

## FRISS ÉLMÉNYEK TÖRTÉNELMI KÖRNYEZETBEN "ÉLŐ VÁRAK" A NÉMETORSZÁGI VÁRAK ÚTJÁN

<sup>1</sup> Gászné Bősz Bernadett – <sup>2</sup> Pentz Mónika

<sup>1</sup> PhD-hallgató, PTE TTK Földtudományi Doktori Iskola; gasz.bernadett@gmail.com

<sup>2</sup> PhD-hallgató, PTE TTK Földtudományi Doktori Iskola; pentz.monika@pentz.hu

DOI: 10.15170/TVT.2020.05.04.05

### Absztrakt

Tanulmányunk hipotézise, hogy az örökségi helyszínek, konkrétan a várak üzemeltetése erős potenciállal rendelkezik, amely akkor válhat erőforrássá, ha egyrészt törekednek a látogató szórakoztatására és az élményszolgáltatás mint rendszer kiépítésére; másrészt nem kizárólag örökségturisztikai terméként azonosítják magukat, hanem hajlandók a kulturális turizmus teljes termékcsoportját befogadni a történelmi falak közé.

Esettanulmányunkban e kijelentés igazolására a németországi várturizmus jó gyakorlataiból válogatunk. Fókuszba a sikeres működtetés konkrét példáit, az innovatív megoldásokat helyeztük az „élő vár” modell mentén, kiemelve a kulturális turizmushoz való meghatározó kapcsolódási pontokat.

*Kulcsszavak: kulturális turizmus; örökség; interpretáció; tematikus utak; „élő vár”*

### Abstract

The hypothesis of the paper is that the operation of heritage sites, castles has a strong potential that can be converted into a strength if, on the one hand, efforts are made for the entertainment of the visitors and for building out the experience service; on the other hand, if castles identify themselves not solely as a heritage tourism product but show willingness to accommodate the full range of cultural tourism products within the historical walls.

The case study is a collection of the good practices of castle tourism in Germany, as a verification of the above statement. The focus is on the best examples of successful operation, innovative solutions, the practice of “living castles”, paying attention to dominant linkages to cultural tourism.

*Keywords: cultural tourism; heritage; interpretation; theme routes; “living castle”*

## Bevezetés

A kulturális turizmus az utóbbi évek legdinamikusabban fejlődő turisztikai terméke. A fejlődés köszönhető a turisták változatosságra való törekvésének, az egyedi élmények igényének; a megváltozott rekreációs szokásoknak; a múlt felértékelődésének; illetve az olyan utazási trendeknek, mint többszöri, rövid utazások; a presztízsutak (köztük a „jól posztolható” utazások); a szakmai és személyi fejlődést támogató utazások (CSAPÓ - MATESZ 2007, GONDA 2016).

A termékcsoporthoz egyik jellegzetes terméke az örökségturizmus. Sikerének záloga a többféle szükségletre, motivációra, mozgatórugóra reflektáló élményígéret és élményszolgáltatás, amely ugyanakkor nem téveszti szem elől az örökségvédelmi szempontokat. Az „élő várak” megfelelnek ezeknek az elvárásoknak, továbbá képesek a kulturális turizmus teljes termékcsoportjának ideális helyszínt, megfelelő kereteket nyújtani.

A németországi várturizmus példáira azért érdemes figyelni, mert a német turizmus rendkívül jól szervezett: áttekinthető struktúrákat kínál, melyben az együttműködéseknek kimagasló szerepe van (DTV 2017). A várak esetében több fenntartói-üzemeltetői mintát találhatunk, miközben az objektumok kiváló állapotára is érdemes figyelni. A jelentős német belföldi turizmus – ne feledjük, örökségi helyszínek egy része csak az adott kultúrkörben élők számára értelmezhető vagy bír jelentőséggel (PUCZKÓ – RÁTZ 2017) – erős versenyhelyzetet teremt, amely indukálja az innovatív megoldásokat. A Várak Útja (*Burgenstraße*) csaknem 70 éves múltjával méltó példa. A konkrét várak vizsgálatának célja a várak ideális működtetési kereteinek meghatározása: miként képesek megfelelni az örökség megőrzése és bemutatása feladatának, ugyanakkor a vonzó, rentábilisan működtethető attrakció követelményének. Kiemelten kerestük az élményteremtésre irányuló újdonságokat, a jó ötleteket.

## 1. A vizsgálat módszertana és a témakör elméleti háttere

### 1.1 Módszertan

Primer kutatást két irányban folytattunk: Várak Útja Egyesület (*Die Burgenstraße eingetragener Verein*) és az egyes bemutatott várak honlapjait, print szóróanyagait, sajtómegjelenéseit vizsgáltuk; valamint a személyes látogatás, a mystery shopping tapasztalatait gyűjtöttük össze. Az elemzések fókuszában az élményígéret és a ténylegesen megszerezhető élmények álltak. Az élményteremtés eszközeire koncentráltunk, így az innovatív bemutatás, a szolgáltatás-kínálat, a múzeum szerepe, program-ajánlat, fesztiválok és együttműködések fajtáit, módszereit, alkalmazását kerestük. A felhasznált honlapok elérhetősége megtalálható az *Irodalomjegyzék* végén, a *Hasznos linkek* pontban.

A tapasztalatokat és megállításokat a szekunder kutatás során megrajzolt elméleti keretben rendszereztük. A kulturális turizmus, azon belül az örökségturizmus és tematikus utak, valamint az élményszolgáltatás és az attrakció-menedzsment friss eredményeire építkeztünk.

### 1.2 Elméleti keretek: termékkategóriák

A kulturális turizmus vonzerőn alapuló, tevékenységorientált, klasszikus turisztikai termék. A kultúra elsődleges utazási célként nem gyakori, ugyanakkor primer kutatások kimutatták, hogy a legtöbb látogató részt vesz kulturális programon az utazás során (MT ZRT 2008, BERKI – GONDA 2006, BODNÁR-JÁSZBERÉNYI 2017).

A kulturális turizmus a legszélesebb értelemben vett intellektuális igények kielégítésére alkalmas (LOHMANN 1999, CSAPÓ – MATESZ 2007, MICHALKÓ 2012, JÁSZBERÉNYI 2014, GONDA 2016). Komplexitásának oka részben a „kultúra” összetett fogalmában, részben a termék megjelenésének, vonzerőinek változatosságában keresendő (TRÓCSÁNYI – TÓTH 2002, MINORICS 2008). Összetettsége miatt termékcsoporthoz is szokás nevezni. Egyik terméktípusa az örökségturizmus.

Bármilyen múltbeli érték örökséggé válhat, amit az egyik generáció megőrzésre érdemesnek tart és továbbad a következőnek. Része adott társadalom kulturális hagyományainak és a közösség identitásának (GONDA 2016, PUCZKÓ – RÁTZ 2017). A német szakirodalom gyakorlatilag nem használja az örökségturizmus (*Erbetourismus, Denkmaltourismus* vö. *heritage tourism*) fogalmat; alapvetően a kulturális turizmus kategóriában foglalja össze a speciális termékjellemzőket (HEUWINKEL 2019). Ez a fogalmi-rendszerbeli különbség nem zavarja a vizsgálatot, hiszen a látogató szempontjából a kulcsszó alapvetően az *élmény*, az *átélés*. Akár kulturális turistaként, akár örökségturistaként érkezik adott attrakcióhoz, a helyi kultúra részese kíván lenni. Ha sikerül a motivációjának megfelelő terméket, szolgáltatást, interpretációt, kommunikációt stb. kialakítani, akkor kellemes élményekkel gyarapodik. A jó tapasztalatok erősítik az örökségi elem fontosságát és értékét, aminek következtében a látogató maga is érdekeltté válik a megőrzésében.

Az örökségturizmus egy speciális szegmense a várturizmus. Bár a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia a vár és kastélyturizmust kizárólag együtt kezeli, hangsúlyozzuk, hogy a két objektum között releváns különbségek mutatkoznak az építés céljában, ezáltal az adottságaikban, lehetőségeikben, valamint a látogatói elvárásokban és igényekben (PÉTERFI – GÁSZNÉ 2020). A Nemzeti Kastély- és Várprogram önálló kategóriaként nevesíti a várakat, illetve a kastélyokat, bár a kidolgozott programokban lényeges különbségtétel nincs (NTS 2017; NKVP 2016). A várturizmus a látogató élménye alapján a kulturális és történelmi vonzerők csoportjába sorolható. A várak egyik kitörési lehetősége, ha tágítanak ezen a csoportbesoroláson és olyan interpretációs eszközöket alkalmaznak, melyek „átléptetik” őket a kikapcsolódás és szórakozás, a természeti vagy akár a borzongató élmények csoportjába. Az élményszolgáltatások, azaz a vonzerő által nyújtott élményt fokozó szolgáltatások fejlesztése a kultúrához közvetlenül köthető, előnyt biztosító versenyképességi tényező (JANCSIK 2014, HEINZE 1999).

