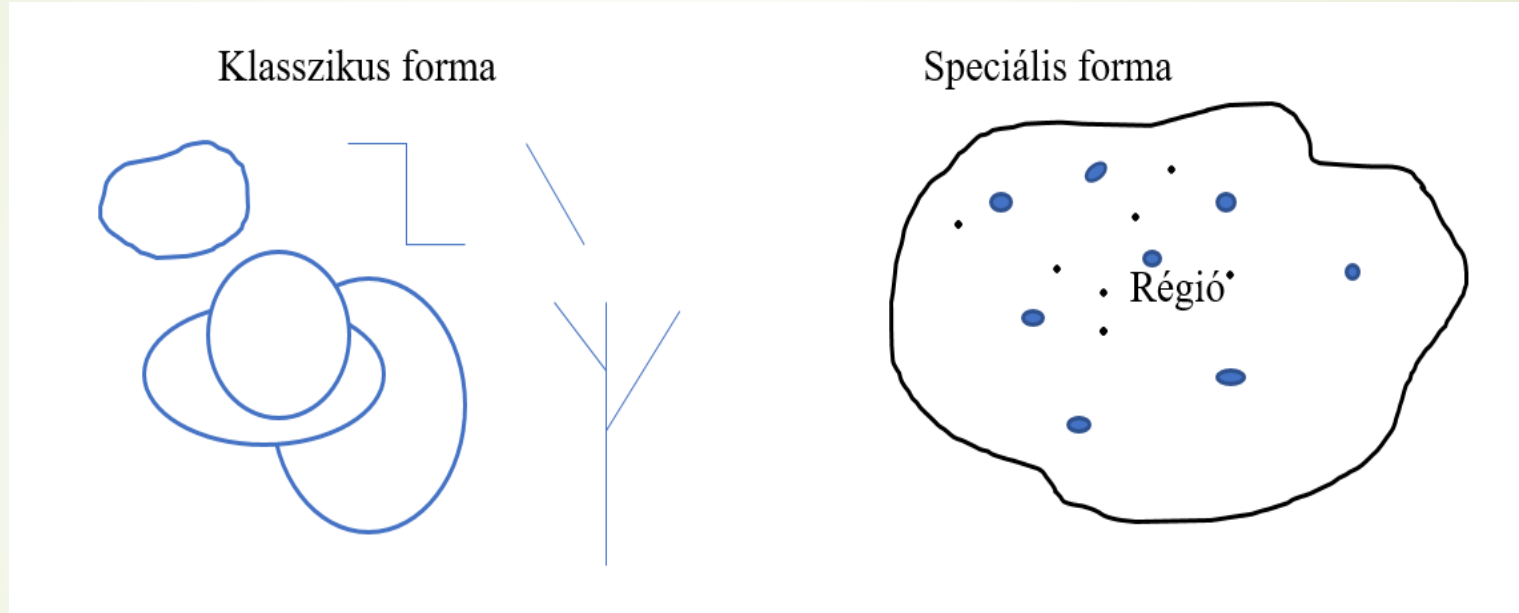
Táj okozta élmény



Forrás: saját szerkesztés, n=38 (24 esetben nincs adat az alapítás évéről)

Ebbe a csoportba tartoznak a panoráma sétányok, alleek, geoparkok és egyéb, a táj szépségét élményként felkínáló tematikus útvonalak. Az alapítási és szerinti csoportosítás még pontosításra szorul, mivel kevés esetben tudjuk az alapítás pontos évét, ami részben érthető, hiszen ezek az élmények természetes úton jöttek létre, a történelem során alakultak ki és **lassan tényként beépültek a köztudatba.**

Térfoglalásuk szerinti csoportosítás



Forrás: saját szerkesztés

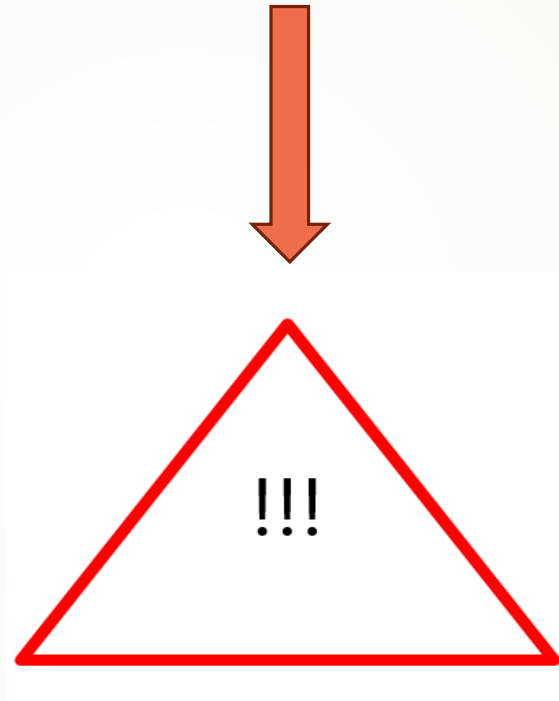
A fenti spárgaút 140 egyesületi tagot fog össze
és az útvonal teljes hossza kb. 1.200 km.



