



3910 Tokaj, Serház u. 1.  
Telefon: +36 47 352259  
Fax: +36 47 552070  
E-mail: info@tokaj-turizmus.hu

[www.tokaj-turizmus.hu](http://www.tokaj-turizmus.hu)

## **Pozicionálási és versenyképességi stratégia**

**Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernád-völgye Idegenforgalmi és Kulturális Egyesület**

**2011**

## Tartalom

Vezetői összefoglaló .....	5
A TTHE vonzerői és kínálati tényezői.....	6
Vonzerők.....	6
A térség természeti adottságai.....	6
Épített örökség .....	8
A világörökségi terület.....	9
Kulturális kínálat, rendezvények a TDM területén .....	11
Meglévő tematikus útvonalak, amelyek érintik a TTHE területét.....	14
Tokaj-hegyaljai Borút (a Tokaj-hegyaljai Borút Egyesület által működtetett kulturális útvonal) .	14
Történelmi Borút (A Történelmi Borút Egyesület kulturális útja) .....	14
Zsidó emlékhelyek Tokaj-Hegyalján .....	15
Északi várak útján (kulturális útvonalajánló Hollókőttől Füzérig).....	15
"Kultúrtörténeti séta a Rákóczi várak nyomában" - Rákóczi kulturális útvonal (INTERREG) .....	16
Európai Vaskultúra útja .....	16
Irodalmi út – Borút – Tokaj – Világörökség .....	16
A Zemplén kapui projekt által kínált tematikus útvonalak.....	17
Termékek .....	18
Turisztikai infrastruktúra .....	23
Megközelíthetőség .....	23
Budapest és Nyíregyháza felől .....	23
Szlovákia felől .....	24
Turisztikai fejlesztések.....	29
Összefogással Tokaj Világörökségéért Projekt .....	29

"Kultúrtörténeti séta a Rákóczi várak nyomában" - Rákóczi kulturális útvonal (INTERREG) .....	30
Tokaj Konferenciaváros Program .....	30
Zemplén kapui .....	31
LEADER+ projektek .....	31
SWOT analízis .....	31
A kereslet.....	32
A TTHE a felmérések tükrében .....	32
Térségi imázs .....	39
Az imázs elemei .....	41
Elit bor – elit kultúra – elit közönség --- Tokaj-Hegyalja, mint világörökség .....	41
Ezer éves történelem – a Zemplén.....	41
Helyi imázsépítés.....	41
Kifelé irányuló imázsépítés.....	42
Jövőkép.....	42
A pozicionálás lehetőségei .....	43
Élményígéretetek.....	43
Célcsoportok.....	51
Versenyképességi stratégia .....	52
Versenytársak.....	52
Versenyelőnyök.....	52
A versenyképesség korlátai .....	52
Pozicionálás .....	53
A stratégiából következő cselekvési program .....	60
Marketing kommunikáció .....	62
A marketingmunka célja.....	62
Marketing mix .....	62

a.) Termék - mixelem.....	63
b.) Elosztási - mix .....	64
c.) Árazási – mix.....	66
Közvetlen értékesítés .....	66
Fejlesztési irányelvek.....	67
Összefoglaló.....	68

Készült a Tokaj-hegyalja, Taktaköz, Hernád-völgye Idegenforgalmi és Kulturális Egyesület megbízásából.

**Szerzők-szerkesztők:**

Kovács Szilvia – Tokaj Marketing Nonprofit Kft – marketingmenedzser

Lakatos Dóra – Hat Puttonyos Borfalu - turisztikai menedzser

Vadászi Péter – TTHE - programszervezési, PR menedzser

Kudri Dávid – történész

Fekete Mónika –Világörökségi Kapuzat és Turisztikai Fogadóépület, idegenforgalmi menedzser

Balácsi Erika – szőlész-borász

## Vezetői összefoglaló

Tokaj-Hegyalja déli része a rendszerváltás előtt jelentős turistaparadicsom volt, buszszámra érkeztek a szlovák, orosz és német turisták a térségbe, akik szállást, étkezést és persze borkóstoló programot is igénybe vettek. Igényszintjük a kiszolgálás és a minőség terén az akkor megszokott volt, így a szolgáltatóknak az akkori standard szolgáltatási színvonalat kellett nyújtaniuk. A rendszerváltást követően ez az igény szint megváltozott, amivel a borászati kultúra igen, az egyéb turisztikai szolgáltatások azonban nem tudtak lépést tartani. Mára Tokaj-Hegyalja vendégforgalmának a 70%-a egynapos turista, s csak 30% az, aki szállóvendégként az egyéb szolgáltatásokat is igénybe veszi. A magas szintű borászati kínálat mellett lassan, de biztosan megjelent az elmúlt években a magas szintű gasztronómiai kínálat is (egyelőre Mádon, Tállyán, Mezőzomboron). A szálláshely kínálat azonban még mindig számos kivetni valót hagy maga után, aminek javításán, illetve a kínálat bővítésén a szolgáltatóknak és a TDM szervezetnek is dolgozni kell.

Tanulmányunkban számba vesszük a TDM szervezet által lefedett terület kínálatát, meghatározva azokat a versenyelőnyöket, ami egyedivé teszi a TDM szervezet kínálatát, számba vesszük a versenytársakat, s ennek alapján meghatározzuk a pozicionálás irányvonalait és az erre épülő stratégiát.

A Tokaji Történelmi Borvidék 2002-ben világörökségi rangot nyert kultúrtáj kategóriában. Ez óriási lökést jelentett a beruházásoknak, számos kisebb-nagyobb befektető látott fantáziát abban, hogy Dél Tokaj-hegyalján indítson be turisztikai vállalkozást. A világörökségi cím azonban nem jelentette automatikusan a vendégforgalom növekedését, amihez nagyban hozzájárult a nemzetközi gazdasági válság is. Ma a borászatok, turisztikai szolgáltatók, üzletek nagyon nehéz helyzetben vannak, amiből csak egy összefogott, a szolgáltatásokat jól felépített koncepció alapján – és persze megfelelő marketingtámogatás mozgósításával – lehet túllépni.

A világörökségi magtelepülések nagyrészt a Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernád-völgye helyi TDM-hez tartoznak, illetve a magtelepülések körüli pufferezóna egy része is. Miután a világörökségi egység megbomlani látszik a helyi TDM-ek rendszerében, a világörökségi felelősségvállalás minden helyi TDM számára irányadó. E gondolatból kiindulva a Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernád-völgye TDM, egyeztetve Zemplén többi helyi TDM szervezetével is, felvállalja az egész borvidék borturisztikai kínálatának alakítását, a borturisztikai termékfejlesztést, értékesítést és marketinget. Ebben a helyi borász társadalom is aktívan támogatja a szervezetet.

Tokaj 2005-ben kijelölte azokat az irányokat, amelyek mentén létrehozhatóvá vált egy Dél-Tokaj-hegyaljai marketing szervezet a Tourinform Tokaj irányításával. Az első két év a hálózatépítésről szólt a szolgáltatók, civilek, önkormányzatok és a Tourinform között, miközben kialakították a kommunikációs csatornáikat is (hírlevelek, honlap, stb.). 2006 végére jutott el addig a Tourinform, hogy az építkezés fázisa után már önálló marketingtevékenységet folytathasson az iroda, saját stratégia alapján. Ezt erősítette a Nagykapossal közösen végigvitt Zemplén kapui integrált turizmusfejlesztési projekt, amelynek révén a teljes Zemplént lefedő marketingirodaként kezdetet el dolgozni 2007 folyamán.

A két különböző agrokultúra, a hegyvidék és az alföld ötvöződése összekovácsolja a helyi TDM szervezet lakosságát. A világörökségi terület óriási kisugárzással van a taktaközi és Hernád-völgyi falvak fejlődésére, míg a taktaközi és Hernád-menti kistáj a maga kultúrájával és az ökoturizmus lehetőségeivel színesíti a világörökségi terület kínálatát.

2008-tól kezdve a Bormarketing Kht-tól nyert támogatások révén négy hegyaljai borász egyesület egy átfogó bormarketing és borturisztikai marketing piackutatást végzett, összesen 1500 ember interjúztatásával. Ehhez kapcsolódóan, szintén ebből a forrásból egy egységes bormarketing és borturisztikai marketing program is kialakításra került. A borvidéki desztináció elsődleges célja a borászati és turisztikai egyesületekkel, szolgáltatókkal való folyamatos kapcsolattartás és a bor- és turisztikai marketing egymásra épülésével egy hatékony desztinációs marketingmunka kidolgozása.

A Tourinform Tokaj évek óta végez primer kérdőíves felmérést a desztinációba érkező vendégek körében, tanulmányunkban ezekre a felmérésekre építünk.

Tanulmányunk részét képezik a TDM pályázók számára kötelezően előírt táblázatok is. Meg kell jegyezni, hogy a TTHE által lefedett területen hihetetlen mértékű fejlesztéseknek lehetünk szemtanúi, az élménylánc kialakításánál, a táblázatokban már a 2012-re előrevetített állapotok is benne vannak, hiszen 2012-re épül fel a Patkó-bánya, indulnak el fontos szálláshelyek, illetve borturisztikai attrakciók.

A stratégia akkor válik hasznossá, ha megfelelő cselekvési terv épül rá. Itt kell megjegyezni azonban, hogy a piaci igények gyors változásai, a Magyarország imázs alakulása, az új befektetések és az elmúlt időszakban már lassan szokványosnak tekinthető természeti katasztrófák a cselekvési tervet gyorsan felülírhatják, sőt, véleményünk szerint akkor működik jól a desztináció, ha a menedzsmentje képes felülírni a meglévő cselekvési tervet és az új kihívásokra mindig megfelelő választ tud adni.

## **A TTHE vonzerői és kínálati tényezői**

### ***Vonzerők***

A TTHE területén három kistáj és két kistérség található. A TTHE részletes vonzerőleltára 2010 folyamán elkészült, a felmérésből csak néhány fő elemet ragadunk itt ki.

### **A térség természeti adottságai**

A térség tengerszint feletti magassága 93 és 300 méter között változik. Ortográfiai szempontból a Tiszától északra haladva először ártéri és medenceperemi hordalékkúp síksággal találkozunk, amely a Zempléni hegység hegyláb felszíni területein kialakult hegységelőtéri tagolt domboságba megy át.

A terület az Alföld és az Északi-középhegység találkozásánál helyezkedik el, mely magában foglalja a Közép-tiszai ártér Taktaközi részét, a Borsod-Zempléni síkvidék Harangod nevű kistáját, a Tokaji borvidék - Abaúji-Hegyalja - Szerencs környékét, területe mintegy 837 km<sup>2</sup>, amely B.-A.-Z. megye területének 11 %-a.

**Domborzat:** A Szerencsi és Tokaji kistérségek területe az Északi-középhegység és az Alföld nagytájakhoz tartozik. A Zempléni hegység egységes tömbjét hegyláb felszíni dombságok övezik: a Szerencsi dombság, a Hegyközben az ún. Vitányi-rögök és az ún. Abaúj-Hegyalja. A Hernád völgyének keleti oldala mezőgazdasági terület, ahol a szántóföldi növénytermesztés alakítja a táj képét. Harangod a Taktaközből kiemelkedve szintén alapvetően síkvidéki terület szántóföldi növénytermesztéssel. Tokaj-Hegyalja a Zempléni-hegység délkeleti peremén sajátos kultúrtáj képét mutatja hegyoldalakra feltörekvő szőlőültetvényével.

**Éghajlat:** Az Észak-Magyarországi Régiót alkotó kistájak felszíni tagoltsága miatt a térség éghajlata nagyon változatos. Az évi napfénytartalom 1850-1900 óra, az évi középhőmérséklet a hegység északi részén 6-7 °C, a védett déli oldalakon, a sík területeken eléri a 10 °C-t. Az évi csapadékmennyiség a hegyekben 650 mm feletti, míg a sík tájakon 600 mm alatti. A kedvező időjárási adottságok, mind a vízparti üdülést, strandolást, mind a téli sportokat vonzóvá teszik. Sífelvonók működnek a sátoraljaúj helyi Sátor-hegyen, László-tanya környékén és a tokaji Kopasz-hegyen.

**Vízrajz:** A térség forrásokban és felszíni vízfolyásokban gazdag, de a folyók és patakok vízhozama egyenetlen. A térségben a Tisza, Bodrog és Hernád folyók alkalmas terepei a vízi turizmusnak, vízparti üdülésnek, a Zempléni-hegység patakjai, tiszta vízforrásai a természetjáróknak, kerékpárral, lóval túrázóknak nyújtanak enyhülést a nyári kánikulában.

**Védett értékek:** A térség területéhez képest igen jelentős védett természeti értékekkel, területekkel rendelkezik, melyeket a 4.sz. táblázat szemléltet.

#### A térség országos jelentőségű védett területei

Elnevezés	Terület (ha)	Ebből fokozottan védett (ha)
Bodrogkisfalud-Szegi Várhegy TT	2	
Erdőbényei fás legelő TT	196	
Megyaszóti tatárjános TvT	35	
Tályai Patócs-helgy TvT	->	
Tokaj-Bodrogzug TK	4.578	724
Zempléni TK	26.496	2395
Összesen:	31.450	3119

TK = tájvédelmi körzet, TvT = tájvédelmi terület, TT - természetvédelmi terület

A felsorolásból kiemelés érdemel a Zempléni-hegység területén közei harmincezer hektáron található Zempléni Tájvédelmi Körzet, valamint a tájképi jelentősége miatt a Tokaj-Bodrogzug TK hegyvidéki része, a Nagykopasz-hegy, mely a teljes Zempléni TKT területének 17,3%-át teszi ki és egyben a Zempléni TK fokozottan védett területeinek 30,2%-a is itt található.

A tájvédelmi körzetek, tájvédelmi területek illetve természetvédelmi területek magas aránya arra hívja fel a figyelmet, hogy semmilyen, a térségre együttesen, vagy külön-külön vonatkozó fejlesztési koncepció nem hagyhatja figyelmen kívül a természeti értékek megóvását, ezért minden esetben tekintetbe kell venni e tájegységek speciális értékeinek védelmét. A gazdaságfejlesztési programok kulcsszava és központi elemeként fenntartható fejlődés szempontjait szükséges minden esetben beépíteni a programokba, ellenkező esetben a tájegység elvesztheti egyedülálló arculatát.

A két régió állatvilága rendkívül gazdag, igazi hegyvidéki fauna. A Tisza-ártér természetvédelmi terület a Bodrog-Tisza összefolyásnál található Tokaj-Bodrogzug Tájvédelmi Körzet tipikus felső-tiszai táj képét mutatja. A Tisza valamikori mederjárása által hátrahagyott morotvák, tavak, nagy kiterjedésű láp és mocsárrétek, bokorfüzesek és a folyókat kísérő galériaerdők jellemzik e tájat. Tavasszal a folyót és a tavak felszínét fehér tündérrózsák borítják.

### **Épített örökség**

A történelmi Zemplén vármegyét ma már csak az emlékezet, a könyvek és a Zempléni Levéltár dokumentumai őrzik. A honfoglaláskor itt talált, a vármegyének is nevet adott zempléni földvár nyomait hiába keresnénk a mai Magyarországhoz tartozó Zemplénben, hiszen a történelmi vármegye nagy része 1919-ben Csehszlovákiához került.

Az egykori Zemplén történetének kutatói feljegyezték, hogy ez a vidék az 1241. évi tatárjárás után indult igazán fejlődésnek. A déli területek világhírű borközponttá alakultak, az északi részek fejlődésére pedig jótékonyan hatott az átmenő kereskedelmi forgalom. Ezen a vidéken hamar megindult a zselléresedés, közülük és a városi plebejusok közül sokan részt vettek az észak-magyarországi paraszt- és huszitamozgalmakban. A huszita hagyományokra építve nagyon hamar gyökeret vert itt a reformáció. A XVI-XVII. századi Habsburg- ellenes harcokban ismét szerephez jutott Zemplén, jelentős események helyszíne volt Szerencs, Tokaj, Sátoraljaújhely és Sárospatak is. A feudális Magyarország utolsó nagy parasztmozgalma, az 1831-es kolerafelkelés is Zemplénből indult. Az abszolutizmus idején, de a következő évtizedekben is gyakoriak voltak az itteni megmozdulások.

Zemplén Csehszlovákiához csatolt része 1938-tól ismét Magyarországhoz tartozott, de ez az időszak csak 1944-ig tartott, azután pedig a megmaradt részek is elvesztették önállóságukat, beolvadtak a csonka vármegyékből létrehozott új közigazgatási egységbe, Borsod-Abaúj-Zemplén megyébe. Az északi vidék ma már Szlovákiában keresendő.

Kedvező földrajzi helyzete miatt Zemplént már nagyon korán kereskedelmi és katonai szempontból is jelentős vidékként tartották számon, de a kulturális életben betöltött szerepe is jótékonyan befolyásolta európai kapcsolatait.

Fejlődésének gazdasági alapjait egyrészt a Budáról Galíciába, a Lengyelországból Erdélybe és a Balkánra vezető kereskedelmi útvonalak, másrészt a szőlőművelés, illetve a vele összefüggő borkereskedelem biztosította, és messze földön keresett bányakincsei is hozzájárultak ahhoz, hogy Zemplén nevét megismerjék a nagyvilágban. A görög és zsidó kereskedők révén nagyon sok bor jutott



el innen Oroszországba, Lengyelországba. A nagy múltú és gazdag családok már a XVII. század elejétől törekedtek arra, hogy szőlőbirtokuk legyen a Hegyalján. Sőt, Ferenc József bora - Krúdy Gyulának köszönhetően - bevonult az irodalomtörténetbe is.

"Ferenc Józsefnek valóban volt pincéje a Hegyalján, mégpedig olyan pincéje, hogy két négyökrös szekér könnyen kitérhetett egymásnak a pince boltozata alatt. Ferenc József bora elment Gödöllőre, Budára, Bécsbe - de mégiscsak legszebb utazásai voltak neki karácsony táján, amikor külföldi fejedelmi udvarokba ment krisztkindlinek." Krúdy szerint Ferenc József hegyaljai borából kapott az angol királyi család, az orosz cár, a római pápa. De napjainkban is kiterjedt külföldi kapcsolatai vannak az itteni szőlőtermelőknek, és ugyanígy növeli a vidék ismertségét a régi hagyományokra visszatekintő hollóházi porcelán, a sárospataki kerámia, a mádi zeolit...

Ennek a sokszínű földrajzi tájegységnek a lakói úgy őrizték századokon át kulturális és gazdálkodási hagyományait, hogy közben mindig tudatában voltak annak, hogy a borvidék szerves része tágabb környezetének. A történelem viharait is átvészelő szellemi és kereskedelmi kapcsolatok egyértelműen bizonyítják, hogy a tokaji borvidék meghatározó személyiségei pontosan tudták: szükségük van a máshonnan érkező impulzusokra, a távolabbi kapcsolatokra - mint ahogy az országnak, Európának is szüksége van a tokaji borvidékre.

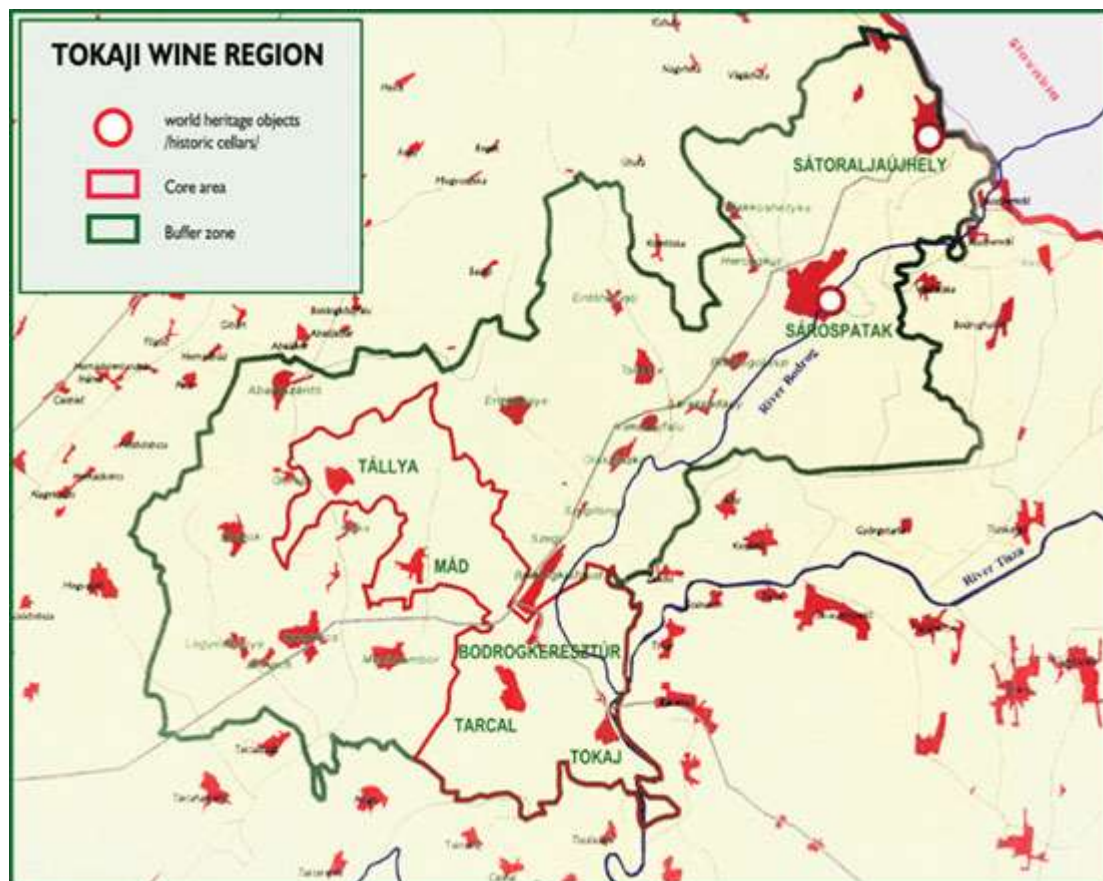
### **A világörökségi terület**

A Tokaji borvidék 1737 óta élvez védettséget, amikor is egy királyi rendelet - a világon elsőként - zárt borvidékké nyilvánította. Ez azonban kötelezettségekkel is járt: a bortermelés ezen a vidéken közel 3 évszázada szigorúan szabályozott törvényi keretek között zajlik. A **kultúrtáj** híven mutatja be az ebben a régióban meghonosodott bortermelés, egy borspecialitás készítésének történelmi hagyományait - hiszen ezek a speciális igények formálták a pincék és pincészetek formai megjelenését, mely eltér Magyarország más tájaitól. A jellegzetes szőlőbirtokok, falvak és kisvárosok mélyen fekvő, ősi borpincéiben nyomon követhető a tokaji bor termelésének minden mozzanata. Az elmúlt ezer év alatt kialakult szőlőművelési hagyományok érintetlen, eredeti formában való továbbélése és a borvidék évezrede tartó egysége indokolta, hogy az UNESCO Világörökség Bizottsága a Tokaji borvidéket 2002-ben felvette a Világörökségi Listára.