### 1.3 Tematikus utak

A tematikus utakat valamilyen téma köré szervezik. Szerepük az attrakciók kijelölése és összekötése. A kulturális tematikus útvonalak meglátogatása a kulturális turizmus termékcsoport egyik konkrét terméke.

A kulturális érték(ek)re alapozott tematikus utak különböző közlekedési formák igénybevételével megközelíthető attrakciókat fűznek fel valamilyen kulturális érték köré: épített-régészeti örökség; művészeti stílushoz, híres művészekhez köthető épületek; történelmi események színterei; híres emberek, történelmi személyek életének színhelyei; hagyományok, etnikumok; valláshoz, spiritualitáshoz kapcsolódó helyszínek; filmalkotások helyszínei; termék-termelés; ipari örökség. A cél az érdeklődés felkeltése, az észlelt távolság csökkentése, az adott terület "átláthatóságának" javítása, a már létező attrakciók "újracsomagolása", komplex termékké szervezése, vagy akár eddig nem létező turisztikai termék létrehozása. Cél lehet az együttműködés javítása, vagy az erőforrás (müemlék, természeti környezet) védelme. Ugyanis a tematikus utak képesek a turisztikai kereslet diverzifikálására időben (szezón hosszabbítása) és térben (látogató-koncentráció csökkentése); hozzájárulhatnak a kihasználatlan erőforrások turisztikai hasznosításához; keresletet teremthetnek, új rétegeket nyerhetnek meg. A hálózatba szerveződés segíthet a hiányzó készségek pótlásában. Egyúttal a térség változatos és sokszínű kínálatát egységben kínálva multidimenzionális élményt kelt a vendégben, amely pozitív döntésbefolyásoló hatással bír, valamint a tartózkodási idő meghosszabbítását eredményezheti. Viszonylag kis befektetéssel kialakíthatóak, illetve az üzemeltetés is hatékonyabb lehet (pl. közös marketing) (PUCZKÓ – RÁTZ 2017, DEÁK 2019).

A kulturális utak a kulturális szférát is erősítik; míg a sikeres termékfejlesztés az adott térség lakosságának kulturális identitását is támogatja.

Az Európa Tanács is pártolja a kulturális utak szervezését. Kiemelt cél növelni az európai kultúra, európai civilizáció jelentős helyszíneinek ismertségét; a kulturális turizmus szabadidős tevékenységként való népszerűsítését; a kapcsolatteremtést turizmus, tudományos kutatás, örökségmegőrzés és oktatás között (RÁTZ – PUCZKÓ 2002).

## 1.4 „Élő vár”

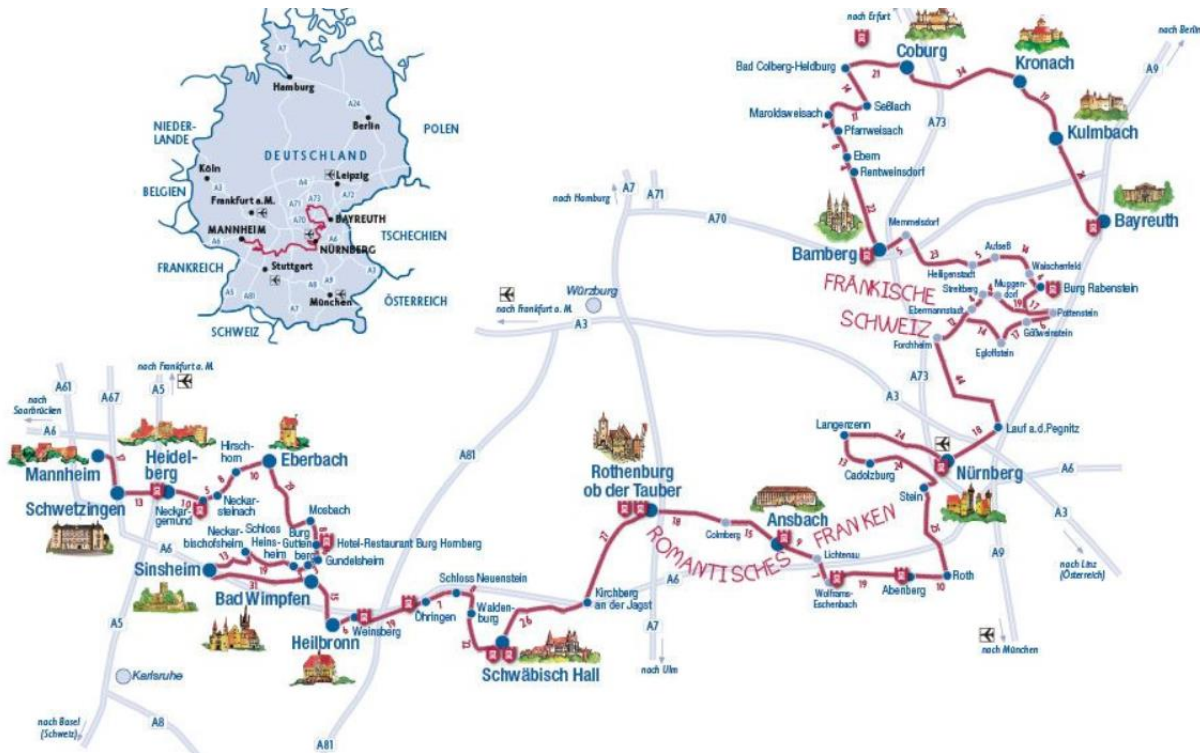
A modell megalkotása során azokat az eszközöket igyekeztünk azonosítani, amelyek segítségével vonzóvá tehetjük a történelmi emlékhelyeket a látogatók számára – miközben megfelelünk az örökségvédelmi elvárásoknak és kötelezettségeknek, ugyanakkor a fenntarthatóság elvét (gazdasági-vállalkozási aspektusban és a „megőrizve továbbadni” vonatkozásban) is szem előtt tartjuk (valójában a "fenntartható világ eredeti rendje" mindhárom dimenziója egyformán hangsúlyos: természet, társadalom és gazdaság). Megállapítottuk, hogy „élővé” kell alakítanunk őket. Olyan vonzó helyé, mely a szabadidős programok alternatívájaként tud megjelenni a turisztikai piacon – miközben nem hanyagolja el az örökség bemutatást, az ismeretek átadását, az értékek megőrzését. Az „élő vár” tehát az örökség megőrzését és értékének tudatosítását a bemutatásával felvállaló, eközben a vendégeknek jó élményeket nyújtó, többgenerációs örökségturisztikai termék modellje (GÁSZNÉ 2019). Kidolgozásának első fázisában kifejezetten a várak üzemeltetését vizsgáltuk, ám – ahogy a definíció is jelzi – mára szélesebb körben alkalmazzuk. Új fogalom bevezetését a jelenlegi tanulmány nem indokolja, de hangsúlyozzuk, hogy a következő megállapítások nem csupán várakra, hanem bármely egyéb örökségi attrakcióra alkalmazhatók.

Az „élő vár” legfontosabb jellemzői:

- Innovatív, megkülönböztető, autentikus. Olyan egyedi, a helyhez kötődő, kreatív kínálat jellemzi, amely egyértelműen beazonosíthatóvá teszi az attrakciót. Hiteles a bemutatott örökségelem és az épített környezet, valamint az interpretáció módja, a kommunikáció és a hazavitt élmény is.
- Magas minőségben törekszik a látogatói igények maximális kielégítésére. A szükségletpiramis minden szintjén releváns: a fiziológia szükségletektől (pl. pihenés; étkezési lehetőség) az önmegvalósítás lehetőségéig (pl. festő-kurzus vagy népi/korabeli mesterség megtanulása). Személyes, vendégszerető bánásmód jellemzi.
- Az élményígéret a szabadidős programkínálattal összemérhető, alternatívaként jelenik meg a szabadidős tevékenységek mellett. A „csak itt, csak most, csak nekem” - élményét nyújtja (*Einmal-im-Leben-Ereignis*).
- „Jó hely”, azaz társadalmilag determinált pozitív térérzet kapcsolódik hozzá. Ennek következtében nem csupán objektív mivoltában, hanem a róla alkotott vélemények figyelembevételével válik látogatottá (MICHALKÓ 2010).
- A helyi közösségre pozitív hatást gyakorol: gazdasági haszonnal jár (munkalehetőség; bevétel, javuló infrastruktúra stb.), illetve a közösség megerősödését, a lokális identitás kialakulását is szolgálja a büszkeség, a növekvő öntudat által.
- Felelős és fenntartható – fenntarthatóság mindhárom dimenziójában.