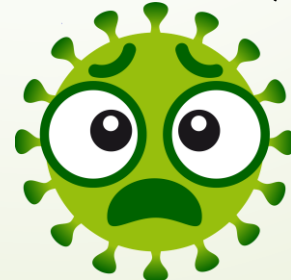
Forrás: Spargelstraße NRW honlapja (Spargelstrasse NRW, 2021)

Megtapasztalhatóságuk módja alapján, tekintettel a pandémia okozta változásokra

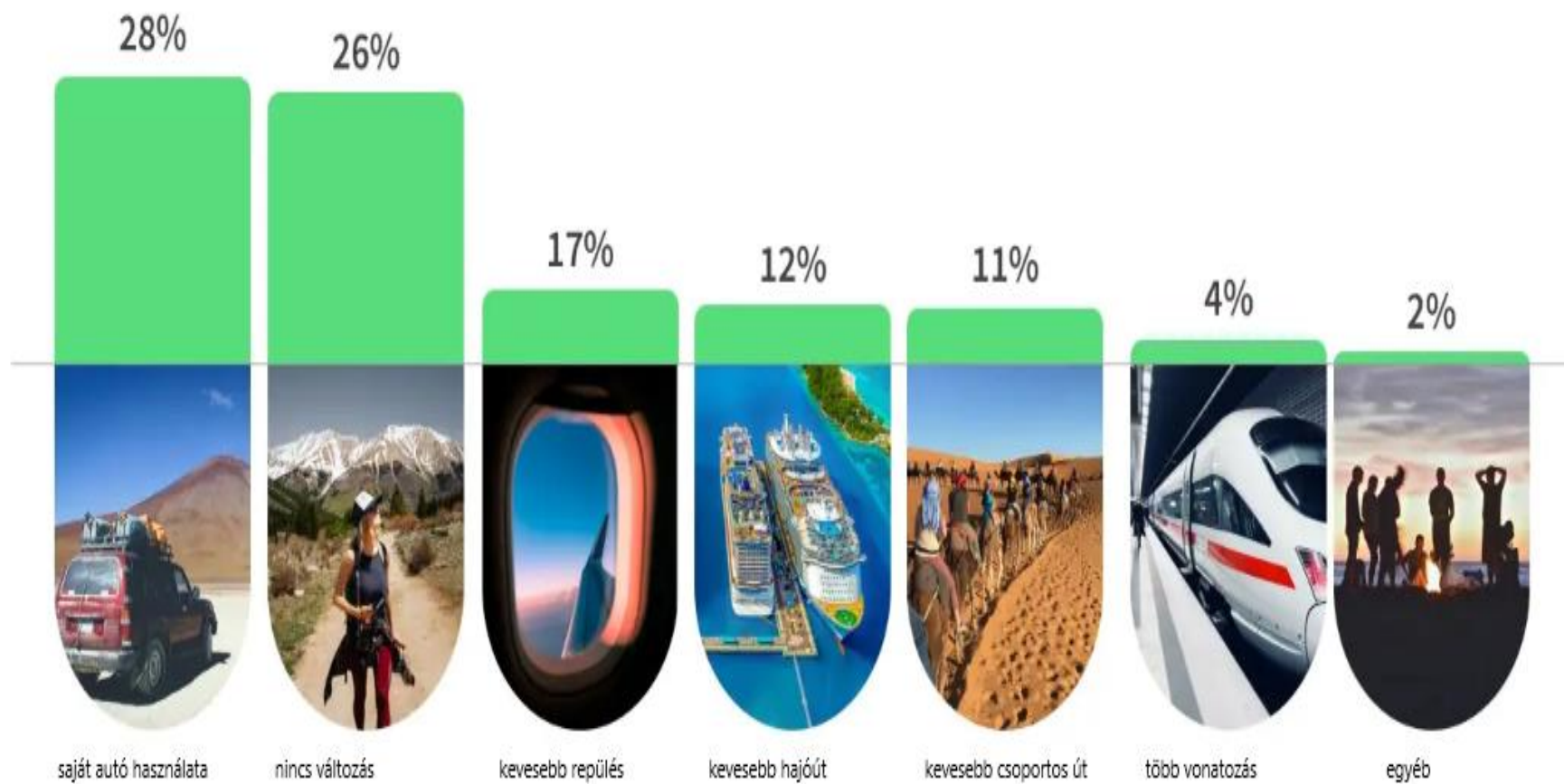
Milyen úton és módon tapasztaljuk meg az adott útvonalat?