A világörökségi helyszín összesen 132,555 négyzetkilométernyi (13.245 ha) magterülete megegyezik a magyar bortörvényben meghatározott Tokaj-Hegyaljai borvidékkel, az ütközőzónába pedig 27 további település közigazgatási területe tartozik. A terület mind földtörténetileg, mind földrajzilag egyedülálló adottságokkal rendelkezik. A mállékony, vulkanikus és posztvulkanikus tevékenységgel keletkezett kőzetek sokféle talajtípus kialakulását eredményezték - ez kihatással van a talaj termő erejére, ásványi anyag tartalmára, hőelnyelő, hőtároló és visszasugárzó képességére. (l. alább a térképet)

A kedvező fekvésű lejtők, a nagy besugárzás, a Bodrog és a Tisza közelsége, valamint a hosszú őszen nagyon kedvező klimatikus viszonyokat eredményez: a Botrytis cinerea penészgomba itt nem szürkerothadást, hanem nemesrothadást, vagyis a szőlőszemek aszúsodását váltja ki. Az aszúsodással töményedő szőlőszemek mustja literenként akár 850 gramm cukrot is tartalmazhat, ezzel együtt magas savtartalom és aromaanyag is koncentráldódik benne. Az aszúszemek kiválogatása a fűrtből már

az 1600-as évek elejére gyakorlattá vált Hegyalján. A sajátos mikroklímának köszönhetően a pincék falán különleges pincepenész, a *Gladosporium cellare* telepedik meg, mely a bor érési folyamatára van jótékony hatással. További különleges értéket jelent, hogy a közeli hegyek magasabb övezeteiben megtelepült kocsánytalan tölgy a hordókészítés kiváló alapanyaga. A hordó fája jelentősen befolyásolja a bor érési folyamatát (oxidatív érlelés) és kedvező hatással van aromájára és színére is. A "zempléni tölgy" régóta ismert a nemzetközi borvilágban, hiszen erdeinek fája közepesen kemény, kopásálló, és csersav tartalma révén kimondottan tartós.



*a Tokaji Világörökségi terület*

Tokaj-Hegyalja természetes fehér édesbora, az aszú kiemelkedő minősége a felsorolt kedvező tényezők - úgymint természeti adottságok, természetett szőlőfajták és az emberi tényezők, azaz a borászati kultúra - egyedülálló és különösen szerencsés találkozásának köszönhető. A borvidék méltán érdemli meg, hogy világörökségként tartsák számon.

### Kulturális kínálat, rendezvények a TDM területén

A Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernád-völgye helyi desztináció 26 településéből a legnagyobb látogatottságú és vonzáskörű rendezvények Tokajban vannak. Mivel a legjelentősebb programok ingyenesek (Tokaji Borok Fesztiválja, Tokaj-hegyaljai Szüreti Napok), látogatószámukat csak becsülni lehet, a Tokaji Borok Fesztiváljának kb. évi 5-6.000 látogatója van, a Tokaj-hegyaljai Szüreti Napok évi 10-15.000 vendéget vonz. A Zempléni Fesztivál zárt helységben megszervezett rendezvényei általában 80-90%-ban töltik meg a rendezvényhelyszíneket, átlagosan alkalmanként 200 vendéggel lehet számolni (figyelembe véve, hogy a fesztivál legnagyobb vonzerejű és létszámú rendezvényei egyelőre Sárospatakon kapnak otthont). Így összességében kb. 4.000 regisztrált vendég vesz részt a desztinációkban kínált koncerteken. Emellett a Hegyalja Fesztivál évi 60-70 ezres látogatószáma toronymagasan áll a többi fesztivál előtt.

Évi rendezvénykínálat a desztinációban és környékén:

Dátum	Esemény megnevezése	Típusa	Település	Az esemény leírása
április	Kikeleti Piknik	bor és gasztronómia, gyerekprogram	Erdőbénye	Az Erdőbénye Fesztivál tavaszköszöntő rendezvénye, alternatív program az ünnepre családoknak és baráti társaságoknak. Az ünnep és a kakukkfű jegyében – pálinka és újborkóstoló, frissítő gyógyteák, ünnepi ételek, kakukkfűtütyűfülelés.
május	Bor Tor-Túra	bor, gasztronómia	Tokaj	A tokaji vendégvárók várják szabadtűzön készített és kemencében sült ételkülönlegességekkel az idelátogatókat. Az ételekhez tokaji borosgazdák borait kínálják.
május	Tokaji Borok fesztiválja	bor, gasztronómia	Tokaj	A szőlő és borkültúrához kapcsolódó rendezvény, folklór programok és borászati-gasztronómiai kiállítás és vásár
június	XIII. Nemzetközi Kádárnap	bor és gasztronómia, fesztivál, gyerekprogram	Erdőbénye	Hagyományosan évente megrendezésre kerülő szakmai program és fórum az országban élő kádárok, a nagyközönség számára is nyitott programokkal, ebben az évben nemzetközi szakmai rendezvénné bővítve, spanyol, francia résztvevőkkel. Mesterség bemutatók, kézműves vásár, cserépgalamb lövészet, íjászat, gyerekprogramok, koncert

<b>június</b>	Szent Iván Éji Mulatságok Tarcalon	hagyományok, folklor	Tarcal	Tűzugrás, hagyományőrző programok
<b>június vége</b>	Szőlővirágzás ünnepe, borok lakodalma Szegiben	hagyományok, folklor	Szegi	A Furmint és a Muskotály jelképes házassága, a szőlővirágzás ünneplése hagyományőrző lakodalmas programmal
<b>július</b>	Zemplén Hegyikerékpáros Maraton	sport	Mád, Erdőbénye	Hegyikerékpáros maraton profiknak és amatőröknek – különböző hosszúsági és nehézségű pályákkal. Nyitott pincék – udvarán szabadidős játékok, szurkolóknak és megfáradt kerékpárosoknak: teke. Gyermekjátsszóház, extrém sportpark Erdőbénye Ligetben, koncert
<b>július</b>	Szélső Érték Fesztivál	ifjúsági fesztivál	Szegi	Ifjúsági környezetvédelmi fesztivál
<b>július</b>	Hegyalja Fesztivál	ifjúsági fesztivál	Tokaj- Rakamaz	Ifjúsági fesztivál
<b>július- augusztus</b>	Szerencsi Nyár	színház, film, koncert	Szerencs	Kulturális programok, kiállítások, zenei rendezvények sorozata
<b>augusztus</b>	Bor, mámor, Bénye	bor és gasztronómia, fesztivál, gyerekprogram, koncert, zene	Erdőbénye	Nyári örömnapp – Tokaj-hegyaljai borokkal, zempléni ízekkel. Borok, ételek, irodalom, utcaszínház, koncert, gyerekprogramok: manóruha készítés, manófelvonulás, óriás társasjáték. Mobil video verseny – a nap emlékezetes pillanatairól. Kézműves bemutató, vásár.
<b>augusztus</b>	Zempléni Fesztivál	színház, film, koncert	több helyszín	Kiállítások, színházi előadások, koncertek
<b>augusztus</b>	Tokaji Író-tábor	színház, film, koncert	Tokaj	Magyarország irodalmi krémjének találkozóhelye
<b>augusztus</b>	Országos Borkirálynő Választás	bor, gasztronómia, fesztivál	Tarcal	Magyarország 22 borvidéke borkirálynőinek találkozója, Magyarország Borkirálynőjének megválasztása
<b>augusztus</b>	Csokoládé Fesztivál	bor és gasztronómia	Szerencs	A Szerencsi csokoládé ünnepe

<b>szeptember</b>	Mádi Szüreti Napok	bor, gasztronómia	Mád	XX: alkalommal kerül megrendezésre a hagyományőrző Szüreti Napok Mádon, melynek színfoltja a hagyományokat felelevenítő szüreti felvonulás. Emellett színes és színvonalas műsorokkal, finom borokkal és ízekkel várják az idelátogatókat.
<b>szeptember</b>	Rátkai sváb hagyományőrző napok	hagyományőrzés, folklór	Rátka	a sváb hagyományok felelevenítése
<b>szeptember</b>	Tokaji Ősz	bor, gasztronómia	Tokaj	Borvacsorák, borkóstolók
<b>szeptember</b>	Szent Vencel napi szőlős búcsú	bor és gasztronómia	Tállya	borkóstoló, búcsú, mise
<b>október</b>	Tokaj-hegyaljai Szüreti Napok	bor, gasztronómia, fesztivál	Tokaj	Tokaj-Hegyalja legnagyobb szőlő és borkultúrához kapcsolódó rendezvénye, szüreti felvonulás, folklór programok, borászati és gasztronómiai kiállítás és vásár.

Ezt egészítik ki a rakamazi kemping motoros találkozói, amelyek közül a legnagyobb a Zempléni Fesztivál idején szokott lenni.

A fesztiválok típus alapján:



*Fesztiválkínálat összetétele a Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernád-völgye helyi TDM területén (Forrás: Tokaj Marketing Nonprofit Kft.)*

#### **Meglévő tematikus útvonalak, amelyek érintik a TTHE területét**

Az emlékhelyek turistaúttá fűzése lehetővé teszi, hogy az emlékhelyekből felkereshető kultuszhelyek legyenek. A térség több nemzetközi kulturális útvonalhoz is kapcsolható, ám ezek nagy része valós turistaforgalmat alig eredményez. A Zemplénben jelenleg az alábbi tematikus útvonalak nyújtanak támpontokat a vendégeknek:

#### **Tokaj-hegyljai Borút (a Tokaj-hegyljai Borút Egyesület által működtetett kulturális útvonal)**

A Tokaj-hegyljai Borút Egyesület célja a több évszázados hírnév ápolása, hogy alaposabban megismertessék Magyarország leghíresebb történelmi borvidékét, az itteni kultúrtáj sokszínűségét, értékeit, szépségét és az itt élő emberek szőlőhöz, borhoz való kötődésének gyökereit a nagyközönséggel. Egyben gyakorlati segítséget szeretnének nyújtani az ide látogatóknak kiadványaikkal, a logó szerepeltetésével az egyesületben benne lévő szolgáltatóknál.

#### **Történelmi Borút (A Történelmi Borút Egyesület kulturális útja)**

Az Egyesület létrehozásának és működésének célja a tállyai történelmi borút hagyományának felújítása és ápolása, Tállya községben a borturizmus fejlesztése és az idegenforgalom növelése, ezen keresztül a Tokaj-Hegyljai történelmi borvidék sajátos arculatának és értékeinek széles körű megismertetése a magyar és a külföldi borszerető közönséggel, a több mint 1000 éves magyar borkultúra helyi hagyományainak ápolása.

Az egyesület céljai közé tartozik a minőségi bortermelés előmozdítása, a Tokaj-Hegyaljai borvidék, de különösképpen Tállya természeti képének megóvása, a tállyai termésű borok piacának és keresletének növelése, a térség művészeti, kulturális, műemléki, építészeti és ökológiai értékek védelme, az ezekhez fűződő érdekek képviselése azáltal, hogy a Tállyára látogató vendégek kiemelkedő színvonalú ellátásán keresztül gasztronómiai és kulturális élményeket kapjanak.

### **Zsidó emlékhelyek Tokaj-Hegyalján**

A kulturális út célja az egykori zsidó hagyományok felélesztése és továbbvitele és a hitélethez szükséges körülmények megteremtése.

Állomásai: Sátoraljaújhely. A hitközség eredete a XVIII. századba nyúlik vissza. Az első adat 1771-ből való, amikor is Naftali Hirsch, aki a községen átutazott, megvetette alapját a Chevra Kadisának. A városból kivezető főútvonal mellett található az un. régi zsidó temető, Tietelbaum Mózes csodarabbi sírjával. A Dózsa György utca 13. szám alatt áll a "status quo" izraelita templom, mely a hitközség megszűnésével gazdátlanul vált. Helyreállítás alatt van a Múzeum közeli kisebb zsinagóga közelében a Rákóczi utcán megmaradt az un. Kastenbaum Iskola, melyet 1838-ban alapított Kastenbaum Márton. A Széphalom felé vezető úton a köztemető szomszédságában található az újabb kori Zsidó temető. Sárospatak. A hitközség alapításáról nincsenek megbízható adatok, de bizonyos, hogy 1780-ban már zsidó hitközség. Első rabbiját sem ismerjük és csak feltevés, hogy Szinyover Hirs lehetett. Olaszliszka. A zsidók itteni letelepedéséről nincsenek pontos adatok, de ez a XVIII. század elejére tehető. Ekkor volt rabbijuk Friedmann Hers. Az olaszliszka zsinagóga -melyből ma már alig áll a Keleti-fal, építéskor 500 hívőt is befogadott. Az 1874-ben elhunyt Friedmann Hersele rabbi sírja ma is fontos zarándokhely. Tokaj. 1945 előtt 1300 zsidó élt a városban, 1945 után alig ötvenen tértek vissza. Ezt a vérvetést a mai napig nem tudta kiheverni a város. Zsinagógája 1886-ban épült, és amit a II. Világháború meghagyott, az 1956-ra még tovább pusztult. 1985-re már csupán a vázszerkezete maradt épen a zsinagógának. A belső rész nem állt másból mint dudva és néhány romos boltív, a női karzat szintje is elpusztult. 1988-ban megkezdték a rekonstrukció első lépéseit, helyrehozták a külső homlokzatot és 1989-re elkészült a tetőszerkezet, valamint a női karzat szintje. A zsidó temető gondozott állapotban van. További állomások lehetnek: Mád, Bodrogkeresztúr, Tarcal.

### **Északi várak útján (kulturális útvonalajánló Hollókőtől Füzérig)**

Regionális kezdeményezésként tizennégy taggal alakult meg a Felső-magyarországi Várak Egyesülete 2003-ban. Boldogkőváralja, Cserépváralja, Diósgyőr, Eger, Füzér, Hollókő, Kiszána, Ónod, Regéc, Salgótarján, Sárospatak, Sirok, Somoskő és Szerencs települések várainak képviselői, illetve fenntartói, a Kincstári Vagyoni Igazgatóság, az Eger és Körzete Kistérségi Területfejlesztési Önkormányzati Társulás, az Észak-magyarországi Regionális Idegenforgalmi Bizottság, valamint a Magyar Turizmus Rt. Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatósága azzal a céllal hívta életre a szervezetet, hogy képviselje és összehangolja a Borsod-Abaúj-Zempléni, valamint a Heves- és Nógrád megyében lévő várakat működtetők érdekeit. Az alapítók kiemelt feladatuknak tartják a várak megőrzésének, szakszerű helyreállításának, működtetésének, fenntartásának, fejlesztésének elősegítését, közös marketingtevékenység kifejtését, a hasznosítás (kiállítások, programszervezés) szakmai támogatását, valamint a várakkal kapcsolatos tudományos kutatásokban történő részvételt.

### **"Kultúrtörténeti séta a Rákóczi várak nyomában" - Rákóczi kulturális útvonal (INTERREG)**

A sárospataki Rákóczi Múzeum egy Rákóczi tematikus út kialakítását tűzte ki célul. Az út összefogná mindazon településeket és azok látnivalóit, melyek valamilyen módon kapcsolhatóak a Rákóczi család nevéhez. A cél a jövőben ezen vonzerők közös turisztikai marketingje, tematikus út formájában. A Rákóczi Múzeum ezen kezdeményezésére az Inventio Consulting Kft által készített Interreg IIIA HU-SK-UA pályázattal EU-s támogatást nyert. Bár a határon-túli szlovák (Borsi vár) és ukrán (Munkács vára) partnerek sajnos nem nyertek támogatást, a Rákóczi Múzeum pályázatának megfelelően elkészíti a Rákóczi tematikus út ún. közös marketing tervét.

### **Európai Vaskultúra útja**

2005 júniusában mutatták be Miskolcon az Európai Vaskultúra kulturális útvonal Tokaj-Szerencs szakaszáról készült prospektust, amely számba veszi a térség ipartörténeti emlékeit. A kiadvány révén az eddig csak Miskolcig, illetve Miskolc környékéig érő útvonal kibővült, belekerültek olyan látnivalók, mint pl. a tokaji Patkóbánya, a Szerencsi Cukorgyár vagy a Szerencsi Csokoládégyár.

Amikor új kulturális útvonalak megtervezésén dolgozunk, figyelembe kell venni a már meglévő útvonalakat, kapcsolódási pontokat, lehetőségeket a minél szélesebb körű, minél komplexebb turisztikai szolgáltatás kialakítása érdekében.

### **Irodalmi út – Borút – Tokaj – Világörökség**

2005. első felében a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma támogatásával elkészült az Irodalmi út – Borút – Tokaj- Világörökség kulturális útvonal, amely a 2002-ben világörökségi területté nyilvánított Tokaj-hegylajai borvidék irodalmi emlékhelyeit fűzi kulturális útvonallá, egyfajta turistaúttá, amely lehetővé teszi, hogy az emlékhelyekből felkereshető kultuszhelyek legyenek. A turisták nagy része egyelőre a bor miatt érkezik Tokaj-hegylajára, s csak egy-két település (Sárospatak, Széphalom, Monok) dicsekedhet azzal, hogy a boron kívül egyéb turisztikai vonzerő miatt keresnek fel a vendégek. Az irodalmi útvonal célja tehát az emlékhelyekhez kötődő kultuszképződés elősegítése, ezáltal a kulturális, közösségi identitás erősítése.

*Az eddigi eredmények:*

- az irodalmi út egyes állomásai számbavétele a világörökségi területen
- elkészült az irodalmi útvonalat népszerűsítő honlap
- elkészült egy, az irodalmi utat bemutató prospektus

Az irodalmi kultuszhely-képződésnek több lehetséges formája is lehet. Az egyik lehetséges forma, amikor egy jeles ember életművéhez kapcsolódóan gyakorlatilag már az életében, vagy a halála



pillanatában automatikusan kultuszhelyé válik a lakása, a kultusz ápolásának eszközeivé mindennapi tárgyai, eszközei. Így lett pl. Széphalomból a Kazinczy-kultusz központja már a 19. században. A másik lehetőség, amikor az utókor később szeretne irodalmi kultuszt kialakítani a kollektív hagyomány őrzése, a kultúra ápolása érdekében. Erre a legkézenfekvőbb példa Londonban a Globe színház újból felépített épülete vagy a stratfordi Shakespeare „szülőház” és a shakespeare-i településrész lehet.