## 2. Burgenstraße – Várok Útja, Németország

1. ábra: A Várok Útja ábrája



Forrás: <https://www.burgenstrasse.de/>

„Utazzon az időben!” Így csalogat Németország egyik első tematikus útja. A Mannheimtől Bayreuthig vezető Várok Útja 780 kilométeren 70 várral és kastéllyal várja az időutazókat - érkezenek bár személygépkocsival, kerékpárral, lakóautóval vagy oldtimer-rel. (1. ábra)

1954-ben Mannheim, Heidelberg, Heilbronn, Rothenburg o.d.T., Ansbach és Nürnberg városok létrehozta egy munkaközösséget azzal a céllal, hogy a városokban és a környezetükben található nyaraló- és kirándulohelyeket a turisták számára hozzáférhetővé tegyék. Ma egyesületként működik. Az a település csatlakozhat, amely az útvonal mellett helyezkedik el, és várral, kastéllyal, kolostorral vagy történelmi várossal rendelkezik. Szoros és folyamatos együttműködésben dolgoznak kulturális és turisztikai szervezetekkel, köztük kiemelten Baden-Württemberg tartomány állami kastélyaiért és parkjaiért felelős intézménnyel (*Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg*), illetve a Premium Partner Hotels elnevezésű hálózattal, amely a tulajdonosok által vezetett szálláshelyeket tömörít. A széles partneri kör teszi lehetővé, hogy rendkívül gazdag kínálati ajánlattal és széles szolgáltatási palettával tudják megszólítani a vendégeket.

Jelenleg 43 településen vezet keresztül a Várok Útja. A kényelmes felhasználói élmény érdekében hat, 100-160 km-es, 8-18 várat és kastélyt átfogó szakaszra bontották. Ezek áttekinthetőek és egyaránt alkalmasak egy-egy hétvégi kirándulásra vagy hosszabb utazásra. A szakaszok mindegyikére komplex ajánlatot kínálnak: közölnek minden fontos információt, mint nyitvatartás, jegyárak, látnivalók, történet, legendák, megközelíthetőség, parkoló stb. A vár és kastélylátogatás mellé számos, változatos programjavaslatot, „tippet” ajánlanak, és részletes rendezvénynaptárt csatolnak, „hogya a turista tudjon róla, mikor érdemes különösen felkeresni a várok útjának egy-egy állomását” – vagy éppen visszatérni.

Az ajánlatot a partneri együttműködéseknek köszönhetően étkezési és szállásjavaslatok teszik teljessé. A látogatókat arra biztatják, hogy a saját igényeik szerint kombinálják a lehetőségeket. A személyes látogatás során több mint 30 várat vizsgáltunk meg. Közülük három, több szempontból – fizikai megjelenés, történet, tulajdoni viszonyok, élményígéret stb. - eltérő vár működését mutatjuk be a gyakorlatban. Kiválasztásuk alapja éppen a különbözőségük volt. Valamennyi létesítmény önmagában is sikeres, de mégis a tematikus úti tagság mellett döntöttek. A bemutatott adatok és információk forrása a honlapok és turisztikai szervezetek nyilvános anyagai, valamint a tényleges látogatás tapasztalatai.

## 2.1 Rothenburg ob der Tauber

A Nürnberggtől 80 kilométerre lévő, 11 ezer lakosú frank kisváros a Tauber folyó romantikus völgyében helyezkedik el. Több tematikus útvonalnak is fontos állomása. A hajdani vár ugyan elpusztult, de a várfal és a várkert – az egykori Stauferburg helyén – végigjárható egyik városkaputól a másikig: körbeöleli az étellel teli belvárost. A városka panorámája és hangulata önmagában vonzó. Azt mondják, hogy a Rothenburg (a továbbiakban Rothenburg megnevezéssel hivatkozunk a városa). híre olyan messzire hangzik, mint a mennydörgés! A honlapja csábító és praktikus: közvetlenül a honlapon is regisztrálhatunk az éves eseménynaptárból kiválasztott programokra vagy foglalhatunk szállást (az éves vendégéjszakák száma 500 és 600 ezer között mozog).

A „Story statt history” (Történet történelem helyett) program széles tömegeket vonz a városba. A kínálat a történelmi ismeretektől a közös családi élményszerzésen, a jellegzetes helyi ételek és italok kóstolóján, barkácsoláson, különböző sportolási lehetőségeken át a környező táj és a virágzó kertek megismeréséig ível.

Rothenburgban az attrakció maga a város, a várfallal körülhatárolt történelmi óváros. Üzemeltetőként a városi önkormányzat nevezhető meg. Az állami vagy önkormányzati üzemeltetési forma elsődleges célja a megőrzés, de további célok is markánsan felismerhetők: látogathatóság fenntartása; programlehetőségek kínálata; bevételek; a turizmus fejlődésének elősegítése; attrakciómenedzsment. Kiemelendő a civil szervezetek, magánszemélyek kezdeményező és aktív szerepvállalása. A város két legismertebb múzeumának egyike, a Középkori Kriminális Múzeum (*Mittelalterliches Kriminalmuseum*) 1993-ig a Hinckelday család tulajdonában volt. Akkor az örökösök a múzeum főépületét és a gyűjtemény nagy részét átadták egy közjogi alapítványnak. Az alapítvány célja a múzeumi jelleg fenntartása mellett a tudomány és a kutatás támogatása. A Német Karácsonyi Múzeum (*Deutsches Weihnachtsmuseum*) alapítója Käthe Wohlfahrt, 1977-ben költözött Rothenburgba és nyitotta meg első, karácsonyi cikkeket árusító szaküzletét. Azóta számos városban, még New Yorkban is megtalálhatók a cég termékei. 2000-ben múzeumot nyitottak, ahol tudományos háttérrel is folyik: a német karácsonyi hagyományok feldolgozása és megőrzése.

## 2.2. Rabenstein vára

A 800 éves nemesi vár Bayreuth szomszédságában, a Frank-Svájc egy 64 hektáros természetvédelmi parkjában található. A várat 2004-ben vásárolta meg a Burg Rabenstein Event GmbH. A gazdasági társaság szállodaként és rendezvényközpontként üzemelteti az épületet. Egyes helyiségek vagy a teljes vár, várudvarral és parkkal együtt bérebe vehető. Az évente rendszeresen ismétlődő, illetve az aktuális, foglaláshoz kötött rendezvényekről a jól szerkesztett honlapon is tájékozódhatunk, sőt foglalhatunk is.

A tulajdonos társaság fő célja nyilvánvalóan a profit, amely szállás-szolgáltatásból és rendezvényhelyszínek bérbeadásából származik, de kiemelt feladatként tekintenek a vár állagmegőrzésére, fenntartására és bemutatására. Szlogenjükben így – ebben a sorrendben! - határozzák meg önmagukat: Kirándulóhely, Várszálló, Konferencia- és Rendezvényhelyszín. („*Ausflugsziel, Burghotel und eine einzigartige Tagungs- und Eventlocation*”).

### 2.3. Veste Heldburg

Története a 12. századra nyúlik vissza. Mai formáját a 16-19. században kapta, legértékesebb része az 1560-ban, reneszánsz stílusban épített Francia Épület A „Fränkische Leuchte” (frank lámpás) becenévre hallgató vár csaknem 600 évig volt a szász hercegek tulajdonában. A II. világháború után a kelet-német állam sajátította ki. Üzemeltetését 1994-ben a Thüringiai Kastélyok és Kertek Alapítvány (*Stiftung Thüringer Schlösser und Gärten*) vette át. Hosszas felújítás után, 2016-ban az Európai Regionális Fejlesztési Alap támogatásával nyithatta meg kapuit a várban a Német Vármúzeum (*Deutsches Burgenmuseum*), amelynek a helyreállított vár maga is egyik kiállítási darabja.

A Német Vármúzeumban elismert tudományos munka folyik: kutatják a középkori várak és azok lakóinak történetét, kultúráját, a várak jelentőségét és funkcióit háborús és békeidőkben, a várak építészeti fejlődéstörténetét. A múzeum munkatársai ismeretterjesztő rendezvények és tudományos konferenciák rendszeres résztvevői és szervezői. Az üzemeltető alapítvány tehát a megőrzés elsődleges funkciója mellett kiemelt szerepet rendel az oktatásnak, ismeretátadásnak, illetve a forrásgyűjtésnek.

## 3. Sikeres örökségattrakció

Mivel jó gyakorlatokat bemutatására vállalkozunk, elsőként fontos tisztáznunk, hogy mit tekintünk jó példának. Mi a siker mércéje?