Pandémia okozta változások, előrejelzések, trendek



Az utazási magatartás változásai a pandémia hatására



2020. október; n = 1.200

Forrás: (Tourlane, 2021)



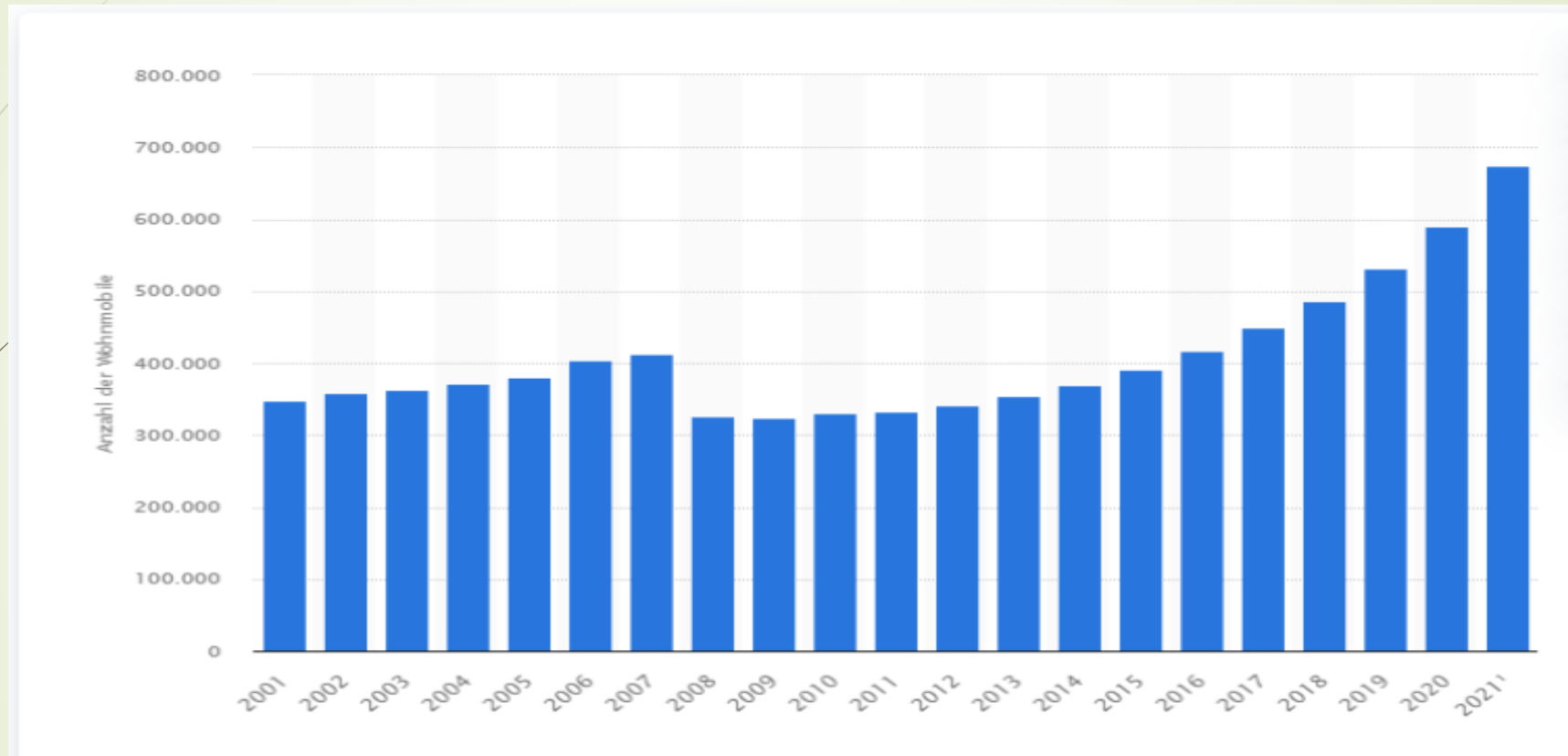
Maraïke Andert

„My Caravan is my Corona Castle”

címmel elemezte a pandémia hatását a lakóautós turizmusra:

