Kulcsár László
Bodrogai László Anzelm

# AKTÍV TURIZMUS

## ELMÉLETI ÉS MÓDSZERTANI KÉZIKÖNYV



# AKTÍV TURIZMUS / ELMÉLETI ÉS MÓDSZERTANI KÉZIKÖNYV

# AKTÍV TURIZMUS

*Elméleti és módszertani kézikönyv*

Szerkesztők:
Prof. Dr. Kulcsár László és
Dr. Bodrogai László Anzelm

Kodolányi University Press
Budapest, 2025

A könyv megjelenését
az Aktív Magyarországért Felelős Államtitkárság
és az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ Nonprofit Korlátolt
Felelősségű Társaság támogatta







A könyvben kifejtett nézetek a szerzők saját véleményét tükrözik, amelyek nem feltétlenül esnek egybe az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ Nonprofit Kft. szakmai álláspontjával.

© *Bodrogai László Anzelm, 2025*
© *Kulcsár László, 2025*
© *Kodolányi University Press, 2025*

TARTALOM

Előszó (Révész Máriusz) 11

1. Az aktív turizmus szerepe és jelentősége (Kulcsár László – Bodrogai László Anzelm) 17
1.1. A tanulmánykötet célja és tárgya 17
1.2. A könyv szerkezete 20

2. Az aktív turizmus fogalmi keretei (Bauer Ádám) 27
2.1. Az aktív turizmus és rokonfogalmainak nemzetközi értelmezése 29
2.1.1. Az aktív turizmus nemzetközi értelmezése 30
2.1.2. Átfedések, közös metszetek összegzése 34
2.2. Az aktív turizmus a hazai szakirodalomban 36
2.3. Az aktív turizmus a gyakorlatban, a termékek és az élménylánc felépítése 40
2.4. Összefoglalás, következtetések, javaslatok 45

3. Az aktív turizmus környezeti, ökológiai, gazdasági és társadalmi hatásai (Sági Zsolt – Bodrogai László Anzelm – Kulcsár László) 55
3.1. Bevezetés, a fejezet célja 55
3.2. Környezeti, ökológiai hatások és az aktív turizmus 55
3.3. A turizmus és az aktív turizmus ökológiai lábnyoma 59
3.4. Az aktív turizmus környezeti, ökológiai hatásai 61
3.5. Társadalmi-gazdasági folyamatok és az aktív turizmus 64
3.5.1. A turizmus gazdasági szerepe a világban 65
3.5.2. A turizmus gazdasági szerepe Magyarországon 66
3.5.3. Az aktív turizmus gazdasági szerepe Magyarországon és nemzetközi összehasonlításban 67
3.5.4. Társadalmi hatások 69
3.6. Összefoglalás 70

4. Az aktív turizmus integratív szerepe 77
4.1. Falusi, vidéki turizmus (Kulcsár László) 77
4.1.1. A fejezet célja 77
4.1.2. A falusi, vidéki turizmus rövid története 77

4.1.3. A vidéki turizmus és az aktív turizmus kapcsolata 80
4.1.4. Összefoglalás 85
4.2. Ökoturizmus (Bodrogai László Anzelm – Witzl Balázs) 88
4.2.1. Az ökoturizmus definíciója 88
4.2.2. A hazai és nemzetközi szakirodalom áttekintése 90
4.2.3. Adottságok 92
4.2.4. A turizmus ökológiai lábnyoma 95
4.2.5. Infrastruktúra 96
4.2.6. Az ökoturizmus kapcsolódása az aktív turizmushoz és a hálózatosodás lehetőségei, fontossága 97
4.2.7. Összefoglalás és következtetések 98
4.3. Egészségturizmus (Lantos Zoltán) 103
4.3.1. A fejezet célja 103
4.3.2. Az egészségturizmus fogalma és típusai 103
4.3.3. Az egészségturizmus gazdasági és társadalmi hatásai 104
4.3.4. Nemzetközi trendek és gyakorlatok 105
4.3.5. Az egészségturizmus és az aktív turizmus kapcsolata 105
4.3.6. Integrált, nemzetközi jó gyakorlatok 106
4.3.7. Fenntartható egészségturizmus 106
4.3.8. Egészségturisztikai célpontok fejlesztése 107
4.3.9. Szakpolitikai keretek és megújítási javaslatok 108
4.3.10. Összefoglalás 108
4.4. Kulturális turizmus (Rátz Tamara) 111
4.4.1. Az aktív turizmus és a kulturális turizmus kapcsolata 111
4.5. Zarándokturizmus (Abelovszky Zsóka) 116
4.5.1. A zarándokturizmus a turizmus rendszerében 116
4.5.2. Motivációk, célok 117
4.5.3. Hazai zarándokutak – Helyzetelemzés 119
4.5.4. Összefoglalás 127