A bevétel fontos, de összehasonlító elemzésre nem alkalmas. A rendezvények száma vagy a látogatószám az eltérő méretek, a másféle lehetőségek, a különböző adottságok miatt nem megfelelő, bár utóbbit gyakran alkalmazzák. A „túrturizmus” (*Übertourismus* vö. *Overtourism*) jelenségének ismeretében a magas látogatószám akár kedvezőtlen értékelést is kiválthat. Az élménygazdaság, élményturizmus korában a sikeresség egyik legfontosabb mércéje az átélt élmények milyensége, mélysége és tartóssága. Ennek objektív, összehasonlításra alkalmas mérése nehézségekbe ütközik, hiszen a turisztikai élmény személyes jellegű: a turisztikai szolgáltatáson kívül meghatározza a turista személyisége, korábbi élményei, elvárásai, továbbá számos külső tényező, amelyek jelentős része, mint az időjárás, a többi látogató (idegenek és a vele utazók) viselkedése, a működtető által nem befolyásolható. Az élmény kialakításában a vendég maga is aktívan részt vesz. Az élményszolgáltatás csak akkor működik, élmény csak akkor teremődik, ha a fogyasztó képes és hajlandó az elmerülésre, az élménybevonódásra. (ZÁTORI 2018)

A jövedelmezőség, látogatottság, ismertség, élményfaktor stb. szempontjait figyelembe véve egy vonzerő teljesítményének elemzése alapján az alábbi tulajdonságokkal jellemezhetjük a sikeres attrakciókat (PUCZKÓ – RÁTZ 2017):

- Motivált, elkötelezett, hiteles és felkészült munkatársak, akik magas színvonalon képesek a látogatók kiszolgálására, a látogatói igények és elvárások kielégítésre.
- Vonzó és gondozott, az élményígéretnek megfelelő környezet, létesítmények és szolgáltatások.
- Lokális beágyazottság; a „hely szellemére” építkező, innovatív kínálat.
- A célcsoport(ok)nak megfelelő tartalmú szolgáltatások; szegmensekre kialakított kommunikáció a látogatás előtt, alatt és után.
- Magas színvonalú, a szegmensekre fókuszáló kiegészítő, azaz kényelmi (parkoló, mosdók, ruhatár, pelenkázó,) illetve kereskedelmi szolgáltatások (vendéglátás, ajándékbolt, rendezvényhelyszínek, rendezvényszervezés).
- Központban a látogatók szórakoztatása áll mind az interpretáció, mind az események vonatkozásában.

Az örökségturisztikai attrakciók esetében további speciális elvárás a múlt hiteles rekonstrukciója és prezentációja a ma embere számára. A *korhű, korabeli, autentikus* kifejezések csak kevesek számára hívószavak; a történelmi-műemléki környezet, az „eredeti épület/tárgy” nem elegendő vonzerő. Vonzóvá akkor válik, ha életre tudjuk kelteni. A turista mindenekelőtt arra kíváncsi, hogy ő maga mit élhet meg mai látogatása során a történelmi miliőben. Számára a történelemben a hétköznapi ember érdekes, akivel azonosulni tud. A jelen megélhető terébe kell integrálni a múlt egyszervolt-tereit, mégpedig átjárható módon, élményszerűen és feltétlenül hitelesen.

Am a múlt értelmezése a szemlélőtől – egyéniségétől, kultúrájától, tudásától, pillanatnyi állapotától – függően változhat, így az örökségattrakció üzemeltetőinek komoly felelőssége, hogy mit és hogyan mutatnak be a vonzerő történetéből. További kihívást jelent, hogy az örökségi helyszínek többségében nem turisztikai céllal épültek – így a várak sem. Nagy részük műemléki védelem alatt áll, ami egyértelmű kööttséget jelent az attrakciómenedzsment számára: megkerülhetetlen kompromisszumokat a megőrzés és látogathatóság között. Ugyanakkor olyan potenciált is, ami más turisztikai termékek esetében nem adott: biztos alapot, amire építkezni lehet – elsősorban az élményszolgáltatás eszközeivel.

Az 1.3. pontban bemutatott „élő vár” modell és a sikeresség kritériumai között átfedés fedezhető fel. Az „élő vár” modell ugyanis a példaértékűen, fenntarthatóan és felelősen üzemeltetett, azaz sikeres örökségturisztikai termék modellje.

#### 4. Az „élő vár” eszköztára

A továbbiakban a németországi Várak Útja példáin keresztül folytatjuk a vizsgálatot. A vonzerő fokozásának, a sikeres működtetésnek a módszereit igyekszünk megtalálni, az innovatív megoldásokat helyezve fókuszba. Az innováció, az újdonság az élményígéret meghatározó faktora; a ráépülő, változatos, egymást kiegészítő, mozaikos kínálat a sikeres turisztikai termékfejlesztés egyik alapelve.

##### 4.1 Interpretációs eszközök és technikák

Az interpretáció informáláson alapuló felfedezést jelent. Fő célja nem az irányítás, hanem a provokálás és az inspirálás. A jó interpretáció szórakoztató, tartalmas, szervezett és beazonosítható téma köré épül. Az innovatív, multiszenzorális és interdiszciplináris bemutatás az élményszolgáltatás alapja. Egy attrakció leghatékonyabban történetek segítségével válik megélhetővé, mert az interpretatív történetek a bevonódás lehetőségét teremtik meg. Az élménybevonódás az élmény emlékezetességét, az emlékkeremtést alapozza meg.



Az emlékezetes élmények pedig visszatérésre sarkallnak és erősítik a pozitív szájpropagandát (PUCZKÓ – RÁTZ 2017, ZÁTORI 2018).

Az 2. ábra mutatja, hogy a vizsgált várak rendkívül gazdag interpretációs készlettel dolgoznak. A változatos módszerek garantálják, hogy elérjék a látogató ingerküszöbét, megalapozzák a bevonódást, eljussanak az élményteremtéshez.

## 2. ábra: Interpretációs eszközök a Várak Útja (Németország) három várában

Interpretációs módszerek	Rothenburg	Rabenstein	Heldburg
önvezetési út	X	X	X
vezetett látogatás	X	X	X
vezetés audio quide segítségével	X		
önvezetési út táblák és vendégkísérő anyagok (leírás/tablet) segítségével	X		X
demonstráció	X	X	X
felelevenítés előadás formájában	X	X	X
felelevenítése a látogató részvételével	X	X	X
felelevenítés beöltözéssel	X		
karakterbe helyezés	X		
a látogató beöltöztetése	X		
szuvenírként megvásárolható eszközök	X	X	X
helyszín-rekonstrukció	X	X	X
makettek, modellek, rekonstrukciók	X		X
tapintható/kipróbálható kiállítási darabok	X	X	X
„érints meg” eszközök, display-k	X		X
film, diashow, dioráma, hologram	X		X
hangeffektek/zene	X	X	X
fényeffektek	X	X	
illatok, szagok	X	X	
színek	X		X
távcsövek, kronoszkópok	X		
kilátók	X	X	X

*Forrás: Honlapok és személyes tapasztalat. Saját szerkesztés.*

## 4.2 Tárlatok, múzeumok a váron belül

A múzeum a kultúráközvetítés egyik helyszíne. Mai funkciói lényegesen meghaladják a hagyományos gyűjtés-konzerválás-kiállítás hármass feladatát. A tanulás, a képzés és az átélés színhelye; „jó hely”, ahol jó lenni, azaz a „wellbeing” színtere; a társadalmi érzékenyítés eszköze. A múzeumokkal szemben is létező látogatói elvárás az élményszerűség, a szórakoztatás, továbbá a tanítás-ismeretbővítés, a szociális és kommunikációs kompetenciák fejlesztése, az érzékenyítés. Felmérésekből tudjuk, hogy a látogató alapvetésnek tekinti és elvárja, hogy a várakban, örökségi helyszíneken legyen a műemléket, annak történetét bemutató tárlat – bár nem emiatt keresi fel (BODNÁR-JÁSZBRERÉNYI 2017, GÁSZNÉ 2019). Egy tartalmában és látványában attraktív kiállítás fokozza az elégedettséget, erősíti a bizalmat, növeli a tartózkodási időt. A kiállítás kiegészítője vagy alternatívája a rekonstruált életterek kialakítása. Érdekes mindkettőt kalandelemekkel, „sztorikkal”, változatos szolgáltatásokkal felszerelni. Fontos – bár a történet, történelem nem változik – a rendszeres megújulás, megújítás!

Rothenburgban rendkívül gazdag és változatos, széles érdeklődésre számot tartó tárlatok várják az vendégeket: Német Karácsonyi Múzeum; Középkori Kriminálisztikai Múzeum; helytörténeti tárlat a Rothenburg Múzeumban; helyi népművészet bemutatására épülő Juhászok Tánca Múzeum (*Schäfertanzmuseum*); Tömlöcmúzeum (*Gewölbemuseum*); a Városháza látogatható termei és tornya; Régi Iparosház (*Alt Rothenburger Handwerkshaus*); 12 kézműves-kiállítás, képzőművészeti galéria és kiállítóterem. A választék eleve sugallja, hogy egyetlen nap, egyetlen látogatás nem elegendő, vissza kell térni!

