

## A ZSOLNAY FÉNYFESZTIVÁL HELYE ÉS SZEREPE PÉCS TURIZMUSÁBAN

*Marton Gergely<sup>1</sup> – Csapó János<sup>2</sup> – Hinek Mátyás<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, [martongergely@gamma.ttk.pte.hu](mailto:martongergely@gamma.ttk.pte.hu)

<sup>2</sup>Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, [csapo.janos@tkk.pte.hu](mailto:csapo.janos@tkk.pte.hu)

<sup>3</sup>Budapesti Metropolitan Egyetem [mhinek@metropolitan.hu](mailto:mhinek@metropolitan.hu)

### **Absztrakt**

2016-ban jelent meg Pécs turizmusának palettáján a Zsolnay Fényfesztivál, amely azonnal előkelő helyet vívott ki magának a város kínálatában. A rendezvény innovatív jellege, minőségi és mennyiségi paramétereinek egyértelműen felülmúlják a hagyományos pécsi rendezvényeket, jól mutatja ezt, hogy tízezres nagyságrendű keresletet vonz a csupán három napos esemény.

A vizsgálat során a Zsolnay Fényfesztivállal kapcsolatban felmérésre került mind a város turisztikai szereplőinek álláspontja, mind a kereslet véleménye, amelyek alapján egyértelműen elmondható, hogy a rendezvény megfelel mindazon paramétereknek, amelyek révén vezető turisztikai vonzerővé válhat a város kínálatában. Túl ezen a vizsgálat arra is rámutatott, hogy a rendezvény a megfelelő fejlesztések és marketingtevékenység révén akár nemzetközi vonzerővé is fejleszthető, így általa jelentősen felértékelődhet a város turizmusa.

**Kulcsszavak:** Pécs, Fényfesztivál, kulturális turizmus, városi turizmus, megújulás

### **Abstract**

The Zsolnay Light Festival appeared in the tourism spectrum of Pécs in 2016 immediately achieving a prominent place in the supply of the city. The innovative approach, the quality and quantity parameters of the event unequivocally overshadow the traditional events of Pécs well demonstrated by its outstanding demand over the merely 3 days.

During the survey the authors analysed the viewpoint of the actors of tourism and also the demand in connection with the Zsolnay Light Festival, based on which we can squarely state that the event corresponds to all those parameters due to which it could become a prominent tourism attraction in the supply of the city. Beyond this the survey also pointed out that through adequate developments and marketing activities the event could also be developed to an international attraction due to which the tourism of the city could be significantly valorised as well.

**Keywords:** Pécs, Light Festival, cultural tourism, city tourism, renewal

## Bevezetés

Pécs turisztikai kínálatának központi terméke a kulturális turizmus, így a város turisztikai keresletének fő utazási motivációját a városlátogatás és a kulturális szolgáltatások fogyasztása adja (MARTON et al. 2017, AUBERT et al. 2010a). Megjegyzendő azonban, hogy – a kutatásaink során kapott szakértői válaszok alapján is – a regisztrált turisztikai mutatók jóval alacsonyabbak, mint a városban rejlő turisztikai potenciál által (el)várható nagyságrend (GONDA – CSAPÓ 2014, AUBERT et al. 2010b, BARCZA et al. 2017). Ezt támasztja alá az is, hogy a 2010-es Európa Kulturális Fővárosa programsorozatot követő években az éves vendégforgalom 110-120 ezer fő között realizálódott és legjobb esetben is stagnáló pályára állt, emellett pedig a vendégéjszaka-szám esetében is azonos tendencia figyelhető meg: a tárgyalt időszakban 310 ezerről 230-240 ezerre esett vissza a mutató.