5. Az aktív turizmus típusai 133
5.1. Természetjárás (Pál Máté – Argalász Péter) 133
5.1.1. A hazai természetjárás kialakulása és fejlődése 133
5.1.2. A hazai természetjáráshoz kapcsolódó legfontosabb turisztikai attrakciók és szolgáltatások 138
5.1.3. A természetjárás jelenlegi kihívásai 143
5.1.4. Túlturizmus és látogatómenedzsment a természetjárásban 144

5.2. Kerékpáros turizmus (Berencsi Miklós – Glász Attila – Bodrogai László Anzelm) 150
5.2.1. A fejezet célja 150
5.2.2. A kerékpárturizmus fogalma és típusai 151
5.2.3. A kerékpárturizmus gazdasági és társadalmi hatásai 152
5.2.4. Kerékpáros turizmus szempontjából fontos adottságok 154
5.2.5. Fenntartható kerékpárturizmus 156
5.2.6. A kerékpározási szokások és a segítő technológia 159
5.2.7. A kerékpáros turizmus és az aktív turizmus kapcsolata 160
5.2.8. Kerékpárturisztikai célpontok fejlesztése 162
5.2.9. Kerékpáros infrastruktúra 166
5.2.10. Kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat nemzetközi jellemzői 170
5.2.11. Kerékpározási szokások, kutatások 174
5.2.12. Digitalizáció jelenléte és jövőbeli fejlesztési lehetőségek 176
5.2.13. Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030 177
5.2.14. Összefoglalás, következtetések, javaslatok 179
5.3. Lovas turizmus (Obádovics Csilla – Kulcsár László) 185
5.3.1. Bevezetés 185
5.3.2. A lovas turizmus történeti áttekintése Magyarországon 185
5.3.3. Nemzetközi kitekintés 190
5.3.4. A lovas turizmus definíciója 191
5.3.5. Az aktív lovas turizmus szereplői 193
5.3.6. Kínálat/kereslet a lovas turizmusban 195
5.3.7. A jogi szabályozás erősségei és hiányosságai 199
5.3.8. Fejlesztések és további fejlesztési lehetőségek az aktív lovas turizmus területén 201
5.3.9. Összefoglaló, következtetések, javaslatok 205
5.4. Vízi turizmus (Witzl Balázs) 211
5.4.1. A vízi turizmusról 211
5.4.2. A hazai és nemzetközi szakirodalom áttekintése 214
5.4.3. Adottságok 219
5.4.4. A vízi turizmus kapcsolódása az aktív turizmushoz és a hálózatosodás lehetőségei, fontossága 223

6. Kommunikáció az aktív turizmus területén (Kiss Róbert Richard) 231
6.1. A fejezet célja 231
6.2. Az aktív turisztikai fejlesztések központi kommunikációja 231
6.2.1. Állami kommunikáció 231
6.2.2. Önkormányzati kommunikáció 235
6.2.3. Intézményi kommunikáció 236
6.2.4. Az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) kommunikációja 237
6.3. Az aktív turizmus megjelenése a tematikus műsorokban 239
6.3.1. Televíziós műsorok 239
6.3.2. Rádiós műsorok 241
6.4. Az aktív turizmus megjelenése nyomtatott sajtótermékekben 242
6.4.1. Utazási lapok 242
6.4.2. Napilapok, hetilapok 243
6.5. Az aktív turizmus megjelenése online lapokban és felületeken 244
6.5.1. Országos online lapok 244
6.5.2. Regionális online lapok 247
6.5.3. Aktív Kalandor 248
6.5.4. Digitális Vándor 248
6.6. Az aktív turizmus megjelenése egyes közösségi médiafelületeken 249
6.6.1. YouTube 250
6.6.2. Facebook 251
6.6.3. Instagram 252
6.6.4. TikTok 253
6.7. Összefoglalás 254

7. Módszertani esettanulmányok 261
7.1. Egy új kerékpáros desztináció születése (Deák Attila) 261
7.1.1. A Felső-Tisza-vidék és a Nyírség egyedi terméktulajdonságainak azonosítása 261
7.1.2. A felső-Tisza-vidéki és nyírségi kerékpáros túrahálózat létrejötte 271
7.1.3. Beregi kör – Az Év kerékpárútja 282
7.1.4. A felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat jövője 284

7.2. A BalatonBike365 kerékpáros turisztikai szolgáltatásfejlesztés (Szilasi László – Bodrogai László Anzelm) 291
7.2.1. A projekt bemutatása és célkitűzései 291
7.2.2. A projekt rugalmassága és szakmai szempontú megvalósítása 291
7.2.3. Közvetlen eredmények és kiépített szolgáltatások 292
7.2.4. A szolgáltatás háttere – a BBT-sztori 293
7.3. Jó példák a nagyvilágban (Berencsi Miklós) 299
7.3.1. Új-Zéland 299
7.3.2. Szlovénia 302
7.3.3. Svájc – SwitzerlandMobility 305

8. Az aktív turizmus stratégiája 2030 315
Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 *(Szemelvények)* 315
I. Aktív Magyarország 2030 – Koncepció 315
II. Célrendszer 323
III. Misszió 324
IV. Vízió 325
V. Célkitűzések 327

Abstracts 337
A kötet szerzői / Authors 349

# *Előszó*

Révész Máriusz

Gyerekkoromban szüleimmel minden nyáron kaptunk egy vállalati vagy SZOT-beutalót, és azzal két hetet töltöttünk Balatonföldváron vagy Balatonlellén. Ma ez a fajta, hosszan elnyúló családi nyaralás ritkább. A beutalók világa jórészt eltűnt, a szokásaink pedig megváltoztak: gyakrabban indulunk útnak, de rövidebb időre – és közben egyre inkább élményeket, kihívásokat, aktív kikapcsolódást keresünk.

Ez a változás nemcsak életmódbeli jelenség: a turizmus – és a hozzá kapcsolódó ágazatok a kultúrától az egészségiparon át számos területig – világszerte egyre nagyobb gazdasági súlyt képvisel. A turizmus különböző típusai eltérő dinamikával fejlődtek az elmúlt évtizedekben, ami a belső arányok átrendeződéséhez vezetett. Az aktív turizmus látványosan erősödött: ma már szállodák kínálnak kerékpár- és e-bike-bérlést, vállalkozások épülnek kalandtúrákra, és a világ legmagasabb hegyén, a Mount Everesten is sorok alakulnak ki a csúcstámadás idején.

Magyarországon is egyre nagyobb jelentősége van az aktív turizmusnak. Ennek hátterében ott van a közösségi élmény iránti igény, a kihívás keresése, az egészségmegőrzésre törekvő életmód, a természet és táj szeretete, kulturális örökségünk felfedezésének vágya, és mind gyakrabban az ökológiai fenntarthatóság szempontja is.

Az Aktív Magyarországért felelős Államtitkárság munkatársaival abban hiszünk, hogy olyan aktív turisztikai fejlesztéseket érdemes támogatni, amelyek valódi értéket teremtenek: jók az adott térségnek, és jók az ott élőknek. Hazánkban több olyan nehezebb helyzetű térség is van, ahol az aktív turizmus kitörési pont lehet: munkát ad a helyi vállalkozásoknak, megélhetést biztosíthat családoknak, és erősítheti a lakosságmegtartó képességet.

Az aktív turizmus sajátossága, hogy a vendégek nem egyetlen helyszínen töltik szabadidejüket, hanem útvonalakat, térségeket járnak be. Útközben megismerik az attrakciókat, a természeti és kulturális értékeket, a helyi szolgáltatásokat. Így a gazdasági hatások is gyakran a kisebb, helyi szereplőknél csapódnak le: családi szálláshelyeknél, helyi szolgáltatóknál és vendéglátóknál. De hogyan válik vonzóvá egy térség? Leginkább együttműködéssel és közös márkaépítéssel. Nem egyetlen látványosságot vagy szolgáltatást kell

önmagában eladni, hanem egy útvonalat, egy élményláncot, egy tájat – közösen.

A világ egyik legsikeresebb „aktív turisztikai" projektje, az El Camino jól mutatja ennek erejét: 1990-ben ötezren jártak rajta, harmincöt évvel később pedig félmillió zarándok érkezett meg Santiagoba gyalog vagy kerékpárral. A Caminót szinte mindenki ismeri, mégis kevesen tudnának felsorolni akár három települést az útvonal mentén. Ez nem véletlen: a közös brand, a közös akarat és cselekvés volt a döntő, nem az egyedi szereplők külön megjelenése. Ha egy térség vagy útvonal képes izgalmas, vonzó képet kialakítani magáról, abból végső soron minden érintett profitál.

A kezében tartott kötet – az aktív turizmus első magyar nyelvű, elméleti és módszertani kézikönyve – ezt a szemléletet foglalja rendszerbe. Összegzi az eddig felhalmozott tudást és tapasztalatot, és ráirányítja a figyelmet az aktív turizmus integrációs hatására. A természetjárás, a kerékpáros és a vízi turizmus képes összekapcsolni a sokszor helyhez kötött attrakciókat (kulturális, örökségi, természeti értékeket), és ezekből közösen létrehozni egy sajátos turisztikai terméket: egy bejárható, átélhető élményt.

A könyv egyik kulcskérdése, hogy ez a „szimbiózis" miként tud megvalósulni: mely tényezők támogatják, és melyek gátolják a térségi együttműködések létrejöttét. A legfontosabb következtetés egyértelmű: egy térség aktív turisztikai fejlesztése megköveteli a szereplők együttműködését. Ha ez az alap megvan, akkor lesznek turisták, lesznek fejlesztések, bővülhet a foglalkoztatás, és kialakulhat egy közös jövőkép.

A kötet szemlélete a funkció kérdéséhez is elvezet: kiknek szól ez a kézikönyv? Egyrészt a szakpolitika formálóinak, akiknek döntései kijelölik a fejlesztések kereteit; másrészt a turizmus oktatásával és kutatásával foglalkozó szakembereknek, és nem utolsósorban azoknak a gyakorlati menedzsereknek, akik nap mint nap szembesülnek az itt felvetett dilemmákkal. Az elméleti és módszertani fejezetek mellett olyan esettanulmányokat is bemutat, amelyek eltérő kulturális és társadalmi környezetben megvalósult aktív turisztikai projektek tanulságait tárják fel. Végül pedig – a téma gyakorlati beágyazottságát erősítve – részleteket közöl a terület szempontjából meghatározó stratégiai dokumentumból is, lehetőséget adva az olvasónak arra, hogy a kézikönyv és a stratégia megközelítéseit egymás mellé tegye és összekapcsolja.

Az *Aktív turizmus elméleti és módszertani kézikönyve* hiánypótló munka. Megjelenése időszerű, hasznosítása sokrétű: gondolkodási keretet ad, közös nyelvet teremt, és kapaszkodókat kínál a fejlesztések tervezéséhez és megvalósításához. Köszönet illeti a kötet szerkesztőit és szerzőit, a Kodolányi Egyetemet, a kiadót, valamint mindazokat, akik a létrejöttét munkájukkal segítették.

Budapest, 2025. december

# AZ AKTÍV TURIZMUS SZEREPE ÉS JELENTŐSÉGE

# 1. Az aktív turizmus szerepe és jelentősége

Kulcsár László – Bodrogai László Anzelm

## 1.1. A tanulmánykötet célja és tárgya

A legtöbb turizmussal foglalkozó tudományos kutató és szakpolitikai szakember már évtizedekkel korábban észrevette, hogy a turizmus rendszere, az intézmények, az igények és a szolgáltatások átalakulóban vannak. Új turizmustípusok jelentek meg, amelyek eltértek a hagyományosan szinte csak a vendéglátásra épülő turisztikai kínálattól. Ezek közé tartozik az aktív turizmus (Észak-Amerikában, de Európában is gyakran *kalandturizmus*[1] a megnevezése), amely természetesen nem függetlenítette magát teljesen a korábbi, úgynevezett „hagyományos" turisztikai formáktól, mint amilyen például a vendéglátásra épülő gyógyturizmus, a falusi turizmus, vagy egyéb más, újabb formák, mint amilyen például a wellnessturizmus, amely viszont egészen más értékeket hangsúlyozva működik. Az aktív turizmus középpontjában: szabad időben, a természetben, turisztikai céllal végrehajtott fizikai aktívitás áll. Ez az a két jellemző (természeti környezet és turisztikai célú fizikai aktivitás), amely az aktív turizmus alapját képezi. Megnyilvánulási formái azonban – amint az a tanulmánykötetből is kitűnik – sokrétűek és igen különbözőek.

A szakirodalom szerint az aktív turizmus „robbanásszerű" fejlődéséhez a Covid–19-világjárvány jelentősen hozzájárult a maga korlátozásaival. Az aktivitás szempontjából a természet „felértékelődése" nemcsak egyszerűen a szabadba történő menekülléssel függött össze, hanem az egyéni, közösségi kapcsolatok újrateremtésével, és azok fenntartásának, újraszervezésének igényével is. A kommunikáció modern formái, a közösségi média ugyanis nem minden esetben volt képes versenyezni a személyes kommunikációval.

[1] Bár a két fogalom közé nem tehetünk egyenlőségjelet, tartalmuk nagy átfedéseket mutat. A kaland keresése és az abban való részvétel tágabb fogalom, mint az aktív turizmus a benne foglalt tevékenységekkel együtt. Az előbbi erőteljesen hajlik az extrémitások felé, sokszor csak egy szűk kört érint. Vannak, akik nem is sorolják a turizmus közé. Roald Amundsen, a híres norvég sarkkutató magát a kifejezést is rossznak tartotta. Szerinte a kaland nem más, mint rossz tervezés.

A Covid–19-járvány hatalmas funkcionális hátrányai, amelyek például emberi tragédiákban, az egészségügyi ellátásban, de máshol is megmutatkoztak, együtt jártak olyan látens funkciók kibontakozásával is, amelyek a társadalomban pozitív következményeket eredményeztek. Ezúttal az aktív turisztikai tevékenységek terjedése, népszerűségének növekedése egy ilyen lappangó funkció felszínre törésének bizonyítéka lett.

Aktív turizmusról természetesen a járvány kitörése előtt is beszélhettünk. Gross & Sand (2020) megemlíti, hogy egy igazi „civil" ember elsőként csak 1786-ban mászta meg a Mont Blanc-ot (korábban ez csak tudományos céllal történhetett meg), 1865-ben pedig már sokan kirándultak az Alpok hegyei közé. Ide sorolható például Magyarországon a 19. századtól igen népszerű szervezett és kevésbé szervezett természetjárás a Tátrában és a Kárpátokban. Hasonlóképpen népszerű volt a tehetősebbek körében a vitorlázás, evezés. A szakirodalomban a 20. század második felében, annak is inkább az utolsó harmadában, jelentek meg az aktív turizmussal foglalkozó első írások. Gross & Sand (2020) véleménye szerint az 1950–1960-as években a kalandturizmus már megszűnt csupán „néhány őrült ember passziójának" lenni. Ebben az időszakban folyamatosan tért nyert az aktív turizmus a szakirodalomban, s mint minden esetben, most is, első lépésként meg kellett határozni saját területét, és tisztáznia kellett viszonyát a rokonfogalmak által már lefedett területekhez. Wright et al. (2021) részletes alapossággal, szakirodalmi elemzések révén mutatták be azt a folyamatot, hogy hogyan különítették el az aktív turizmust a sportturizmustól különösen azokban az írásokban, amelyekben a sportturizmusba beletartozott például a csapatot kísérő szurkolók utazása is. Az aktív turizmus véleményük szerint nélkülözi a hivatalosan elvárt teljesítményt, a versenyszellem központi szerepét, inkább egyéni, baráti és közösségi jellegű. Az aktív turizmus fogalmának tisztázása, szerepének, funkcióinak meghatározása azért nagyon fontos feladat nemcsak a tudomány, hanem a szakpolitikák számára is, mert olyan kitüntetett tulajdonság jellemzi, amely más turisztikai ágazatokban hiányozik, vagy csak nagyon ritkán fordul elő. Ez pedig az aktív turizmus integráló szerepe. Jelenleg Magyarországon, de a nemzetközi szakirodalomban sem fordítottak erre a szerepre komoly figyelmet, nagyon kevés az erre az összefüggésre koncentráló kutatás. Mivel az aktív turizmus a legtöbb esetben jelentős térségek közötti mozgással jár (természetjárás, kerékpározás, lovaglás, vízitúra), így több, „helyhez kötött" attrakció rácsatlakozhat az aktív turizmusra a kulturális, az örökségi, az

egészségügyi stb. turizmus területéről. Az aktív turizmus rendelkezésre álló lehetőségei szélesebbek tehát az aktivitás egészségügyi, közösségi, emberi kapcsolatokat érintő hatásainál. Az aktív turizmus integrációs jelentőségét nehéz túlbecsülni. Ha egy térség nincs bekapcsolva az aktív turizmusba, és nem bír valamiféle különös jelentőséggel az ott lévő turisztikai attrakció, ismertsége, látogatottsága marginális maradhat, különösen akkor, ha maga a térség is hátrányos helyzetű akár elérhetőségét, akár társadalmi-gazdasági helyzetét illetően (Kulcsár & Obádovics, 2016).

Az aktív turizmus egyes megjelenési formái nem függetlenek az adott tárdadalom úgynevezett kemény (hard) és puha (soft) sajátosságaitól, viszonyaitól sem. A természeti környezet jellemzői és annak változásai lehetőségeket is jelentenek, de korlátokat is szabnak az aktív turizmus formáinak. Sok esetben az úgynevezett *soft*, puha tényezők is igen keménynek bizonyulhatnak. Az életmód- és szokásrendbeli sajátosságok lassan változnak, ami nemcsak az érdeklődésre számot tartó kulturális, néprajzi attrakciók tovább élését jelenti, hanem az aktív turizmushoz vagy általában a turizmushoz kötődő gazdasági tevékenységek, szolgáltatások kibontakozásának akadálya is lehet. Nem minden területen mutatkozik meg ez a pozitív és negatív jelleggel egyaránt rendelkező kapcsolat kiegyensúlyozott formában. Népszerűbb, frekventáltabb térségekben erőteljesebben általában a pozitívumok mutatkoznak meg, de jelen vannak a negatív következmények is, mint amilyenek például a környezeti, ökológiai problémák. Máshol az aktív turizmust hátráltató tényezők jelentősen megnehezítik, akár el is lehetetlenítik az előnyök kibontakozását, az integratív funkció érvényesülését. Az aktív turizmus szociológiai megközelítése tehát pozitív és negatív összefüggésekre egyaránt felhívja a figyelmet. Mindkettő mögött a természeti adottságok mellett az emberi, kulturális tényezők hatása figyelhető meg.

Könyvünk célja az, hogy elsősorban elméleti kiindulópontokat fogalmazzon meg az aktív turizmus elemzéséhez, és így segítse azokat a szereplőket, akik a gyakorlatban szembesülnek az aktív turizmussal együtt járó környezeti, társadalmi és gazdasági változásokkal. A könyvben olvasható elemzések nyilvánvalóvá teszik, hogy mely területen kell fokozott gondossággal eljárni azoknak a szereplőknek, akik az aktív turisztikai fejlesztéseket tervezik, gondozzák. Különösen fontos, hogy az aktív turizmus stratégiai kérdéseinek megválaszolására olyan testületet, illetve intézményt (think tank) hívjunk létre, amelynek tagjai alkalmasak ezt a komplex szemléletmódot képviselni,

és a felvetődő kérdéseket, problémákat egyszerre stabilitást és dinamizmust tükröző folyamatok együtteseként, azaz mint társadalmi jelenséget közelítik meg. A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 (2023) jó alapot kínál az aktív turizmus sokféleségének az adottságaik miatt különböző vidékek egységes kezeléséhez. Ez a megállapítás azt is magában foglalja, hogy az aktív turizmus gyakorlatát és fejlesztésének elképzeléseit időről időre monitorozni kell. Ez alatt azt értjük, hogy a társadalmi-gazdasági, demográfiai folyamatokat bizonyos aktívturizmus-fajtákkal összefüggésben területenként szükséges tudományos módszerességgel, folyamatosan megfigyelni, mivel az egyes térségek közötti társadalmi, gazdasági helyzetek eltérő módon és dinamikával változnak (Sand & Gross, 2019).

Az aktív turizmus tudományos kutatási témái közül kiemeljük azokat, amelyek hozzájárulnak ahhoz, hogy világos képet alkothassunk az aktív turizmus helyzetéről és fejlesztési lehetőségeiről. Véleményünk szerint a legfontosabbak a következők:

- Milyen társadalmi csoportok vesznek részt az aktív turizmus különböző formáiban, hogyan változik a különböző csoportok relatív súlya az évek során? Követi-e ez a súlyeltolódás a demográfiai változásokat a társadalomban?
- Milyen kapcsolat, összefüggés mutatható ki az aktív turizmus különböző formái, igénybevétele között? Más szóval, beszélhetünk-e egységes elméleti megközelítésről a különböző aktív turisztikai tevékenységeket illetően, vagy csak részben, esetleg egyáltalán nem?
- Az aktív turizmus regionális vagy térségi sajátosságaiban mely tényezők játszanak fontos szerepet: a természeti, a kulturális vagy a gazdasági tényezők? A válasz egyáltalán nem mellékes, mivel ezek a mozzanatok történelmileg változnak, s mint Hérakleitosz mondta: „semmi sem állandó, csak a változás maga".

## 1.2. A KÖNYV SZERKEZETE

A tanulmánykötet – a fent vázolt megközelítésnek megfelelően – első fejezeteiben az aktív turizmus fogalmi rendszerével, valamint környezeti, társadalmi és gazdasági érintettségével foglalkozik. A fogalmakat illetően megállapítható, hogy azok időben és területi vonatkozásban is meglehetősen

nagy eltéréseket mutatnak. Ezt a sajátosságot bizonyos mértékig természetesnek kell tekintenünk, mivel az eltérő kultúráknak a kialakuló fogalmi rendszerekre komoly hatásuk van. A környezeti, társadalmi és gazdasági viszonyok jelentőségét pedig azért hangsúlyozzuk, mert mint mondani szokás, az aktív turizmus, mint más társadalmi-gazdasági folyamat esetében is, nem légüres térben alakult ki, hanem egy konkrét változásokat és sajátosságokat felmutató társadalmi-gazdasági viszonyrendszerben. A normatív megközelítés és gondolkodás tehát nem elegendő, hiszen leginkább az ide vonatkozó társadalmi, gazdasági, regionális tudományos elemzések azok, amelyek a policyknek, az elképzeléseknek, terveknek hatékonyságát megalapozzák. Ezt a megközelítést képviseli a könyv első tematikus egysége, amelybe több fejezet is tartozik (1–3. fejezetek).

A tanulmánykötet második tematikus egysége (4. fejezet) az aktív turizmus integratív szerepének bemutatása köré szerveződik. Az általunk bemutatott turizmuságazatokon kívül vannak még olyanok is, amelyek úgyszintén hasznosíthatják az aktív turizmus sajátosságait (borturizmus, gasztroturizmus stb.). