

Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok
Tourism and Rural Development Studies
9. évfolyam, 4. szám, 2024: 79–104.
doi: 10.15170/TVT.2024.09.04.04



A PÉCS–VILLÁNY TURISZTIKAI FEJLESZTÉSI TÉRSÉG TEMATIKUS SÉTÁI – ELEMZÉS ÉS FEJLESZTÉSI JAVASLATOK

¹Bozóky Anita , ²Zagyi Nándor

¹Egyházmegyei Szolgáltatási Központ vezető, Váci Egyházmegye; bozoky.anita@vaciegyhazmegye.hu

²Tudományos munkatárs, Pécsi Tudományegyetem, Szentágotthai Kutatóközpont, Történeti és
Politikai Földrajzi Kutatási Centrum; zana@gamma.ttk.pte.hu,

ORCID: 0000-0002-3284-0368

ABSZTRAKT

A felmérés keretében elsősorban primer források (turisztikai vállalkozások webes tartalmai, vendégstatisztikai adatok) és saját tapasztalatok (szolgáltatókkal folytatott mélyinterjúk feldolgozása, helyi idegenvezetők véleményének felmérése, terepbejárás), felhasználásával, továbbá a vonatkozó szekunder források áttekintése révén a Pécs–Villány turisztikai térség tematikus sétaútvonalait gyűjtöttük össze és kategorizáltuk, illetve ezek sajátosságait elemeztük és értékeltük. A kutatás eredményeként áttekintő képet sikerült felvázolnunk az érintett desztinációban elérhető tematikus túrák adottságairól, kínálati jellemzőiről, valamint azokról a problémákról és hiányosságokról, amelyek az adott turisztikai termék piaci sikerének kiteljesedését akadályozzák. Végezetül utóbbiak negatív hatásainak enyhítésére, fejlesztési irányokat, javaslatokat fogalmaztunk meg.

Kulcsszavak: kulturális turizmus, Pécs-Villány turisztikai térség, tematikus túrák, turisztikai fejlesztés, városlátogatás



Benyújtva: 2024. augusztus 3.

Elfogadva: 2024. október 25.

Publikálva: 2024. december 17.

THEMATIC WALKS OF THE PÉCS–VILLÁNY TOURISM DEVELOPMENT AREA – ANALYSIS AND DEVELOPMENT PROPOSALS

¹Anita Bozóky✉, ²Nándor Zagyi

¹Head of Diocesan Service Centre, Roman Catholic Diocese of Vác; bozoky.anta@vaciegyhazmegye.hu

²Research fellow, University of Pécs, Szentágothai Research Centre, Research Centre for Historical
and Political Geography; zana@gamma.ttk.pte.hu,

ORCID: 0000-0002-3284-0368

ABSTRACT

In the framework of the survey, the thematic walking routes of the Pécs-Villány tourism region have been collected and categorized, as well as analyzed and evaluated for their characteristics, by using primary sources (web content of tourism enterprises, guest statistics data) and our own experiences (processing of in-depth interviews with service providers, survey of the opinions of local tour guides, field trips), and by reviewing the relevant secondary sources. As a result of the research, it has been possible to outline an overview on the characteristics of the thematic tours available in the destination concerned, their supply characteristics, and the problems and shortcomings that hinder full success to the given tourism product on the market. Finally, development directions and suggestions to mitigate the negative effects of the latter have been formulated.

Keywords: city break, cultural tourism, Pécs-Villány tourism area, thematic trips, tourism development

Received: 3 August 2024

Accepted: 25 October 2024

Published: 17 December 2024

1. Bevezetés

A Pécs–Villány fejlesztési térség turisztikai vonzereje jelentős, számos attrakcióval rendelkezik a természeti, a kulturális- és a gasztroturizmus területén egyaránt, komplex turisztikai kínálata azonban mégis elmarad saját lehetőségeitől. Turisztikai alapinfrastruktúrája és szolgáltatási minősége közepes színvonalúnak tekinthető; nem tartozik a legkedveltebb célpontok közé sem a belföldi, sem a külföldi turisták körében, visszaesést mutat a kereskedelmi szálláshelyek számát tekintve is. A külföldi vendégek vonatkozásában Pécs – adottságai ellenére – nem tartozik a leglátogatottabb hazai városok közé. Noha a Pécs–Villány turisztikai térség 2019-ig lassú, de stabil növekedést mutatott, a számok országos viszonylatban mégis eltörpülnek Budapest és környéke vagy a Balaton turisztikai térségi adataihoz képest. Míg 2024 szeptemberében a Balatonnál az összes belföldivendég-éjszaka 25%-a realizálódott, addig ez az érték az általunk vizsgált térségben kevesebb mint 3% (KSH, 2024; Gyurkó, 2022), annak ellenére, hogy a Pécs–Villány térség turisztikai kínálata (magyar és nemzetiségi kultúra, zene, képzőművészet, építészet, népművészet, történelmi múltú városok és falvak, bor és gasztronómia, természeti értékek) országos viszonylatban is egyedülállónak számít. A térség, turisztikai erőforrásai alapján tehát az országban és Európában is nagyobb láthatóságot, látogatottságot és magasabb turisztikai bevételt érdemelne (Gyurkó & Gonda, 2024).

A tematikus séták, illetve útvonalak ezen cél elérésének nagy potenciállal rendelkező eszközei, fókuszba helyezve a turisztikai élménynövekedést. A térség jelentős számú és kiváló tematikus sétaútvonallal rendelkezik, a kínálati oldal tehát gazdagnak tekinthető. A tematikus séták jellemzően nem alaptermék-ként, inkább kiegészítő szolgáltatásként jelennek meg az egyéb turisztikai kínálatot nyújtó üzemeltetőknél. Ez alól azok képeznek kivételt, akik nem rendelkeznek önálló élményelemmel, mint például az idegenvezetők vagy a közlekedési szolgáltatók. A séták elérhetősége általánosságban megfelelőnek mondható, jórészt egész évben hozzáférhetők.

A mélyinterjúk és a szolgáltatói tapasztalatok szerint a tematikus séták elsődleges célcsoportjai a lokális közösségek. Ennek okát a tematikákban rejlő, mélyebb megismerést szolgáló ismeretanyagban, a túra létrehozásának motivációjában, a létrehozás nem tudatos pozicionálásában, a helyi eseményekhez kapcsolódó meghirdetésekből és a kommunikációs csatornák szűkebb elérésében kereshetjük. Természetesen a szűkebb lakókörnyezet mélyebb és élményszerű megismerésének igénye sem elhanyagolható. Gondolhatunk a helyi lakosokra, mint kommunikációs csatornára, ismeretátadó közegre, de mint vendégfogadó és úti célként is megjelenő szegmensre (rokonok, vendégek fogadása). A helyi ismeretek bővülése jelentős szerepet játszik az értékőrzésben, identitásformálásban is. A tematikus sétautak hatékonyan használhatók az oktatásban, környezeti nevelésben, az üzenet élményszerű átadásával pozitív azonosulásra adnak lehetőséget.

Mindenképpen fontos lenne azonban a tematikus séták turisztikai termék-ként történő további fejlesztése, mivel fókuszáltabb megjelenéssel, a stratégiai tervezési célok közé történő integrálással, szélesebb körű szolgáltatói összefogással és együttműködéssel, a

bennük megjelenő élménytartalom hangsúlyosabbá válásával, erőteljesebben tudnák szolgálni a térség jövőbeni turisztikai láthatóságát, versenyképességét, marketing lehetőségeit.

A tanulmány célja ennek megfelelően a Pécs–Villány turisztikai térség sétaútvonalainak feltérképezése, paraméterezése, feltárva azok jelenlegi turisztikai státuszát és lehetőségeit. Jelen tanulmány a meglévő tematikus séták bemutatására, elemzésére és értékelésére fókuszál, valamint új tematikák kidolgozását, ahhoz kapcsolódó cselekvési tervet tartalmaz, illeszkedve a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia irányaihoz, hozzájárulva a Pécs–Villány turisztikai térség piaci pozíciójának javításához.

A turisták napjainkban egyre inkább igénylik az újdonságot, az ismeretlent, az élménytartalmat, ennél fogva a klasszikus úti célok mellett egyre különlegesebb helyszínek és minőségi motivációs célok jelentek meg. Mára már egyértelmű, hogy megújulásra, új megközelítésekre van szükség a turisztika területén is. Már a 1970-es években felismerték, hogy szükség van az élmények „gyártására” pl. animációs programokkal, de amíg korábban a helyhez kötött elemek jelentették az élmény legfőbb összetevőit, addig manapság már a humán erőforrás felkészültségén, az egyediségen, valamint a magas minőségen, a folyamatosságon, a különlegességen múlik a turisztikai élmény sikeressége.

Kundi (2018) frappáns megállapítása szerint napjainkban a turisztikai élmény négy fő pilléren nyugszik: elme, gyomor, szív és aktivitás. Az elme az új ismeretek iránti igényt, a tanulási vágyat, a kognitív működést testesíti meg, amely az egyediség iránti igényt, a megismételhetetlen programokon való részvételt és azoknak az információknak a megszerzését jelenti, melyeket egyéb információforrásból (útikönyv, internet stb.) nem ismerhetünk meg. A gyomor leginkább az új ételek megkóstolását, új ízek, gasztrokulturális élmények befogadását jelenti, melyben fontos szerepe van a helyi ízeknek, egyediségnek, minőségnek. A szív az érzelmek megélését, a szeretet, a romantika, a boldogság érzetek megjelenését jelképezi. S végül az aktivitás, mely a programokba való aktív bekapcsolódást, a helyiakkal való kommunikációt, a kalandot, a kihívást, az önmegvalósítást testesíti meg. A tematikus sétákba mind a négy pillér beilleszthető, amellet, hogy a programkínálat napjainkra alapvetően felértékelődött. Az utazók egyre többet tapasztalnak, egyre többféle programon vesznek részt, így az újabb és újabb lehetőségek kidolgozása elengedhetetlen az elégedettség, ezáltal az utazási élmény megvalósulásának érdekében.

Az elmúlt évtizedekben két egymást erősítő trend jelent meg a turisztikai piacon, melyek új erőviszonyokat teremtettek a turizmus szereplői között. Történetileg az első trend az ún. új turizmus jelensége, melynek során a hangsúly a testre szabható utazási csomagok felé, illetve az egyéni utazásszervezés irányába tolódik el (Gonda & Rátz, 2024). A másik tényező az internet megjelenése, mely dinamikussá tette és teljességgel átstrukturálta a turisztikai értékesítési láncot, és megteremtette az e-turizmus népszerű fogalmát. A passzív szemlélődés helyett az utazók az aktív bevonódás élményét keresik,

amelyen keresztül a helyi közösség és kultúra részévé válhatnak, és a hitelesség élményét is megtapasztalhatják. Ennek egyik kiváló eszköze lehet a tematikus séta.

Nem mindegy azonban, hogy a létrehozott „élmény-produktum” valóban keresletre talál-e a folyamatosan átalakuló és dinamikusan változó turisztikai piacon, s ennek kapcsán kérdésként merülhet fel, hogy a turisztikai élmény tényezői mennyire állandóak. A változatosságból származó élményt számos összetevő befolyásolja (kor, nem, társadalmi közeg, előzetes elvárások), de van néhány fontos tényező, ami az objektivitásban segít. Ilyen például a bemutatás tárgyát képező attrakciók és infrastruktúra állapota. Nincs az az élményszerű vezetés, amely helyettesíteni tudná a látnivaló tisztaságát, rendezett állapotát. Az adott desztináció akkor versenyképes, ha a turisták tartósan úti célul választják, jó hírért keltik, majd visszatérnek, vagy ajánlásaik révén másokat erre buzdítanak. Ez azt jelenti, hogy a térség stratégiai gondolkodása az infrastruktúra állapotát, a vonzerőt, a szolgáltatásokat együtt kell, hogy kezelje, s olyan komplex turisztikai terméké szükséges formálnia, mely a hosszú távú imázs kialakításának is az egyik feltétele.

Az objektivitás másik tényezője a helyszín egy-egy tematika mentén történő mélyebb megismertetésével az adott tér „jó hely” mivoltának realizálódása (Rátz, 2022). Ha a mentális rétegekben lévő információkhoz kötődő értékítéletek eredője pozitív, akkor az utazás helyszínét jó helyként fogjuk értékelni. A felkeresett turisztikai desztináció társadalmi közegének mindennapjaiba való betekintés, a kulisszák mögé pillantás lehetősége, a helyiekkel való interaktív kommunikáció, esetleg egy barátság kialakulása növelheti az utazás boldogsággeneráló szerepét. A lokális közösség tagjainak emberi tulajdonságai (életöröm, vendégszeretet, segítőkészség stb.) és a helyi ismeretek élményszerű átadása fokozzák az adott desztinációval való elégedettséget. A fokozatosan individualizálódó világ egyes részein a tematikus megismerés által olyan elveszettnek hitt értékeket fedezhetnek fel tapasztalatok által a látogatók, amelyek erősíthetik a társadalomba vetett bizalmukat, az együttélés normáinak fontosságába vetett hitüket, ez az érzés pedig növelheti a szubjektív életminőségüket is, amellett, hogy a fenntartható turizmust és az objektivitást is szolgálják.

2. A tematikus és városi séták szerepe a turizmusban

A vezetett séta a városi turizmus egyik legkorábbi formája. Az autentikus élmények iránti igények elmúlt években tapasztalható növekedésével egyre többféle kulturális témájú vezetett sétaút jelent meg a turisztikai kínálatban.

Vezetett túrák, így tematikus gyalogtúrák is, többnyire mindenütt előfordulnak, ahol jelentősebb mértékű turizmus létezik, bár a kép, ami az emberekben erről a fajta turizmusról él, nem feltétlenül mindig pozitív (egy csapat ember lohol egy sárga esernyőt lóbáló idegenvezető után). Az ilyen sztereotípiák ellenére sokan igénybe vesznek ilyen szolgáltatásokat, ha új helyeken szeretnének új ismeretekre szert tenni. A téma tudományos feldolgozása sem tekinthető még kifejezetten széleskörűnek, noha már régebb óta léteznek kutatások és tudományos igényű, ma már klasszikusnak számító

munkák ebben a témakörben (Boorstin, 1977; Holloway, 1981; Cohen, 1985). Napjainkban pedig egyre inkább gyarapszik a tematikus utakkal, illetve a szűkebb értelemben vett városi sétautakkal kapcsolatos nemzetközi (Dunne et al., 2010; Balińska, 2020; Hu et al., 2024) és hazai publikációk száma (Kelemen-Erdős & Mitev, 2017; Rigóczki, 2018, 2022; Deák et al., 2019; Piskóti et al., 2019; Wilhelm, 2019; Gászné Bösz & Pentz, 2020).

A vezetett utak sokrétűek, konkrét helyekhez és helyzetekhez illeszkedően tervezettek, és céljuk új közönség megnyerése a világ minden részéről. Ebből arra a következtetésre juthatnánk, hogy jelentőségük egyre nő a turizmus globalizálódásával. Több mint négy évtizede megfogalmazták már a vezetett túrák négy alapvető funkcióját (Schmidt, 1979). Először is, a turistáknak nem kell választaniuk a tekintetben, hogy mely helyszíneket látogatják meg olyan esetekben, amikor korlátozott idő áll csak rendelkezésükre. Másodsorban, ha eltérő pozíciókban lévő emberek egy csapatban utaznak (sétálnak), a vezetett utak mindenki számára elfogadható kompromisszumot jelentenek. Harmadrészt, egyértelművé teszik a turizmusnak az oktatáshoz és művelődéshez való hozzájárulását; végezetül pedig biztonságos módját jelentik egy új helyszín megismerésének. A vezetett túrák alacsony (el)ismertsége és alacsonyabb szintű kutatottsága azzal is összefügghet, hogy sok más szakmához képest a túravezetők tevékenységének intézményesítettsége alacsonyabb szintű. Az általuk végzett munka minősége meglehetősen heterogén, akárcsak képzettségük színvonala. A vezetett utakon, sétákon résztvevő turistákat passzív és naiv vendégekként tartják számon, akik kérdés nélkül járják végig az előre meghatározott útvonalat. Az ennek eredményeképpen kialakuló sztereotípiák a látogatók számára nem tették vonzóvá a vezetett túrákat, tematikus sétautakat.

Ahogy azonban a turizmus kutatásába is egyre több tudományterület kapcsolódott be, a vezetett túrák értelmezési köre is kitágult. A vezetett túrák, a szakvezetés igen összetett jelenség, amely során számos tényezőt kell figyelembe venni, mint például mobilitás, a hely érzékelése, információátadás és szórakoztatás. A mai turisták már nemcsak passzív követők, akik azt teszik, és azt látják, amit mondanak és mutatnak nekik, hanem olyan individuumok, akik rendelkeznek a kellő tudással és döntési kompetenciákkal a meglátogatandó helyeket illetően (Zillinger, 2007). Minden okunk megvan feltételezni, hogy a turisztikai szolgáltatások előállítói és fogyasztói közti kapcsolat dialektikus, és nem a vezető által meghatározott. A döntési kompetenciák bizonyos mértékben visszakerültek a követőkhöz, akik interaktív módon befolyásolják a túra kimenetelét, és el tudják dönteni, hogy hová fogják követni a túravezetőt. A vezetett túrákat tekinthetjük akár úgy is, mint kollektív, együttműködésen alapuló teljesítmények, amelyek révén hibrid helyek jönnek létre.

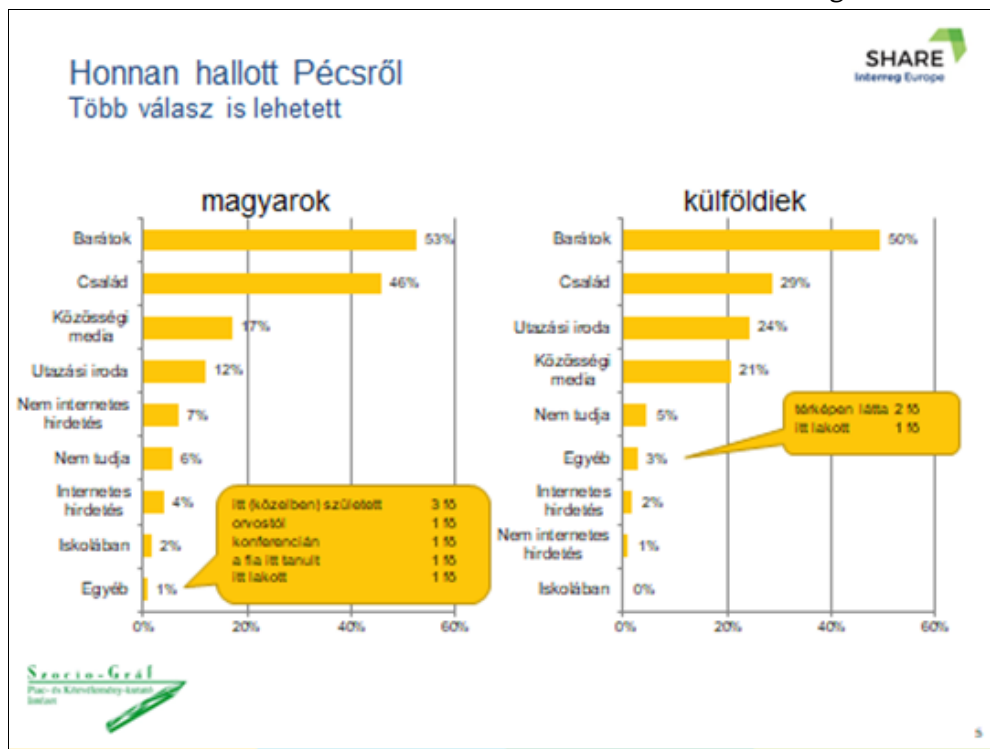
A keresleti oldalon megjelenő növekvő fogyasztói elvárások, az értékekben bekövetkező eltolódások, a demográfiai változások, új igények érdemi kihívást jelentenek, s megjelentek az utakhoz hasonló, de rövidebb idő alatt bejárható, egy tematikára felfűzött idegenvezetések, melyek lehetnek látogatott, kevésbé látogatott és teljesen ismeretlen attrakciók, egyéni és mélyebb érdeklődésre is számot tartó tematikus séták. A

séták indokoltságát erősíti az individualizáció vendégigénye és a megjelenő motivációk, trendek. A tömeges mennyiségben előállított standardizált turisztikai termékeket is egyéniesíteni kell. A látogatók egyre inkább megkövetelik, hogy az élmény személyre szabott, különleges legyen, és egyedi szükségleteiket elégítse ki. Nem véletlen, hogy a turizmus motivációi között napjainkban az első helyen az élményszerzés áll. Olyan benyomások sorozata, melynek során a hétköznapiól eltérő különlegességet tapasztalunk meg azáltal, hogy kilépünk a megszokott környezetből és körülményekből. Egyre népszerűbbek a városi legendákat, anekdotákat is tartalmazó ún. stroytellingek, amelyek különlegessége a „titkok” megismerése általi bevonódás élménye. A tematikus séták komolyan segíthetik az önmagukban nem jelentős látványosságok együttesének szinergikus élménytartalmát, valamint a hétköznapiól eltérő, önmagában attrakciónak nem nevezhető elemek storytellinggel kiegészített információátadását, ezáltal is építve a fogyasztói kíváncsiság attitűdre. Az utazásokban testet öltő áramlatélmény, az utazások során szerzett pozitív tapasztalatok és az abból fakadó örömök forrása jelentős mértékben a meglátogatott térben, az ott szerzett élményekben és információkban gyökerezik. Számos esetben a felkeresett desztináció mélyebb megismerése segít abban, hogy valamely, a világra vagy önmagunk sorsára vonatkozó dologgal kapcsolatban pozitív életérzést kiváltó értékelést, véleményt formáljunk.

A tematikus séták kapcsán érdemes kiemelni, hogy az nemcsak a turisták, hanem a helyi lakosok számára is vonzó lehet, hiszen környezetünk nem önmagában, üres földrajzi objektumként létezik, hanem az azzal kapcsolatos aktivitással szimbiózisban képezi a megismerés tárgyát. Az emberi lét – még ha fogyasztásorientált is – több, mint az anyagi javakhoz való hozzájutás folyamata, így a mindennapok minőségét a megismerés mélysége tudja kiegészíteni. A turizmus túljutott gazdaságélénkítő, területfejlesztő funkciójának egyoldalú hangsúlyozásán, mára társadalomformáló szerepének fontossága is felismerést nyert. Az iskolai tanulmányok során elsajátítottakkal való szembesülés, a múltbeli események igazolása a történelmi helyszíneken, a könyvek, térképek megelevenedése, a médiából származó információk valóságos földrajzi térbe illesztése mind-mind a műveltség szélesedésének boldogsággeneráló tényezői. Az egyén életútjának során kialakuló kötődések, az utazások alkalmával gyűjtött személyes tapasztalatok, a rokonok, barátok, ismerősök alkotta környezetből érkező információk, a média világa, és végül, de nem utolsósorban akár egy tematikus séta forrásából származó lexikális ismeretek képezhetik azokat az asszociációs szinteket, amelyek alapján az adott térrel kapcsolatos élmények és visszatérési szándék is megszülethet. Alapvető tapasztalat, hogy a jelenlegi tematikus séták jelentős hozzáadott értékkel rendelkeznek a saját régióban, városban lakók számára is, akiknek a szerepe ma már megkérdőjelezhetetlen a turizmus piacán. Egy 2017-es Szocio-Gráf-lekérdezés alapján világos, hogy mind a belföldi, mind a külföldi látogatók esetében nagyon nagy jelentősége van a család és barátok szerepének (1. ábra). Ugyanezt igazolja az a fiatalok körében végzett kutatás, amelynek a megállapítása szerint a különféle, otthonon kívüli eseményekről, rendezvényekről a válaszadók 73,3%-a barátoktól, ismerősöktől szerez tudomást (Bittner et al., 2013). Az a tudás tehát, amely a helyi

közösségben a saját településről rendelkezésre áll, meghatározó annak vonzerőközvetítésében is.

1. ábra: A honnan hallott Pécsről? kérdésre adott válaszok megoszlása



Forrás: Share Interreg projekt, Szocio-Gráf lekérdezés, 2017. Mintaszám: 904 fő. Az adatgyűjtés módszere: személyes (PAPI), véletlenszerű lekérdezés Pécs városában.

A vizsgálat során készített mélyinterjúkból az olvasható ki, hogy átlagosan 15–20 fővel induló túrák résztvevői többnyire a városi, 30 év feletti, magasan képzett, kultúrafogyasztó közönség soraiból kerülnek ki, de empirikus mérések nélkül nehéz átlagos fogyasztót meghatározni. A sétaszervező cégek egybehangzó tapasztalata szerint a nőket jobban vonzzák a minőségi városélményt kínáló tematikus túrák, azonban érdemes több célcsoportra, korosztályra specifikusan kidolgozott sétaúttal rendelkezni. A Duna-Dráva Nemzeti Parktól származó információk szerint a természeti séták résztvevői általában iskolai osztályok, egyéni turisták csak elvétve kérnek ilyen szolgáltatást. Az igazgatóságuk által regisztrált látogatók túlnyomó része (95–99%-a) magyar. A külföldiek leginkább kutatók (botanikai, zoológiai vizsgálatokat végzők), vagy természetfotósok.

A vezetett utakat meg lehet tervezni innovatív, újmédiás eszközök bevonásával játékosan, a látogatók számára élményt nyújtó módon, és ezáltal a desztináció turisztikai tervezésében is fontos eszközzé válhatnak. Innovatív megközelítésnek tekinthető, ha a látogató képes saját elvárásainak megfelelően alakítani a túrát (egyéni tempó, érdeklődési kör), például okoseszközök segítségével. Szinte végtelen a témák tárháza a klasszikus területnek számító építészeti-műemléki sétáktól (Budapest gyöngyszemei – séta a szecesszió korában, lásd Imagine Budapest; a szocialista építészet múltját, jelenét és jövőjét bemutató vezetés szintén Budapesten; a szocialista építészeti stílus emblematikus

épületeit vezetett túrával bemutató séta Dunaújvárosban stb.), történelmi sétákon (Marseille, Kingston, Berlin II. világháborús történelmét bemutató túra) át klasszikus irodalmi sétákig (pl. irodalmi városnéző séta Debrecenben). Egyre gyakoribbak és népszerűbbek a kortárs irodalmi bestsellerek, illetve az azokból készült filmek forgatási helyszíneit élményszerűen bemutató séták (Da Vinci kód vagy Angyalok és démonok túra Rómában, Harry Potter túra Londonban), de ilyenek a híres filmek forgatási helyszíneit bemutató séták is (Mission Impossible séta Londonban, Prágában). Egészen speciális szubkultúrákat bemutató sétákra is van példa, mint a punk zene születését bemutató tematikus séta New Yorkban (Walk on the Wild Side, é.n.).

Az innováció eszköze ugyanakkor maga a gamifikáció is, amely „erős pszichológiai alapokon nyugvó, ma már nagyon jól piacosítható trend” (Rab, 2013). Alkalmazásával a marketing területén szinte naponta találkozunk virtuális eszközöket használva, de a valós térben cselekedve, játékmechanizmusok segítségével megfigyeléseket téve, real time válaszadással a feladatokra. A sétautaknak lehetnek állomásai, hozzájuk kapcsolódó kérdéssorral, és egy erre rászervezett, a gamifikáció elméletét és az újmédia eszköztárát hasznosító tematikus feldolgozással, melynek rendező elve maga a hely, vagy maga a tematika (Yahiaoui et al., 2024).

A turisztikai szolgáltatáskínálat szempontjából tehát igen fontos lehetőséget rejt magában a tematikus séták fejlesztése, mivel összegyűjti a látogatók számára érdekes élményeket, valamint megkönnyíti számukra, hogy bőséges és leginkább érdekes információval ellátva elégítsék ki tudás- és élményigényeiket. A desztinációkban fontos fejlesztési tényezővé válhatnak, mivel a termékek, látnivalók összessége vonzóbb a látogatók számára, mint az egyes elkülönült értékek, melyekért nem feltétlen utaznának az adott területre. Bár a tematikus séták kutatása még gyermekcipőben jár, az bizonyos, hogy a látogatói érdeklődés felkeltése, s így az ahhoz kapcsolódó költés is vonzó lehetőséget jelent. A mélyinterjúkban egyértelműen megjelenik, hogy a külső városi tematikus séták egyfajta marketingeszközként is értelmezhetők. A jól kialakított, élményszerű bemutatás az attrakcióba való belépés iránt is felkelti az igényt a hallgatóságban. A tematikus séták megvalósítása érdekében fontosabb teendő a humán erőforrás fejlesztése, továbbá különböző hálózatok, együttműködések kialakítása. A látogatók élménye nagymértékben a sétát vezető személyen múlik: a megfelelő (lehetőleg „öslakos”, helyismerettel bíró) vezető képes az adott helyről szóló ismereteket hitelesen és élményszerűen átadni a látogatóknak.

A tematikus séták nemcsak a résztvevőknek, hanem a turizmusban érintett vállalkozásoknak is lehetőséget jelentenek, hiszen a séta alkalmával lehetőség van helyi gasztronómiai kínálat megismerésére, a helyi vállalkozások meglátogatására, illetve különleges tartalmak beépítésére. Tartalmazhatnak ún. „pro poor”, vagyis kevésbé tehetősek számára is elérhető szolgáltatásokat. Továbbá, ahol kezdő turisztikai vállalkozások próbálnak növekedni, ott a helyi potenciált növelő tényező lehet egy-egy tematikus sétába történő bevonásuk. Az adott terület értékeit összekötő tematikus séták

épülhetnek értékes kulturális tartalomra, de bevonhatók a gasztronómiai jellegű tartalmak is.

3. A felmérés célja és módszertana

A vizsgálat célja, hogy a kialakítandó fejlesztések révén a térség turisztikai potenciálja növelhető legyen, oly mértékben, hogy az alkalmassá váljon hazai és nemzetközi vendégforgalom generálására, magasabb fajlagos költési hajlandósággal rendelkező vendégek megszólítására, az utazóközönség tartózkodási idejének növelésére. További cél a fogadóterületek versenyképességének javítása a meglévő turisztikai kínálati elemek szolgáltatási csomaggá alakításával, a desztináció vonzerejének javításával, a jól meghatározott célcsoportok igényeinek megfelelő szolgáltatási választék és színvonal meghatározásával, valamint a desztinációk imázsának fejlesztésével. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia is foglalkozik a tematikus utak témakörével (NTS, 2021). A tematikus utakhoz hasonló a tematikus séták célja is, melynek kidolgozásához és vizsgálatához a keresleti trendek vizsgálatán keresztül, a létrehozandó szolgáltatások iránti igények feltérképezésén, a tematikák kijelölésén, a piaci viszonyok áttekintésén keresztül jutunk.

A vizsgálat keretében különböző módszereket alkalmaztunk annak érdekében, hogy minél szélesebb körből szerzett információk alapján elemezhesük és értékelhesük a tematikus séta tárgykörét. Noha a tematikus sétáknak még nincs jelentős hazai szakirodalma, az alkalmazott módszerek között a primer adatgyűjtés mellett a szekunder források feldolgozására is sor került. Az utóbbit korábbi érintőleges kutatások, tanulmányok, stratégiák, elemzések áttekintése, KSH- és MTÜ-adatok, szolgáltatóktól nyerhető vendégstatisztikák elemzése képviseli, az elsődleges kutatás körébe pedig a korábbi saját tapasztalatok, a sétákon való részvétel, valamint a szervezőkkel történő mélyinterjú, a helyi idegenvezetők véleményének felmérése tartozik. Az interjúk a vizsgált séták üzemeltetőinek vezetőivel, megalkotóival, illetve a sétákat végző idegenvezetőkkel történt, melyek célja egyrészt a szakemberek véleményének megismerése, másrészt pedig kvalitatív és kvantitatív adatgyűjtés annak érdekében, hogy az elemzés elkészíthető legyen.

A felmérés szempontrendszer a megvalósuló tematikus séta célcsoportnak való megfelelőségét és a city break (városlátogató) turizmusban betöltött jelentőségét értékeli. A célcsoportnak való megfelelés szempontjából egy négyfokú skálán történő értékelés egyszerre veszi figyelembe a célcsoport elérését, valamint a szolgáltatási minőséget. A city break turizmus vonatkozásában az értékelés az abban betöltött jelentőséget skálázza (1. táblázat).

1. táblázat: A tematikus sétautak értékelésének szempontrendszere

A felmérés szempontrendszere	Szempont értékelése
Célcsoportnak való megfelelés	<p>Nem megfelelő: <i>Az ismérv nem elfogadható semmilyen szempontból.</i></p> <p>Elfogadható: <i>Funkcióját betölti, de alacsony szolgáltatási minőségben.</i></p> <p>Megfelelő: <i>Funkcióját betölti, elfogadható minőségben.</i></p> <p>Kiváló: <i>Kiemelkedő, az átlagnál magasabb szolgáltatási minőségben.</i></p>
Jelentősége a city break turizmus szempontjából	<p>Nincs jelentősége.</p> <p>Jelentősége csekély.</p> <p>Színesíti a city break kínálatot.</p> <p>Meghatározó eleme a city break kínálatnak.</p>

Forrás: saját szerkesztés.

A meglévő tematikus séták vizsgált paraméterei:

- jelenleg elérhető séták összefoglaló bemutatása;
- szolgáltatástartalom;
- a túra átlagos hossza, időtartama;
- célközönsége;
- elérhetősége;
- népszerűsége;
- idegen nyelven történő elérhetősége;
- elérhető audio-guide rendszere;
- vendégforgalmi adatai;
- megvalósulás gyakorisága;
- jegyárstruktúra;
- akadálymentességi ismérvek.

4. A tematikus séták célcsoportjai

A tematikus séták több célcsoport elérését tűzheti ki célul, vagyis korra, nemre, érdeklődési körre és jövedelmi helyzetre való tekintet nélkül mindenkinek megfelelő élményeket tudnak kínálni, megfelelően kidolgozott tematikák és bemutatás esetén. A Pécs–Villány desztináció sokszínű kínálatának közös attribútumát leginkább maga az élmény adja: gazdag történelmi múlt és egyedi hangulat jellemzi a térséget. A tematikus séták jellege lehetővé teszi minden korcsoport és anyagi helyzetben lévő réteg számára, hogy megtalálja a számára legmegfelelőbb kikapcsolódási lehetőséget.

4.1. Elsődleges célcsoport

Az elsődleges célcsoportokat a családi állapot és életkor alapján határoltuk le az alábbiak szerint:

- **Gyermekek családok.** A gyermekek családknál fontos szempont a kulturális örökségek felkeresése, az értékalapú szórakozás iránti igény. Számukra a legvonzóbbak a kastélyok, különféle örökségi helyszínek megtekintése, a híres emberekhez kötődő storytelling séták.
- **Fiatalok** (baráti társaságok, párok, gyermek nélküli fiatal családok). A fiatalok outdoor tevékenysége meglehetősen aktív. Általában az újdonságokat keresik, kirándulásaik során az egyediség a meghatározó.
- **Egyedülállók.** Közös jellemzőjük a rendkívüli mobilitás és rugalmasság, a hátizsákos „túrás”, évente többszöri utazási hajlandóságot mutató társadalmi csoport.
- **Aktív középkorúak.** Rendszerint gyermek nélkül érkeznek, pihenésre, regenerálódásra vágnak; előnyben részesítik a csendes, nyugodt környezetet, a szép tájat, a kulturális látnivalókat.
- **Szenior korosztály.** A nyugdíjasok esetében az érdeklődés főként a környezetre és történelmi emlékekre irányul, ezért a sétaútvonal bejárásának motivációja az, hogy „ide még el akarok jutni”, „látni szeretném egyszer életemben”. Az utazó szeniorok jellemzően hosszabb időt is áldoznak a turizmusra és jellemzően más szolgáltatást (pl. gyógyfürdő) egészítenek ki a sétaútvonal bejárásával.

4.2. Más szempontú (másodlagos) célcsoportok

A sétautak fejlesztéséhez kapcsolódóan meghatározhatók más szempontú (másodlagos) célcsoportok is:

- **Kultúrakedvelők.** A kulturális vonatkozások iránt mélyebb érdeklődést mutatnak, főként pedagógusok, közművelődési szakemberek, kutatók, egyetemi hallgatók, általában az értelmiségiek. Őket lehet leginkább megnyerni a művészettörténeti tartalmú tematikus séták igénybevételére.
- **Lokális közösségek.** A helyiek tudják, hogy elődeik ebben a térségben éltek, ezért számukra fontos a gyökereik és saját környezetük mélyebb megismerése. Ők a rokonlátogató turizmusban is részt vesznek és a tematikus séták egyik fontos célközönségét jelentik.
- **Turisztikai szolgáltatók által elért vendégek.** A szervezett utazásokat igénybe vevő potenciális látogatók, akik az egyéni szervezés felelősségét és nyugtát szívesen bízzák szakmai szervezetre. Ezek a vendégek nem maguk keresnek, hanem összetett fogyasztói korszárból választanak.

- Rendezvény- és utazásszervezők együttműködése által bevonható látogatók. A turisztikai szolgáltatók keresik azokat lehetőségeket, melyeknek révén pótlólagos tartalmat kínálhatnak vendégeik számára.
- Civil szervezetek, csoportok. Sok civil szervezet egybegyűjti az azonos érdeklődési körű embereket, akik nyitottak bizonyos tematikák mélyebb megismerésére.
- Cégek csapatépítő tréningjeinek résztvevői. A szervezők fő célja az, hogy kizökkentsék a munkavállalókat a mindennapi munkakörnyezetből közös időtöltéssel és különböző élménytartalmak nyújtásával.
- Osztálykirándulások. A pedagógusok célja színvonalas programok szervezése, melyek a tanulás mellett a kikapcsolódást, a jó hangulatot is biztosítják, az adott útvonal bejárása a játszva tanítást teszi lehetővé. Az általános és középiskolások elsősorban tanulmányaikat kiegészítve, osztálykirándulások és túraversenyek keretében juthatnak el a tematikus séták attrakcióelemeihez.

5. A tematikus séták térségi profilnak és célcsoportoknak való megfelelése

A térség turisztikai igénybevételének változása mellett a fogyasztói igények is változnak. A pécs–villányi desztináció két, kifejezetten magas minőségű élményígéretet tartalmaz: a magaskultúrát és a prémium borokat. Egyediséget a kulturális turizmus vonatkozásában a pécsi világörökségi helyszín és a város történelmi-kulturális adottságai (Berki & Gonda, 2006), a bor és gasztronómia esetében pedig az országosan ismert és prémium borélményt biztosító borászatok jelentik. Napjainkban egyre több turista keresi fel az egyes borvidékeket, a „boros” desztinációk rendkívül népszerűvé váltak. Ugyanakkor a vizsgált turisztikai térség a vizes élményekre, illetve gyógyulni vágyókat is vonzza gyógy- és termálfürdőivel, többek közt Harkányban, továbbá a desztináció tájadaltsági a bakancsos turisták számára is tartogatnak látnivalókat.

A jelenlegi tematikus séták nagyon széles spektrumban, illetve tartalommal dolgozzák fel, a Pécs–Villány térség gazdag történelmi és szellemi örökségét, kulturális és természeti értékeit. 39 olyan séta került azonosításra, amely a kulturális turizmus alapjául is szolgálhat, vertikálisan és horizontálisan is lefedve a térség kulturális kínálatát. Pécs múltjába a világörökségi címet elnyert ókeresztény emlékek, az ezeréves püspökség, valamint a középkor és az iparosodás időszakának legendás alakjait és épületeit bemutató séták nyújtanak betekintést. De nemcsak időben, hanem térben is behálózják a területet a belvárostól a Tettyén át a Zsolnay Negyedig, a földalatti pincerendszertől a kilátóig. Történelmi témájú séták elérhetők Pécsváradon és Siklóson is. A magaskultúra egy-egy szegmense külön is feldolgozásra került. A létező séták között építészeti, irodalmi, zenei, képzőművészeti tematikájúak is megtalálhatók. Hat olyan túrát sikerült azonosítani, amelyek borkóstolók révén a bor élményígéretét is tartalmazzák. Ez utóbbi tematikus sétaútvonalak felerészben a Villányi borvidéken találhatóak. A térség egyedülálló szépségű kultúrtáját alkot (Pentz & Gonda 2024), és ezen tájadaltságait kihasználó ökoturisztikai

útvonalak is nagy számban fordulnak elő. Az elemzés 22 természeti vonatkozású vezetett túrát azonosított a desztinációban.

6. A városi séták bemutatása, elemzése, értékelése

Tematikus séta fogalmán azt a turisztikai élményterméket értjük, amely természeti vagy művi környezetben kijelölt jelentéstartammal rendelkező látványelemek felfűzését olyan formában tartalmazza, ami meghatározott idő alatt végigjárható, állomásokkal tagolt, képzett, jó helyismerettel rendelkező vezető kíséri, aki információval látja el az őt hallgató csoportot. Minden olyan túra tehát, amelyet nyilvánosan meghirdetnek, kettőnél több személy vesz rajta részt, és az egyikük az adott útvonalra vonatkozó ismeretet ad át a többieknek, nevezhető tematikus sétának.

Az elemzett séták nem térnek ki azon túrákra, amelyek egy-egy attrakció saját maga által kínált szolgáltatásai, még akkor sem, ha azok is egy meghatározott tematikát járnak körbe (pl. a Gyugyi gyűjteményben, a Pécsi Püspökség épületeiben, a Janus Pannonius Múzeum egységeiben történő vezetések stb.). Ezek a bemutatási formák inkább az idegenvezetés tárgykörébe sorolhatók.