Heldburgban egy laikusokat és szakembereket egyaránt megszólító, komoly szakmai munkát folytató múzeumot alakítottak ki, amelyet évente frissítenek.

Rabensteinban az enteriőrök mellett döntöttek: vezetéssel látogatható a díszterem, a fegyvertár és a lovagterem, továbbá a „várban élni” érzést kínálják a szálloda és az étterem szolgáltatásai, a számos program és környéken tett kirándulások által.

## 4.3 Időszaki kiállítások

Mint dinamikus, a fő témáról leválasztható, változatos lehetőségeket kínáló eszköz, az időszaki kiállítás rendezése számos pozitív hatással bír: új látogatói rétegeket szólít meg; növeli a tartózkodási időt; ellensúlyozza a szezonaritást; a hivatalos és a közösségi médiában is jól prezentálható; fokozza a látogatói elégedettséget és élményt; aktivizálja a helyi lakosokat; segíti az érdeklődés fenntartását; visszatérésre sarkall. Mindez akkor működik, ha a teljesülnek a múzeumokkal kapcsolatban fentebb megfogalmazott elvárások.

Mindössze két hónapig volt látható Heldburgban Németország legrégebb, 1200-as években készült, töredékes formában fentmaradt falfestménye, ami egy lovagi ütközetet ábrázol. A megnyitó alkalmából kétnapos konferenciát szerveztek rangos kutatók részvételével. A kiállítást rendkívüli sajtófigyelem kísérte.

2019-2021 Rothenburgban a „tájkert” témaévei (*Rothenburg als Landschaftsgarten*). Előzetes bejelentkezéssel a kisváros lakói beengedik a látogatókat privát kertjeikbe. A témaévek egyik attrakciója a *Pittoresk!* című időszaki kiállítás, amelyet a Rothenburg Múzeum szervez és a három év alatt többször átrendez. A kiállítás célja a „must see” látnivalókon túl egy másik perspektívából is bemutatni a festői várost: a 18. századtól a jelenkorig állítanak ki műalkotásokat, és ismertetik meg festők, írók, építészek és várostervezők munkáját.

#### 4.4 Múzeumpedagógia/andragógiai program

A múzeumokkal kapcsolatos elvárások átrendeződésével felismerték, hogy a múzeum az élethosszig tartó tanulás egyik alkalmas helyszíne. A múzeumpedagógia önálló módszer: nem az alapismeretek, alapfogalmak közvetítése, nem a nevelés a célja, hanem az elgondolkodtatás, a mélyebb tartalmak és összefüggések feltárása, a keretbe helyezés – élményszerűen, szórakoztatva! Fontos feladata a tudomány demisztifikálása. A múzeumi tanulásnak négy módját különböztetjük meg a látogató bevonódása alapján: szemlélődés, megértés, felfedezés, interakció (KOLTAI 2010, NETTKE 2017). Kiemelkedő a szerepe az új generációk múzeumhoz szoktatásában. A múzeumandragógia kevesebb figyelmet kap, holott igény van, illetve lenne rá.

Érdeemes a múzeumpedagógiai programokat kiterjeszteni az élményturizmus színterére, azaz nem csak osztálykiránduló csoportok, hanem családok, felnőttek számára is kínálni, mivel a megértést és a rögzítést segíti, és interaktivitása által élményteremtő hatása van.

Mindhárom vár kínálatában található gazdag múzeumpedagógia anyag. Heldburgban arra is van lehetőség, hogy a látogató kezdeményezzen: meghatározza, hogy a várak témakörön belül pontosan mi érdeklő és milyen mélységben. Iskolai csoportokon kívül baráti társaságok, egyesületek, családok is élhetnek a lehetőséggel.

#### 4.5 Programok

A különböző típusú programok szervezése szoros kapcsolatban áll a kreatív kínálattal és fesztiválokkal, ideális esetben a múzeumpedagógiai kínálattal is. Elsősorban élményfokozó eszköz, de az időszakos kiállításokhoz hasonlóan új szegmensek megszólítására, média-jelenlétre, a tartózkodási idő növelésére is alkalmasak. Mivel díjért is értékesíthetők, közvetlen bevételtermelő hatásuk van. Erős és kétirányú lokális hatással bírnak: a programokba előadóként, animátorként, ugyanakkor vendégként is bevonható a helyi lakosság.

- Kulturális programok

Rabensteinban várkoncerteken vehetnek részt a vendégek a lovagteremben, a kandallós teremben és a vár melletti cseppkőbarlangban. Rothenburgban a Német Karácsonyi Múzeumban rendszeresen szerveznek a tudományos- és gyűjtőmunka eredményeit prezentáló szakvezetéseket. Heldburgban több pazar kialakítású, ugyanakkor modern technikával felszerelt terem áll rendelkezésre koncertek, előadások, konferenciák lebonyolítására.

- Sportprogramok

A rabensteini várkertben számos aktív programot kínálnak, – ezek némelyike már inkább kalandos kihívás, mint sportfeladat – többek között íjászatot és fejszedobást, lovagi tornát, *Játék határok nélkül*-kihívást, sőt szappanos dobozokból való építkezést.

Rothenburgban a várfalséta és a kertek felkeresése a kényelmes, a segway túrák a kalandos, a Tauber folyó völgyében vezető, 21 különböző építésű és rendeltetésű malom felkeresése az egész napos mozgást kínálja. Innovatív ötlet a *Menekülés a toronyba*-program, amit szó szerint kell érteni. A tömegek és hétköznapi kihívások előtt másfél órára a vártoronyba zárkozhatunk, relaxáló gyakorlatokat végezve: mélylázulás és kikapcsolódás.

- Szórakoztató- és kalandprogramok

Rothenburgban rendkívül ötletes tematikus idegenvezetések közül választhatunk. Például a történet alapokra épülő szellemjárás sétán 1399-be megyünk vissza, a babonák, a korabeli jog és medicina világába. De indulhatunk 1500-ba is: Walburgát kísérjük el, aki az esküvőjére készülődve vásárol. Közben mesél a szokásokról, ünnepekről, szabályokról, büntetésekről, egy iparos család mindennapjairól. A kihívásokra vágyó kalandozókat a várkertben erdei mászópálya vagy hólégballon-utazás is várja.

- Pihenés lehetősége – kötelező fogyasztás nélkül

Rabensteinban a várkert és annak közösségi játékaik szabadon használhatók. Rothenburgban a városfal és a várudvar közösségi terei nyitottak. A játszótérek, sportpályák, piknikezésre alkalmas padok és asztalok ingyenesen állnak rendelkezésre.

#### 4.6 Fesztiválok

A fesztiválok rendkívül népszerűek. Látogatói oldalról a változatos, komplex és egyszeri (még ha évente ismétlődő rendezvényről is van szó) élmény lehetőségét jelenti. Szolgáltatói szempontból: imázsépítő hatással bírnak; látogatószámot generálnak; növelik a tartózkodási időt és a költést; új szegmenseket érnek el; képesek szezonon kívül is jelentős vendégérkezést kiváltani; visszatérésre sarkallnak; jelentős és tartós média-megjelenést indukálnak (az esemény lezajlása után is); népszerűek a közösségi médiában; a publicitás által erősíthetik a szponzorációt; tudatosítják az attrakció létét, értékét. Nem csak a látnivaló, hanem a desztináció fejlődésére is hatnak.

A Várak Útja egyesületi tagsággal járó kötelezettség, hogy az egyes tagok fesztiváljai összehangoltan, minden évben ugyanazon a hétvégén kerülnek megrendezésre.

Rothenburgban minden második-harmadik hétvégén szerveznek valamilyen fesztivált. Néhány ötletes példa a teljesség igénye nélkül: a Stadtmosphäre (*Városi Szféra/Hangulat*) fesztiválon április utolsó hétvégéjén zenészek, művészek, divatbemutatók és autókiállítások csalogatják a vendégeket; a Rothenburgi Túraheteket évente kétszer, tavasszal és ősszel rendezik meg; a Romantikus Valentin-nap keretében gyertyafényes estét szerveznek a várkertben; a Kocsmafesztivál jazz- és rockzenével várja a fiatalokat és a „mindig fiatalokat”; szeptember első hétvégéjén középkori táborra alakul át a város, 27 történelmi egyesület népesíti be a város utcáit és veri fel sátraikat a várkertben. Látványos attrakció a péntek esti kosztümös felvonulás, illetve a szombat esti fáklyás menet, amit tematikus tűzijáték zár *Az égő város* címmel.

Heldburgban és Rabensteinban évente kétszer rendeznek középkori vásárt, ahol a korabeli esemény minden eleme megelevenedik.

#### 4.7 Szolgáltatás-fejlesztés

Az alapvető szolgáltatások megléte nélkül nem beszélhetünk turisztikai attrakcióról: megközelíthetőség, energia- és vízellátás, higiénés lehetőségek, biztonságos környezet. A turisztikai infrastruktúra a vonzerő értékesítését teszi lehetővé. Az elsődleges szuprastruktúra, (szállás és étkezés), valamint a másodlagos szuprastruktúra (kiskereskedelem, kiegészítő szolgáltatások) tartják ott a vendéget, és generálnak többletbevételt (MICHALKÓ 2012). Egyes szolgáltatások külön díjért is értékesíthetők, közvetlen bevételtermelő hatásuk van az élményfokozáson kívül (játszószoba animátorral; beöltözés).

A szolgáltatás fogalmát értelmezhetjük tágan: minden, ami a vendég bizonyos igényeit kielégíti. A szolgáltatás-fejlesztés nem feltétlenül jár együtt komoly beruházással (programgazdákkal közösen kidolgozott időtöltési lehetőségek; gyereknyelven megszólaló várvezetés), de tény, hogy általában jelentős erőforrásokat igényelnek. Ugyanakkor örökségi attrakciónál a szabályozási keretek és adottságok miatt bizonyos fejlesztések eleve nem megvalósíthatók.

Szolgáltatás-fejlesztéssel biztosítható az attrakció több lábbon állása. A több funkció kiegészíti egymást, hatásuk szinergikus. Optimális alapot biztosítanak a csomagajánlatokhoz; bár a hiányzó készségek együttműködésekkel pótolhatók. A 3. ábra foglalja össze a három vár kínálatát: a teljes szolgáltatási rendszer működését partnerekkel oldják meg.

**3. ábra: Elsődleges és másodlagos szuprastruktúra a vizsgált várakban**

<b>Kiegészítő szolgáltatás</b>	<b>Rothenburg</b>	<b>Rabenstein</b>	<b>Heldburg</b>
Vendéglátás  Gasztronómiai kínálat	- a belvárosban számos különböző stílusú és árfekvésű étterem  - helyi és nemzetközi konyha; egyszerű, hagyományos ételektől a művészi kreációkig - közös elkészítés mint program - tematikus napok/estek	- sörkert helyi ételekkel - fine-dinig étterem  - tematikus vacsoraestek, gyakran zenei kísérettel	- pihenőszoba étel-melegítési lehetőséggel, asztalokkal (ingyenes)  - kizárólag rendezvények keretében - környékbeli vendéglátókat ajánlják
Szállás	- a várban nincs szálláslehetőség - a városban és környékén: kemping, lakóautó; családi panziók; vendégfogadók; ifjúsági szállások; nyaralók; hotelek (besorolás nélkül - ****)	- a várban: Rabenstein Hotel - a városban és környékén: családi panziók; vendégfogadók; nyaralók	- a várban nincs szálláslehetőség - a városban és környékén: vendégfogadók; vendégfogadók; nyaralók
Rendezvényhelyszín	- számos lehetőség a városban és a várkertben - szabadtéri színpad - templomok	- a vár különböző termei - várkert - park: benne kelta falu - cseppkőbarlang - solymászat Minden egység bérelhető.	- templomterem ( <i>Kirchensaal</i> ) - a vár termei - kastély - várudvar Minden egység bérelhető.
Kereskedelmi egység	- számos üzlet a városban (helyi kiskereskedők)	- ajándékbolt a várkertben	- múzeumi bolt

*Forrás: Honlapok és személyes tapasztalat. Saját szerkesztés.*

Jellemző, hogy minden ajándékboltban a saját emléktárgyak mellett a Várak Útja szuvenirjei is megvásárolhatók – a rothenburgi kiskereskedőknél is.

#### 4.8 Kreatív kínálat

Kézműveskedés, hobbitevékenységek, DIY-programok – gyakran csakis a gyermekeknek szóló programajánlat részei. Holott a felnőtt látogató is hajlandó költeni a kézműves programokra, iparművészeti tevékenység kipróbálására, szívesen vesz részt fizikai aktivitást kívánó kihívásban, játékokban (BODNÁR-JÁSZBERÉNYI 2017).

A 2000-es évektől beszélünk kreatív turizmusról, amelynek kényelmes és inspiráló helyszínei a várak. A fogyasztók nem elégednek meg a személyre szabott élménykínálattal (első generációs élmények), hanem a közös értékteremtés folyamata során azok létrehozásában (második generációs élmények) is közreműködnek. A kreativitásukat fejlesztik azáltal, hogy aktívan részt vesznek olyan ismeretadó élményekben, amelyek jellemzőek az adott üdülési desztinációra. Fontos felismerni, hogy az egyedi és innovatív hozzáállás mind a szolgáltatókkal (erőforrásaikat kreatívan kell használniuk, hogy biztosítsák az aktív részvételt), mind a turistákkal (kreatív elmélyülésre van szükségük látogatás során) szemben követelmény (RICHARDS 2017).

A kreatív tevékenység az élmények fokozásában, azok átélésében, a hosszú távon ható élmények- emlékek (magával vitt saját készítésű „termék”) megteremtésében, valamint a tartózkodási idő növelésben segít.

Rothenburgban többféle kézműves foglalkozást kínálnak. Népszerű az állatfigurák modellezése csokoládéból, amelyet csokoládé-kóstoló egészít ki. A több generáció óta a család által működtetett pékségben peracet süthet a vendég, melyet egy csésze kávé mellett fogyaszthat el. A gyapjúfilc-készítés is népszerű program, amelynek végén SK-sállal távozhat a résztvevő.

#### 4.9 Hálózatosodás, együttműködések

Előnyeit az 1.2 pontban részletesen bemutattuk. Néhány gyakorlati példa a három várból:

A helyi összefogásra jó példa a már említett Walburga-séta Rothenburgban, ahol a tematikus idegenvezetés során a boltokba is bekísérik a résztvevőket. A Mesevarázs Fesztivál idején, november első hétvégéjén minden a meséről szól: zenei programok, könyvbemutatók, tematikus városi séták, az éttermek és üzletek kínálata. A felnőtteknek írt mesékről sem feledkeznek meg.

Rothenburg a Várak Útja mellett tagja a Szent Jakab Zarándokútnak, a Tauber Kerékpárútnak, valamint a Würzburgtól Füssenig vezető Romantikus Útnak (*Romantische Straße*); Heldburg pedig a Thüringiai Várút állomása is. Rabenstein elsősorban szállodákat tömörítő szervezetekhez csatlakozott, de szoros együttműködésben dolgozik a környékbeli szolgáltatókkal, mint sportszervezők, sörfőzdék, kelta hagyományőrzők stb.

### 5. A várak a kulturális turizmus ideális helyszínei

A sikertényezők vizsgálatakor megállapítottuk, hogy az örökségturizmus komoly kihívások elé állítja a szolgáltatókat. Kompromisszumokra kötelez – törvényi szabályozás által is – a megőrzés érdekében. Ugyanakkor egyedülálló lehetőségeket is nyújt az attraktív, élményszerű látogatás megteremtéséhez (PUCZKÓ – RÁTZ 2017). A különböző szakirodalmi csoportosítások vizsgálatával és a bemutatott várak konkrét példáival a fejezet címében megfogalmazott kijelentés alátámasztására vállalkozunk.

A vonzerők különböző szempontú csoportosításai közül a látogató élménye szerinti besorolást emeljük ki:

- Kulturális és történelmi vonzerők csoportja: nem kíván magyarázatot. A kínálat elemzése viszont feltárta, hogy más attrakció-típusokkal is operálnak a várak.
- Természeti vonzerők csoportja: Rabenstein cseppkőbarlangja; Rothenburg nyitott kertjei; Heldburg vártornyából nyíló pazar kilátás.
- Kikapcsolódás/szórakozás csoport: a cél a szabadidő kellemes, a megszokott környezettől eltérő közegben való eltöltése, nincs egyéb speciális indíttatás: Rothenburgban egy romantikus ázsiai kertben, vízésések között, 120 rejtett ülőhely valamelyikén kortyolgathatjuk a kávékat.
- Borzongató élmények csoportja: mozgatórugó a biztonságos körülmények közötti izgalom, félelem vágya: „hátborzongató vacsora” Drakulával, Frankenstein-nel és társaikkal Rabenstein várában.

Az utazási motiváció ritkán tiszta, általában összetett, indirekt indítékról van szó: az örökségturistáknál jóval többen nézik meg a felkeresett desztináció várát. A kulturális motiváció az utazások döntő többségénél elsődleges indíték; másodlagos célként pedig gyakorlatilag minden utazónál fellelhető. Lohmann *Kultururlauber* (kulturális turista) és *Auch-Kultururlauber* (kulturális turista is) kategóriákat alkalmaz (LOHMANN 1999, MT ZRT 2008, BODNÁR – JÁSZBERÉNYI 2017, CSAPÓ et al. 2018, GÁSZNÉ 2019, GAJDA 2020). Jellemző, hogy a nem kulturális céllal utazók is felkeresik adott desztináció várát, jelentős műemlékét.