Ennek a visszaesésnek természetesen komplex okai vannak, melyek közül kiemelhetjük a város rendszerváltás utáni gazdasági-társadalmi kiütkeresését, de ide sorolható a periférikus földrajzi elhelyezkedés, a közlekedésföldrajzi pozíció, az ország centrumtársaságaitól való távolság is (AUBERT et al. 2010a, b). A közúti közlekedés helyzete természetesen 2010 után az M6-os autópálya megépítésével nagyban javította a város elérhetőségét, vonattal azonban ma hosszabb ideig tart megtenni a Budapest-Pécs távolságot, mint 20 évvel ezelőtt.

Turisztikai szempontból a szerzők és a szakértői mélyinterjúk során szerzett vélemények szerint is a visszaesés egyik legfontosabb oka, hogy a város turisztikai kínálati elemeinek elmúlt évek során tapasztalt modernizálása nem volt kellő mértékű, főleg akkor nem, ha a hazai versenytársak fejlődését, vagy a turisztikai trendek változásait vesszük figyelembe. Az irány több esetben jónak mondható, a kellő mértékű turisztikai megújulás azonban még várat magára, mely megújulásnak a kulcsa a statikus elemek helyett a dinamikus elemek fejlesztése kell, hogy legyen.

Véleményünk szerint az elmúlt évtizedben a Zsolnay Fényfesztivál jelenti, jelentheti azt az elemet, amely kellően innovatív, dinamikus és kiemelt szerepet játszik/játszhat hosszú távon a város turizmusában és imázsképezének alakításában. Ebből adódóan jelen tanulmány célja a rendezvénynek a város életében és a turisztikai folyamatokban betöltött szerepének elemzése és értékelése.

## 1. Módszerek

A tanulmány elkészítése kapcsán alapvetően klasszikus turisztikai módszereket alkalmaztunk a primer információszerzés hangsúlyozásával.

A szekunder források kapcsán feldolgoztuk és értékeltük a Pécs turizmusával foglalkozó hazai szakirodalmakat, illetve a KSH-n elérhető hivatalos turisztikai adatbázisokat, amelyeket kiegészítettünk a helyi szolgáltatóktól vett saját adatgyűjtéssel.

Az említett adatbázisokat primer módszerekkel egészítettük ki (mélyinterjúk, kerekasztal beszélgetések, kérdőívadás), amelyek során egyrészt meghallgattuk és összegeztük a város turisztikai szereplőinek elképzeléseit, másrészt pedig ezt hozzáigazítottuk a turisztikai fenntarthatóság kritériumaihoz, továbbá pedig – online 166 fős kényelmi mintával – felmértük a kereslet véleményét a rendezvényről.