Tokaj-hegyalja elsősorban ez utóbbi kultusz-teremtési és –ápolási lehetőségekkel élhet, illetve az eddigiekben elsősorban ezzel a lehetőséggel éltek (Tiszaladány: Népi Írók Emlékfala, Prügy: Móriczház, Monok: Kossuth-szülőház, stb.). Az irodalmi út célja, hogy egy közös kultuszhelyként lehessen értelmezni Tokaj-Hegyalját – csak ez teheti lehetővé azt, hogy az egyes kultuszhelyek magukban is kellő hangsúlyt kapjanak. Mivel a borkultusz központja évszázadok óta Tokaj – a kutatók szerint már a 18. században is sokan elzarándokoltak Nyugat-Európából is megnézni, hol készül a világhírű aszú -, érdemes az irodalmi út központjául is Tokaj kijelölni. Ezt erősíti, hogy 33 év óta itt találkoznak minden év augusztusában az irodalmi élet jeles alakjai, hogy megvitassák az irodalompolitika aktuális kérdéseit. Ezen túl Tokaj a legjobban megközelíthető település a térségben, hiszen a várost Miskolccal a 37. számú főútvonal köti össze, amely megfelelő kapcsolatot biztosít az M3 illetve M30-as autópálya Debrecen, illetve Budapest felé vezető szakaszával. Ugyanakkor Tokaj vasúti megközelíthetősége mind Miskolcra, mind Nyíregyházára megfelelő, mindkét irányból naponta 18 vonat érkezik, melyek között 4-4 InterCity járat is található. A többi település – beleértve Sáropatakot, illetve Sátoraljaújhegyt is – jóval nehezebben megközelíthető pl. az Alföld felől érkezők számára.

A fentiekből kiindulva vált Tokaj az irodalmi út központi településévé, s az itteni irodalmi emlékek (Széchenyi István szobra, Paulay Ede emléktábla, Petőfi emléktábla, II. Rákóczi Ferenc szobra, Szent István szobra, Millenniumi Irodalmi Emlékpark, az Írótabornak otthont adó Tokaji Ferenc Gimnázium) mellett itt tervezik az irodalmi út információs központjának kialakítását a helyi Tourinform irodával együttműködve.

### **A Zemplén kapui projekt által kínált tematikus útvonalak**

2006-2007-ben került kidolgozásra a Zemplén kapui INTERREG 3/A projekten belül a teljes Zemplént bemutató tematikus útvonalak kidolgozása. A projekt célja egy olyan kínálati skála felvázolása a vendégek számára, amely számba veszi különböző témák alapján a Zemplén magyarországi és szlovákiai részének a kínálatát és ezt komplex csomagként nyújtja át a vendégeknek. A projekten belül több tematikus útvonal is kialakításra került:

1. Kalandozás a történelmi Zemplénben
2. Várak, kastélyok, kúriák nyomában
3. Zarándoklás a Zemplén egyházi értékeinél
4. Bacchus földjén
5. Hegyek-völgyek ölelésében.

A projekt keretében belül hosszabb és rövidebb túraútvonalakat is kínáltunk a vendégeknek. A kulturális útvonalak honlapja a [www.tokaj-zemplen.hu](http://www.tokaj-zemplen.hu) linken érhető el.

## **Termékek**

2009 végéig a TDM szervezet az alábbi turisztikai termékekkel várta a vendégeket:

### **- idegenvezetés**

A munkaszervezet Tokaj-Hegyalja, sőt az egész Zemplén területén biztosít idegenvezetést magyar, angol, német, francia és lengyel nyelven. Tokaji városnéző séták széles skálája megtalálható a belvárosi programokon keresztül a Szerelmi Pincesorral záródó programokon át.

Túraútvonalak:

a., belvárosi séta

b., belvárosi séta múzeumlátogatással

c., szőlő és borkultúra, világörökség

d., Mesés Tokaj

Szezonban minden héten két alkalommal, kedden 14.00 órától és csütörtökön 15.00 órától garantált városnéző programot indít a Tourinform Tokaj. A másfél órás program keretében az érdeklődők megismerkedhetnek Tokaj belvárosával. A résztvevők hallhatnak a 18-19. századi görög és zsidó kereskedők életéről, felkereshetik azokat a pincéket, amelyek egykor uralkodók számára érlelték a tokaji borokat, megismerkedhetnek Tokaj sokszázados kulturális örökségével és hagyományaival, amelyek miatt a borvidéket a világörökség részévé nyilvánították. Nem maradhat el persze az új létesítmények felkeresése sem: a résztvevők megtekinthetik a Kulturális és Konferencia Központot (egykori zsinagóga) és a Paulay Ede Színházat is.

### **- borbusz-hálózat**

2009 május utolsó hétvégéjén indította el első buszos bortúra járatot, melyet a szezon közepére saját lehetőségei szerint továbbfejlesztett, így már 9 pincészethez tudják elvinni hétvégenként szervezett formában a vendégeket. A járatokat a borfesztiváltól szüreti fesztiválig hirdetik meg, mely felöleli a turisztikai főszezont, az augusztust és a szeptembert is.

Minden egyes programon a buszon idegenvezető mutatja be a térség világörökségi értékeit, a pincészeteknél pincemustra és borkóstoló várja az érdeklődőket.

### **- egyéb animált programok**

Gyerekek számára készített programok:

a., Fedezd fel Tokajt! című játékunk viszonylag új elem a programkínálatban, amely másfél-két órára nyújt felejthetetlen élményt a gyerekeknek: a feladat ugyanis, hogy a kapott instrukciók alapján megtalálják a Tokaj különböző pontjain elrejtett ajándékokat. A program összeállításánál odafigyeltünk arra, hogy a gyerekek forgalom elől elzárt területen mozogjanak, illetve, hogy Tokaj nevezetességeit fel kelljen keresniük a játék során.

b., Világörökségi foglalkozások: Az igény szerint 45-90 perces programokon bevezetjük a diákokat Tokaj-Hegyalja kultúrtörténetébe, játékos körülmények között megismerkedhetnek a térség szőlőfajtáival és a borkészítés eszközeivel.

Nemcsak gyerekek részére kínált programunk:

a., Hegyalja kvíz: A baráti társaságoknak, egyetemistáknak, céges meetingek résztvevőinek kínált izgalmas kvízzjáték során Tokaj-hegyaljával kapcsolatos ismeretanyagunkról adhatunk számot. A győztes csapat oklevelet érdemel.

– **fél- és egy napos buszos túrák idegenvezetővel**

Idegenvezetés szolgáltatásunkat komplett csomagajánlatként is kínáljuk egyéb programokkal, múzeum és Tájház látogatásokkal, étkezéssel és borkóstolással összekötve az egyes igényeknek megfelelően akár félnapos vagy egész napos buszos program keretein belül.

- **előadások, bemutatók tartása a Tokaji Borvidékről és a helyi TDM adottságairól**

A Tourinform Tokaj konferenciaterme ideális helyszín előadások, szakmai bemutatók tartására. Számos alkalommal tartunk előadást a borvidékre érkező turistáknak Tokaj-Hegyaljáról a borturisztikai szolgáltatások lehetőségeit is bemutatva.

– **1 napos csomagok**

A Tokaji Történelmi Borvidék 27 településből áll, melynek megismerése, bebarangolása időt vesz igénybe. A bor szerelmeseinek egy napos csomagokat kínálunk, de így is csak érintőlegesen tudják bejárni a borvidék gerincét.

– **- utazási fórum**

A weblapon a látogatók számára utazási fórumot indít, hogy tapasztalataikat, pozitív és negatív élményeiket megoszthassák a látogatók. A fórum információi feldolgozásra kerülnek, az eredménynek a minőségbiztosítási rendszert támaszthatják alá.

Az alábbiakban összegyűjtöttük, hogy 2015-ig milyen garantált programokat szeretne a munkaszervezet kialakítani a helyi TDM területén. Fontos megjegyezni, hogy a programokhoz a szolgáltatók és a csatlakozott civil szervezetek bevonását szeretnék megvalósítani, részben a finanszírozás, pályázás tekintetében is.

2009-2010-ben a helyi TDM területén csak Tokajban voltak garantált programok:

- városnéző séta március 15-november 1-je között minden kedden és csütörtökön 14.00 órától;

- egy órás sétahajó járatok április 30-november 1-je között minden nap 11.00, 13.00 és 15.00 órákor;
- borbusz programok minden pénteken és szombaton
- borkóstoló a Rákóczi Pincében vezetéssel április 15-október 15-e között minden nap 11.00-18.00 óra között óránként.
- minden szombaton 15.00 órától gyalogtúra a Nagykopasz-hegyre
- minden vasárnap 15.00 órától kerékpártúra a Nagykopasz-hegyre

A helyi TDM többi településén ehhez hasonló garantált programok jelenleg nincsenek.

### **Garantált programfejlesztések szempontrendszere**

A programfejlesztések során az alábbi szempontokat vesszük figyelembe:

- minél több helyi TDM település bevonásra kerüljön
- minél több szolgáltató bevonásra kerüljön
- a programok ár-érték aránya megfelelő legyen, versenyképes árakkal lehessen dolgozni
- család- és gyerekbarát programok is szerepeljenek a kínálatban
- lehetőleg minden célcsoport megtalálja a saját programjait a programkínálatban
- hétköznapra és hétvégére is tudjon a térség programot kínálni
- turisztikai főszezonon kívül is legyenek garantált programok

### **Az egész helyi TDM-et érintő programfejlesztések:**

#### **a.) Borbusz-hálózat fejlesztés**

Az elsődleges cél, hogy a Tokaji Történelmi Borvidék déli részét összekötő borbusz-hálózat alakuljon ki. A borbusz program céljai részletesen:

- a mikroklima megőrzése érdekében minél kevesebben használják a gépkocsijukat a borvidék területén
- ne jelentsen gondot az „iszik vagy vezet” kérdése
- a minőségileg megfelelő borászatokhoz jussanak el a vendégek
- az egyes pinceprogramokon túli plusz élmény nyújtása (pl. idegenvezetés)
- komplex, egész estés borvidéki élmény biztosítása a vendégek számára
- azon települések, borászatok bekerülése a turisztikai véráramba, amelyek ma a megközelíthetőség miatt kiesnek a turisták látószögéből.
- Lehetőleg az összes olyan településről induljon borbusz, ahol nagyobb szálláshelyek, illetve sok falusi szálláshely van

A borbusz programokra a helyi információs pontokon lehet jelentkezni, illetve maguknál a szolgáltatóknál.

Az első borbuszokat 2009-ben indítottuk el, az első szezonban összesen 250 vendég vett részt a programokon. Mára már vannak visszatérő vendégek, illetve olyanok, akik egyéni turistaként annyira élvezték a programot, hogy utána csoportprogramként rendelték meg tőlünk a következő alkalommal. A tapasztalatunk az, hogy gyakorlatilag minden célcsoport számára megfelelő az árképzés (3-4000 Ft között) és a nyújtott program is. A vendégeink között ugyanúgy voltak lengyel diákok, mint haza celebek, s mindannyian egyöntetűen elégedettek voltak a programmal.

A fejlesztés irányvonalai:

- ajándék kóstoló pohár bevezetése a helyi TDM arculatának megfelelő logóval, felirattal, hogy még emlékezetesebb legyen a program
- új túraútvonalak kialakítása
- megfelelő reklámeszközök kialakítása (borbusz-jegy, szórólap, tábla, stb.)
- a borászatok kínálatának minőségi fejlesztése (pl. pincemustra, birtoklátogatás, stb.)
- szezonális ajánlatok kialakítása (pl. mustkóstoló ősszel, hordóminta kóstolás tavasszal, stb.)

#### **b.) Gasztro-busz program**

A helyi TDM területén számos olyan gasztronómiai program van, amely nincs megfelelőképpen benne a szolgáltatók kínálatában. Szeretnénk olyan buszos körtúrákat kínálni, ahol a bor mellett a helyi ízekkel is megismerkedhetnének a vendégek (pl. kemencés lángos sütés, halászlé-főzés, sajtkóstoló, stb.). A vonzerőleltár többek között ezeket a lehetőségeket is részletesen feltérképezi, s 2010 második felében elkezdhető az útvonalak kialakítása. A gasztro-buszt családoknak kínáljuk, hiszen jelentős teret kapnak a gyerekek számára nyújtott kiegészítő programok (szabadtéri játékok, cukorka- és csokikóstoló, stb.) is a programban. Célok:

- A helyi TDM különleges tradicionális gasztronómiai kínálatának a népszerűsítése
- A minőségi szolgáltatók kiemelt népszerűsítése
- a családi programkínálat bővítése
- a helyi TDM taktaközi területeinek a bevonása a turizmus véráramába
- félnapos program nyújtása az ide érkezőknek
- a klasszikus borvidéki kínálat mellett tájjellegű új programelemek beépítése a helyi kínálatba, ezáltal azok számára is vonzóvá téve a borvidéket, akik egyébként a borok iránt kevésbé érdeklődnek

#### **c.) Hagyományaink nyomában**

Szeretnénk buszos és /vagy lovaskocsis és /vagy kerékpáros körtúrákon a hagyományokat is bemutatni az ide érkezőknek. A helyi TDM területén számos tájház működik, ahol gasztro-bemutatók, illetve kézműves programok is várják az érdeklődőket. Szeretnénk, ha ezek a programok szintén elérhetővé válnának minden hétvégén, illetve lehetőleg minél több hétköznapon is. A program

előnye, hogy a tájházakban a kézműves foglalkozásokon gyerekek és felnőttek egyaránt hazavihető szuvenírral gazdagodnak, ami egyben kiváló reklámeszköz is. A múzeumok és egyéb emlékhelyek bevonását is tervezzük. A program célja részletesen:

- a családi programkínálat bővítése
- a helyi TDM taktaközi területeinek a bevonása a turizmus véráramába
- a helyi tradíciók gyűjtése, őrzése és tovább örökítése az utókor számára
- szórakoztató félnapos programlehetőség

#### **d.) Kisvontatos borvidéki idegenvezetés**

Heti két alkalommal, menetrend szerint, a nyári időszakban kisvontatos idegenvezetésen vehetnek részt a vendégek. Kisvontaton szakképzett idegenvezető vezeti be a vendégeket a világörökségi táj történetébe, felhívja a figyelmet a különlegességekre. A túra alatt több megálló is lesz, ahol evés-ivásra lesz lehetőség.

#### **e.) Város- és falumustrák**

2010-2011-ben az összes, nagyobb szálláskapacitással rendelkező településen bevezetjük a heti rendszerességgel megszervezett helyi város-, illetve falumustrákat. A szakképzett idegenvezetők bemutatják az adott település történetét, a látnivalókat, felhívva a figyelmet azokra az értékekre, amelyek az átlag turistáknak, sőt, helyi lakosoknak talán fel sem tűnnek. A mustrákat úgy szervezzük, hogy lehetőleg minden nap más-más település kerüljön sorra.

#### **f.) Taktaközi kirándulások**

Heti több alkalommal lovas hintós kirándulást szervezünk a Taktaközbe. A kiinduló állomások: Tokaj, Tarcal, Szerencs. A program során végigjárhatják a vendégek azt az utat, amit Móricz is nagyon sokszor megtett gyerekkorában, megcsodálhatják a prűgyi Móricz házat és a csobajai tájházat.

#### **g.) Tájház- és múzeumlátogatások garantált programként**

Heti egy alkalommal kinyitjuk az összes tájházat és múzeumot, s különleges idegenvezetés keretében mutatjuk be a helyi értékeket a vendégeknek. A program célja, hogy a 1,5 óránként induló múzeumlátogatásokon a muzeológusok, gyűjtők maguk mutassák be a helyi adottságokat, így egyéni élményeiket is beleszöve még közelebb vigyék a táj múltját, értékeit a látogatókhoz. A programot szeretnénk kibővíteni az adott napokra tervezett kézműves vagy egyéb foglalkoztató programokkal.

## Turisztikai infrastruktúra

### Megközelíthetőség

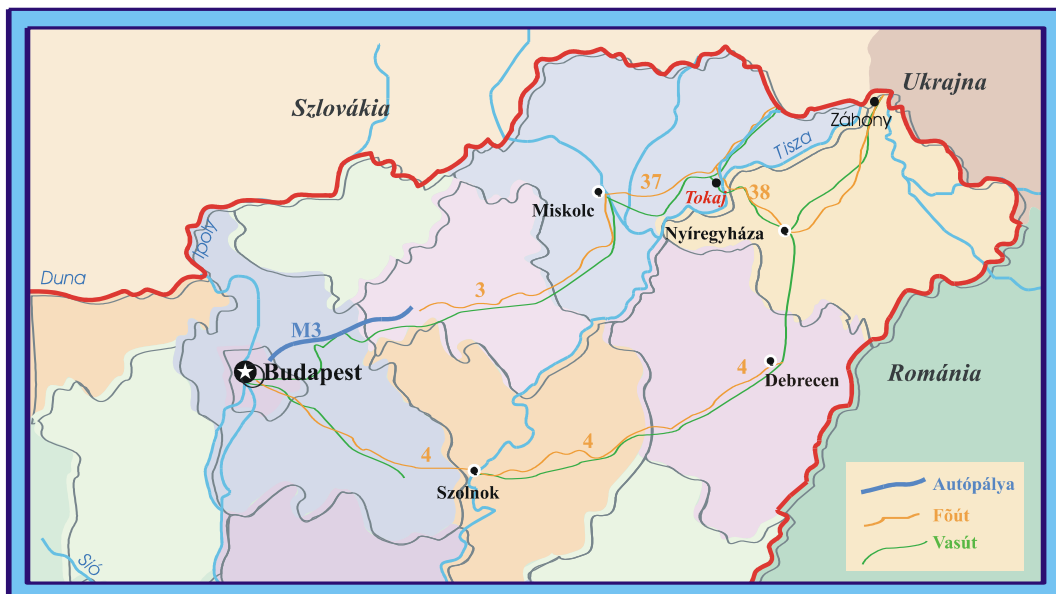
#### Budapest és Nyíregyháza felől

Az M3-as autópálya megépítésének és a sűrű IC és gyorsvonat járatoknak köszönhetően Miskolc és így B.-A.-Z. megye is igen jól megközelíthető. Tokaj városát Miskolccal a 37. számú főútvonal köti össze, mely megfelelő kapcsolatot biztosít az M3 illetve M30-as autópálya Debrecen, illetve Budapest felé vezető szakaszával. A 37-es út jelenleg túlszűfolt, de a tervezett bővítés (kétsávúsítás a gesztelyi-elágazásig) kedvező helyzetet teremt.

A Zemplén vasúti megközelíthetősége mind Miskolcra, mind Nyíregyházáról megfelelő, mindkét irányból naponta 18 vonat érkezik Tokajba, illetve Szerencsre (ahol átszállással lehet tovább utazni Sáropatak irányába), melyek között 4-4 InterCity járat is található.

A Tiszán és a Bodrogon jelenleg nem üzemel állandó személyszállításra alkalmas hajójárat, bár mindkét folyó teljes magyarországi szakasza hajózható. Sajnos a rendszeres hajójáratok indítása még várat magára, bár a MAHART többször is tárgyalt már a rendszeres hajójáratok indításáról a helyi érdekeltekkel.

Tokaj népszerű célpont a víziturizmust kedvelők körében, a nyári időszakban számos kajak-kenu túra indul a településről vagy érkezik ide.



a Zemplén megközelíthetősége

Kiépített kerékpárút a térségben jelenleg csak Szerencs és Tokaj belterületén, Sátoraljaújhely és Sárospatak, illetve Tokaj és Bodrogkeresztúr között található. A kerékpárturizmus kedvelőit több helyen elhelyezett információs táblák irányítják az alacsonyabb forgalmú mellékutakra.

Mind megközelíthetőségi, mind idegenforgalmi szempontból jelentős az EuroVelo útvonalterv. Az Euroean Cyclists' Federation (ECF, a Kerékpárral Közlekedők Európai Szövetsége) 1995 óta dolgozik az Európát behálózó, a ma EuroVelo Project néven ismert kerékpáros úthálózati terv fejlesztésén. 1997 novemberében, a spanyolországi Logrono-ban szervezett ünnepségen bejelentették és ismertették az EuroVelo fejlesztési programját, melyet az Európa Bizottság pénzügyileg is támogat. A feladat az, hogy használhatóvá váljon 12 olyan kerékpáros útvonal, amely felfűzi Európa összes országát és átvezet nagyobb városokon is, legyenek azok az Európai Unió határain kívül, vagy éppen egy tagországban. Az EuroVelo útvonalak szerepe kettős: egyrészt elősegíteni az érintett városokban és környezetükben a kerékpáros (aktív) turizmushoz szükséges infrastruktúra-fejlesztéseket, másrészt erősíteni és bővíteni a határon túlnyúló (kerékpár-)turisztikai kapcsolatokat. Az EuroVelo kedvezőbbé fogja tenni a biciklizésről kialakult képet szerte Európában, oly módon és oly hatékonysággal, amelyre más hivatalos buzdítás vagy figyelemfelhívás sohasem lenne képes.

Bár az EuroVelot sokan úgy tarják számon, mint a fenntartható turizmust szolgáló fejlesztési programot, de ez a program többet nyújt. Az egyes országokban elsősorban a kormányzati és a regionális fejlesztési szervezetekre vár a feladat, hogy összefogja a kerékpáros turizmus fejlesztésében leginkább érdekeltet, koordinálja a szomszédos országokkal való EuroVelo útvonal-összekötési terveket és működtesse az országra eső Euro-Velo nyomvonalakat. Az EuroVelo Vezető Team (Brüsszelben) pedig a maga kommunikációs és marketing eszközei felhasználásával (kiépítési ajánlások, üzemeltetési segédanyagok, hírlevelek, honlapok, különböző EU pályázatokon való részvétel támogatása, tájékoztató konferenciák, stb.) az egyes országokban lévő EuroVelo megbízottjain keresztül.