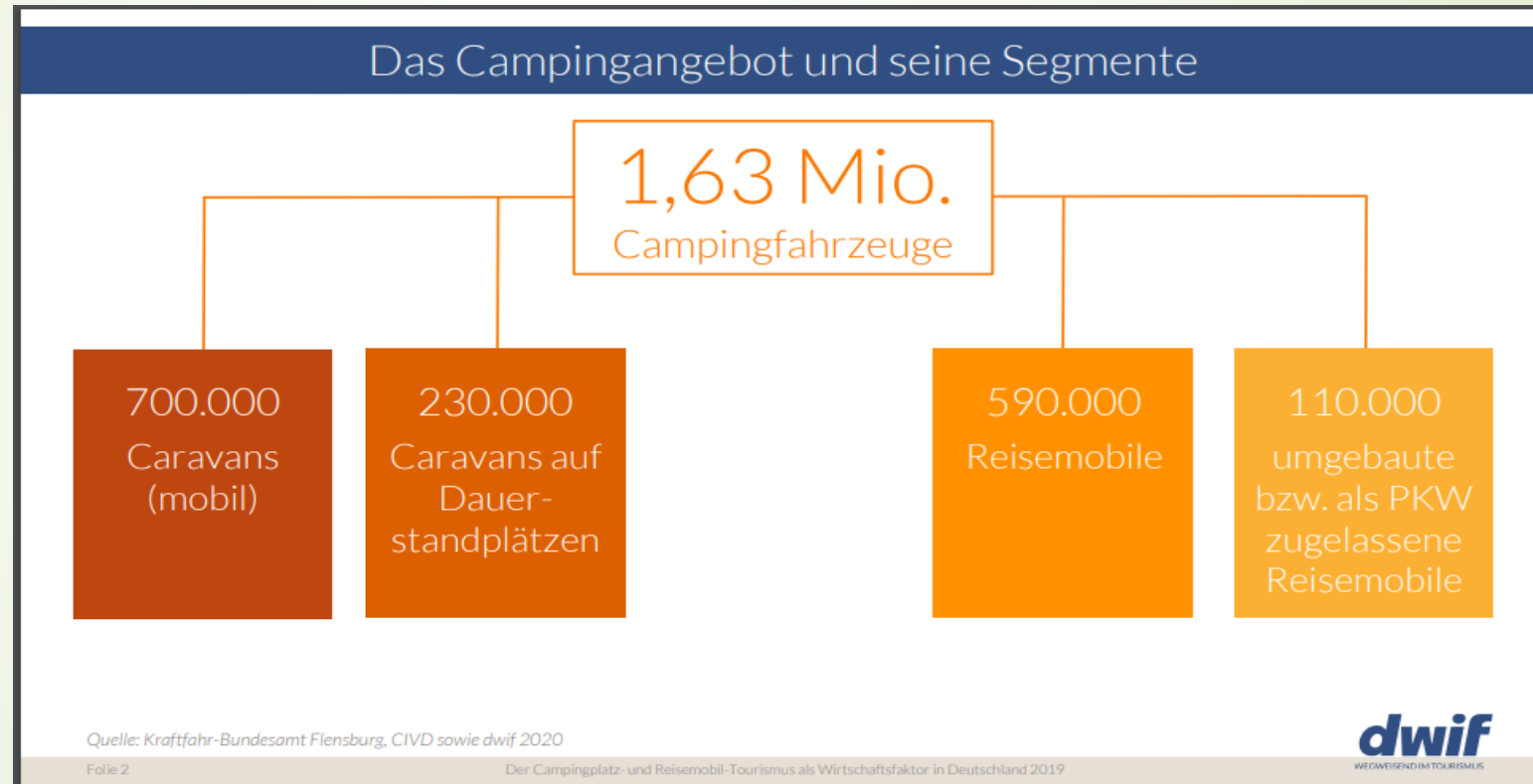
A pandémia a tömeges, illetve csoportos utazások rovására **még jobban felerősítette** a már amúgy is növekvő **érdeklődést az egyéni utazások iránt**. Egy lakóautóban a turista szabadon dönthet arról, hogy hová utazik és útitársai a vele egy háztartásban élő személyek lehetnek. A főzési, alvási valamint tisztálkodási körülmények is a külvilágtól függetlenül működhetnek, és ezáltal a lakóautós utazás a pandémia időszakában is **az turizmus egy biztonságos formájának tűnik**. (Andert, 2021)