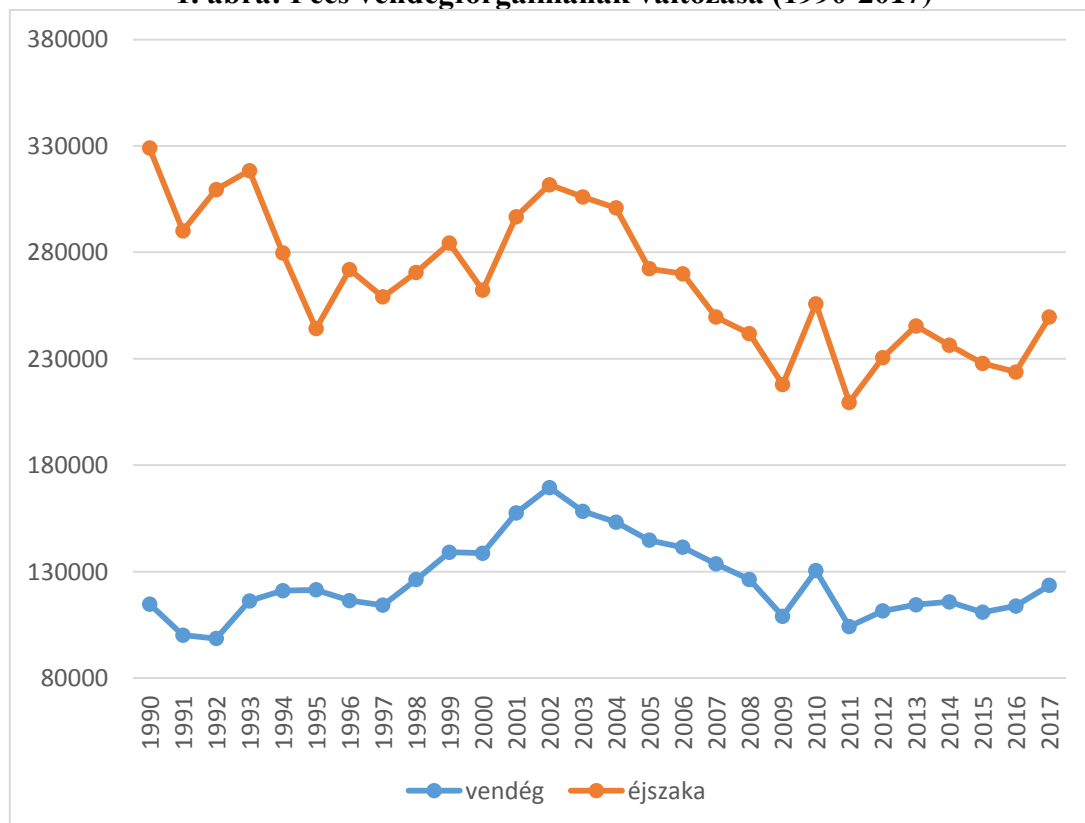
Fentiekén túl a szerzők az elmúlt évtized során több projekt, felmérés és publikáció révén foglalkoztak Pécs turizmusával, illetve fejlesztési lehetőségeivel, így empirikus tapasztalataik is megjelennek a tanulmány eredményeiben.

## 2. Pécs turizmusának változása és értékelése 1990-től napjainkig

A tanulmány kapcsán elvégzett turisztikai helyzetértékelés első lépéseként Pécs turisztikai folyamatainak statisztikai adatait vettük górcső alá a rendszerváltástól napjainkig, mely kutatásaink alapján négy egymástól jól elkülöníthető szakaszt különítettünk el Pécs turizmusának történetében (1. ábra):

1. a rendszerváltást követő átmeneti évek: 1990-1996;
2. a turizmus fellendülésének időszaka: 1997-2002;
3. a turizmus visszaesésének időszaka: 2003-2009;
4. az EKF és napjaink turizmusa: 2010-től napjainkig.

**1. ábra: Pécs vendégforgalmának változása (1990-2017)**



*Forrás: KSH alapján Marton 2018*

Természetesen mind a négy szakasz sajátos jellemzőkkel bír, amelyek minden esetben meghatározták mind a vendégforgalmat, mind annak fő paramétereit (átlagos tartózkodási idő, költési hajlandóság, fogyasztási szokások stb.).

Az első szakasz lényegében a rendszerváltás utáni kiütkeresés szakasza. Ez az az időszak a város történetében, amikor a rendszerváltás utáni sokkot nemcsak a város teljes gazdasága, hanem a tágabb értelemben vett kistérség, sőt Baranya megye is nagyban megszenvedi. Ez természetesen kihatott a turizmusra is, a korábbi hazai látogatók nagy része immár a külföldi desztinációkat kívánta felfedezni, vagy a klasszikus hazai turisztikai központokat kereste fel, nem utolsósorban pedig a délszláv polgárháború földrajzi közelsége is nagyon lecsökkentette a térség turisztikai vonzerejét (CSAPÓ et al. 2010, CSAPÓ – TRÓCSÁNYI 2007).

Az 1997-2002 közötti pár évet azonban a fellendülés jellemezte, többek közt például a már békés(ebb) délszláv területek felől érkező komoly mértékű bevásárlóturizmusnak is köszönhetően. Ekkor futnak fel a város kiskereskedelmi központjai is (HAJNAL et al. 2009, TRÓCSÁNYI et al. 2012). A külföldi küldőpiacok egyéb szegmensei is ebben az időszakban fedezik fel a várost.