A 12 EuroVelo útvonal közül kettő vezet át Magyarországon. A Tokaj városát is érintő 11-es jelű EuroVelo út (A Kelet-Európai út) Európa legészakibb pontjától (Nord-Cap, Norvégia) a görögországi Athénig vezet, és felfűzi Kelet-Európa legérdekesebb régióit: áthalad Finnországon (Kemijarvi, Kajaani, Helsinki), a balti államokon (Tallinn, Daugavpils, Vilnius), Lengyelországon (Varsó, Krakkó), Szlovákián (Kassa), Magyarországon (Sárospatak, Tokaj, Szolnok, Szeged), Jugoszlávián (Belgrád), Macedónián (Szkopje) és a végállomás Görögország (Thesszaloniki, Athén), hossza eléri a 6000 km-t.

Összegezve: a Zemplén az Észak-Magyarországi régió jól megközelíthető térségei közé tartozik, viszont az aktív turizmus (kerékpár, kajak, kenu) infrastrukturális hálózata még jelentős fejlesztésekre szorul, melyeket a közeljövőben el kell kezdeni, különben komoly gátja lehet az idegenforgalom bővülésének.

## **Szlovákia felől**



Szlovákia felől legcélszerűbb Sátoraljaújhelynél átkelni a határon, ha valaki a magyarországi területek látóterébe kíváncsi. Sátoraljaújhelynél a gyalogos átkelésre is lehetőség van a város belsejében lévő kisátkelőnél, illetve a város határában személyautóval, busszal is át lehet jönni a határon.

Kassa felől Tornyosnémetinél lépheti át a turista a határt, ekkor a Gönc-Vizsoly – Boldogkőváralja – Abaújszántó útvonalon közelítheti meg a zempléni területeket.

### **Tourinform és egyéb információs irodák**

Jelenleg négy Tourinform iroda működik a Zemplén magyarországi oldalán. Ezek a Magyar Turizmus ZRt. Tourinform hálózatának a tagjai, s a következő településeken nyújtanak tájékoztatást a Zemplén látóteréről: Tokaj, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Abaújszántó. A Tourinform irodák észak-magyarországi hálózatában jelentős még Miskolcnak, Edelénynek, Encsnek a szerepe a Zemplén bemutatásában helyzetüknél fogva, illetve az aggteleki turisztikai információs központnak, mivel Aggtelek is világörökségi helyszín. Eger két szempontból is fontos szerepet játszik a Zemplén bemutatásában: egyfelől mivel itt működik az MT ZRT. Regionális Marketing Irodája, másfelől mivel az egeri borvidékről számos turista jön át a vörös után a fehérbort is megkóstolni.

A Tourinform hálózat előnye az összehangolt térségi turisztikai marketingmunka, az, hogy az MT ZRT. közreműködésével lehetővé válik a nem pusztán a helyi forrásokra építő térségi imázs kialakítása, illetve az egyes települések saját turisztikai és településmarketingjének az integrálása az országos turisztikai kínálatba. Ez viszont azt is jelenti, hogy a Tourinform hálózaton belül van egy saját arculata a régióknak, a megyéknek, illetve a településeknek – olyan tájegység esetében viszont, mint a Zemplén, amely mind történelmileg, mind földrajzilag országokat köt össze, a határon túli területek megjelenítésére nincs lehetősége, a Zemplénnek nem adhat külön arculatot. Ráadásul az egyes zempléni és abaúji területeken működő irodák elsődleges célja az adott települések turisztikai marketingmunkájának a koordinálása, illetve a látóterők közvetítése az odaérkező turisták számára. Jelenleg egyik iroda gyűjtőkörében sincs benne a határ túloldalán található látóterők összegyűjtése és megjelenítése, illetve ugyan az irodák a komplex turisztikai kínálat kialakítása során részben bemutatják a határ túloldalán lévő turisztikai kínálatot is, egyik iroda sincs arra hivatva, hogy a Zemplént, mint önálló, komplex turisztikai terméket szolgáltatssa a turisták számára.

A jelenlegi Zempléni és Zemplén-környéki Tourinform irodák adatgyűjtő területe a következőképpen alakul: **Tourinform Abaújszántó:** Abaújszántó, Abaújvár, Arka, Baskó, Boldogkőújfalú, Boldogkőváralja, Fony, Gönc, Göncruszka, Hejce, Hernádcéce, Hernádszurdok, Hidasnémeti, Kéked, Korlát, Mogyoróska, Pányok, Regéc, Sima, Telkibánya, Tornyosnémeti, Vilmány, Vizsoly, Zsujta. **Tourinform Sárospatak:** Bodroghalom, Bodrogolaszi, Cigánd, Dámóc, Erdőhorváti, Györgytarló, Háromhuta, Hercegekút, Karcsa, Karos, Kenézlő, Kisrosvágy, Komlóska, Lácacséke, Makkoshotyka, Nagyrosvágy, Olaszliszka, Pácin, Révleányvár, Ricse, Sáradsadány, Sárospatak, Semjén, Tizacsermely, Tizakarád, Tolcsva, Vajdácaska, Vámosújfalú, Viss, Zalkod, Zemplénagárd. **Tourinform Tokaj:**

Bodrogkeresztúr, Bodrogkisfalud, Csobaj, Erdőbénye, Golop, Mád, Mezőzombor, Monok, Prügy, Rátka, Szegi, Szegilong, Szerencs, Taktabáj, Tállya, Tarcál, Tiszaladány, Tiszatardos, Tokaj. **Tourinform Sátoraljaújhely:** Alsóberecki, Alsóregmec, Bózsva, Felsőberecki, Felsőregmec, Filkeháza, Füzér, Füzérkajata, Füzérkomlós, Füzérradvány, Hollóháza, Kishuta, Kovácsvágás, Mikóháza, Nagyhuta, Nyíri, Pálháza, Pusztafalu, Sátoraljaújhely, Vágáshuta, Vilyvitány.

A Tourinform irodákon kívül az Összefogással Tokaj Világörökségéért projekten belül, illetve LEADER+ támogatásokból az elmúlt időszakban újabb információs pontok jöttek létre a térségben. Ezek elsődleges célja azonban nem a teljes Zemplén megjelenítése, hanem elsősorban a helyi desztinációt érintő tanácsadás, turisztikai információnyújtás, a 2010-es adatok szerint az alábbiak:

### **Tájház – Erdőbénye**

2008-ban részben pályázati forrásból épült újjá az az épület, amely helyet ad a Tájháznak Erdőbényén.

Az itt berendezett kiállítás megtekintésével, előzetes egyeztetés után, tárlatvezetéssel egybekötve a látogatók megismerhetik a település múltját, hagyományait egy olyan gyűjteményből, melyet az itt élők önzetlenül adtak össze. A Tájháznak nincsenek kiadványai, amit a látogatóknak adhatnának tájékoztatásul, illetve nincsenek használatra szánt bútorai sem. Nincsen számítógépük, internet elérhetőségük és telefonjuk sem, amivel hatékonyabbá és egyszerűbbé válhatna a kommunikáció.

A Tájház berendezése korhűen tükrözi a településen élők mindennapjait. Az itt található eszközök, szerszámok a több évszázadon keresztül megélhetést adó foglalkozások emlékét őrzik.

A kőfaragás, a fafaragás, a kádármesterség ma is él Erdőbényén, apáról fiúra öröklődött mindmáig. Fenntartó: Erdőbénye Önkormányzat

### **Világörökségi kapuzat – Szerencs**

*Szerencs a „Hegyalja kapuja”-tartja a mondás. Régóta foglalkoztatta az embereket, különösen mióta a világörökség része lett a régió, hogy a térség és a város bejáratát megjelöljék valamilyen építménnyel.*

Így került megépítésre az „Összefogással Tokaj Világörökségéért” projekt keretében, a 37. számú fő út két oldalán a Világörökségi Kapuzat és Turisztikai Fogadóépület, segítve a városba, térségbe látogatók könnyebb eligazodását. Két munkatársa van az irodának, viszont nincsenek kiadványaik, internet elérhetőségük és telefonvonaluk, amivel hatékonyabban tudnák ellátni a munkájukat.

Az egymással szemben megépített két ötszintes, 18 m magas toronyszerű épület teljes felületét terméskő burkolat fedi, tetején 12 m magas sugaras kialakítású ácsolt szerkezetű felépítmény áll.

A turisztikai fogadóépület kialakítására az egyik torony tövében 160 m<sup>2</sup> hasznos alapterületen került sor. Az épület kiállító teret, fogadó teret, kávézót, valamint kapcsolódó kiszolgáló helyiségeket is

magában foglal, s többek között az itt elhelyezett turisztikai információs pont segítségével nyújt a Hegyaljára érkező látogatók számára eligazítást, hasznos információkat. A projekt keretében az ingatlanon szabadtéri bútorokkal felszerelt parkosított zöldterület, terméskő burkolttal ellátott pihenőtér, valamint parkoló létesült.

### **Tokaj-hegyaljai Borok Háza**

Az üresen álló volt Csendőrlaktanya épülete, amely negyven évig a városi Szociális Otthon 3-as épületeként működött, az Időskorúak Otthonának az átadásával végkép megüresedett 2003-ban.

A város Uniós pénzből újjátta fel és adta át ezt az épületet Hegyalja borászainak, hogy aki belép Hegyaljára, az mindenképpen keresse fel a Tokaj-hegyaljai Borok Házát, hogy elsődleges benyomást kapjon erről a csodálatos borvidékről.

A borok Házában nem kifejezetten a helyi borászat bemutatása a cél, hanem az egész borvidéké, valamint a borászat székházaként három fontos Tokaj-hegyaljai szervezetnek – Tokaji Borvidék Hegyközségi Tanácsának, a Tokaji Renaissance Nagyborok Társaságának és a Tokaj-hegyaljai Borút Egyesületnek - is otthont ad.

A Tokaj-hegyaljai Borok Házának a pincéjét valamennyi beköltözött szervezet és város használhatja reprezentációs célokra.

A földszinten kapott helyet a Tokaj-hegyaljai Borvidék Hegyközi tanács irodái valamint egy nagy kiállító terem, ahol lehetőség nyílik arra, hogy megvilágított tárlókban megmutassák a borvidék legkiválóbbnak minősített borait- és a látogatók információs anyaghoz jussanak digitális és nyomdai formában.

Az emeleten találhatóak a Hegyaljai Borút Egyesület és a Tokaj Renaissance Egyesület irodái, valamint egy kutató szoba, amit a borvidéket kutató szakemberek vehetnek igénybe. A kutatásban segítségükre van egy 3000 kötetes szak-könyvtár és digitális adathordozók, amit a Tokaji Múzeum bocsátott a rendelkezésre. Ugyancsak a tetőtérben található egy nagy tároló, amely alkalmas borászati konferenciák megtartására, illetve borminősítések lebonyolítására.

Az egész épület légkondicionált és a mozgáskorlátozottak részére lift áll rendelkezésre.

Tulajdonos: Tokaj Város Önkormányzata

Fenntartók: Tokaj Renaissance Egyesület, Tokaj-hegyaljai Borvidék Hegyközi tanács, Tokaj-hegyaljai Borút Egyesület

### **Vízi turisztikai bázis – Szegi**

Az épület gyönyörű helyen épült meg Szegiben, azzal a céllal, hogy az oda látogató, vízi sportokat kedvelő vendégek igényét kielégítsék. Kajakot és kenut lehet bérelni, lehetőség nyílik a szabad-tűzön való főzésre is. Akik vízen érkeznek Szegibe, megpihenhetnek vagy megszállhatnak a bázison.

Kiállítások otthonául is kiválóan alkalmas az épület, ahonnan viszont hiányzik a számítógép és internet elérhetőség, telefon és kiadványok.

Fenntartó: Szegi Önkormányzata

### **Borfalu - Tarcal**

Az egész évben nyitva tartó 6 Puttonyos Borfalu, mely Magyarország első borfaluja, fél tucat, gyönyörű épületében rengeteg szolgáltatás és látnivaló várja a kitűnő borok és a különleges élmények szerelmeseit.

A borfaluban megtalálhatók a különleges élményeket nyújtó tréning ajánlatok, látvány pincék, borkóstolások. A 6 Puttonyos Borfalu ideális helyszíne konferenciáknak és céges rendezvényeknek.

A Tarcal galéria kulturális kiállítások, rendezvények ideális helyszíne. Az impozáns Borok háza többfunkciós rendezvényhelyszín, itt várja Önöket egy 40 fős, egy 80 fős vagy egy 120 fős konferencia terem, különteremmel, tárgyalókkal. Itt kapott helyet a 80 fő befogadására alkalmas Borlovagterem és a Taksony Látványpince, ami a rendezvényi vendéglátás, tréningek, céges rendezvények ideális helyszíne. A Szervezetek háza klubhelységet, tárgyalóit, felszerelt mini konyhát baráti társaságoknak és kisebb céges rendezvények megrendezésére ajánljuk.

A Pihenő Park szomszédságában a Kemencés ház a szabadtéri rendezvények vendéglátó háza, külső boglyakemencével, különleges lehetőségekkel. A Tarcal múzeum helytörténeti, állandó és időszakos kiállítások otthona. Borfalunk látványos szabadtéri rendezvényekkel várja az egyéni és céges látogatókat: Borkirálynők fesztiválja, Tarcali lakodalmas, Mustfesztivál.

A térség teljes szálláskínálatát felölelő kedvezményes csomagajánlatainkban, négycsillagos wellness és kastélyszállók, panziók, motelek, vendégházak, falusi szálláshelyek és kempingek közül választhatják ki az ideális szálláshelyet.

A Zempléni térségi desztináció határ menti térség, így érdemes az információs pontok kapcsán egy kis kitekintést is tenni, hiszen a schengeni határ miatt gyakorlatilag akadály nélkül lehet közlekedni 2008-tól a két ország között. Szlovákiában jelenleg nincs olyan összehangolt turisztikai marketingiroda-hálózat, mint Magyarországon a Tourinform hálózat. Ez azt jelenti, hogy az egyes területeken nincs összehangolva a turisztikai marketingtevékenység, nincsenek vagy szerények a központi (régións) térségi promóciós kiadványok, amelyekkel népszerűsíteni lehet az egyes kisebb és nagyobb területeket. A kistérségek vagy városok egyenként, sokszor más-más koncepció, s legfőképp más-más arculati elemek segítségével készítik el saját promóciós anyagaikat. A Zemplén, mint turisztikai termék a maga komplexitásában szintén a Zemplén kapui projekt kapcsán jelent meg elsőként az ottani kínálatban.

### **Turisztikai fejlesztések**

Meglévő, illetve folyamatban lévő turisztikai fejlesztések

#### **Összefogással Tokaj Világörökségéért Projekt**

A Tokaji borvidékhez tartozó települések közül 13 olyan térségi összefogáson alapuló turizmusfejlesztési együttműködést dolgozott ki, melynek keretében összesen 16 projekt fejlesztése körvonalazódott. A fejlesztési elképzelések egy része kifejezetten a bor témájára, ugyanakkor egy másik jelentős része az aktív és a kulturális szabadidő eltöltésére épültek.

Az Észak-Magyarországi Régióban elnyerhető 6 millió eurós maximális pályázati támogatás következtében a 16 projektelem két külön pályázatban került benyújtásra (Összefogással Tokaj Világörökségéért I és II.), mivel azok összesen közel 8,8 milliárd forintot tettek ki. Az ÖTV I. pályázat öt önkormányzat hat fejlesztési projektjét, míg az ÖTV II. pályázat kilenc önkormányzat tíz fejlesztési projektjét tartalmazza (egy település egy-egy projektelemmel mindkét pályázatban szerepelt). A pályázat benyújtója a Tokaj Mikrorégióért Alapítvány.

Az egész borvidéket érintő 16 fejlesztés a szükséges marketingmunkával párosítva hatalmas lökést ad majd a térség turizmusának, gyakorlatilag a mostani átlagos 2 napos itt tartózkodás helyett akár egy hétre is elég programmal szolgálhat a térség a fejlesztéseknek köszönhetően, ugyanakkor a rendezvényhelyszínek bővítésével megnövekedhet az üzleti és szórakoztató rendezvényturizmus.

A projekt multiplikátor hatásaként a térségben a következő években jelentősen megnövekedhet a vendégforgalom. Tokajt véve példaként a mostani kb. 300.000 fős éves vendégforgalomnak nagyjából a háromszorosával lehet számolni 5 éven belül, 10 éven belül pedig, ha a Patkó-bánya a későbbiekben megvalósul, a mostani vendégforgalom tízszeresével. Erre fel kell készülnie a turisztikai szektornak is, s olyan kínálatot kell kialakítaniuk, amely megfelel az európai, sőt tengeren túli igényeknek is, mind a szálláshelyek, mind az ételek, mind a borászati kínálat terén.

Az ÖTV közösségi színtereket támogat, olyan beruházásokat, amelyeket a későbbiekben fel kell tudni tölteni tartalommal. A Borinformok, Borok Házák és egyéb újonnan létrehozandó intézmények működtetése csak akkor válhat rentábilissá, ha megfelelő marketingmunka kíséri a beruházásokat, illetve ha kellő számú turista fordul majd meg a térségben, akik a szolgáltatásokat igénybe vehetik.

Ehhez azonban a következőkre van szükség:

- jelentős szálláshelybővítésre, illetve a meglévő szálláshelyek mielőbbi korszerűsítésére (akadálymentesítés, légkondicionáló, fürdőszoba-felújítások, wellness-szolgáltatások, stb.).
- az éttermek kínálatának bővítésére, elsősorban tájjellegű ételek szerepeltetésével az étlapon

- új borászati szolgáltatásokra, pl. bortúra-tervekre, boros programokra, illetve az ezeket bemutató study tourokra
- a borkultúra fejlesztése érdekében borakadémiákra, szemináriumokra
- a szolgáltatókat összetartó közös turisztikai programokra (pl. konkrét több napos programcsomagokra az akciócsoport területén)
- hatékony, az egész térséget megjeleníteni tudó turisztikai marketingtevékenységre, amely bemutatja a borvidéket, a borokat, a településeket, a térség különféle értékeit magyar és idegen nyelven a hazai és külföldi potenciális vendégek számára egyaránt.

### **"Kultúrtörténeti séta a Rákóczi várak nyomában" - Rákóczi kulturális útvonal (INTERREG)**

A sárospataki Rákóczi Múzeum egy Rákóczi tematikus út kialakítását tűzte ki célul. Az út összefogná mindazon településeket és azok látnivalóit, melyek valamilyen módon kapcsolhatóak a Rákóczi család nevéhez. A cél a jövőben ezen vonzerők közös turisztikai marketingje, tematikus út formájában. A Rákóczi Múzeum ezen kezdeményezésére az Inventio Consulting Kft által készített Interreg IIIA HU-SK-UA pályázattal EU-s támogatást nyert. Bár a határon-túli szlovák (Borsi vár) és ukrán (Munkács vára) partnerek sajnos nem nyertek támogatást, a Rákóczi Múzeum pályázatának megfelelően elkészíti a Rákóczi tematikus út ún. közös marketing tervét.

### **Tokaj Konferenciaváros Program**

(HU2002/000-315.01.06 sz. Phare program - Integrált helyi fejlesztési akciók ösztönzése): A projekt célja Tokajban a jelenleg szezonális idegenforgalmi időszak szeszonalitásának csökkentése kulturális és konferenciaközpont létrehozásával. A projekt a konferenciaturizmus és a kulturális turizmus kiaknázatlan lehetőségeire épít, amelynek a szálláshely feltételei biztosítottak. A volt zsinagóga épület átalakításával létrehozott épülettel az idegenforgalom igényeinek kielégítésén felül a kistérségi kulturális élet feltételei is javulnak. Cél a műemlék jellegű, jelenleg pusztuló állapotú épület megmentése az utókor számára, amely a világörökség részeként nyilvántartott Tokaj város történelmi városképi megjelenését is megerősíti. A projekt 2006-ban fejeződött be.

2008-ban a projekt második ütemekét elkészült a Paulay de Színház a zsinagóga szomszédságában. A projekt második ütemét a Regionális Operatív Program támogatta, összköltségvetése 3,811,592 Euró.

A Zsinagóga kulturális és konferencia központ lehetőséget teremt olyan kulturális és tudományos rendezvények szervezésére, amely nagy tömegeket képes a térségbe hozni a turisztikai főszezonon kívüli időszakban (november-április). Az új épületben kiállítások, borkóstolók, fogadások, konferenciák, hangversenyek, színházi programok szervezésére is lehetőség van. Nyilvánvaló

azonban, hogy a kulturális központ csak akkor működhet költséghatékonyan és csak akkor tudja a térséget szolgálni, ha kellő számú rendezvény van a falai között. Nyilvánvaló, hogy ez a turisztikai szolgáltatók érdeke is, hiszen a Zsinagóga garantálhatja számukra a szálláshely-kínálatuk kihasználását, valamint az éttermi, borászati kapacitások igénybe vételét a szezonon kívüli időszakban.