A várak megfelelnek a kulturális turizmus négy alapvető jellemzőjének is (SCHMITT – LINKE 2017):

- a turista érdeklődése a kultúra iránt: maga a várlátogatás.
- kulturális intézmények meglátogatása: a vármúzeum része a kulturális intézményi infrastruktúrának, de a várak más intézményeknek is helyet adhatnak, amelyek ezáltal többlettartalommal telítődnek. A rothenburgi *Toppler Theater* szabadtéri színpadán kifejezetten ide írt darabokat mutatnak be, és kulisszaként használják az eredeti épületeket.
- kulturális rendezvények látogatása: A Mesterivás Történelmi Ünnepi Játék (*Meistertrunk*) a 30 éves háború egy eseményét mutatja be, amikor Tilly tábornok elfoglalja a várost. Végül nem pusztítja el, mert az öreg polgármester kivívja a tiszteletét. Nusch ugyanis egy húzásra három és negyed litert sört dönt magába! A történetet a város utcáin többszáz hagyományörző eleveníti fel pünkösdkor. A rendezvény 2014 óta a Szellemi Kulturális Világörökség része.
- megalapozott információ-közvetítés: Rothenburgban a Középkori Kriminálisztikai Múzeumban nemcsak a kínzóeszközöket ismerheti meg a látogató, hanem mint az egyik legjelentősebb német jogtörténeti gyűjteményben, áttekintést kap a jog fejlődésének legutóbbi ezer évéről.

A kultúra megjelenése szerinti felosztás alapján besorolt klasszikus kulturális vonzerők mindegyike releváns a várakban (GONDA 2016).

Példák az épületek, műemlékek, művészeti alkotások, használati tárgyak bemutatására:

Heldburgban a Várak Múzeumában maga vár és annak épületelemei a kiállítás szerves részei. A középkori használati eszközök másolatai múzeumpedagógiai foglalkozás keretében a gyakorlatban is kipróbálhatók.

Rothenburgban a városmag épületein tábla jelzi azok korabeli funkcióját.

Példák a mindennapi életben megjelenő kultúra bemutatására:

- Heldburgban az aktuális időszaki kiállítás fél évig, a kevésbé forgalmas őszi és a téli hónapokban látogatható: közmondások, idiómák eredetét ismerteti. A kiállításhoz értékes katalógus is készült, amelyet a múzeumi boltban kínálnak. Az egyik bálteremben egy terített asztalt körbejárva ismerheti meg a látogató, hogy ki és hol kapott helyet az asztalnál, mi volt a menü, azaz térben is érzékelheti a korabeli hangulatot.
- Rabenstein várában zenés vacsoraestek várják a látogatókat a legkülönbözőbb zenei irányzatokkal, így a kandalló mellé szervezett Mozart-esttől a soul zenével kísért vacsorán át a kertben megtartott kelta lakomáig.
- Rothenburgban vezetett városnézésre indulhatunk dalnokok kíséretében, akik lanton játszanak. Felpróbálhatunk a középkori ruhákat, páncélingeket, sisakokat is.

Példák a megelevenített kultúra bemutatására:

- Rothenburgban a város főállású éjjeliőrt foglalkoztat. Minden este kiáll a városháza lépcsőjére autentikus öltözékben, alabárdal és lámpással a kezében, elmeséli a város történetét, megfújja a kürtjét és körbejárja a várost – kétszer ismétli, németül és angolul. A várkertben az ott lezajlott csatákról olvashatunk. Egy gombnyomással hallhatjuk a fülsüketítő csatazajt és máris a harctér közepén állunk... Ha pedig még borzongatóbb élményre vágyunk, „bezárkózhatunk” egy középkori cellába a városháza alatti alagútrendszerben.
- Rabenstein várában kosztümös jelenetek formájában mutatják be a vár mindennapi életét. Heldburgban csatákat idézhetünk fel makettek segítségével, Playmobil-figurákkal el is játszhatjuk azokat.

Mindhárom várban rendeznek középkori vásárokat, ahol dramatizált formában, szerepjátékok segítségével elevenítik fel a múltat.

A kulturális motiváltság magas arányát a kulturális turizmus három mozgatórugója indokolja (CSAPÓ, J. – MATESZ, K. 2007). A művelődés szándéka miatt keresünk fel történelmi helyszíneket, művészettörténeti szempontból izgalmas attrakciókat. Heldburgban, a Német Vármúzeum a várak építészeti fejlődéstörténetét, és a várlakók kultúráját, mindennapi életét mutatja be. A múzeum munkatársai aktív tudományos munkát végeznek.

A hit zárandoklatok, vallási-vallástörténeti szempontból jelentős helyszínek felkeresésére indít. Rothenburg a Szent Jakab zárandokút egyik állomása. A Szent Jakab templom „Radwegkirche”, azaz kerékpárút mellett elhelyezkedő templom minősítéssel rendelkezik. 2009-ben az evangélikus egyház javaslatára minősítették a kerékpárutak mellett elhelyezkedő templomokat. Minősítési szempont az úthoz való közelség, megbízható nyitvatartás, látogatók barátságos fogadása a megfelelő kiszolgáló egységek megléte (mosdók, ivóvíz), kerékpárok, csomagok tárolásának lehetősége stb.

A szórakozás szándéka a mai és egykori helyi emberek megismerésére ösztönöz. Rothenburgban évente kétszer rendezik meg a „Juhászok tánca” elnevezésű rendezvényt, ahol az ősi tánclépéseken kívül a muzeális értékű, korabeli ruhákat is megcsodálhatjuk, amelyeket a Juhászok Tánca Múzeum őriz. A Középkori Kriminálisztikai Múzeumban az állandó és időszaki kiállításokban is ötvözik a hagyomány, a babonák és tudomány elemeit. Áruklodó az aktuális kiállítás címe: *Kutya és macska – farkas és veréb. Az állatok szerepe a jogtörténetben.*



További mozgatórugónak véljük az identitáskeresés vagy identitás-megerősítés igényét, amelyre a kulturális turizmus, elsősorban az etnikai turizmus és az örökségturizmus termékeivel képes reagálni. A jelen sok esetben nem elégíti ki az emberi-kulturális-társadalmi igényeket, ezért az emberek a múlt felé fordulnak, akár igazolást, akár biztos fogódzót keresve. Mindkét turisztikai termék segíthet annak megválaszolásában, hogy ki vagyok én, hol a helyem a világban (GÁSZNÉ 2020). Ugyanakkor a történelmi emlékhelyek alkalmasak a hazaszeretet és nemzeti identitás erősítésére is. Heldburgban, talán a 20. századi története miatt, különösen jelen van ez az erő. A pénztárnál igényelhető egy kérdőív, amelynek kitöltésével mérni lehet, hogy milyen tudásban gazdagodott a látogató.

## Összefoglalás

A német Várak Útja három vára számos innovatív példával szolgál a történelmi helyszínek élményközpontú üzemeltetésre. Megállapítható, hogy az újszerű ötletek sikere mindenekelőtt a szemléletben keresendő: fókuszban a látogatói élmény, a vendégkompetencia áll. A siker másik jelentős tényezője az együttműködési képesség és hajlandóság a multidimenzionális vendégélmény és a teljesszerű szolgáltatáskínálat érdekében.

A vizsgálat igazolta azt a feltevést is, hogy a várak kifejezetten alkalmasak a kulturális turizmus termékcsoport jellegzetes termékeinek a befogadására. Láttunk példákat örökségturisztikai termékekre – mind az anyagi vagy épített örökség (Német Vármúzeum Heldburgban), mind a szellemi örökség (Mesterivás Ünnepi Játékok - *Der Meistertrunk*) köréből. A várak településképző szerepüknek köszönhetően kiváló célpontjai kulturális körutazásoknak, városlátogatásoknak. A legjobb példa éppen Rothenburg, ahol az elpusztult vár szerepét a városfallal körbevett óváros vette át. Az etnikai-vallási turizmus innovatív példája a Rothenburgon is áthaladó Kerékpáros Templomok Útja (*Radwegkirche*). Az ifjúsági turizmus a tematikus vezetések, múzeumpedagógia foglalkozások által folyamatosan jelen van a várakban; Heldburgban nyári táborokat is szerveznek különböző témakörökben; Rothenburg pedig hagyományosan a díjazott amerikai középiskolai zenekarok európai túrájának utolsó állomása. Az eseményturizmusról egyetlen vár sem mond le, az okokat megismerhettük a 4.6. pontban: imázsépítő hatás; magas és koncentrált látogatószám indukálása, akár szezonon kívül; tartózkodási idő és a költés növelése; visszatérő látogatások; népszerű a médiában; ráirányítja a figyelmet az attrakcióra. Ugyanakkor a fesztiválok is gyarapodnak a várak, örökségi helyszínek különleges történelmi környezetében: a rendezvény kulisszája növeli az élményfaktort. A kulturális tematikus utak és a várak gyümölcsöző kapcsolatára maga a tanulmány vizsgálati tárgya, a csaknem 70 éve működő Burgenstraße – Várak Útja a bizonyíték.