A rendszerváltás utáni évek turisztikai szakaszainak harmadik fázisában azonban ismét csökkenést tapasztalunk. Ez a 2003-2009 közötti időszak megmutatja Pécs turisztikai szálláshely-struktúrájának elégtelenségét, továbbá azt, hogy a kellő mértékű megújulás hiányában visszaesik mind a hazai, mind a külföldi látogatók, turisták aránya. Pécs országos programjai, rendezvényei természetesen tízezreket mozdítanak meg, de itt nem turistákról, hanem helyi lakosokról, vagy jobb esetben látogatókról beszélhetünk.

Természetesen a 2010-es EKF év nagyot dobott a város ismertségén, imázsán (GONDA T. et al. 2013) és egyben a látogatottsági statisztikákon is, azonban az EKF-et követő években egy gyors és azonnali visszaesést tapasztalunk, illetve a 2011 utáni periódusban az éves vendégforgalom 110-120 ezer között realizálódott és legjobb esetben is stagnáló pályára állt (a vendégéjszaka-szám esetében is azonos tendencia figyelhető meg: 310 ezerről 230-240 ezerre esett vissza a mutató). (www.ksh.hu)

Az említett folyamatok komplex okokra vezethetők vissza, melyeket az alábbiakban határozhatunk meg:

- Alacsony fokú turisztikai megújulás, melynek hatására a kínálat elemeinek többsége a 21. századi keresleti trendek magas színvonalú kiszolgálása érdekében nem került modernizálásra.
- Statikus kínálat, ami megmutatkozik egyrészt abban, hogy a vonzerők nem kerültek dinamizálásra, másrészt pedig abban, hogy azokat nem igazították egészében a keresleti elvárásokhoz.
- A hazai és nemzetközi versenytársak jelentősen megerősödtek a turisztikai piacon, jelentős mennyiségű turistát vonzva magukhoz Pécs kárára.
- Alacsony fokú turisztikai együttműködés, ami megmutatkozik abban, hogy a város turizmusának szereplői nem feltétlenül azonos álláspontot foglaltak, foglalnak el a Pécs turizmusát érintő kérdésekben. Ezzel kapcsolatban jogosan merül fel az igény egy közös elképzelés kialakítása felé, amelyet a felek egységesen tudnának az elkövetkezőkben képviselni.
- Szintén a szakértői véleményekre és a saját tapasztalatainkra alapozva elmondható, hogy a város turisztikai marketingtevékenysége hektikus volt, így a korábban meghatározott irányvonalak egyrészt nem kerültek be a köztudatba, másrészt nem tudták kellően specifikus desztinációként meghatározni a várost az idegenforgalmi piacon.

A 2010-es EKF év és annak idegenforgalmi vonatkozásai kapcsán elmondható, hogy a kulturális főváros cím alapvetően jó irányba terelte a város turizmusát (Pécs, a kultúra városa), azon kitételrel, hogy ez csupán kiindulási pont lehet a jövőre tekintve, melyre egy konzekvens, hosszú távú turisztikai koncepciót kell építeni.

A város turisztikai kínálatát tekintve szintén kijelenthetjük, hogy Pécs ugyan nem rendelkezik univerzális turisztikai vonzerővel/vonzerőkkel, azonban a jelenlegi kínálat (materiális és immateriális kulturális elemek, illetve a hozzájuk kapcsolódó kiegészítő termékek) alapjaiban megfelel a keresleti elvárásoknak. Ez pedig leginkább a város egyedi hangulatának köszönhető, melyben az említett vonzerők komplexen, de egységesen jelennek meg.