Bevontuk viszont az elemzésbe azokat a sétákat, amelyek ugyan konkrét attrakciókat tartalmaznak, de külső szervező és vezető közreműködésével, nem pedig az azt üzemeltető intézmény szervezésében kerülnek bemutatásra, s módját tekintve jellegzetesen a tematikus séta tárgykörébe sorolhatók, (pl. Zsolnay Negyed séta, Világörökségi séták), illetve azok az útvonalakat is, amelyeket ugyan az attrakció üzemeltetői szerveznek, de a tematika túlmutat saját intézményük területén. A felmért sétákban nem a gyaloglás a fő szervező erő, hanem a tematika megléte, amelynek alapján a vizsgálatba bevontunk egy-egy programot. Ennek megfelelően tematikus sétaként értelmeztük a különböző eszközhasználatot tartalmazó túrákat is (pl. kerékpáros, segway- és kenutúrák stb.).

A tematikus séták ma már hanganyagon, digitális eszközökön keresztül is elérhetőek. A korábbi audio guide-okat, letölthető QR-kódos és telefonos applikációs vezetők egészítik ki, bővítve ezáltal is a szolgáltatói kínálatot és a megismerés módját. Az elemzett térségben elérhető audio guide-dal rendelkező vezetések az idegenvezetés kategóriájába sorolhatók.

6.1. Az azonosított tematikus séták

A térség nagyszámú, gazdag kínálatú tematikus sétaútvonallal rendelkezik, amelyek mind tartalomban, mind szolgáltatás tekintetében átlagosan magas minőséget képviselnek. A Pécs–Villány turisztikai térség kínálatában 62 sétát sikerült azonosítani, amelyeket összefoglalva a mellékletben közlünk.

Pécsett, a régió központjában a séták leginkább a város történelmi múltjára, attrakcióira, a tárgyi és a természeti örökség értékeire helyezik a hangsúlyt. A hagyományos, idegenvezetői tájékoztatás szélesítésére, a magaskultúra különböző területeinek bemutatására fókuszálnak. A történelmi séták nagyobb léptékben fogják át

egy-egy korszak vagy városrész bemutatását. A *Tüke polgár lettem – szabad királyi város* elnevezésű séta például nemcsak Pécs oszmán hódoltság utáni újjáépítésével ismerteti meg, hanem városszerkezeti kérdéseket, a korabeli életmódot és a nemzetiségi körképet is beemeli az élménykínálatába. A Zsolnay-tematikát feldolgozó séták a kronológiai tényszerű történelemmesélés mellett a Zsolnay család életét, a 19. századi mindennapokat, és a gyár híres iparosainak tevékenységét is feldolgozzák. A tematikus séták valamilyen formában igyekeznek többet adni a hagyományos idegenvezetésnél: témában, módszerben, a meghirdetés időpontjában, látószög kiszélesítése tekintetében többet nyújtanak, mint ami az egyes attrakciók önálló felkeresésekor elérhető. Példaként említhető az eszközt használó fejlámpás séta az ókeresztény temető labirintusában, az állatszimbolikára épülő épületkerámia-bemutató vagy a város török emlékeit feldolgozó tematika, melynek sétavezetője az adott korszakot behatóan ismerő regényíró.

Számos tematikus séta jól kihasználja a komplex kikapcsolódási lehetőségeket. Különösen igaz ez a regionális ökotúrák esetében, ahol a séták során a gasztronómia, a kultúra és a természet nyújtotta lehetőségek összekapcsolásának szép példáival találkozhatunk. A *Magyarország legdélibb borvidékén* elnevezésű túra a Villányi borvidéken halad, amely nemcsak borairól híres, de számos kultúrtörténeti értéket is magáénak tudhat. A séta a Siklósi Vár, a város török kori emlékei, a Máriagyúdi Kegyhely vagy a Nagyharsányi Szoborpark meglátogatását is tartalmazza. A *Barangolás a Közép-Mecsekben* elnevezésű program az Abaligeti-barlang, a Denevérmúzeum, a Madárijesztő Múzeum meglátogatását, a csónakázást, a kenyérsütést és a strandolást is magában foglalja. A túrák jól ötvözik a szórakozás és az ismeretterjesztés, az élmény és az érték egyensúlyát. A tematikus séták variabilitása nemcsak a programelemek igény szerinti változtathatóságát, hanem időbeni rugalmasságot is jelent számos séta esetében. A Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatósága által kínált szakvezetések például időtartam alapján is megrendelhetőek, a vezetők egész napos programot és néhány órás bemutatót is biztosítanak. A túrák nagy része egész évben elérhető, jelentős részük nem szezonális termék, bármikor igénybe vehetőek.

Több tematikus séta érinti ugyanazt a földrajzi területet vagy tartalmat, különböző szervezői háttérrel: a *Fenn a Tettye - Lenn a város* és a *Volt egyszer egy Tettye...* című séták ugyanúgy a Tettye városrészt ismertetik meg a látogatókkal. A Zsolnay-témakört is különböző formában járják körül a túrák. A tematikus séták életre hívásának okai között előfordul pályázati kötelezettség (*Trónok Harca Pécsett, Az 1713-as pécsi nagy pestisjárvány története*), saját attrakció hiányában életre hívott szolgáltatás (Imagine Kft., Segway Kft. sétakínálatai) vagy egy adott attrakció üzemeltetője szolgáltatáskínálatának színesítése (pl. *Zsolnay lányok titkai, Hűsítő séta a Zsolnay Negyedben*).

Kevés szolgáltató rendelkezik egzakt látogatói számokkal, de általánosságban elmondható, hogy a tematikus sétákon viszonylag alacsony a részvétel. Noha a tematikus séták több célcsoport számára, illetve eltérő igényeknek megfelelő élménytartalmakat kínálnak, azonban nagyon fontos lenne – a kínálatban egyelőre kevés helyen megjelenő – ún. szegmensspecifikus bemutatás lehetősége. Jelenleg a létrehozás nem tudatos

célcsoport-szegmentálása következtében a turisták részére meghirdetett programok fogyasztói leginkább megismerésre vágyó helyi lakosok.

Általánosságban megállapítható, hogy a létrehozás motivációja nem keresleti igényekre, hanem a kínálati ötletre épülő szolgáltatástartalom, így a séták nem az előzetesen felmért elvárások alapján formálódnak. Természetesen a szolgáltatói kínálati spektrum színesíti az elérhető turisztikai tartalmakat, de valós turisztikai eredményt a keresleti oldalon csak néhány séta képes elérni. Ezek közül kiemelnénk *A Föld alatti Pécs – séta a város alatt* elnevezésű túrát, amelynek sikere a különlegesség vonzereje és egy jól megfogalmazható brand összekapcsolásában keresendő; a földalatti helyszínt köti össze a magas presztízsű világörökségi ranggal. A földalatti örökségemlékek és a föld feletti torony és kilátópontok kifejezetten népszerű turistacélpontok, a világörökségi rang pedig kivételes versenyképességet jelent a turisztikai vonzerők széles kínálatában. A keresett séták közül kiemelendő továbbá *Az eozin nyomában* című vezetés, amely a Zsolnay Porcelánmanufaktúra gyártási folyamatait, az egyedi minták kézzel készült technikáját mutatja be a látogatóknak. A Zsolnay márkanév egyedisége és a technológiai titkokba való betekintés egyértelműen magas népszerűséget, valós turisztikai vonzerőt jelent, ami még hangsúlyosabb, magasabb szintre emelt kommunikációt érdemelne. A mélyinterjúkból kiderült, hogy a *Belépőjegymentes túra* is nagyszámú közönséget vonz, a sikeres séták közé emelve azt. Ennek magyarázata egyértelműen az ingyenességben keresendő. Ez utóbbi azonban nem lehet szolgáltatói cél, ezért a bemutatás ezen formáját érdemes kínálati, szolgáltatói oldalról előnnyé formálni, az attrakciók marketingeszközeként értelmezni.

Az interjúk révén az is egyértelművé vált, hogy a megismerhető tartalmaknak nem létezik objektív értékelési szempontrendszere. Olyan ismeretanyag kerül átadásra, melynek sem az információtartalma, sem az átadás módja nem minősített. A tartalom garanciáját csak az attrakciókat üzemeltető intézmények professzionizmusa és az idegenvezetők felkészültsége biztosíthatja.

Az egyes szolgáltatók jellemzően saját csatornákon keresztül kommunikálják a túralehetőségeket. Szervezői honlapokat, s az általuk működtetett közösségi oldalakat használják a nyilvánosság elérésére, azonban az azonos típusú felületeken is eltérő a séták elérhetőségének megjelenítése. Az Irány Pécs Nkft. honlapján például a séták az idegenvezetések között, a Janus Pannonius Múzeum honlapján a múzeumpedagógia, helytörténet menüpont alatt, míg a Duna-Dráva Nemzeti Park esetében a programajánlatok között jelennek meg a tematikus séták. Az idegenvezetők még nehezebb helyzetben vannak, hiszen az általuk létrehozott csatorna saját, a piacon be nem vezetett domain név alatt (www.guideinfo.hu) érthető el. A különböző programajánló portálok átvett információi ellenőrizhetetlenek, gyakorta elavult információk gyűjtőtárai.