## Irodalomjegyzék

BERKI, M. – GONDA, T. (2006): A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozicionálása. In: *Földrajzi Értesítő (1952-2008)* 55. 1-2. pp. 127-140. Letöltve: 2020. szeptember 16. Forrás: [http://www.mtafki.hu/konyvtar/kiadv/FE2006/FE20061-2\\_127-140.pdf](http://www.mtafki.hu/konyvtar/kiadv/FE2006/FE20061-2_127-140.pdf)

BODNÁR, D. – JÁSZBERÉNYI, M. (2017): „Gyöngyszemek”, *kastélyok és várak iránti attitűd vizsgálata feltáró kutatás keretében*. Budapesti Corvinus Egyetem. Személyesen felhasználásra bocsátva: 2018. április 21-én.

- CSAPÓ, J. – GERDESICS, V. – GONDA, T. – RAFFAY, Z. – TÖRŐCSIK, M. (2018): *Turizmus. A magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal*. Kézirat. [Számítógép-fájl]. EFOP-3.6.1-16-2016-00004, Pécs, PTE KTK, pp.115. Letöltve: 2020. szeptember 6. Forrás: [https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/efop\\_generaciok\\_alptanulmany\\_turizmus\\_2018\\_0.pdf](https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/efop_generaciok_alptanulmany_turizmus_2018_0.pdf)
- CSAPÓ, J.- MATESZ, K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. In: *Földrajzi Értesítő* 2007. 56. 3-4. pp. 291-301. Letöltve: 2020. szeptember 6. Forrás: [http://www.mtafk.hu/konyvtar/kiadv/FE2007/FE20073-4\\_291-301.pdf](http://www.mtafk.hu/konyvtar/kiadv/FE2007/FE20073-4_291-301.pdf)
- DEÁK, A. (2019): *Hogyan lesz élő egy tematikus út? Tematikus utak kialakításának és üzemeltetésének tapasztalatai*. Letöltve: 2020. október 21. Forrás: [https://www.tkka.hu/assets/files/deak\\_attila.pdf](https://www.tkka.hu/assets/files/deak_attila.pdf)
- DTV (2017): *Qualitätskriterien für deutsche Ferienstrassen*. Letöltve: 2020. szeptember 26. Forrás: [https://www.deuschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Bilder/Logos/Logos\\_Ferienstrassen/Qualitaetskriterien\\_fuer\\_Deutsche\\_Ferienstrassen\\_170124.pdf](https://www.deuschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Bilder/Logos/Logos_Ferienstrassen/Qualitaetskriterien_fuer_Deutsche_Ferienstrassen_170124.pdf)
- GÁSZNÉ, B. B. (2019): Élő várak a Dél-Dunántúlon –Elevenek a turisztikai köztudatban is? In: Wirth, G. – Köbli, Á. (szerk.): *Huncastle*. (pp.: 51-62.). Budapest, 2019.
- GÁSZNÉ, B. B. (2020): Dél-Dunántúl, a kulturális turisztikai régió? In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 2020. V. évf. III.szám. pp.74-90.
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécs, PTE KPVK
- GONDA, T. – B. AUBERT, J. – PÁLFI, A.: Tematikus utak jellemzői és azok szerepe a turisztikai termékfejlesztésben. In: *Tudásmenedzsment*. XVII: évf. I. szám. pp: 228-241.
- HEINZE, TH. (1999): Konzeptionelle und marketingstrategische Überlegungen zum (regionalen) Kulturtourismus. In: Heinze, Th. (szerk.): *Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien*. München, 1999. pp. 1-16.
- HEUWINKEL, K. (2019): *Tourismussoziologie*. München, UVK Verlag.
- JANCSIK, A. (2014): Kultúra és versenyképesség a turizmusban. In: Jászberényi, M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest, Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó. pp: 46-64.
- JÁSZBERÉNYI, M. (2014): A kulturális turizmus elméleti hátttere. In: Jászberényi, M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest, Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó. pp. 11-22.
- KOLTAI, ZS. (2010): *A múzeumi kultúrákövetítés változó világa*. Veszprém, Iskolakultúra.
- LAUER, M. (2016): *Das Ziel – gastliche Kompetenz als Marke!?* Előadás 2016. november 17. Trier. Összefoglaló letölthető az Erfä Foodservice honlapjáról. Letöltve: 2020. október 19. Forrás: <https://sites.google.com/a/moehrrings.de/foodservice/foodservice-produktentwicklung/rueckblicke/erfolgskriterien-fuer-die-laendliche-gastronomie---ihk-trier>
- Letöltve: 2020. szeptember 6. Forrás: [https://mtu.gov.hu/documents/prod/Bulletin-2008\\_3.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/Bulletin-2008_3.pdf)
- LOHMANN, M. (1999): Kulturtouristen oder die touristische Nachfrage nach Kulturangebote. In: Heinze, Th. (szerk.): *Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien*. München, 1999. pp.52-84.
- MICHALKÓ, G. (2010): *Boldogító utazás. A turizmus és az életminőség magyarországi vonatkozásai*. Budapest, MTA Földrajztudományi Kutatóintézet.
- MICHALKÓ, G. (2012): *Turizmológia – Elméleti alapok*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- MT ZRT (2008): A magyar lakosság kulturális turizmussal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei és utazási szokásai. Összeállította: Magyar Turizmus Zrt., Kutatási Csoport. In: *Turizmus Bulletin* 12. 3. pp. 2-19.
- NEMZETI KASTÉLY ÉS VÁRPROGRAM (2016): Letöltve: 2020. október 19. <http://nkvp.hu/multunk-jelen-idoben/>

- NEMZETI TURIZMUSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA 2030 (2017). Letöltve: 2020. október 19.  
Forrás: [https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu\\_strategia\\_2030.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf)
- NETTKE, T. (2017): *Was ist Museumspädagogik? – Bildung und Vermittlung in Museen*. Letöltve: 2020. október 21. Forrás: <https://www.kubi-online.de/artikel/was-museumspaedagogik-bildung-vermittlung-museen>
- PÉTERFI, J. – GÁSZNÉ, B. B. (2020): *Vendégkör felmérés a várak és kastélyok szerepéről a Dél-Dunántúli turisztikai régióban*. Előadás a HUNCASTLE 2019 – Várak és Kastélyok Nemzetközi Konferencián 2019. november 21-én. Megjelenés alatt álló kézirat.
- PUCZKÓ, L.- RÁTZ, T. (2017): *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- RÁTZ, T.- PUCZKÓ, L. (2002): *Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában avagy kulturális utak a turizmusban*. Letöltve: 2020. május 22.  
Forrás: [https://mtu.gov.hu/documents/prod/T\\_bulletin\\_2002\\_03.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/T_bulletin_2002_03.pdf)
- RICHARDS, G.(2017): *A kreatív turizmus kihívásai*. Letöltve: 2020. szeptember 6. Forrás: <https://www.academia.edu>
- SCHMITT, U. – LINKE, L. (2017): *Aktueller Begriff. Kulturtourismus*. Letöltve: 2020. szeptember 6. Forrás: <https://www.bundestag.de/blob/500234/edb5b78460102c9f18f2a08e03110a43/kulturtourismus-data.pdf>
- STEINECKE, A. (1999): *Perspektiven des Kulturtourismus. Wettbewerbsdruck – Profilierung – Inszenierung*. In: Heinze, Th. (szerk.): *Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien*. München, 1999. pp. 17-51.
- TRÓCSÁNYI, A. – TÓTH, J. (2002): *A magyarság kulturális földrajza II*. Pro Pannonia Kiadó, Pécs.
- ZÁTORI, A. (2018): *Élménymenedzsment a turizmusban*. Budapest, Akadémiai Kiadó.

### Hasznos linkek:

Burgenstraße – Várak Útja	<a href="http://www.burgenstrasse.de">www.burgenstrasse.de</a>
Rabenstein vára	<a href="http://www.burg-rabenstein.de">www.burg-rabenstein.de</a>
Rothenburg	<a href="http://www.rothenburg-tourismus.de">www.rothenburg-tourismus.de</a>
Veste Heldburg	<a href="http://www.thueringerschloesser.de">www.thueringerschloesser.de</a>