A város turisztikai keresletéről elmondható, hogy a turisták döntő többsége esetében az utazást kiváltó motiváció a város kultúrája, illetve kulturális élete, mely magába foglalja mind a materiális, mind az immateriális elemeket. Azonban az is jellemzi a keresletet, hogy a jelenlegi kínálatból számos turisztikai szolgáltatást nem, vagy nem a szolgáltatók által prognosztizált volumenben fogyaszt.

A helyzetértékelés összefoglalásaként elmondható, hogy az aktuális szintnél jóval magasabb a város turisztikai potenciálja, mely nagy volumenű befektetések nélkül is fejleszthető, így a jelenlegi termékek újrapozicionálásával és/vagy dinamizálásával, illetve esetlegesen egy-egy kisebb vonzerőfejlesztéssel rövidtávon is növelhető lehetne az idegenforgalom volumene.

### 3. A Fényfesztivál kínálatának jellemzése

Pécs fesztiváljainak és rendezvényeinek többsége – természetes módon – mind a mai napig folyamatos átalakulásokon esett és esik át, ami viszont ha nincs egységes, átfogó turizmusfejlesztési koncepció nehezíti, nehezítheti a piacosítást, ugyanis amíg nem azonos elvek mentén kerülnek a rendezvények évről-évre megrendezésre, nehézkessé válhat az értékesítés. Nehézséget jelent továbbá, hogy több rendezvény nem rendelkezik specializált kínálattal (USP), melynek révén országos szinten vonzerőként lehetne értékesíteni őket. Kivételt képez ez alól a Zsolnay Fényfesztivál, amely 2016 óta évente kerül megrendezésre és véleményünk szerint innovativitásában és látványértékében túlmutat a hagyományos pécsi rendezvényeken.

A rendezvény elsődleges vonzerejét az adja, hogy pécsi, de országos szinten is innovációként jelenik meg már önmagában az a tény, hogy évente több mint 10 000 négyzetméternyi fényvetített felület mutatnak be a rendezvény alatt, amelyre szisztematikusan épülnek rá a további programok, úgymint:

- Nemzetközi szinten is kiemelt előadók koncertjei (pl. Natalie Imbruglia vagy Buika).
- Történelmi programok, amelyek a város közel 2000 éves történelmét elevenítik meg (pl. török kori hadibemutató).
- Utcaszínházi és cirkuszi produkciók, amelyek a széles keresleti réteget szólítanak meg.
- A Széchenyi tér felett, több tíz méter magasan megrendezett „színeloadás”, amely minden tekintetben a rendezvény egyik csúcspontjaként azonosítható.
- A Fényfesztivál legpopulárisabb programja minden évben a nemzetközi, pénzjutalommal járó “Zsolnay Light Art” nemzetközi mapping-verseny, amely keretében a nevezők a Pécsi Székesegyház épületére vetítik ki fényvideójukat (<https://www.zsolnayfenyfesztival.hu/>).

Mindezek következményeként elmondható, hogy a pécsi fesztiválturizmus azáltal, hogy talált egy piaci (kínálati) rést, komoly lépést tett afelé, hogy országos és nemzetközi szinten is kialakítson egy olyan grandiózus eseményt, amely hosszú távon az országos turisztikai kínálatban is megjelenhet, ezáltal erősítve a város turizmusát és nem utolsó sorban imázsát is.