A lakóautók számának növekedés Németországban 2001 és 2021 között



Forrás: (Destatista, 2021)

A lakóautókon kívül a camping-jármű kategóriába sorolható járművek összesen 2019-ben





Harrer és Sporer szerint a lakóautós turisták **2019-ben napi 50 €-t** költöttek, ehhez jön **még** hozzá az őket látogató személyek (rokonok és barátok) **napi 20 € kiadása**, ami **2019-ben 5,4 mrd. €** volt összesen, az **2016-hoz képest 8,6 %** emelkedést jelent. (Harrer & Sporer, 2021)

A **szolgáltatók** által generált forgalom ennél **jóval nagyobb**, hiszen **ők is** – további - szolgáltatásokat vesznek igénybe, mint pl. energiaszállítók, pék, hentes, iparosok, reklámügynökségek, biztosítók, könyvelők, hitelintézetek.

A **lakóautós turisták leginkább** a **vidéki térség** nyújtotta élményeket keresik és elsősorban a kevésbé fejlett régiók gazdaságát támogatják, ezért fontos a megbecsülésük.

FIGYELEM!!!! PARKOLÓ !!!!!

A tematikus útvonal termék előnyei az utazók számára:

- az út a cél,
- az útvonalak **egyéni**leg és **csoportosan** is látogathatók,
- az útszakaszok hossza **távolságban** és **időben** is egyéni~~leg~~, **szabadon** alakíthatók, tervezhetők,
- az utazó **saját tempójának** megfelelően haladhat,
- az utazó akár **spontán** módosíthat,
- lehetőség van kisebb **kitérők** beiktatására,
- az utazó elkerülheti a **szezonalitásból** adódó **zsúfoltságot**,
- az útvonalak **elkerülik** az **autópályát**, ezáltal a **táj szépsége** hozzáadott érték~~ként~~ jelenik meg az utazás során, felváltva az autópályán tapasztalható **monotóniát**,
- **bármely jármű**, vagy tömegközlekedés is választható, de az útvonalak nagy része alkalmas kerékpáros, vagy gyalogos megtapasztalásra is,

A tematikus útvonal előnyei a turisztikai szerepvállalók számára

- **esély** az addig nem, vagy kevésbé látogatott helyek számára, hiszen azáltal az attrakciók mentén elhelyezkedő falvak és kisebb települések is felkerülnek egy turisztikai térképre, azáltal bekerülnek a **turisztikai vérkeringésbe** és könnyebben feltűnnek az utazó látószögében.
- képes a **szezonálisból** adódó **térbeni koncentráció** enyhítésére, hiszen azok mindenkori témájuktól függően, általában nem szezonális attrakciókból állnak.
- a **feladatokat és a felelősséget megosztva**, közösen vállalják.
- a **marketing** és egyéb költségeket a tagok **szétosztják** egymás között, azáltal a falvak és a kisebb települések számára is elérhetővé válnak előtte, egyénileg nem felvállalható lehetőségek.
- a helyi értékesítésből származó **bevétel a desztinációban** marad.
- **hálózatosodással** járó egyéb előnyök.

Pandémia utáni trendek hatásai a tematikus útvonalak és egyben a vidéki turizmus jövőbeni alakulására

Esély, illetve további fejlődési lehetőség a tematikus útvonalak számára, illetve annak következményeként a falvak és kisebb települések számára is	Igen	Nem
Egyéni utazások számának növekedése	X	
Vonatos utazások számának növekedése	X	
Mellékszezon jobb kihasználása, social distancing,	X	
Kieső helyek felkutatása, térigény, social distancing,	X	
Újabb országok felkeresése (Örményország, Mongólia, Sri Lanka, Románia)		X
Nő az egyedül utazók száma	X	
Fenntarthatóság, tudatos tervezés	X	
Hosszabb hajóutak számának csökkenése	X	
Spontán döntések számának emelkedése	X	
Fertőtlenítés, tisztaság, takarítás	X	
Rugalmas foglalás, lemondás	X	
Csökken az online foglalások száma	X	

Forrás: saját szerkesztés, a (Fairaway, 2021) (Tourlane, 2021) (TURIZMUS.COM, 2021) turisztikai előrejelzései 2020-ban elvégzett kutatás alapján



Összefoglaló:

Jelen tanulmány alapján elmondható, hogy a pandémia utáni időszakban is számíthatunk további növekedésre a tematikus útvonalak fejlődésében, amely pozitív hatás várhatóan a falvak és a vidéki régió turizmusában is érzékelhetővé fog válni.

KÖSZÖNÖM SZÉPEN A FIGYELMÜKET!