A marketingszemlélet fontosságának felismerése is megjelenik egy-egy séta alkalmával: a túra népszerűségét segítő, a sétába épített marketingelemek megjelenítése segítségével, vagy magának a túrának a révén, amely önálló marketingeszközként realizálódik. Az előbbire példa a *Trónok Harca Pécs* elnevezésű séta, amely az ismert regény nevét és kerettörténetét használja a tartalom eladására. A *Pécsi belvárosi*

KalandZoo pedig a pécsi állatkertet népszerűsíti, ahogy *A Zsolnay lányok titkai* egyben a Zsolnay Negyed marketingkommunikációjának eszköze is. Az eseményhez kötődő tematikus séták valamilyen egyszeri alkalom keretében vagy köré (pl. fesztivál) szerveződő túrák, melyek létrejötte szintén marketinggondolkodással közelíthető meg. A fesztivál tartalmának off-programjaként egyszerre erősíti és népszerűsíti is azt. Az eseményekre felépített tematikus utakon azonban a hosszú távú kereslet nem feltétlen tartható fenn. Ezt látjuk például a *Pécs hangjai* elnevezésű túra esetében, amely az Europa Cantat évében jött létre, s akkor nagyon népszerű volt, azóta viszont az iránta mutatkozó kereslet visszaesett. A tematikák átgondolása tehát a fenntarthatóság szempontjából is indokolt. Az előbb említett séta esetében például érdemes marketingeszközzé alakítani a túrát, s egy létező, működése és céljai révén azt fenntartani képes intézmény, jelen esetben például a Pannon Filharmonikusokkal való együttműködés részévé tenni, kihasználva a különböző érdekek szinergiáit. További lehetőséget jelent olyan átalakítás megfontolása, amely a fenntarthatóság és a kereslet szempontjait is figyelembe veszi, például a kevésbé népszerű elemek kicserélésével vagy más szolgáltatói szféra erősebb megjelenítésével. A marketingszemlélet bevonása tehát kifejezetten célszerű fesztiválok idején nagyon népszerű séták más időszakokban történő fenntartása érdekében. Például a *Hosszúlépés 'tókerülő' fröccstúra* nagyon keresett a Fishing on Orfű fesztivál alatt. Öt gasztropont érintésével járja körbe az Orfűi-tavat, oly módon, hogy kávé, házi rétes, kemencében sült kenyér, sós és édes péksütemény jár a „spriccer” mellé. A programot egy zenész, valamint egy ismert borász vezeti. A túra viszont évente csak ezen alkalom keretében valósul meg, holott kiváló lehetőséget biztosítana a szolgáltatók egész éves megjelenítésére. A sétákba bevont résztvevők között létező erős együttműködési hálózatok, közös stratégiai gondolkodás, cselekvési tervek az interjúalanyok beszámolóit alapján inkább csak esetlegesen léteznek.

7. A tematikus sétaútvonalak fejlesztési irányai

Tanulmányunk zárásaként a Pécs–Villány turisztikai térség azonosított és a fentiekben bemutatott tematikus sétáinak jellegzetességei, vonzerői, keresettsége, illetve ezek hiányosságai nyomán nyert tapasztalatokra alapozva az alábbiakban összefoglaljuk azokat a lehetséges és szükséges fejlesztési irányokat, amelyek mentén haladva a séták turisztikai sikeressége fokozható lenne. Ezek közös jellemzője, hogy nem a kínálat további differenciálásának gondolatára épülnek, hanem a sétaútvonalak helyzetbe hozására vonatkozó javaslatokat fogalmazzák meg, minthogy már ma is több tucat értékes, a korosztályok és érdeklődési körök széles köre számára rendelkezünk megfelelő kínálattal, sok esetben rendkívüli témaspecifikus kidolgozottsággal.

- ***A turisztikai szereplők egymás közötti kommunikációja hatékonyságának növelése.***

Fontos lenne, hogy a helyi és regionális szervezetek között konzultációk folyjanak a tematikus séták kapcsán. Ez biztosíthatná, hogy az elképzelt útvonal terve illeszkedjen a makroszintű regionális tervekhez és lehetőséget biztosítson arra is, hogy a szélesebb körű

tervezési célok közé integrálódhasson. A tematikus séta tartalmának közvetítője, a közvetítés módja meghatározza az attrakcióba való belépéshez szükséges igény megjelenését. Alapvető fontosságú, hogy a bemutatásra kijelölt személyek a tematikus séta láttnivalóit annak megfelelő értékén kezeljék, ne nagyítsák fel, illetve ne is legyen alábecsülve. Ehhez szintén az üzemeltető és a bemutató közötti párbeszédre lenne szükség.

- **Attitűdvizsgálat elvégzése.**

A helyi lakosok és vállalkozók turizmushoz való hozzáállásának vizsgálata, többek között olyan kérdésekre keresve a választ, hogy ajánlanák-e Pécsset és a desztinációt, mint turisztikai célt rokonaiknak, barátaiknak. A helyi lakosság milyen mértékben tekinthető a lokális tematikus utak célcsoportjának, milyen speciális sajátosságai vannak a „helyi látogatók” csoportjának a tematikus séták esetében? Fontos továbbá annak a feltárása, hogy a térségi attrakcióhelyszínek a jövőben hogyan lehetnek képesek tudatosabban építeni és menedzselni ennek a sajátos célcsoportnak az aktivitását, hozzájárulva ezzel a városmarketinghez és közvetve a saját látogatószámuk és bevételeik növekedéséhez.

- **A helybeliek, mint célcsoport erősebb megjelenítése.**

A mélyinterjúk eredményeiből egyértelműen kiderült, hogy a helyi lakosság fontos piaci szegmens, hiszen a helyi attrakciók meglátogatásával és költségeivel hozzájárulhat a térség vonzótényezői és a turizmusban érintett vállalkozások sikeréhez. Ehhez azonban fontos lenne a jövőben a megfelelő célpiacon marketing kialakítása, hiszen a helyiek és a turisták számos területen eltérő viselkedési mintázattal bírnak, így önálló célcsoportnak tekinthetjük mindkettőt. A helyi értékek megőrzése és védelme nagymértékben függ a lokálpatrióta hozzáálláson, egy-egy érték fókuszba kerülése közösségi aktivitást válthat ki annak megőrzése érdekében. A helyi közösség hangsúlyosabb és differenciált célcsoporttá tétele hozzáadott értékkel bírhat (növekvő identitástudat, helyi jogszabályok betartása, a diszkrecionális jövedelmek helyben történő elköltése).

- **Minőségbiztosítás kidolgozása.**

A tematikus séták tartalmának írásbeli rögzítése, az elhangzott információtartalmak hitelességének monitoringja szintén fontos lenne. Olyan teljes körű vezetői segédletek elkészítése lenne célszerű, amelyek minden lényeges információt tartalmaznak a séták lebonyolításával kapcsolatban, de legalább ennyire fontos az igénybe vehető szolgáltatásokkal kapcsolatos tájékoztatás, a programlehetőségek, az érintett attrakciók, szolgáltatások kapcsolatfelvételi, nyitvatartási, hozzáférhetőségi adatai és egyéb hasznos információk naprakészen tartása. Szükséges a sétavezetők kontrollja és a feléjük történő visszacsatolás rendszeresítése annak érdekében, hogy a szolgáltatói készség és képesség minősége folyamatosan fenntartható legyen, mivel a látogatók elvárásai közt szereplő élményeknek kivétel nélkül meg kell jelenni, megfelelő minőségben és differenciáltságban.

- **Innovatív termékfejlesztés.**

Az adott sétaútvonal, mint turisztikai termék fejlesztésével kapcsolatban alapvető a storytelling elemek és a mély tartalom megfelelő aránya a jó gyakorlatok ötvözésével. Utóbbiak között említhető például a különleges időpont; a különleges előadó, illetve

előadásmód; különféle kiegészítő elemek (pl. korhű ruhák, feladatlap, távcső) bevonása; az interaktivitás megjelenése; étel- és italkóstolók beépítése stb. Érdemes a szolgáltatóknak áttekinteni egymás jó gyakorlatait, s azon elemek átvételét megfontolni, amelyek a meglévő tematikus út innovatív fejlesztésére, új turisztikai narratívák és sztorik kidolgozására felhasználhatók. Az innovatív termékfejlesztés egyik eszköze például a jeles napokra időzített séta. Az interjúk alapján az a tapasztalat rajzolódott ki, hogy nagyobb a kereslet egy-egy fókuszba helyezett esemény vagy kampány esetén.

- **A kommunikáció javítása és átstrukturálása.**

Lényeges lenne térségi turisztikai honlap bevezetése, ahol a különböző szolgáltatók által kínált tematikus séták is egységesen, külön menüpontban szerepelhetnének. A szolgáltatóknál megtalálható tematikus utak, sétatartalmak átjárhatóságát, átlinkelhetőségét biztosítani kellene. Javasolt központi, ún. ernyőmárka létrehozása a tematikus sétákra, amelyet azonban a szolgáltatók saját szükségleteik szerint differenciálni tudnának és a meglévő kommunikációs csatornáikon is terjeszthetnének (pl. Facebook-, Instagram-kampányok). A séták városi események off-programjaiba történő beépítése, a jeles napokon egy-egy tematika hangsúlyozása ugyancsak lényeges lenne. Jó megoldás lehetne továbbá egy belső szervezői rendezvénynaptár létrehozása, amelyből a programszervezők tudomást szerezhetnének egymás kínálatáról, lehetőséget biztosítva ezzel programelemek szinergikus egymás mellett élésére, megszervezésére.

- **Tudatos fejlesztés.**

Nagyon sok esetben látszik a spontaneitás, a tudatos tervezés hiánya, az egyes szolgáltatók saját érdekeik mentén szerveződő kínálata. A tematikus séták esetében is érdemes lenne a városi desztinációs turisztikai szervezetnek stratégiai elemként és termékként gondolni rájuk, s tudatos fejlesztési irányokat meghatározni, a kettős integráció követelményének eleget téve. Egyrészt a turisztikai termékeket kell társadalmi környezetükbe integrálni, másrészt a turizmuson belül az összes alszektort egymással összehangoltan fejleszteni.

- **Az új turizmustrendekhez történő igazodás megvalósítása.**

Végül, de nem utolsósorban említjük az új turizmustrendeknek való megfelelés szükségességét. Erre a közelmúltunk egyik súlyos társadalmi kihívása, a Covid-19 világjárvány tanulságai hívták fel a figyelmünket. Ennek eredményeként nőtt például a környezettudatosság iránti igény, illetve felértékelődtek a közelebbi turisztikai célterületek. A biztonságra törekvés az ún. desztinációs turizmus újraindításának hívószavává vált. A Linzben megfordulók például a „szellemi minibárban” színes történeteket, gazdagító sztorikat is kapnak a szállodai szobába bekészítve. Olyan élménytúrákat és többnapos programcsomagokat szerveznek, amelyek életművészet-központú előadásokkal az ott élők gondolatait, örömeit is bemutatják, ez által az idegenvezetők e találkozások moderátoraivá is válnak. Az új trendekhez történő alkalmazkodás nálunk is kifejezetten kedvező hatással lenne a tematikus séták turisztikai sikerességének növekedésére.

Irodalomjegyzék

- Balińska, A. (2020). City break as a form of urban tourism. *The Małopolska School of Economics in Tarnów Research Papers Collection* 46 (2): 85–95.
DOI: 10.25944/znmwse.2020.02.8595
- Berki, M. & Gonda, T. (2006). A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozícionálása. *Földrajzi Értesítő* 55 (1–2): 127–140. Elérhető online: https://hungarian-geography.hu/konyvtar/kiadv/FE2006/FE20061-2_127-140.pdf/
- Bittner, Z., Kehl, D. & Szűcs K. (2013). *A 15–29 éves magyar fiatalok jellemzői (a tudomány iránti érdeklődés, informálódás, online magatartás, szabadidő, médiahasználat, értékek) – kutatási jelentés*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, 67 p. Elérhető online: https://kttk.pte.hu/sites/kttk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/bittner_kehl_s_zucs_a_15-29_eves_magyar_fiatalok_jellemzoi_-_a_tudomany_iranti_erdeklodes_informalodas_online_magatartas_szabadido_medi_ahasznalat_ertekek_2013.pdf/
- Boorstin, D. J. (1977). *The image. A guide to pseudo-events in America*. New York: Atheneum, 336 p.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research* 12 (1): 5–29. DOI: 10.1016/0160-7383(85)90037-4
- Deák, A., Liptákné Juhász, A. & B. Pristyák, E. (2019). Felső-Tisza-vidéki örökségtúrák tapasztalata, a műemlék-bemutató új formái alapján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4 (2): 39 – 58. DOI: 10.15170/TVT.2019.04.02.03
- Dunne, G., Flanagan, S. & Buckley, J. (2010). Towards an understanding of international city break travel. *International Journal of Tourism Research* 12 (5): 109–117. DOI: 10.1002/jtr.760
- Gászné Bósz, B. & Pentz, M. (2020). Friss élmények történelmi környezetben: „Élő várak” a németországi várak útján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5 (4): 72–90. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.04.05
- Giddy, J. K. & Hoogendoorn, G. (2018). Ethical concerns around inner city walking tours. *Urban Geography* 39 (9): 1293–1299. DOI: 10.1080/02723638.2018.1446884
- Gonda, T. & Rátz, T. (2024). A felelősségteljes magatartás erősödése a turisták körében. *Modern Geográfia* 19 (4): 147–164. DOI: 10.15170/MG.2024.19.04.08
- Gyurkó, Á. & Gonda, T. (2024). A turizmusfejlesztés helyzet- és teljesítményértékelése a Pécs-Villány turisztikai térségben. *Turizmus Bulletin* 24 (2): 41–51. DOI: 10.14267/TURBULL.2024v24n2.5
- Gyurkó, Á. (2022). Magyarország vendégforgalmának teljesítményértékelése területi és keresleti szempontból 2019 és 2022 között, különös tekintettel Eger városának turisztikai teljesítőképességére. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 7 (4): 20–32. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.02
- Holloway, J. Ch. (1981). The guided tour a sociological approach. *Annals of Tourism Research* 8 (3): 377–402. DOI: 10.1016/0160-7383(81)90005-0

- Howard, J., Smith, B. & Twaites, J. (2001). Investigating the roles of the indigenous tour guide. *Journal of Tourism Studies* 12 (2): 32–39. Elérhető online: <https://web.mnstate.edu/robertsb/390/Investigating%20the%20role%20of%20the%20indigenous%20tour%20guide.pdf/>
- Hu, M., Pantano, E. & Stylos, N. (2024). A systematic review of city break travel in tourism. *International Journal of Tourism Research* 26 (4): 1–11. DOI: 10.1002/jtr.2728
- Kelemen-Erdős, A. & Mitev, A. Z. (2017). Tematikus szolgáltatásélmény art- és romkocsmakörnyezetben. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 2 (3): 58–73. Elérhető online: <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/2017/11/13/turisztikai-es-videkfejlesztesi-tanulmanyok-ii-evfolyam-3-szam/>
- Kundi, V. (2018). Az élmény értelmezésének és tartalmi elemeinek átalakulása a 90-es évektől napjainkig: idegenvezetők és utazási irodai referensek körében végzett felmérés eredményei. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 3 (2): 4–17. Elérhető online: https://real-j.mtak.hu/19992/2/TVT_2018_III_2_.pdf/
- NTS (2021). *NTS2030 – Turizmus 2.0*. Budapest: Magyar Turisztikai Ügynökség, 450 p. Elérhető online: https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.159/
- Pentz, M. & Gonda, T. (2024). Kulturlandschaften entlang der Drau, als potenzielles Instrument für die Erhaltung der Werte des ländlichen Landschaftserbes Präsentation bewährter Verfahren in Deutschland: Kartierung der Kulturlandschaften in Bayern. *Podravina* 23 (45): 125–137. Elérhető online: <https://hrcak.srce.hr/file/462596/>
- Piskóti, I., Bene, Zs., Marien, A., Nagy, K. & Szakál, Z. (2019). Borút, borturizmus – Integrált fejlesztési koncepció, módszertan és menedzsment-gyakorlat. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4 (3): 21–35. DOI: 10.15170/TVT.2019.04.03.02
- Rab, Á. (2013). A gamifikáció lehetőségei a nem üzleti célú felhasználások területén, különös tekintettel a közép- és felsőoktatásra. *Oktatás-Informatika* 5 (3): 1–13. Elérhető online: https://www.academia.edu/40890212/A_gamifik%C3%A1ci%C3%B3_lehet%C5%91s%C3%A9gei_a_nem_%C3%BCzleti_c%C3%A9l%C3%A9l%C3%BA_felhaszn%C3%A1l%C3%A1sok_ter%C3%BClet%C3%A9n_k%C3%BCl%C3%B6n%C3%B6s_tekintettel_a_k%C3%B6z%C3%A9s_fel%C5%91oktat%C3%A1sra/
- Rátz, T. (2022). Art Nouveau Heritage as a Resource in Tourism – Challenges and Solutions. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 7 (1): 112–124. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.01.08
- Rigóczki, Cs. (2018). Konstruktivista környezeti nevelés városi sétaúton. *Alkalmazott Műszaki és Pedagógiai tudományos folyóirat* 8 (3): 68–82. DOI: 10.24368/jates.v8i3.51
- Rigóczki, Cs. (2022). *Városi otthontudat – környezeti nevelés sétautakkal*. PhD-értekezés. Eger: Eszterházy Károly Katolikus Egyetem, 178 p. Elérhető online: https://disszertacio.uni-eszterhazy.hu/112/1/Rig%C3%B3czki_PhD.pdf/
- Schmidt, C. (1979). The guided tour: Insulated adventure. *Urban Life* 7 (4): 441–467. DOI: 10.1177/089124167900700402

- Wilhelm, K. (2019). Marketingtevékenység és márkavizsgálat egy tematikus turisztikai útvonal, a kleine historische Städte mintáján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4 (4): 41–56. DOI: 10.15170/TVT.2019.04.04.05
- Yahiaoui, D. E., Chakali, A., Maamir, S., Saba, A. & Belali, M. (2024). Navigating virtual worlds: Features of video game maps driving tourist destination invention. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 9 (2): 99–116. DOI: 10.15170/TVT.2024.09.02.06
- Zillinger, M. (2011). *Innovative structures in guiding*. Paper presented at the 2nd International Research Forum on Guided Tours, Plymouth.

Online források

- KSH (2024). *A turisztikai szálláshelyeken eltöltött külföldi és belföldi vendégéjszakák Budapesten és turisztikai térségenként, havonta*. Központi Statisztikai Hivatal. https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/turo081.html/
- Walk on the Wild Side (é.n). *Walk on the Wild Side Tours, NYC*. <https://walkonthewildsidenyc.com/>

Melléklet: a Pécs-Villány turisztikai térség feltárt tematikus sétaútvonalai

Hagyományos tematikus séták		
1.	Belvárosi séta a Zsolnay építészeti kerámia nyomában	A séta a Zsolnay építészeti kerámia témakörét járja körbe a historizmustól a szecesszióig, kiegészítve a 20. század végi modern alkotásokkal, amelyek a város középületein láthatók (Szerecsen Patika, Zsolnay-kút, Nick-udvar, Nemzeti Színház, Vasváry-ház, Főposta, MATÁV- székház, Zsolnay-szobor).
2.	Angyalok és elefántok között – avagy az épületdíszek titkos élete	Belvárosi séta, az épületeket kívülről szemlélve, épületdíszítésekén keresztül lehet Pécs történelmét és érdekességeit megismerni.
3.	Fenn a Tettye, lenn a város – ráérős barangolás egy varázslatos vidéken	Séta a Tettye városrészben, mely megismerteti a látogatókat az itt található érdekességekkel. Több belső teret is tartalmazó séta: Tettye Forrásház, Tüke Borház.
4.	Legendás pécsiek – avagy kik tették híressé a mecseki kincsesbányát?	Belvárosi, szabadtéri séta, betérőkkel: animációtörténeti kiállítás, beépített sörfogyasztással.
5.	Pécs belvárosi Kalandozó	A belváros épületein sok állatszimbólum található, a séta ezek felderítését és információit járja körbe.
6.	Klasszikus Pécs	1,5–3 óra időtartamú kültéri séta, szabadon választott múzeumi belépéssel, a város történelmének, nevezetességeinek bemutatásával.
7.	Zsolnay a középpontban	A Zsolnay család nyomában – a belvárosban lévő Zsolnay- emlékek, majd az egykori gyár területén a Zsolnay Kulturális Negyedben vezetett túra.
8.	Belépőjegymentes túra	Pécs belvárosát érintő túra, csak külső rátekintéssel a főbb belvárosi helyszínekre.

9.	Volt egyszer egy Tettye...	A séta során a látogatók megismerhetik a Tettye városrész történetét, érdekességeit. Az útvonal a Pintér-kertbe történő belépést is tartalmazza.
10.	Biciklon	A belvárosi Zsolnay emlékek bemutatása, bicikli használatával.
11.	COOLTúra Pécs	Pécs legkiemelkedőbb kulturális kincseinek és a város különleges hangulatú helyeinek felfedezése segwayen, az épületeket kívülről szemlélve.
12.	Mediterrán Túra Pécs	Pécs belvárosát, a történelmi Mecsek-oldalt segwayen bemutató túra.
13.	Siklósi barangolás	Pécsről kisbusszal jutnak el az érdeklődők Siklóásra, ahol a város épületeit segway használatával fedezhetik fel, harkányi végállomással.
14.	Pécsváradai templomok	A Pécsváradai templomokat felfűző tematikus séta.
Történelmi örökséget bemutató tematikus séták		
15.	A középkori egyetemről a reneszánszig (Janus Pannonius)	Séta a Zsolnay Múzeumtól a középkori kanonoki házak kertjén át (a pincerendszer megtekintésével) a püspökvár területéig: Középkori Egyetem, Székesegyház (altemplom: Janus Pannonius sírja), Püspöki Palota kívülről, Barbakán-kert, Barbakán.
16.	Tüke polgár lettem – szabad királyi város	Pécs török hódoltság utáni újjáépülését, városszerkezetet, életmódot, nemzetiségeket bemutató séta.
17.	Nagyváros születik – Pécs a 19–20. század fordulóján	A kiegyezés utáni Pécs gazdasági, társadalmi fejlődését (szénbányászat; Zsolnay-, Angster- és Littke-gyárak); a város kulturális gyarapodását (közművek, közlekedés, vasút és villamosvonalak, sport és kulturális egyesületek), középületeket (Nemzeti Színház, Városháza, Székesegyház, Főposta stb.) bemutató séta.
18.	Világörökségi séták	A tárlatvezetés során lehetőség nyílik megismerni Pécs eddig feltárt teljes római kori temetőjét, melyek az UNESCO Világörökségi listáján is helyet kaptak.
19.	Időutazás a Zsolnay család egykori lakóházában	Korhű ruhába öltözött idegenvezetők mutatják be a Zsolnay család életét és a 19. század mindennapjait. A séta tematikai hangsúlya Zsolnay Vilmoson és fián, Miklóson van.
20.	A Zsolnay lányok titkai	Korhű ruhába öltözött idegenvezetők kísérik végig a látogatókat a Zsolnay Negyedben, betekintést engedve Zsolnay Teréz és Júlia életútjának és munkásságának főbb állomásaiba.
21.	Hűsítő séta a Zsolnay Negyedben	Kellemes nyári séta keretében az idegenvezető bemutatja a Zsolnay Negyedet, és elmeséli a világhírű Zsolnay család legizgalmasabb történeteit.
22.	Az ismeretlen Zsolnayak – séta a Zsolnay Negyedben	A séta során lehetőség nyílik megismerni a Zsolnay család történetét, a gyár híres iparosait. A túra a Zsolnay Negyed külső helyszíneire esik, Zsolnay leszármazottak bevonásával zajlik.
23.	Pezsgőpince túra	A pincerendszer kb. két kilométer hosszú és öt szintet foglal magában, melynek nagy részét bejárják a látogatók. Az alapsétát igény esetén különböző kóstolókkal is kiegészítik.

24.	Az 1713-as pécsi nagy pestisjárvány története	Pécs történetének megismerése a pestisjárvány idején, szabadtéri sétával.
25.	Trónok Harca Pécssett	Pécs történelmének megismerése a Trónok Harca sorozatban látott/olvasott ármányokhoz és cselszövésekhez hasonló, de Pécs történelméből vett események segítségével.
26.	Török tükör séta –kalandozás a török kori Pécsen	Belvárosi séta, ahol a város török építészetét és kultúrtörténetét lehet megismerni. A túra alapja Horváth Viktor: A török tükör című könyve, mely elnyerte az Európai Unió Irodalmi díját.
27.	Pécs aranykora a kiegyezés évtizedeiben	A látogatók megismerhetik a 19. század virágzó építészeti, művészeti és kulturális életét. Belvárosi séta, néhány betérővel: evangélikus templom, Lakits-villa.
28.	Emléktábla kutató – keresd a város kulcsát	Pécsvárad emléktáblákat, nevezetességeit összefűző tematikus séta.
Különleges séták		
29.	Éjszakai tárlatjárat	Fejlámpás, sötétben rendezett séta az ókeresztény temető labirintusában.
30.	Az eozin nyomában	A látogatók működés közben, vezető segítségével ismerhetik meg a Zsolnay Porcelánmanufaktúra gyártási folyamatait.
31.	Földalatti Pécs – séta a város alatt	A látogatók a földalatti múltat és jelent járják be, római síroktól a ma is működő pezsgőpincéig.
32.	Rejtett kincsek nyomában	Építész által vezetett séta olyan különleges helyszínekre, amelyek a mindennapokban nem elérhetők, pl. a városháza tornya.
Eseményekhez kötődő séták		
33.	Pécs hangjai	Az Europa Cantat évében létrehozott, Pécs zeneiségéhez köthető túra, zenei történettel rendelkező terekbe történő belépéssel.
34.	Hosszúlépés 'tókerülő' fröccstúra	Öt gasztropont érintésével az Orfűi-tavat körbejáró séta. A túra során kávé, házi rétes, kemencében sült kenyér, sós és édes péksütemény jár a 'spriccer' mellé. A programot egy zenész, valamint egy ismert borász vezeti.
Szociokulturális séták		
35.	„Pécsi Múza” – irodalmi városnéző séta	Pécsi írók, költők életét, költeményeik ihlető helyszíneit ismerhetik meg a látogatók. A séta hossza 2,5 óra, irodalmár vezetésével.
36.	A zene örök szerelem –belvárosi zenetörténeti séta	Szabadtéri, belvárosi séta, amely sorra veszi a belváros zenei emlékműveit, a város zenei múltját és zenetörténeti érdekességeit. Interaktív séta.
37.	A pécsi Bauhaus – belvárosi séta	A belvárosból induló szabadtéri séta, amely a pécsi Bauhaus épületeket és mestereket mutatja be, szakmai vezetéssel.
38.	Szecessziós séta	Elsősorban a szecessziós épületkerámiák bemutatására épül, építészeti korszakot, stílust bemutató séta.
39.	Aktív kézműveskedés Mohácson és környékén	Az érdeklődők számos kézműves tevékenységet ismerhetnek meg közelebbről: busómaszk- faragás, korongozás, gyertyaöntés, könyvkötés, papírmerítés, mézeskalács-készítés aktív részvétellel. Rugalmas hosszúságú program, minimum 3 óra – maximum egy nap.

Természeti és/vagy gasztronómiai séták		
40.	Magyarország legdélibb borvidékén	A túra a Villányi borvidéket érinti, mely nemcsak borairól híres, de számos kultúrtörténeti érdekességet is rejt. A Siklói Vár, a város török kori emlékei, a máriagyúdi kegyhely vagy a Nagyarsányi Szoborpark meglátogatását tartalmazza.
41.	Medvehagymás túra	Medvehagymagyűjtést tartalmazó program, az orfűi malmoknál pogácsa, vagy lepény elfogyasztásával és Villány meglátogatásával.
42.	Barangolás a Közép-Mecsekben	Egynapos túra, az Abaligeti-cseppkőbarlang, a Denevér-múzeum és a Madárijesztő Múzeum meglátogatásával. Csónakázást, kenyérsütést, és strandolást is tartalmaz.
43.	Az orfűi sárkányok nyomában	Pécsről kisbusszal jutnak el az érdeklődők a Remete-rétre, ahonnan segwayjel indul a túra a Mecsekbe.
44.	kóBORlás Villányban	A túra keretében a villányi szőlőhegyen és a borvidéken lehet kóBORlni, Segwayjel. Útvonal: Siklós – Kisharsány – Nagyarsány (Szársomlyó-hegy) – Villányi pincesor.
45.	Malomvölgyi tókor	Pécsről kisbusszal jutnak el az érdeklődők a Malomvölgyi Arborétumba, ahol Segway-túrán ismerhetik meg a terület természeti szépségeit.
46.	A Villányi-hegység szépségei borkóstolással –túra elektromos kerékpárral	Villány – Kisjakabfalva – Palkonya – Kisharsány Vylyan-terasz – Nagyarsányi Szoborpark – Villány (40 km) – elektromos pedelec kerékpárral.
47.	E-bike kilátótúra a Mecsek közepén	Az e-bike túra a Mecsek középső részének legszebb kilátópontjaira vezet el.
48.	E-bike kerékpártúra a Villányi-hegységben	Kisjakabfalvát, Palkonyát, a Vylyan-borteraszt, a Nagyarsányi Szoborparkot érintő túra elektromos kerékpárral.
49.	Mecseki „cseppkőrút” - Túra elektromos kerékpárral	E-bike túra a Nyugat-Mecsek látványosságai körül: Pécs (Tettye) – Remete-rét – Orfű – Abaliget – Kővágószőlős – Cserkút – Pécs (Tettye).
50.	Vízitúra a Fekete-vízen	Könnyű vízitúra a szaporcai Ós-Dráva Látogatóközpont közelében elhelyezkedő Fekete-vízen. A programon a terület természeti értékeit ismerhetik meg a résztvevők. Útvonal: Ós-Dráva Látogatóközpont – szaporcai híd – Dráva torkolat – szaporcai híd – Ós-Dráva Látogatóközpont.
51.	Vízitúra a Dráván (Vejtí – Drávaszabolcs)	Egy természeti szépségekben gazdag vízi túra Vejtí és Drávaszabolcs között a Dráván. Szaporca – Ós-Dráva Látogatóközpont – Vejtí kikötő (transzfer) – Drávaszabolcs kenutúra – Szaporca – Ós-Dráva Látogatóközpont (transzfer).
52.	A Jubileumi keresztől a Pálos kolostor romjaihoz – túra a Jakab-hegyre	A Kővágószőlősről induló „időutazás” földtörténeti és kultúrtörténeti kalandozás a Nyugat-Mecsek természeti értékeinek megismerése céljából.
53.	Sárkánytúra Remete-réttől a Sárkány-szakadékig – barangolás az Abaligeti-karszton	A túra résztvevői az abaligeti karsztfelszín változatos formáival – víznyelőkkel, dolinákkal, töbrökkel, patakokkal – ismerkedhetnek meg.
54.	Túra a Melegmányi-völgyben	Az út folyamán a karszt jellegzetes formáival: töbrökkel, víznyelőkkel, forrásokkal találkozhatnak, majd a Melegmányi- és Petnyáki-vízesésben gyönyörködhetnek a látogatók.

55.	Szakvezetéses túra a Szársomlyóra	A Szársomlyóra induló túrán, Magyarország legdélibb hegyvidékén botanikai ritkaságokat mutatnak be.
56.	Telihold túra	Orfű, Natúra Panzió – Tekerés – Hermann Ottó-tó – Kovácsszénájai-tó útvonalon zajló, 6–7 km hosszú séta.
57.	Desztináció körtúra	Az orfúi desztináció négy települést, Orfű mellett Abaligetet, Husztót és Kovácsszénáját érinti. Hossza: 8–16 km.
58.	Sárkány körtúra	Orfű természeti értékeit körbejáró túra a Sárkány-mítosz nyomában.
59.	Erdő Hősei	Játékos kalandtúra az erdőtől a tóig.
60.	Túra a Dráva medrében	A séta a Dráva Cún és Majlátpuszta közötti szakaszán halad a folyómederben, illetve az ártéren.
61.	Éjszakai rovartúra	A drávaszabolcsi Rovarmúzeum megismerése után az Ős-Dráva Látogatóközpont udvarán lámpás rovarlest tartalmaz a program.
62.	A Dráva élővilága 1–2–3	Az Ős-Dráva Látogatóközpont megtekintését követően a látogatók a 13 km hosszú Dráva élővilága tanösvényen tett túra során pillanthatnak be a terület változatos és különleges élővilágába.