### Zemplén kapui

Az INTERREG 3/A forrásból támogatott projektnek több eleme volt. Egyfelől mind Szlovákiában, Nagykaposon, mind Tokajban felépült egy új látogatócentrum, ahol a vendégek minden információt megkaphatnak a Zemplén teljes területéről. Az épületekben multimédiás terem, kiállítótér és fogadóhelyiségek találhatók. Ugyanakkor elkészült a [www.tokaj-zemplen.hu](http://www.tokaj-zemplen.hu) honlap, illetve a projekthez kapcsolódó kulturális útvonaltervek, valamint prospektusok is. A projekt egész Tokaj-Hegyalja turizmusát alapvetően alakította át, hiszen olyan komplex szolgáltatáscsomagok kialakítására és értékesítésére van lehetőség, amely lehetővé teszi a touroperátori tevékenység gyakorlását is.

### LEADER+ projektek

Az AVOP LEADER+ támogatásból három zempléni közösség részesült, egyenként százmillió forint támogatásban. Mindhárom projekt a turizmusfejlesztést tűzte ki célul és már befejezés előtt állnak. Tokaj-hegylján elsősorban a borturizmus fejlesztése volt a cél, míg Észak-Zemplénben a falusi turizmus és a látnivalókra építő helyi attrakciók fejlesztése és marketingje került támogatásra.

### SWOT analízis

Erősségek	Gyengeségek
27 település a Tokaj-Zemplén desztinációban a Világörökség része	Hiányoznak illetve hiányosak a térséget bemutató informatív prospektusok, kiadványok
A történelmi és kulturális örökség, valamint a hagyományok sokszínűsége	Hiányos kommunikáció a turisztikai szektor szereplői között
Javuló turisztikai infrastruktúra	
Bővülő rendezvénykínálat	
A térség vezetésének a folyamatos fejlesztés iránti elkötelezettsége	Nehezen megközelíthetőség, nagy távolság Budapesttől

<p>Az elmúlt három év alatt kialakult egy olyan komplex programkínálat, ajánlati csomag a turisták számára, amely már jelenleg is közvetlenül is értékesíthető a Tourinform Tokaj révén</p>	<p>Hiányos, nem megfelelő kommunikáció a térség egyes helyi desztinációi között</p> <p>A turizmusban dolgozóknak és a vállalkozóknak gyakran nincs megfelelő képzettsége és kreativitása a szakma gyakorlásához, ezért egymásban sem bíznak, a felülről-kívülről jövő szakembereket fogadják csak el.</p> <p>A térségi vállalkozások gyakran nem képesek átlátni saját érdekeiket és bekapcsolódni a turizmusfejlesztés, turisztika marketing folyamatába.</p>
<p><b>Lehetőségek</b></p>	<p><b>Kockázatok</b></p>
<p>A TDM-en belül a turisztikai vállalkozások, a Tourinform-irodák, a turisztikai egyesületek és helyi desztinációk, valamint az önkormányzatok vezetésének együttműködése, folyamatos kommunikációja révén a desztináció turisztikai marketingje jelentősen javítható</p> <p>Az együttműködés révén kialakíthatóak olyan komplex programcsomagok, amelyek növelik a turisták számát</p>	<p>A kommunikáció az egyes érdekellentétek vagy passzivitás miatt nem lesz folyamatos, illetve egyes meghatározó szereplők távol maradnak</p> <p>A gazdasági helyzet kedvezőtlen folyamatai olyannyira beszűkítik a vállalkozások és az önkormányzatok mozgásterét, hogy a fejlesztési kezdeményezések nem valósulhatnak meg</p>

## A kereslet

### **A TTHE a felmérések tükrében**

A TDM szervezet megalakulásáig a Tourinform Tokaj, 2009 végétől kezdve pedig maga a TDM szervezet végez minden évben piackutatást a kereslettel kapcsolatban az ide érkező vendégek körében, így az elmúlt 5 évből összehasonlítható adataink is vannak az érdeklődés változásáról, illetve



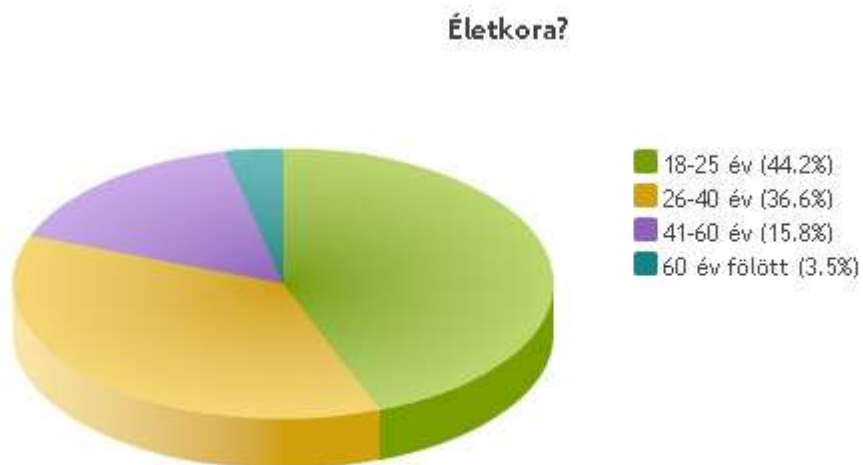
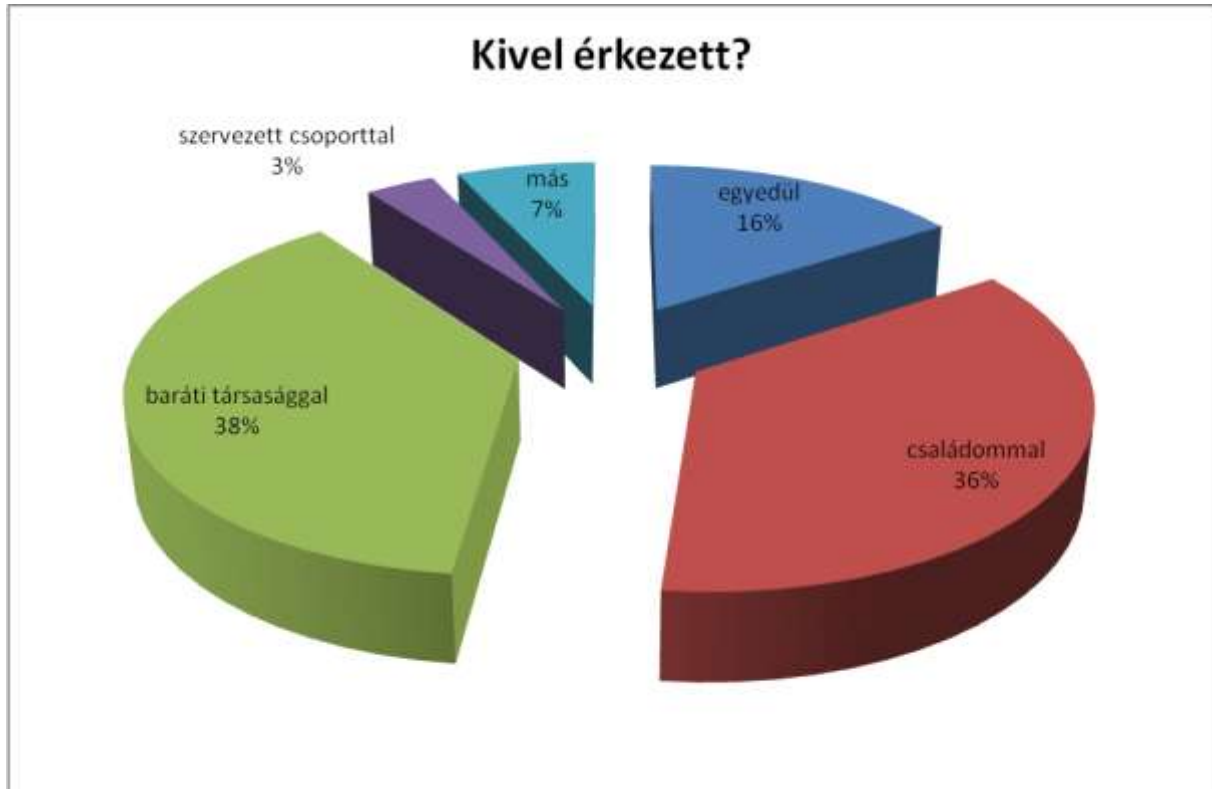
pontos adataink vannak a látogatók köréről is. A kutatás a legnagyobb térségi fesztiválokon, a Tokaji Borok Fesztiválja, Hegyalja Fesztivál, Zempléni Fesztivál, Tokaj-hegyaljai Szüreti Napok, Bor, Mámor, Bénye) történik kérdőíves módszerrel, 2010-ben az alábbi számban:

<b>Tokaj</b>	178
<b>Erdőbénye</b>	47
<b>Mád</b>	29
<b>Szerencs</b>	96
<b>Tarcal</b>	30
<b>Olaszliszka</b>	9
<b>Szegilong</b>	5

Százalékos eloszlás szerint:

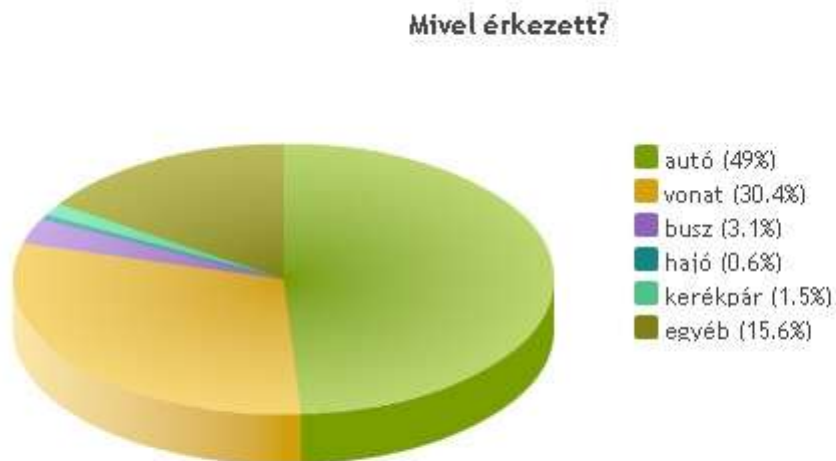


Arra a kérdésre, hogy kivel érkezett, legtöbben a baráti társasággal, valamint a családdal választ adták. Ez nyilvánvalóan azt jelenti, hogy az egyéni turistáknak ez a két csoportja a legfontosabb célcsoport, amelyek számára a szolgáltatásbővítés irányába el kell mozdulni, illetve amely célcsoportok számára a pozicionálási munkát végezni kell.



A kitöltők életkorának legnagyobb része, pontosan 44.2%-a 18 és 25 év közötti fiatal. A magas arány a fiatalok körében népszerű Hegyalja Fesztiválnak köszönhető. A következő nagyobb csoport a 26 és 40 év közöttiek szintén jelentős számmal, 36,6%-kal. Megállapítható az életkorok alakulását

elemelve, hogy a zenei fesztiválok és a boros fesztiválok a 60 év feletti vendégek számára nem vonzóak, hiszen megkérdezett fesztiválozó vendégeink csupán 3,5 %-a töltötte be a 60. életévét.

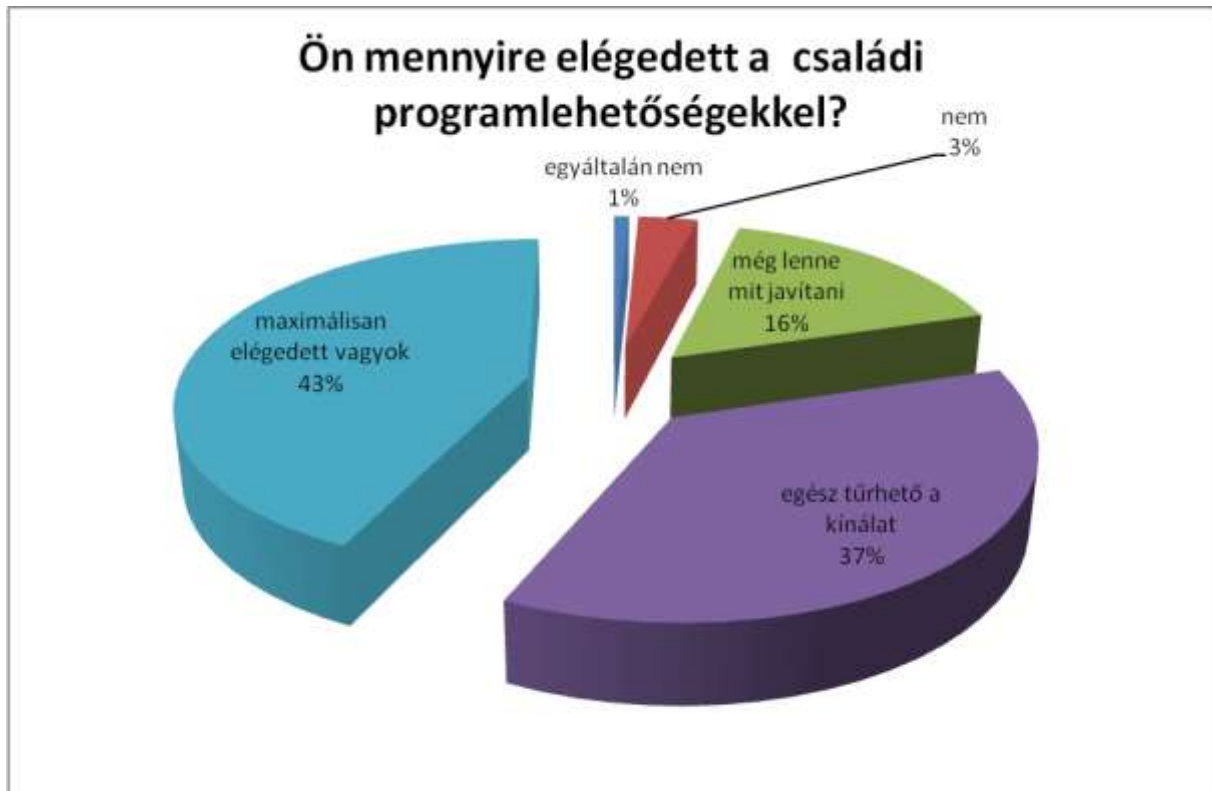


A térség magyarországi mércével mérve megfelelő közúti infrastruktúrával rendelkezik, a település Miskolc felől a 37-es, Nyíregyháza felől a 38-as főúton keresztül közelíthető meg. A fővárosból érkezők az út nagy részét autópályán töltik, így településünk is „közelebb került” a fővároshoz az elmúlt években. Ezt felmérésünk is igazolja, hiszen a megkérdezett vendégek közel fele autóval érkezett a fesztiválokra. A második legvonzóbb közlekedési eszköz a vasút, melyet a megkérdezettek 30,4 %-a vett igénybe. A kerékpárutak kiépítettségének hiányát igazolja a kerékpárral érkezők csekély száma, pedig egyre többen érkeznek, úgy, hogy kerékpárjaikat is magukkal hozzák, illetve népszerűek a kerékpárkölcsönző szolgáltatók. Viszonylag magas arányt, 15,6 %-ot tesz ki azok száma, akik egyéb módon érkeztek a fesztiválokra, ami valószínűleg annak köszönhető, hogy a környékbeli településekről érkezhettek a rendezvényekre.

Érdekes eredmény született arra a kérdésre, hogy mit tartanak a legfőbb vonzerőnek a vendégek a desztinációban. Az vélhető ugyan is, hogy a bor jelenti a legfőbb vonzerőt. A kérdőívben résztvevők azokban ezt évről évre megcáfolják. 2009-ben a visszatérő vendégeink közel azonos százalékban tértek vissza a hangulatos, békés környezetért, a világhírű jó minőségű tokaji borokért, mint csupán csak azért, mert jól érzik magukat. A megkérdezettek 14 %-ának fontos, hogy közel van a turisztikai desztináció lakóhelyéhez, az egyediség, a klíma a megkérdezettek 8,1 %-ának fontos, de a változások, a fejlesztések, az új beruházások miatt –melyekből az idelátogatóknak évente tudunk újat mutatni- a megkérdezettek 5,1 %-a tér vissza. A felmérés is mutatja gyengeségünk egyik pillérét, a magas színvonalú, igényes gasztronómiát, hiszen egy jó étterem miatt a megkérdezettek csupán 1,5 %-a tért vissza. A 2010-es felmérés is hasonló eredményre vezetett:



Ezt igazolja az a tény is, hogy a megkérdezetteknek közel a fele elégedett a csaláúdi programkínálattal:



Hasonló eredményekre jutottunk, amikor arra kérdeztünk rá, milyen szolgáltatásokat vesz igénybe a vendég, ha ellátogat hozzánk. A kérdőíven természetesen több válasz is bejelölhető volt.



Az a tény, hogy gyakorlatilag ugyanannyian veszik igénybe a boros, mint a kulturális kínálatot, jól mutatja, hogy a családos turisták egy jelentős része nem kizárólag a borturisztikai kínálat miatt érkezik a térségbe. Ennek megfelelően érdemes a szolgáltatásfejlesztés irányába elmozdulni (pl. családbarát szolgáltatások, aktív programok, stb.).

Ezek után fontos kérdés, hogy a programfejlesztésben mely irányba érdemes továbblépni. Arra is rákérdezett a felmérés, hogy a vendégek milyen programokat látogatnának szívesen. A válasz önmagáért beszél.



Jól látszik, hogy elsősorban a fesztiválok vonzzák a vendégeket, amely mellett (vagy amelyben) érdemes szerepeltetni a boros és gasztró kínálatot. Érdemes tehát egyetlen fesztivállá felfűzni a szolgáltatásokat, amely így könnyebben értékesíthető lesz.

Arra is rákérdeztünk, hogy a helyszínválasztásban szerepet játszott-e az, hogy a térség világörökségi helyszín, illetve egyáltalán tudta-e, amikor kiválasztotta a nyaralás helyszínét a vendég, hogy világörökségi helyszínre érkezik. A válaszok alapján megállapítható, hogy a világörökségi védettségről sokan tudnak, azonban egy jelentős hánya a vendégeknek nem is tudott arról, hogy védett területre érkezik.



Összességében elmondható, hogy a vendégek elsősorban három vonzerő miatt szeretik a desztinációt: a bor, a családi pörpogramlehetőségek és a fesztiválok miatt. Érdeemes tehát a pozicionálás során ezeket az élményelemeket a központba állítani.

### Térségi imázs

Általánosságban elmondható, hogy a Tokaj-Zemplén térség települései egyenként nem képesek a turizmus kielégítő infrastruktúráját megteremteni, és megfelelő kínálatot kialakítani. Megoldást az jelenthet, ha a települések egyenként kialakítják sajátos arculatukat és kínálatukat, ezek működését összehangolják, és közös marketing munkával elérik, hogy az ideérkező turisták minél több időt töltsenek el a térségben.

A sikeres és eredményes turisztikai marketing gyakorlása nem csupán az adott turisztikai termékek (vonzerők) bemutatását és létrehozását jelenti, hanem a turisztikai termékkel megcélzandó piaci szegmensek megfelelő módon történő interaktív befolyásolását is. A turisztikai termék, eltérően más piaci termékektől, sokkal összetettebb és kevésbé megfogható. A turisztikai termék számos egymástól független alkotóelemet, szolgáltatást foglalhat magában, melyek azonban egyetlen érzéssé vagy képpé (imázssá) formálódnak. Ebből adódóan a turisztikai marketing célja, hogy cselekvési sorozatok összességének eredményeként olyan egységes arculatot (imázst) formáljon, mellyel megjeleníti, pozicionálja, kommunikálja az adott turisztikai desztinációt. A turisztikai termék komplexitása még inkább előtérbe helyezi a marketingtevékenység megfelelő szakmai és módszertan figyelembe vételével vett gyakorlását, mivel egy rosszul vagy hiányosan működő marketingmunka hosszú időre kedvezőtlen hatást tud kiváltani az adott turisztikai desztinációval kapcsolatban.

Fontos kiemelnünk, hogy a marketing adottságából eredően, a piaci változásokat figyelemmel kísérve, a marketingtevékenységnek folyamatos visszacsatolási folyamatot kell követnie. Ez nem jelent mást, mint azt, hogy mindig szükséges a ki nem elégített piaci igény feltárása, értékelése és adott esetben annak termékként való megjelenítése. Azonban, éppen a proaktivitásból adódóan, a turisztikai desztináció esetében is kialakításra kerülhetnek olyan termékek, melyek megfelelő módon történő piaci bevezetésével újabb kereslet (új piaci szegmenst) generálható. Mindezen folyamatok mögött a marketingkutatás és a szakmai alapokon nyugvó turisztikai termékfejlesztés kettőse áll.

Világtendencia, hogy nem elsősorban a hagyományos turisztikai célpontok a népszerűek, hanem azok, amelyek valamilyen kuriózumot, különlegességet tudnak felmutatni. Folyamatosan növekszik tehát a kereslet a speciális turisztikai termékek iránt. A TTHE területe kedvező turisztikai adottságokkal rendelkezik, hiszen egyediségét a világhírű tokaji bor, illetve a történelmi Zemplén értékei közösen jelentik. Rendelkezésre állnak tehát az alapjai a speciális turisztikai termék (termékek) kifejlesztésének, ehhez azonban tudatos munka szükséges. Célok:

- a különleges és ritka, máshol meg nem található élmény megteremtése,
- az állandó attrakció kiemelése és kiegészítése,
- a szezonális csökkenés csökkentése,
- új látogatói szegmensek megnyerése,
- az átlagos tartózkodási idő növelése,
- a versenytársaktól való megkülönböztetés, és
- a hagyományok ápolása és azok megünneplése érdekében szervezik.

Az események lehetséges témáira számtalan példát lehetne felhozni. Az alábbiakban a leggyakrabban, és véleményünk szerint Tokajban is a leginkább relevánsakat említjük meg:

- gasztronómia,
- történelem, hagyományok,
- zene,
- vallás, és
- kézművesség.

A Zemplénnek számos megjelenítendő-megjeleníthető értéke van, mint az előkészítő tanulmányokból is látszik. A térség imázsát ugyanakkor nem lehet egy szétszórt rendszer elemeire építeni, néhány olyan fő információt kell tudatosan a célközönséghez eljuttatni, amely révén a figyelmet felkeltjük, s amelyre aztán a többi szolgáltatás ráépülhet, eladhatóvá válik. Miután a Tokaj-Zemplén desztináció két jelentős, egymással szoros kapcsolatban álló, de eltérő adottságokkal rendelkező területből áll (Dél-Zemplén, illetve a világörökségi Tokaj-Hegyalja mint borvidék, illetve a Zemplén északi része a történelmi, kulturális adottságaival), érdemes a turisztikai kínálat két olyan szegmensére építeni a térési imázst, amely a két terület fő attrakciója.



### ***Az imázs elemei***

#### **Elit bor – elit kultúra – elit közönség --- Tokaj-Hegyalja, mint világörökség**

Hívószavak, imázsselemek:

- a.) borturizmus (gasztronómiai turizmussal összekötve)
- b.) kulturális turizmus (pl. kulturális útvonalak, kulturális és vallási emlékhelyek, stb.)
- c.) rendezvények

### ***Ezer éves történelem***

Hívószavak, imázsselemek:

- a.) Kulturális turizmus (pl. kulturális útvonalak, kiállítások, stb. – a turisztikai klaszterekre építve)
- b.) építészeti vonzerők (települések sajátos arculata, várak, kastélyok, kúriák)
- c.) aktív turizmus (túrázás, vízi sportok, stb.)
- d.) falusi vendéglátás (pl. lovaglás, állatsimogatás, stb.)
- e.) gasztronómia

### **Helyi imázsépítés**

#### **a.) a turisták felé:**

- turisztikai információs pontok a Zemplén egész területén, hogy ha a vendég megérkezik bárhova, megkapja a kellő információt

Ehhez kellő nyelvtudás, valamint helyi ismeret és idegenforgalmi szakismeret szükséges a helyi munkatársak részéről.

- a Zemplén déli részén bormúzeumok, a borokat és szőlőművelést bemutató kiállítások, programok
- borvidéki szervezett bortúrák, bortúra útvonalak a borvidéken, erre építve pedig szervezett túrák a fentebb vázolt tematikus útvonalak mentén
- programcsomagok témákra fűzve (gasztronómia, bor-pálinka-sör, stb.)
- egységes turisztikai táblarendszer
- egységes, a táblarendszer arculatához is illeszkedő turisztikai prospektusok, bortúra térképek, térképek
- touchmonitorok a teljes Tokaj-Zemplén desztináció területén, egységes információtartalommal
- szálláshely- és programfoglalás online, egységes rendszerben
- játékok (pl. pontgyűjtés, „Találd meg...”, játékos városnézések és térségfelfedező játékok)
- kártya rendszer

#### **b.) a helyi lakosság felé**

- a történeti, kulturális értékek bemutatása (pl. gyerekprogram, világörökségi programok, előadások, Bacchus földje, stb.)
- a minőségbiztosításban a helyi lakosság érdekeltté tétele (önkormányzati rendeletek bevezetése a tájképi jelleg megőrzésére, a világörökségi terület épületeinek megóvására, felújítására, stb.)
- sommalier képzések, idegenforgalmi nyelvi képzések, valamint animátorok képzése a Zemplén egész területén
- idegenforgalmi képzések (pl. falusi turizmus, kulturális turizmus, viselkedés, tréningek, idegenvezetés, animátor, stb.)
- az identitástudatot alakító, a helyi lakosságot megcélzó kiadványok

### **Kifelé irányuló imázsépítés**

Hívószavak:

- a.) tokaji bor, világörökség, világhírű borvidék, a világ első zárt borvidéke, aszú
- b.) Rákóczi-kultusz, Szent Erzsébet, a magyarországi reformáció elterjesztője, Vizsolyi Biblia, Sárospataki Nagykönyvtár és Vár, Kazinczy Ferenc, csodarabbik
- c.) Nagyrendezvények télen-nyáron

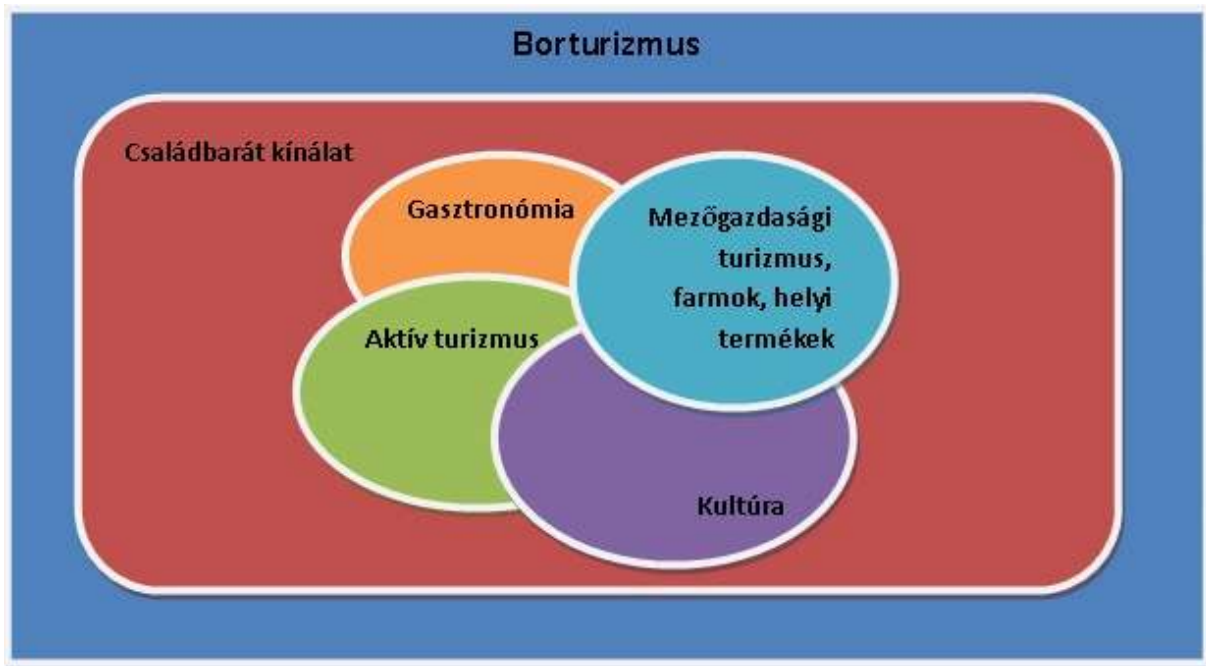
Lehetőségek:

- a.) prospektusok
- b.) study tourok a média
- c.) honlap sok nyelven
- d.) kiállításokon való részvétel
- e.) pályázatok Tokaj-Hegyaljáról (fotópályázat, írásmű, rajz/képzőművészet, stb.)
- f.) totó, kvíz és egyéb játékok
- g.) e-media kampány (TV, rádió, internet)
- h.) Borbemutatók

### **Jövőkép**

A térség jövőjének egyik meghatározó lehetősége a turizmusfejlesztés, azonban ez csak akkor válik valós lehetőséggé, ha a helyi lakosság és a helyi vállalkozók közösen akarják ezt. Természetesen a világ egyik leghíresebb borvidékeként a borturizmus minden fejlesztés alapja, azonban mivel ez csak a vendégek egy szűk köre számára jelent igazi vonzerőt (miután borbemutatókkal, vinotékákkal teli vannak a nagyvárosok), ha mellé egyéb szolgáltatásokat is tud nyújtani a vidék.

Az elérni kívánt célokat és fejlesztési irányokat az alábbi ábrán mutatjuk be:



A borturizmus tehát minden fejlesztés alapja, azonban hogy ez rentábilis és a térséget fenntartó legyen, muszáj az egyes termékeket erre építve más szolgáltatásokkal kiegészíteni, amelyeknek az alapja a családbarát szolgáltatások bevezetése, hogy a családok számára is vonzó lehetőségek kínáljunk. Ebbe tagozódik be – a fentiekre építve – a gasztronómiai kínálat, az aktív turizmus, a mezőgazdasági turizmus és a kulturális turizmus. Ha ezeket a kínálati és élményelemeket harmonikusan egymásra tudja a TTHE építeni, a térség számos célcsoport számára vonzóvá válhat.

### A pozicionálás lehetőségei

#### *Élményígéret*

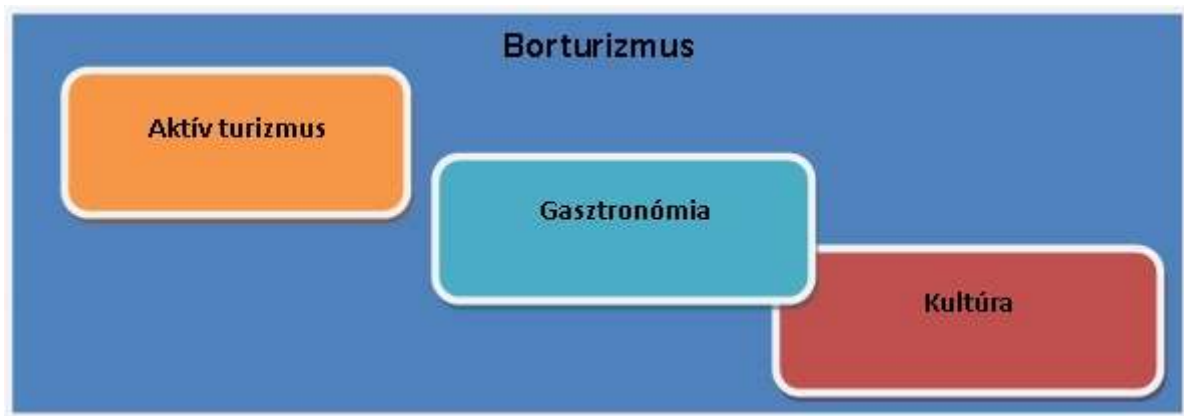
A fenti elemzésből jól látszik, hogy a desztináció egyedi boros kínálata mellett nagyon fontos szerep jut az ide érkező vendégek igényfelmérése alapján a családbarát szolgáltatásoknak is. Míg azonban a boros kínálat unikális (a tokaji bor unikális volta és a világörökségi értékek miatt), a jelen lévő családbarát szolgáltatások kínálata nem jelent egyedi vonzerőt jelenleg. Azaz: sokan jönnek emiatt, de jöhetnének jóval többen is, ha az élményelemek megfelelően össze lennének kötve. Tovább lépve: a desztináció nem tudatosan pozicionálódott az elmúlt években (leszámítva a borturisztikai pozicionálódási kísérleteket, amelyek a fenti versenytárselemzés alapján nem mondhatunk igazi sikertörténetnek), hanem a véletlenek (természeti katasztrófák, gazdasági helyzet, stb.) határozták meg. Tudatos pozicionálással és az erre építő fejlesztésekkel azonban jóval kevesebb energia befektetéssel jóval nagyobb eredményeket lehet elérni.

2000. január 30-án mintegy 100 ezer köbméternyi cianid- és nehézfém-tartalmú szennyvíz zúdult a nagybányai bányavállalat létesítményéből a Lápos folyóba, ahonnan a Szamosba, majd a Tiszába került. A minden élőlényre halálos mérgező koncentrációja 180-szor haladta meg a megengedett határértéket, így valóságos halszőnyegek úsztak le a folyón. A pozicionálódás átalakulása ekkor kezdődött, hiszen előtte egy virágzó, számos vendéget vonzó térség volt a terület, kiemelten az aktív turisztikai kínálatnak köszönhetően.

### Élményigéretetek a ciánszennyezés előtti időszakban



A tragédiát követően elkezdődött átstrukturálódni a turisztikai kínálat. Ekkorra nyíltak meg a nagy borászatok – s nyomukban a kicsik is – a vendégek számára, s ez volt az az időszak, amikor egytermékes borvidékké alakult Tokaj. A kiegészítő kínálat ugyan részben jelen volt / jelen van, de nem szervezett, s ezért nehezen eladható formában. A térségben végbement egy nagyarányú kulturális turisztikai fejlesztés (részben még folyamatban van), amely azonban csak akkor válik vonzóvá a távolról érkezők számára is, ha mellette egyensúlyba kerülnek az élményelemek. A jelenlegi élményigéretet az alábbiakban foglaltuk össze:



A 2006 második fele óta tartó válság jelzi, hogy az élményeknek ez a strukturálódása nem megfelelő. A Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernád-völgye TDM számára az újrapozicionálás egyben azt is jelenti, hogy következetes munkával le kell építeni a „fejekben” a térség ciánszennyezés utáni imázsát és mellette fel kell építeni a három tájegység összhangjára építő új imázst. Ehhez szükség van természetesen az egyes jól meghatározható élményigéreteken alapuló új termékekre.

Az alábbi táblázatban foglaltuk össze, hogy erre építve milyen élményekre lehet felépíteni a desztinációt, s véleményünk szerint jelenleg mennyire márkázottak az élmények, azaz mire kell ráerősíteni az elkövetkezőkben:

Település / település csoport	Élményígéret	Egyediség	Mitől más?	Mennyire márkázott?
<b>Tokaj</b>	Borturisztikai kínálat	különleges ízvilág a bor számára, magas löszfalak	A borvidék egyéb területein köves talaj, így az ottani borok mineralitása, savassága más.	nagyon
	Aktív	felfestett, jól karban tartott túraútvonalak a Nagykopaszon, a kenutúrák egyik kiinduló pontja	könnyen megközelíthető, jól kitáblázott utak	nagyon
	Kultúra	mesebeli lények, számos legenda  színház  Hegyalja és Zempléni Fesztivál...	a borvidék déli részének egyik legszélesebb programkínálata	közepesen
	Mezőgazdasági turizmus, farmok, helyi termékek	kádárok, kosárfonók	előre egyeztetett időpontban bemutatók	kicsit

	Gasztronómia	halételek  lángos	tiszai halászlé, süllő  lángos	közepesen
	Családbarát kínálat (a fentiekén túl)	magánszállásokon szalonnasütők, zárt udvarok, csend	folyópart, falusi csend a belvárosban	kicsit
<b>Szerencs, Bekecs, Legyesbénye, Mezőzombor</b>	Borturisztikai kínálat	tufás talaj	más ízvilág, egyedi pincék	kicsit
	Aktív	legyesbényei barlang  kerékpározható utak	tufás talaj, nyugalom	egyáltalán nem
	Kultúra	szerencsi fesztiválok  sportrendezvények  múzeumok	Szerencsi Nyár  képeslap gyűjtemény  cukormúzeum	kicsit
	Gasztronómia	Szerencsi Csokoládé  Szerencsi cukor	évszázados márka	nagyon
	Családbarát kínálat	-	-	egyáltalán nem
	Mezőgazdasági turizmus, farmok, helyi termékek	farmlátogatás, lovasturizmus	mangalica termékek  állatsimogató	kicsit
<b>Mád, Tállya,</b>	Borturisztikai	meghatározó	ásványos talaj	nagyon

<b>Golop, Monok, Rátka</b>	kínálat	pincészetek		
	Aktív	csendes útszakaszok a településeken és környékükön	szőlőterületek	nagyon
	Kultúra	boros rendezvények  Kossuth kultusz	egyedülálló szüreti programok	közepesen
	Gasztronómia	gourmet konyha  sváb ételek Rátkán	kiváló éttermek  titkos receptek	közepesen
	Családbarát kínálat	falusi turizmus	egyedi környezet és csend	kicsit
	Mezőgazdasági turizmus, farmok, helyi termékek	úri hímzés	évszázados hírnév	egyáltalán nem
<b>Tarcal</b>	Borturisztikai kínálat	kiváló pincészetek	királyi birtokközpont volt	nagyon
	Aktív	Nagykopasz-hegyi túrák	egyedi természeti kincsek	közepesen
	Kultúra	borkirálynő választás	országos program, egész éves promócióval	közepesen
	Gasztronómia	tarcali borzoska	tájjellegű, csak itt készített étel	kicsit
	Családbarát kínálat	falusi környezet	szőlőterületek, túralehetőségek, csend	kicsit
	Mezőgazdasági	iparművészeti	tájjellegű	kicsit

	turizmus, farmok, helyi termékek	körök, úri hímzés, gyöngyfűzés	kézműves értékek	
<b>Bodrogkisfalud, Szegi, Szegilong</b>	Borturisztikai kínálat	nagy szőlőbirtokok, híres pincék	Közép-Európa legnagyobb pincéje  nemzetközileg híres borászatok	nagyon
	Aktív	túra lehetőségek, vízi turisztikai infrastruktúra	vízi turisztikai bázis, horgászversenyek  EUROVELO 11	közepesen
	Kultúra	szegilongi tájház  bodrogkisfaludi tájház  különleges mesevilág	hagyományok	kicsit
	Gasztronómia	kenyérlángos, tócsni	tájjellegű ételek készítése helyi asszonyokkal	közepesen
	Családbarát kínálat	falusi turisztikai kínálat	farmok, udvarok, háziállatok	kicsit
	Mezőgazdasági turizmus, farmok, helyi termékek	bodza, szilva	ültetvények	egyáltalán nincs
<b>Taktaköz</b>	Borturisztikai kínálat	nem jellemző	-	nincs
	Aktív	Natura2000 területek, kerékpáros- és gyalogtúrák	páratlan látvány a holtágaknál, könnyű terep	nincs
	Kultúra	tájházak	Vendégbarát Múzeum díjat	nincs



		Móricz ház	nyert tájház, tájházprogramok	
	Gasztronómia	kemencés ételek	tájházprogramok	nincs
	Családbarát kínálat	falusi kikapcsolódás	csend, nyugalom	nincs
	Mezőgazdasági turizmus, farmok, helyi termékek	mangalica, túró, méz, tejtermékek, háziállatok, farmok	a borvidék éléskamrája volt régén	nincs
<b>Harangod vidék</b>	Borturisztikai kínálat	még vannak pincék, de nem ez a meghatározó	-	nincs
	Aktív	Hernád, Tátorjános tanösvény	páratlan látvány	nincs
	Kultúra	tájházak	-	nincs
	Gasztronómia	-	-	nincs
	Családbarát kínálat	falusi kikapcsolódás	csend, nyugalom	nincs
	Mezőgazdasági turizmus, farmok, helyi termékek	farmok, szarvasmarhatelep	szürkemarhák	nincs

A három tájegység közül Tokaj-Hegyalja pozicionálása a legkönnyebb a megfelelő infrastruktúra jelenléte miatt (bár a szolgáltatások minőségébern és a kínálatban még van mit javítani).

A pozicionálásra több lehetőség nyílik attól függően, hogy min keresztül, milyen eszközzel szeretnénk hatni a potenciális turistákra. Mivel itt a tokaji bor pozicionálásával párhuzamosan érdemes a térségi pozicionáláson dolgozni, érdemes a kérdést több oldalról megközelíteni.

-Ellenőrizhető tulajdonságon alapuló pozicionálás

A tokaji bor minősége és maga a borturisztikai kínálat lehet(ne) a mérce. Azt a réteget szeretnénk megszólítani, amely a csúcsborok és kiemelt gasztronómiai kínálat iránt érdeklődik. A borturizmusban a borok minősége azonban számos esetben kivetni valót hagy maga után, amit nem a turizmusnak, hanem a borászati közösségnek kell mihamarabb a helyére tenni. A borvidék borkínálatának a pozicionálása után lehet elkezdni a turisztikai kínálat ilyenén pozicionálását. Alighanem előbb a

desztináció egyes települései turisztikai közösségének kell az ellenőrizhető tulajdonságokon alapuló szolgáltatások érdekében a településeket pozicionálni, s utána lehet majd a desztinációt is pozicionálni.

- Értékskála alapú pozicionálás

Hasonlóképpen az értékskála alapú pozicionálást is előbb települési szinten kell elvégezni, s utána kerülhet sor a térség illetően pozícióinak meghatározására. Elég csak a borvidék névadó települését górcső alá venni: míg a többi település a magas színvonalú gasztronómiai és borászati kínálat irányában pozicionálja saját magát, addig Tokaj a populáris turisztikai kínálat irányába mozdult el az igények alapján, s a halászlé és sült-hal-turizmus fellegvéra jelenleg. Az egyébként bájos kisvárosnak már a sétálóutcája is mutatja, hogy nem az elit borfogyasztó közönségre épít, a popularitás a gasztronómiai kínálatban ugyanúgy jelen van, mint a hajókikötő melletti parkoló bővli ajándéktárgy kínálatában vagy a sétálóutca boros kínálatában.

A város a ciánszennyezés előtt a kempingezők paradicsoma volt, híres halsütői miatt a környék nagyvárosaiból kiránduló közönség célpontja volt. Mindmáig ez a fogyasztói réteg a város meghatározó célközönsége, noha a 2000 előtti időkhöz képest jóval kisebb számban.

Az elmúlt években elindult egy, a város hosszú távú fejlődése szempontjából nem túl pozitív pozicionálódási folyamat, amelynek révén az igényesebb fogyasztói közeg már nem Tokajba, hanem a környék településeire érkezik. Tokajban jelenleg három háromcsillagos szálloda van, eltérő minőségű kínálattal, a négycsillagos szállodafejlesztések ugyan folyamatban vannak, de a válság miatt nagyon lassan haladnak. A településen haldoklik az egyetlen gourmet étterem, a Degenfeld Étterem, működtetése évek óta nem rentábilis, miközben a többi étteremből is több már évekkal ezelőtt bezárt.

A város boros kínálatában két eltérő irány mutatkozik: kiváló kézműves borászatok találhatóak a településen, mellettük azonban jelen van – s kiemelt helyen – egy olyan boros közeg, amely nem a minőség irányába viszi a város boros kínálatát.

- Verseny társorientált pozicionálás

A desztináció legfontosabb versenytársa Villány, Etyek, Eger és a Mátra, mint azt a fentiekben már bemutattuk. Azonban egyikkel sem lehet összehasonlítani egyfelől a nagyvárosokhoz és a Budapesthez mért távolsága miatt, másfelől amiatt, mivel a turisztikai infrastruktúra fejlettségében – ahogy a fentiekben már bemutattuk – jóval elmaradottabb a TTHE területe. Jelenleg ott tartunk, hogy míg a borászatban abszolút az első helyen áll a Tokaji Borvidék kínálata, a turizmusban a fejlesztések oldaláról érdemes a versenytársakhoz mérni a TTHE területét, hogy majd a megfelelő infrastruktúra kialakítása után lehetőség legyen a marketingmunkában is a versenytársakhoz mérten pozicionálni (a kifelé irányú marketingmunkában különösen) a desztinációt.

- Érzelmekre ható kommunikációval

Az emberek döntését az érzelmeiken keresztül lehet a legjobban befolyásolni, mivel kutatásokkal alátámasztott tény, hogy az emberek döntéseiket a legritkábban hozzák a racionalitások mentén. Ha egy országgal, régióval, várossal kapcsolatban pozitív élményeket, fogalmakat társítunk, sokkal sikeresebbek lesznek a turisztikai piacon. Ennek az ellenkezője is igaz sajnos, ezért fontos a TTHE számára az újrapozicionálás. Érzelmeket első sorban a kommunikációs eszközökkel tudunk kelteni, és a bevésődéséről is ezek az eszközök gondoskodnak. Ez az oka annak, hogy a sikeres marketing tevékenységhez nélkülözhetetlen a pozicionálás meghatározása. Azt is tudni kell, hogy minden az adott térségről megjelenő hír, reklám, kép, honlap, stb. is pozicionálja a térséget. A pozicionálási stratégiát tehát érdemes meghatározott célcsoportok alapján az érzelmekre építve meghatározni, amelynek az alapja pedig maga az élménylánc, amely egyedivé tudja tenni azon elemeket is, amelyek más turisztikai célterületen is jelen vannak, de a TTHE számára is fontosak.

### **Célcsoportok**

A fenti elemzésből jól látszanak azok a területek, amelyek a marketingmunka célcsoportjait jelölik meg, s amelyek meghatározzák azt is, mely területeken érdemes minél hatékonyabb turisztikai marketingtevékenységet folytatni.

A belföldi célterületek közül a legfontosabb célterület Budapest és környéke. Az ott élők kellőképpen fizetőképesek az itteni kínálatra, ugyanakkor fogékonyságuk az egyéb lehetőségek iránt jóval nagyobb, mint más küldő desztinációké, mivel a fővárosi infrastruktúra jóval szélesebb látókört eredményez a lakosság nagy részénél, mint vidéken. Szolgáltatásaink mind a Tokaj-hegyaljai, mind a zempléni részen az ő számukra eladható, de csak abban az esetben, ha fel tudjuk enni a versenyt a fővároshoz közelebb lévő desztinációkkal. Ez akkor lehetséges, ha elsősorban a luxus-turistákat célozza meg a marketingtevékenységünk.

A másik jelentős küldő desztináció az Észak-alföldi Régió. Nyíregyháza, Debrecen és környékük tradicionálisan is küldő desztinációja a térségünknek a közelségük miatt – a szolgáltatásaik pedig ráépülnek a mi szolgáltatásainkra, tehát érdemes közös programkínálatban is gondolkodni.

Nyugat-Magyarország jelenleg igazából nem valós célcsoportja a térségünknek. Az ottani turisztikai kínálat jóval sokrétűbb, mint amit mi kínálni tudunk jelenleg, mind a borturizmusra, mind a kulturális turizmusra, mind a wellness s aktív turizmusra, stb. meg vannak a jól kiépült turisztikai desztinációk, a helyi lakosság nem utazik többszáz kilométert csak azért, hogy a Zemplén adottságait csodálja. Az ő számukra csoportos társas utakat érdemes kínálni – hangsúlyozva azonban, hogy a marketingtevékenységnek nem szabad oda fókuszálni.

A külföldi desztinációk közül tradicionálisan Lengyelország, Szlovákia, Ukrajna és Románia jönnek számításba, Nyugat-Európából pedig a fenti elemzések és az elmúlt időszak tendenciái alapján Franciaország, Németország és Ausztria.

## Versenyképességi stratégia

### Versenytársak

A TTHE területének legfontosabb versenytársai Magyarország vezető borvidékei, leginkább Villány, Etyek, Eger és a Mátra. Hangsúlyozzuk, hogy itt elsősorban a turisztikai versenytársakról van szó.

### Versenyelőnyök

#### A versenyképesség korlátai

A versenyképesség korlátait az alábbi táblázat foglalja össze:

A versenyképesség korlátainak okai	Megoldási javaslatok
vállalkozók közömbössége, zárkózottsága	a TDM szervezet eredményes működése
összefogás hiánya	szervezetfejlesztés
párbeszéd hiánya a vállalkozók és az önkormányzatok között	TDM szervezet szakmai kompetenciájának és érdekérvényesítő képességének erősítése
szűk vendégszolgáltatási kör	szolgáltatásfejlesztés
térségi turisztikai marketing gyengesége	stratégia által meghatározott új marketing eszközök következetes alkalmazása
tudatos tervezés és végrehajtás hiánya	egyesületi munkaszervezeten ennek számonkérése
stratégia hiánya	stratégiai célok kijelölése, jelen tanulmány megvitatása, alkalmazása
egyedi arculat hiánya	márka- és arculatfejlesztési stratégia megvalósítása
a TDM szervezet egyes kisebb térségeinek eltérő infrastrukturális és szolgáltatásbeli ellátottsága	tudatos fejlesztés közösen meghatározott célok alapján

### **Pozicionálás**

Figyelembe véve a három különböző tájegységet, eltérő irányban kell elindítani a pozicionálást. Míg a Taktaköz és a Hernád-völgye (inkább harangodi kistáj) esetében a teljes kistáj pozícióit kell kijelölni, addig a Tokaj-hegylajai területeken az egyes településeket önállóan is pozicionálni szükséges, amiből felépülhet a közös márka. Szükséges ez azért, mivel az elmúlt években a borkínálat terén megindult egy verseny az egyes települések között (Mád, Erdőbénye, Tokaj, Bodrogkeresztúr), amely miatt a borturisztikai kínálat is polarizálódott. Az egyes települések közönsége jelenleg teljesen eltérő, ami miatt a kínálat is eltérően kezdett alakulni.

A pozicionálás a legkevésbé foglalkozik magával a termékkel, célja, hogy a település, desztináció neve egyértelmű pozitív fogalmakhoz és érzelmekhez kapcsolódjon. A hiteles pozicionáláshoz az is szükséges, hogy a térség turizmusban érdekelt szolgáltatói, ideális esetben a helyi közösség is úgy gondolkozzon saját településéről, mint amit szeretnének, hogy gondoljon róluk a külvilág, ellenkező esetben bármilyen pozicionálási munka eredménytelen.

Mindezekről függetlenül az útikönyvek még mindig a borvidék fővárosaként tartják számon a várost.

Tokajnak nyilvánvaló érdeke a célcsoportjainak a bővítése, ugyanakkor a mostani célközönségének a megtartása is. E kettős folyamatban a városnak célszerű két irányban elindítani a pozicionálást: egyfelől a meglévő célcsoportok számára a kínálat megtartása és a programok bővítése, másfelől az új célcsoportok számára – eltérő kommunikációval – elsősorban a minőségi borfogyasztók számára kínált szolgáltatások bővítése a cél.

Más irányban mozdult el például Mád. Az elmúlt években több mint 5 milliárd forint áramlott a településre, nagyrészt vállalkozói befektetésekből, emellett a Mádi Kör (borászati kör) kijelölte a szolgáltatásfejlesztés irányait, a legmagasabb szinte téve a mércét.

Szintén jó példa lehet az alig pár kilométerrel arrébb található Tállya, amely az elmúlt években a legrosszabb úton indult el a pozicionálásban, amikor a helyi borász közösség borkulturális skanzenként jellemezte saját települését. Sajnos mára valóban sok szempontból skanzenre vált a község, amely nem kedvez sem a befektetőknek, sem a már a településen működő turisztikai szolgáltatóknak.

A pozicionálás települési szintű lebontása nem lehet ennek a tanulmánynak a feladata. Ebben a munkában a TDM szervezet csak mint partner vehet részt, a helyi közösségnek kell eldöntenie az irányvonalakat – a TDM szervezet kistájakat érintő pozicionálási munkája ebben csak támpont lehet.

A legfontosabb cél a vállalkozások nyereséges működésének hosszú távú biztosítása, mely a helyi közösség életminőségének pozitív változásának is alapja egyben. Ezért ügyelni kell arra, hogy olyan célok legyenek kitűzve, mely a színes termékkínálat kialakítását és fejlesztését ösztönzik. Az az egyre inkább érvényesülő fogyasztói magatartást jellemző tendencia, hogy minél rövidebb idő alatt, minél

több élmény megszerzését, minél kisebb erőfeszítéssel akarnak az emberek elérni, azt a fajta stratégiai gondolkodást helyezi előtérbe, mely a desztináció széles kínálatbővítését helyezi a középpontba, s azok piaci bevezetésének idejét a jó pozicionálási stratégiaalkalmazásával a lehető legjobban lerövidíti.

Figyelembe véve az elmúlt évek vendégforgalmi alakulását és a meglévő fejlesztéseik irányvonalait, a pozicionálásban négy fő irányt emelünk ki:

- Tokaj, a családbarát borvidék
- Erdők, hegyek, szőlőskertek, vizek – aktívan a TTHE területén
- Közel a természethez – ahol jó enni, ahol jó lenni

A Tisza ciánszennyezése után Tokaj-Hegyalja aktív turizmusban játszott szerepe jelentősen lecsökkent. Évekre elmaradtak a vízi túrázók, a hegyek iránt vágyók pedig a Zemplén távolabbi, szinte érintetlen területeit részesítették előnyben. A túrázók elmaradásával jelentős forgalom visszaesésnek lehettek tanúi a térség szolgáltatói, aminek következtében számos szolgáltató meg is szüntette működését. Tovább fokozta a vendégforgalom visszaesését a gazdasági válság, amely elsősorban a falusi turisztikai szolgáltatók, a vendégházak és az éttermek forgalmában jelentett jelentős visszaesést, így a borvidék és környéke turisztikai kínálata egyetlen termékre korlátozódott, a borturizmusra.

A térségbe érkező vendégek 90%-a a TDM szervezet felmérése szerint jelenleg borturista, amely jelentősen bekorlátozza a vendégmobilitást, hiszen egy borkóstoló után már nem lehet tovább utazni. A vendégmobilitás segítése ezért már a TDM szervezet 2009-es pályázatában is szerepelt – a borbusz hálózat fejlesztésével a vendégek több település több borászatát is felfedezhetik. A program azonban elsősorban a gyermekek nélkül érkező felnőttek számára jelent nagyszerű programot, a családok vendégek számára további lehetőségeket szükséges biztosítani.

A TDM szervezet ezt átlátva indította el a gasztrobusz programjait is, illetve tervbe van véve a tájházprogram is. A szolgáltatásfejlesztési cselekvési tervben szerepel továbbá a farmprogramok beindítása a Taktaköz területén és az erre épülő helyi termékek bemutatása. Ezek a programok azonban sokkal vonzóbbak, ha egyéni mobilitási lehetőségeket kínálunk fel a vendégeknek a részvételre, amelyek bárhol és bármikor a desztinációban igénybe vehetőek és lehetővé teszik a meghitt családi kirándulás örömét is biztonságos körülmények között. Erre kínál jó megoldást a (bor-)túráközpont-hálózat, amely a meglévő szolgáltatásokra építve (kenekölcsönzők, falusi turisztikai szolgáltatók, pincék), azokat összekötve szabad teret enged a vendégeknek a térség egyéni felfedezésére, egyben teret engedve az esti boros programoknak is.

Jövőkép										
A Tokaji Borvidék déli része a Tokaji Borvidék egész borturisztikai kínálatának a központja a Tokaji Borhoz méltó magas szintű turisztikai szolgáltatásokkal. A Taktaköz és a Hernád-völgye a borvidék éléskamrája, amelynek turisztikai potenciálját nem a vendégforgalom határozza meg, hanem az, hogy hogyan képes a borvidék beszállítójaként önálló mezőgazdasági-élelmiszeripari márkává válni.										
Élményigéretek	Milyen hatókörben képes vonzerőt kifejteni?	Ki a célcsoport?			Miben egyedi / különleges a desztináció?	Miért lesz ez a célcsoport számára érdekes?	Milyen fogyasztói motivációs trendekre épít?	Mik a helyettesítő alternatívák / versenytársak?	Milyen vonzerő támasztja alá?	Milyen kiegészítő feltételek szükségesek?
		bemutató	méret	fizetőképeség						
Tokaji bor	nemzetközi	fizetőképes, nagyrészt nagyvárosi gyerekek nélkül utazó értelmiségi	szűk kör (10%)	magas fizetőképeség	kiváló minőségű borok hazája, Tokaji Aszú	Mert kiváló borászokkal, nagyszerű szőlőbirtokokkal ismerkedhetnek meg.	A magas szintű borkultúra iránt való igény	Magyarország más borvidékei, amelyeknek jobb a reklámja vagy közelebb vannak a fővároshoz	kiváló borászatok szőlőbirtokok történelmi pincék	wellness-re lenne szükség  több magas színvonalú hotelre és borhotelre  magas szintű gasztronómia
		külföldi borturisták	széles kör	magas fizetőképeség		mert unikális borkészítési	ua.	Európa más borvidékei,	további	

			(40%)	ég		hagyományokkal találkozhatnak		ahol a magas színvonalú borkészítés mellett egyéb turisztikai termékek is nagyobb számban jelen vannak		programlehetőségek  megfelelő közlekedési infrastruktúra
Különleges gasztró kínálat	regionális, részben országos	elit borfogyasztók, ínyencek	szűk kör (20%)	magas fizetőképesség	egyedi, a tokaji borokhoz komponált ízvilág	mert az elit borok iránt rajongók igénylik a magas színvonalú gasztronómiai kínálatot is	ua.	fővárosi és egyéb nagyvárosi elit éttermek	Magyarország 100 legjobb étterméből 5 itt van	ua.
Halászlé és egyéb halételek	regionális	nagyrészt a környék nagyvárosainak egy napos kirándulói	tág kör	alacsony fizetőképesség	Tiszai halételek	Mert a környék nagyvárosai számára itt van legközelebb folyami halas	van egy réteg, aki borvacsorákat ugyan nem tud megfizetni, viszont egy	egyéb közeli városok a Tisza partján	tiszai harcsahalászlé sült keszeg	minőségi ételeket nyújtó csárdák  jobb megközelíthetőség



						kínálat	jó halas ebéd és a falsui hangulat, csend miatt kiruccan a borvidékre			
Erdők, hegyek	országos	családok baráti csoportok	tág	alacsony fizetőképesség	egyedi természeti értékek könnyen megmászható hegyek csend	mert az Alföld felől a Nagykopasz az első hegy, s sokan vannak, akik vágnak a hegymászás, az erdők után  mert olyan programot kínál, amiért nem kell fizetni, viszont jól érezhetik magukat együtt a	egyre több olyan család van, akik a közösségi együttlétük érdekében kirándulni mennek, viszont nem tudják megfizetni „drágább” kikapcsolódást  megnőtt az igény a mozgással járó családi	a Budapesthez közelebb eső hegyek  a környék nagyvárosaihoz közelebb eső hegyek, erdők (pl. a Bükk)	egyedi élővilág  kényelmes túrautak  csend	szemetesek  pihenők  információs táblák  kerékpárkölcsonzók  a túrautak elején, végén megfelelő pihenőhelyek, turisztikai szolgáltatások  megfelelő, minőségi

						családok	programok iránt			szálláshelyek
Vízi turisztikai lehetőségek , túrák	országos	családok baráti társaságok	tág és egyre bővülő kör	alacsony fizetőképesség	kezdők számára is könnyen evezhető Bodrog  nagyszerű természeti környezet	mert az emberek szeretik a vizet és élvezik, ha egy rövid időre úrrá lehetnek felette  mert a vízi programok nagyon jó kikapcsolódást jelentenek	megnőtt az igény a mozgással járó családi programok iránt	a környék egyéb vízi turisztikai paradicsomai, különös tekintettel a Tisza-tóra	egyedi élővilág  csend  a folyók partján kiváló szárazföldi kiránduló- és túra helyek	pihenők a folyók mellett  megfelelő háttér infrastruktúra  minőségi kempingek
Falusi ízek, farmok	országos	családok, barátok	tág	alacsony fizetőképesség	nagyszerű természeti környezet  „életközeli élmények ”	mert számos városi gyerek és felnőtt számára különleges élmény az állatokkal való találkozás	megnőtt az igény a bio, illetve házi kínálat iránt	az Alföld hasonló farmjai	csend háziállatok kerti növények  a Természet közelsége	a farmgazdaságok ban a vendégekkel foglalkozó munkatársak  animált programok

<b>Élményígéretetek közti összhang</b>										
Az összes élményígéret háttérében a borturisztikai kínálat áll, erre épül rá a többi kínálati elem, kiegészítve és mégis újat (is) kínálva.										
<b>Célcsoportok közti összhang</b>										
Mindegyik célcsoport érdeklődési körében szerepel a borkultúra, a borfogyasztás, így jól kiegészítik egymást. z egyes élmények ugyanakkor biztosítják az emberek közötti új kapcsolatokat, a régi kapcsolatok elmélyülését.										

## A stratégiából következő cselekvési program

Négy fő térségfejlesztési irányt javasolunk a térség tuizmusban érdekeltjei számára a fenti stratégiára alapozva:

1. családbarát turisztikai szolgáltatások bővítése
2. az aktív turisztikai szolgáltatások bővítése
3. a helyi termékek fejlesztése
4. minőségbiztosítás

A javasolt cselekvési program akkor tud valós eredményeket hozni és a megfelelő helyre pozicionálni a térséget, ha összefogás valósul meg, s az önkormányzati, egyéni turisztikai szolgáltatói és vidékfejlesztési projektek is egy irányba mozdulnak. Valójában az egész TDM rendszer a 2012-2013-as évben teljesülhet ki, s attól függ, hogy a cselekvési programban hogyan sikerül a fenti élményígéreteket elérhetővé tenni. Ez egyfelől pályázati források, másfelől állami akarat (pl. LEADER, bormarketing támogatások, világörökségi fejlesztések, stb.), harmadrésről a fent említett szakmai oktatás-nevelés sikerének a kérdése (pl. önkormányzatok képesek-e a köz érdekében nem pusztán „szalagvágós” projektek végrehajtására, a szolgáltatók képesek-e eltérni a kommersztól, stb).

### 1. Családbarát turisztikai szolgáltatók

Tokaj-Hegyalja unikális kínálata akkor lesz a következő generációk számára is megértető, ha sikerül olyan projekteket generálni, amely a családbarát turizmust nem a kommersz kínálat irányába viszi – azaz a műanyag-szagú gyerekbarát, családbarát fejlesztések helyett a borvidék egyedi értékeire építő szolgáltatáscsomagot tud kínálni, amelyek vonzóak lehetnek az egyébként sokszor rövidebb időre, gyerekek nélkül érkező felnőttek számára is. Ennek lehetséges, javasolt irányjai:

- foglalkoztató programok szervezése, amelynek központjában az unikális természeti értékek és a helyi legendák állnak
- köztéri gyerek- és felnőtt játszóterek kialakítása
- a túrautakon a gyerekek számára is fogható üzenetek, játékos feladatok elhelyezése
- a borászatoknál, éttermekben gyerekbarát szolgáltatások (pl. játszósarok, rajzeszközök, stb.)
- az információs irodákban szintén játszósarok és a gyerekeknek szóló információs anyagok
- a fesztiválkínálat, programkínálat bővítése a gyerekek, családok számára nyújtott programokkal

## 2. Az aktív turisztikai szolgáltatások fejlesztése

Javasunk egy olyan túráközpont hálózat kialakítása, amelybe bevonásra kerülhetnek a térség borászatai is, de az aktív turizmus szerelmesei is megtalálják a maguk lehetőségeit. A legfontosabb feladatok:

- a közlekedési infrastruktúra fejlesztése, a vendégmobilitás segítése (buszok, lovaskocsik, kisvonat, kerékpár, stb. – minden, amivel a vendégek ki tudnak mozdulni az egyes településekről)
- a gyalogtúra útvonalak, sétányok rendbetétele és folyamatos karbantartása
- kerékpártúra útvonalak kialakítása, részben a dűlők között (ahol a szőlészetek ehhez hozzájárulnak), részben hegyi terepen, részben pedig a Taktaközben
- a vízi túraútvonalak népszerűsítése (az elmúlt években jelentős vízi turisztikai infrastrukturális fejlesztések zajlottak)

Javasolt a különböző aktív turisztikai szolgáltatások hálózatba foglalása a Tisza-tóhoz vagy a Mátrához hasonló módon. A (bor-)túráközpont hálózat előnye, hogy a vendégek számára direktben lehet a TDM tagokat ajánlani, az egyes tagok külön is az előnyét élvezhetik a hálózat munkájának, s arról is biztosítva lehet a vendég, hogy minden helyszínen megkapja a megfelelő szolgáltatásokat és információkat.

## 3. Helyi termékfejlesztés

Elsősorban a szolgáltatásfejlesztés alapjának kell lennie a helyi termékek bevonásának a marketingbe, illetve a szolgáltatásbővítésbe, viszont mivel nem direkt szakmai (turisztikai) szolgáltatás, ezért külön is szót kell ejteni róla.

A TDM szervezet számára a helyi termékfejlesztés legfontosabb célja, hogy a fenti (családbarát is aktív) turisztikai szolgáltatásokat segítse. A családbarát szolgáltatásokat elsősorban akkor segíti, ha a fejlesztés hozzájárul a

- programbővítés biztosításához (pl. farmlátogatások, kézműves bemutatók, stb.)
- az egészséges életmód alakításához (pl. biotermékek a vendégasztalokon)

A helyi termékfejlesztés során tehát a legfontosabb célok a fenti pozicionálás segítése érdekében:

- farmprogramok biztosítása, ahol a gyerekek háziállatokkal találkozhatnak, a felnőttek pedig a helyi gasztronómia értékeivel barátkozhatnak közben
- kerti programok szervezése – pl. növényápolási időnyomok esetében az ültetés, a metszés, stb. elsajátítására szervezett programok, amit a gyerekek és a felnőttek együtt csinálhatnak

- manufaktúrák létrehozása a helyi értékekre alapozó termékek feldolgozásával, a manufaktúrákban látogatások szervezése (pl. tejfeldolgozó, húsfeldolgozó, stb.)
- mintaboltok kialakítása, ahol folyamatos termékbemutatókat lehet szervezni
- a helyi termékek eljuttatása a vendégasztalokra – erre jó példák vannak Mádon és Tarcalon, azonban a legtöbb helyen még a hipermarketek kommersz kínálata van jelen

#### 4. Minőségbiztosítás

A fentiek akkor és csak akkor érik el a megfelelő élményhatást, ha a szolgáltatások mögött egy állandó, sztenderd minőség rejlik. A minőségbiztosítás alapja egyfelől a megfogható szolgáltatások minőségét jelzi (pl. mosdó, étlap, bor minősége, stb.), amelyet az egyes turisztikai közösségeknek (pl. borászatok, magán szállásadók, stb.) tudnak egymás között lezongorázni az egységes minőség biztosítása érdekében. A TDM szervezet, a közösségi turizmusfejlesztés során azonban a minőség biztosításának egy másik területe is szem elé kerül: ez pedig a vendégbarátság, aminek az alapja, hogy a vendég nem fejőstehén, hanem vendég, s ennek megfelelően illik kiszolgálni. Hogy ideig eljusson a térség, számos oktatási-képzési projektet, tanulmányutat kell szervezni a szolgáltatók, turizmusban dolgozók számára.

### **Marketing kommunikáció**

#### **A marketingmunka célja**

- Tokaj-Hegyalja és a Zemplén, mint egységes márka, brand megjelenítése a hazai és nemzetközi turisztikai piacon
- a Taktaköz, illetve Hernád-völgye, mint helyi termék és turisztikai márka kialakítása
- A kis és nagyobb települések együttes megjelenítésével a kisebb települések turisztikai véráramba való bevonása, ezáltal a humán erőforrások hatékony kihasználása (pl. elbocsátott pedagógusok munkaerő piaci helyzetének javítása, esélyteremtés)
- A helyi lakosság lehetőségeinek bővítése (infrastruktúra-fejlesztés, új szolgáltatások, stb.)

#### **Marketing mix**

A piacszegmentáció kapcsán figyelembe kell vennünk, hogy maga a jelenlegi turisztikai kínálat is meghatároz bizonyos célpiacokat, mint például a borturizmus, a vallási turizmus vagy a konferenciaturizmus. Mindezek együtteseként értelmezhetjük az alábbi táblázatot, amely földrajzi és motivációs alapon mutatja be a leginkább valószínű keresleti szegmenseket.

#### **A Tokaj-Zemplén Desztináció potenciális célcsoportjai**

Meghatározó látogatói csoportok	Belföld			Külföld	
	Tokaj-Zemplén	Kelet-Magyarország	Budapest és Dunántúl	Nyugat-Európa (Németország, Ausztria, Franciaország)	Kelet-Európa (Lengyelország, Szlovákia, Ukrajna stb.)
Kulturális-és örökségturizmus	X	X	X	X	X
Konferenciaturizmus		X	X		
Vallási turizmus		X	X	X	X
Borturizmus és Gasztronómia	X	X	X	X	X
Szenior turizmus	X	X	X	X	X
Családi üdülés	X	X	X		X
Aktív turizmus	X	X			
Wellness	X				
Ökoturizmus	X	X	X	X	

#### a.) Termék - mixelem

A TTHE által megjelenített termékek kínálata kapcsán - jelen fejezetben - elsősorban ajánlásokat, termékötleteket kívánunk bemutatni. A tényleges kínálat a desztináció egyes résztvevőinek bekapcsolódása során fog ténylegesen kialakulni. Röviden összefoglalva a legfontosabb elemek a következők:

- bor és gasztronómiai turizmus
- természetjárás
- vízi turizmus
- egyéb aktív turisztikai kínálat
- családbarát szolgáltatások
- világörökségi értékek

#### *Kiadványok*

Talán a kiadványok szerepe a legkevésbé mérvadó, noha fontos, hogy megfelelő minőségű és számú invitatív és imázskiadványa legyen a TTHE-nek.

#### *Kapcsolt kommunikációs akciók*

A térség településeinek bevonásával közösen lehetne különböző kommunikációs akciókat megszervezni. Ennek keretében, pl. a tokaji borokat, a térség épített örökségének, történeti

értékeinek, egyházi múltjának, stb. értékeit kapcsolt formában lehetne az idegenforgalmi kínálatban megjeleníteni. Ez alatt közös, időszakosan megjelenített akciókat, kampányokat kell értenünk, pl. Tokaj-hegyaljai szüret és ahhoz kapcsolódó programok. A cél az, hogy a térség felkeresésének élményéhez színvonalas és egyedi kísérő események is köthetőek legyenek.

#### *Turisztikai portál fejlesztése*

A TDM pályázatoknak köszönhetően az összes magyarországi TDM szervezet új turisztikai portált indított az elmúlt egy-két évben. Ezekkel csak akkor tud versenyre lépni a TTHE turisztikai portálja, ha valami nagyon egyedi ötlettel áll elő. A portál lehetővé teszi a szállásfoglalást, a programfoglalást, ugyanakkor az egyedi marketing akcióknak is önálló teret biztosít.

#### *Kiállítások belföldön és külföldön*

A kiállításokon való részvétel elengedhetetlen eleme a mai marketinggyakorlatnak, mely különösen igaz a kulturális turizmus esetében. A kiállításokon ugyanis koncentráltan találkozik vevő (pl. tour operatorok) és eladó, itt ismerhetők meg legjobban a versenytársak is.

#### *Műhelymunkák*

Annak tényét, hogy Tokaj és környéke nemcsak belföldön, de nemzetközi szinten is igen ismert borvidék, kommunikációs célból mindenképpen ki kell használni. Ezt kommunikálni kell nemcsak hazai, hanem külföldi szakmai körök felé is, mellyel a világörökségi területnek a turisztikai életben betöltött szerepét lehet még jobban hangsúlyozni. Ennek érdekében rendszeresen megrendezésre kerülő országos vagy regionális kulturális és turisztikai műhelymunkáknak a térségben való megrendezését kell létrehozni. Emellett elsősorban a történeti értékekre építve érdemes a térségbe csábítani a történeti, irodalomtörténeti, kultúrtörténeti, stb. tanácskozásokat, amelyek szakmai kirándulás programja révén bemutatásra kerülhet a térség múltja, látványai.

#### *Study tourok*

A megcélzandó belföldi és külföldi célpiacok esetében a térségbe szervezett study tour-ok rendszerét kell kialakítani. Ennek érdekében a térség idegenforgalmi szakmájának összefogása szükséges. Ez nem jelent mást, mint az érdekeltek - beleértve az Önkormányzatokat is - felajánlásai segítségével (pl. szálláshely, étkeztetés, rendezvényei stb.) 2-3 napos csomag kialakítását, mely a study tour-ra érkező vendégek számára a desztináció emlékhelyeinek és turisztikai attrakcióinak, mint turisztikai kínálatnak a színes és színvonalas bemutatását teszi lehetővé.

### **b.) Elosztási - mix**

A korábbiakban meghatározott piaci szegmensek eredményes elérését biztosító értékesítési politika alapelemei. Az elosztási-mix kapcsán a közvetett és a közvetlen csatornák azonosítása egyaránt szükséges. A következőkben röviden összefoglalva mutatjuk be a TDM marketingtevékenysége során használható csatornaelemeket – figyelembe véve azonban, hogy a piac folyamatos és gyors



változása miatt nem érdemes hosszú távon kijelölni a használt marketingeszközöket, s érdemes évente akár többször felülvizsgálni a használt marketingeszközök hatékonyságát.

Közvetett csatornák:

#### *Magyar Turizmus ZRt.*

A Magyar Turizmus ZRt. által fenntartott külképviseleti irodák között, különösen az általunk megcélzandó országok esetében (Ausztria, Lengyelország, Szlovákia, Ukrajna, stb.) fenn kell tartani egy – az elmúlt években már kialakult – megfelelően és folyamatosan működő információs csatornát. A külképviseleti irodák tevékenysége, mint pl. a külföldi sajtókapcsolatok építése, a Magyarországra beutaztató irodák tevékenységének támogatása, illetve teljes körű, komplex információ biztosítása az érdeklődőknek, az adott turisztikai kínálat bemutatását szolgálják.

#### *Regionális Idegenforgalmi Irodák és Marketing Igazgatóságok*

A Magyar Turizmus ZRt. regionális marketing igazgatóságai számos belföldi és külföldi szakmai rendezvényen vesznek részt és támogatják az adott turisztikai régiók, valamint kiemelt turisztikai úti célok termékeinek értékesítését. folyamatos szakmai kapcsolat mindenképpen fontos feladat.

#### *Tourinform hálózat*

Magyarország közel másfél száz városában működik Tourinform iroda, amelyek fontos szerepet játszhatnak a TDM belföldi marketingjében. Az érdeklődés felkeltése, az utazásra való ösztönzés és a turisták megfelelő mennyiségű és minőségű információval történő ellátása a legfontosabb belföldi elosztási csatornaként szolgálhat.

#### *Küldő piacok Magyarországra szakosodott utazási irodái*

A potenciálisan megcélzandó küldő piacoknál szükséges a Magyarországra szakosodott irodák azonosítása és azokkal a folyamatos kommunikáció megteremtése. Ez a kommunikációs kiadványok időszaki elküldésén túlmenően számukra study tour-ok megszervezését is kell, hogy jelentse. A külföldi piacok esetében ezen irodák lehetnek az elsődleges elosztási csatornák.

#### *Belföldi beutaztató irodák*

A célpiacok elérésében azonosítható belföldi irodák számára is elengedhetetlen a megfelelő és naprakész információ eljuttatása, valamint részükre is érdemes szezonkezdés előtt egy study-tour-t szervezni. Ennek során a térség idegenforgalmi kínálatát, az abban bekövetkezett fejlesztéseket lehetne ismertetni, valamint az idegenforgalmi szakmával való közvetlenebb kapcsolat megteremtése is elérhető.

Közvetlen csatornák:

#### *Vásárok*

A nagyobb nemzetközi és hazai, valamint a potenciális küldő célpiacokon megrendezésre kerülő turisztikai kiállításokon való megjelenés elengedhetetlen. Ezt elsősorban belföldi és külföldi közönségvásárokon való részvétel jelenti.

#### *Műhelymunkák*

A létesítményben megrendezésre kerülő műhelymunkának kommunikációs jelentőségén kívül elosztási csatornára gyakorolt hatásai is vannak, mint pl. a meghívott látogatók szóbeli ajánlásokkal további potenciális vevőkört tudnak a térségbe invitálni. Mindezek mellett a sajtóban, egyéb médiában megjelenő anyagok szintén támogathatják a TDM ismertségét és elfogadottságát.

#### **c.) Árazási – mix**

Az árak kialakítása során figyelembe kell venni a környék lakosságának társadalmi és gazdasági helyzetét, ill. a turisták fizetőképességét.

Négy árkategóriát javasolt kialakítani célpiaci közönségtől függően. A pénzügyi számítás során négy plusz egy különálló kategória került elkülönítésre:

1. Külföldi és belföldi turista;
2. Belföldi Kelet- és Nyugat-magyarországi;
3. a térség nagyobb városainak a látogatói – a vidék felkeresői;
4. a terület lakossága;
5. Külsős.

#### **Közvetlen értékesítés**

##### **Célok:**

- az örökség- és borturizmus fejlesztése
- szálláshely-kapacitás növelése
- a kapcsolódó szolgáltatások segítése

##### **Az értékesítés lehetőségei:**

- egyéni turisták – helyben, online
- belföldi utaztatással foglalkozó utazási irodák felé
- beutaztatással foglalkozó utazási irodák felé

Az értékesítési tevékenység során szükséges egy megfelelő, nemzetközileg is bevezetett, sokak számára ismert informatikai rendszer kiépítése, amely mind az információs pontok munkatársainak, a

touroperátoroknak, mind a szolgáltatóknak közvetlen segítséget nyújthat a programok, szálláshely, stb. értékesítéséhez. A programmal szemben támasztott követelmények:

- a.) könnyen használható kezelőfelület
- b.) több nyelvűség
- c.) utazási irodák felé közvetlen kapcsolat
- d.) alkalmas legyen a legkülönbözőbb programok kezelésére
- e.) alkalmas legyen önálló (szolgáltatói) és közösségi programcsomagok kialakítására és értékesítésére.
- f.) alkalmas legyen kampányok kidolgozására, a közvetlen marketingmunka segítésére
- g.) külső felhasználói felülete könnyen áttekinthető legyen, illeszkedni tudjon a települési és / vagy térségi honlapok arculatához, online foglalásra, hitelkártyás közvetlen fizetésre is alkalmas legyen.

### **Fejlesztési irányelvek**

- város/településképi rehabilitáció, tájképi revitalizáció segítése
- komplex turisztikai programok kidolgozásának, értékesítésének támogatása
- nagyrendezvények támogatása, amennyiben a marketingköltség egy részét a közös megjelenésre (téli-nyári ajánlat) fordítja
- szálláshely-kapacitás bővítés támogatása
- idegenforgalmi képzések megvalósítása

### Monitoring

A stratégiai célok és az azon alapuló jövőkép konszenzusos meghatározása alapján elfogadott pozicionálási és versenyképességi stratégiának következetes megvalósítását a desztináció menedzsment szervezet, jelen esetben a TTHE koordinálja és hajtja végre. Ahhoz, hogy eredményes legyen a munkájuk, folyamatosan figyelemmel kell kísérni bizonyos előre meghatározott mutatókat. Ez elsősorban azt a célt szolgálja, hogy visszajelzés érkezzon arról, hogy tényleg a kívánt célok irányába haladnak a folyamatok, illetve bármilyen eltérés esetén a megfelelő elemzés után a szükséges beavatkozásokat még időben meg lehessen tenni. A jelenlegi kiélezett versenyben minden változásra oda kell figyelni, ami a vendégforgalomra, vagy a potenciális vendégek döntésére hatással van. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy az adatokat folyamatosan egybe kell vetni az aktuális trendekkel, a tágabb környezetben – makroszinten – végbemenő folyamatokkal.

A felsorolt megfontolások alapján a következő mutatók és tényezők folyamatos összegyűjtését, valamint elemzését javasoljuk:

Mutatószám, adatforrás	Gyakoriság
A <a href="http://www.tokaj-turizmus.hu">www.tokaj-turizmus.hu</a> oldal látogatottsági adatai	hetente (összehasonlításként az előző évi hasonló adatokkal)
A Tourinform és egyéb infopontok látogatottsági adatai	havonta

A rendezvényeken belépőt váltó látogatók száma	évente
megrendezett konferenciák száma	havonta (összehasonlítva az elmúlt évek azonos időszakainak adataival)
vendégéjszakák száma	negyedévente (összehasonlítva az elmúlt évek azonos időszakainak adataival)
a garantált programokon részt vevő vendégek száma	havonta
idegenvezetések, közös programok megrendelésének száma	negyedévente (összehasonlítva az elmúlt évek azonos időszakainak adataival)
vendégelégedettségi kérdőívek összesítése	havonta
megjelenő primer és szekunder hírek a TTHE munkájáról	havonta
a közösségi portálokon kapott lájkok és megosztások száma	hetente

A felsoroltak természetesen kiegészítendőek az aktuális akciótervekben szereplő marketing eszközök alkalmazása során, azok hatékonyságának tesztelésére hivatott adatok gyűjtésével. Jelen stratégia kapcsán elkészített kérdőíves felmérés ismételt évenkénti elvégzését szintén javasoljuk – a fő kérdések változatlan tartalommal történő lekérdezése mellett – annak érdekében, hogy a pozicionálás sikerességéről meggyőződhesünk.

## Összefoglaló

A TTHE számára a legfontosabb feladat a következő években, hogy a jelenlegi egysíkú borturisztikai kínálat mellé vonzó és egyedi egyéb lehetőségeket alakítson ki. Az egyesület nincs könnyű helyzetben, hiszen más térségekben egy ekkora területű és szolgáltató számú egyesület már a térségi célokat szolgálja és nem helyi TDM szervezetként működik. 25 település gazdájának lenni és közel 200 taggal együtt dolgozni jóval nehezebb munka, mint ahol csak egy szolgáltatói / települési közösség érdekeiért kell dolgozni.

A TTHE pozicionálási munkája nem csak a munkaszervezet elhivatottságán múlik, hanem azon is, hogy a fejlesztésekért felelős politikai szereplők, a világörökségi kezelési tervet készítő, illetve a borászatok mennyire akarnak és tudnak a turisztikai szereplőkkel együtt dolgozni, s mennyire fogadják el a szakmai alapokon nyugvó fejlesztési elképzeléseket. Az egyesület a kezdeti fázisban van, a szervezetfejlesztés után 2012-2013-ra tehető a valós szakmai munka kezdete. Kérdés, hogy

mennyire képesek a munkában érdekelt szereplők hosszú távon együtt gondolkodni, együtt dolgozni a következő években.

A Tokaji Borvidék és környéke előtt jelenleg két út áll: vagy sikerül a rohamos vendégforgalmi csökkenést megállítani, vagy végképp elsüllyed a „futottak még” kategóriába a térség idegenforgalma. A közös munka nagy kihívás, az alulról építkezés jóval nehezebb, mint a felülről meghatározás, így kérdéses, hogy a munkaszervezet mennyire lesz képes egyben tartani a tagságot. A térség versenyképességének a kialakítása miatt feltétlenül fontos, hogy a lemorzsolódások ellenére a következő években is folytatódjon a közös munka.