**1-4. kép: A Zsolnay Fényfesztivál néhány helyszíne – Székesegyház, Dzsámi, Színház tér, Széchenyi tér**



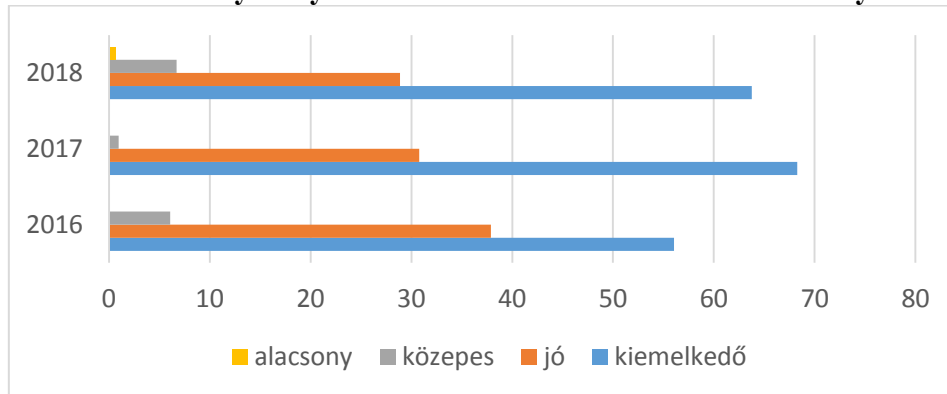
*Forrás: [www.zsolnayfenyfesztival.hu](http://www.zsolnayfenyfesztival.hu)*

**4. A Fényfesztivál keresletének elemzése**

A Zsolnay Fényfesztivál évente tízezres nagyságrendben vonz résztvevőket, a 2018-as rendezvény szakértők által becsült látogatóinak száma elérte például az 50 000 főt. A kereslet nagyságrendje mellett azonban fontos annak véleménye a rendezvényről és annak elemeiről. Mindezek alapján annak érdekében állítottuk össze lekérdezésünket, hogy minél egzaktabb képet kapjunk a kereslet véleményéről.

A felmérés első kérdésköre a rendezvény színvonalára vonatkozott, amely esetén mind a megkérdezettek, mind a szakértők véleménye kategorikusan az, hogy egyrészt a rendezvény magas színvonalú, másrészt pedig, hogy ezt a színvonalat a sorozat meg tudta tartani az évek során (2. ábra).

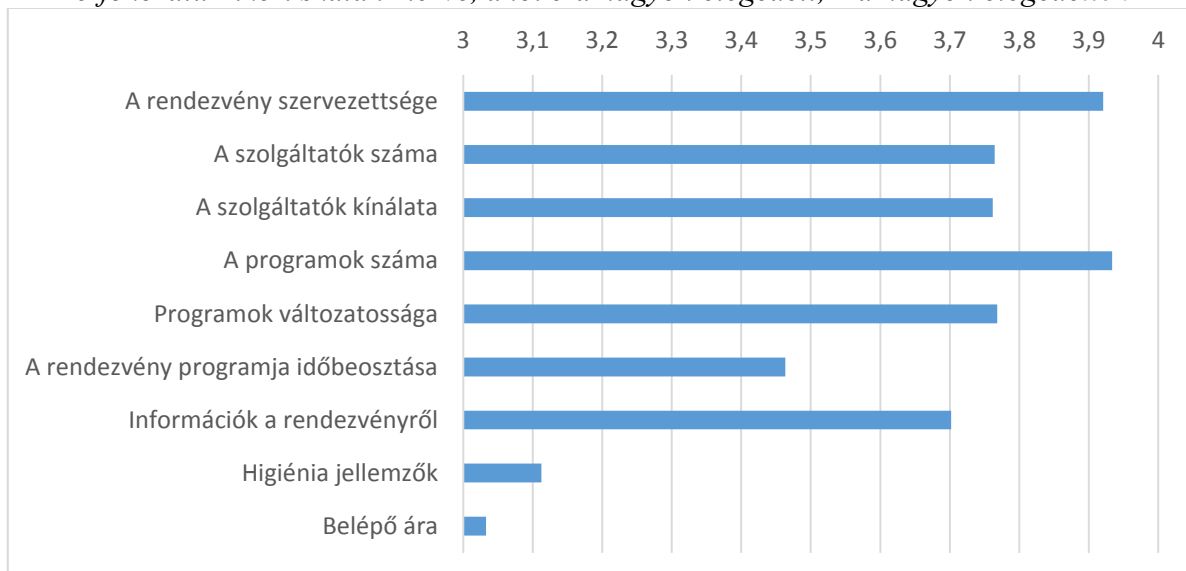
**2. ábra: A 2018-as Zsolnay Fényfesztivál résztvevői szerint a rendezvény színvonala (%)**



Forrás: Marton 2018

A második fontos kérdéscsoport a látogatók azon tapasztalatait mérte, amelyek a Fényfesztivál legfontosabb kínálati elemeire csatolnak vissza (3. ábra). Ez magába foglalta a szervezési és megvalósítási paraméterek értékelését, illetve olyan kardinális kérdéseket, mint például a higiéniai feltételek véleményezése, amelyek rendszerint problémás pontjai a pécsi rendezvényeknek.

**3. ábra: A 2018-as Zsolnay Fényfesztivál látogatóinak tapasztalatai**  
 5 fokozatú Likert skálán mérve, ahol 5 a nagyon elégedett, 1 a nagyon elégedetlen



Forrás: Marton 2018

Össességében elmondható, hogy a fogyasztók rendkívül elégedettek voltak a rendezvény minőségi és mennyiségi paramétereivel, azonban zavarta őket a 2018-ban bevezetett belépőjegy vagy éppen a nyilvános illemhelyek alacsony száma.

Az utolsó fő kérdéscsoport olyan kérdéseket tartalmazott, amelyek alapvetően olyan információk megítélésére irányultak, mint például a rendezvény milyen szerepet játszhat a város életében, vagy éppen rendelkezhet-e imázsformáló tulajdonsággal Pécs viszonylatában (4. ábra).

**4. ábra: A 2018-as Zsolnay Fényfesztivál látogatóinak megítélése a rendezvényről**  
5 fokozatú Likert skálán mérve, ahol 5 a teljesen egyetért, 1 az abszolút nem ért egyet



Forrás: Marton 2018

Minden egyes kérdés esetén 4 egész átlag jelent meg a Likert skálán, amely egyértelmű jele annak, hogy a rendezvényen résztvevők (akik három egyéb pécsi programon is részt vettek a korábbiakban) a Zsolnay Fényfesztivált a maga kategóriájában kiemelkedőnek, a város turisztikai zászlóshajójának tekintik. Kiegészítésként megjegyzendő, hogy a megkérdezett szakértők elvi szinten ugyan hasonlóan gondolkodnak, elismerve a rendezvény innovativitását és magas színvonalát, többségük azonban azt is megjegyezte, hogy más hasonló rendezvények is szóba jöhetnek e téren, nem érzik tehát egyértelműnek a Fényfesztivál egyedülálló kínálati szerepét.

A tanulmány szerzőinek álláspontja szerint mind a fogyasztói, mind a szakértői oldal véleménye mérvado, ugyanis az elsődleges fogyasztók és élményszerzők, illetve a szakértők más és más oldalról közelítik meg a kérdést, azonban hasonlóan értékelték, így két oldalról is alátámasztásra került, hogy a rendezvény – a turizmusfejlesztés stratégiai fejlesztése révén – zászlóshajó szerepet tölthet be a város turizmusában.



## Következtetések

A Zsolnay Fényfesztivál három éves múltját figyelembe véve elmondható, hogy mára szerves részét képezi a város rendezvényeinek, sőt azok között vezető helyet foglal el. Jelenleg a rendezvény országos vonzerőként funkcionál, azonban a benne rejlő turisztikai potenciál ezen messzemenően túlmutat/túlmutathat.

Fontos megjegyezni, hogy a város turisztikai kínálatának a középpontjában ma a hagyományos kulturális turizmus áll, amelynek a fesztiválok részét képezik ugyan, azonban nem vezető résztermékként. A tanulmányban elemzett rendezvény viszont olyan innovatív és sikeres, hogy a szerzők véleménye szerint érdemes volna miatta akár átalakítani Pécs turisztikai kínálati és marketingstruktúráját, mivel az élményfaktora és innovativitása révén jóval könnyebbnek tűnik vele a keresleti szegmensek megszólítása, mint a klasszikus kulturális kínálattal.

Javasolt volna továbbá megfontolni a Fényfesztivál kiterjesztését egyrészt legalább egy egyhetes rendezvényre, másrészt pedig tematikusan integrálni a „fényt” a város egyéb rendezvényeibe, oly módon, hogy az valamilyen szinten megjelenjen az egyéb kínálatban is.

Összegezve, véleményünk szerint a Fényfesztivál jelenleg a város turisztikai kínálatának már ma is egyik vezető terméke, azonban önállóan még nem tudja betölteni azt a potenciált, amivé egyrészt fejleszthető lehetne, másrészt pedig amivel a város turisztikai keresletének növelése tekintetében Pécs turizmusának zálogaként funkcionálhatna.

## Irodalomjegyzék

- AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI, M. – MARTON, G. (2010a): Pécs pozicionálása a turisztikai piacon. *Területfejlesztés és Innováció* 4(1): pp. 28-35.
- AUBERT, A. – JÓNÁS-BERKI, M. – PIRISI, G. – TRÓCSÁNYI, A. (2010b): A kultúra és a turizmus szerepe Pécs funkcionális és strukturális átalakulásában. *Földrajzi Közlemények* 134(3): pp. 329-342.
- BARCZA, A. – PÁLFI, A. – MAGYAR-PAPP, J. – AUBERT, A. (2017): A tér és a környezet transzformációs hatásainak vizsgálata Pécs és Sopron példáján. In: Régi T. – Rátz T. – Michalkó G. (szerk.): *Turizmus és transzformáció*. Kodolányi János Főiskola, Magyar Földrajzi Társaság, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest, Orosháza. pp. 164-179.
- CSAPÓ, J. – TRÓCSÁNYI, A. (2007): Sustainability and Tourism in Pécs. *Grazer Schriften der Geographie und Raumforschung*. 40: pp. 143-150.
- CSAPÓ, J. – GINZER, M. – TRÓCSÁNYI, A. (2010): Sustainability and Tourism Development in Pécs with Special Emphasis on the 2010 European Capital of Culture Programme. *Modern Geográfia* 5(3): pp. 1-14.
- GONDA, T. – CSAPÓ, J. (2014): Az Európa Kulturális Fővárosa cím elnyerésének hatása a kulturális turizmus és a kulturális ipar fejlődésére Maribor, Nagyszében és Pécs esetében. *Településföldrajzi Tanulmányok* 3(2): pp. 154-165
- GONDA, T. – RAFFAY, Z. – PAP, N. (2013): Pécs, a possible gateway city. *Forum Geografic* 12(2): pp. 178-186.

- HAJNAL, K. – PIRISI, G. – TRÓCSÁNYI, A. (2009): A táj és a belőle fejlődő város: Pécs. pp. 149-166. In: Fábíán Sz. Á. – Kovács I. P. (szerk.): *Az édesvízi mészkövektől a sivatagi kergekig: Tanulmánykötet a 70 éves Schweitzer Ferenc professzor úr tiszteletére*. PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs. p. 207.
- MARTON, G. – CSAPÓ, J. – HINEK, M. – KISS, R. (2017): Pécs turizmusának vizsgálata a turisztikai szezonálitás tükrében a Gini-index segítségével. *Területfejlesztés és Innováció* 11(1): pp. 3-11.
- TRÓCSÁNYI A. – PIRISI G. – AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. (2012): Morphological and tourism aspects of urban renewal in Pécs. In: Trócsányi, A. – Pirisi, G. (eds.) *The role of the cultural economy and tourism in the renewal of cities*. Publikon Kiadó, Pécs. pp. 107-126.

### Egyéb források:

<https://www.zsolnayfenyfesztival.hu/>  
[www.ksh.hu](http://www.ksh.hu)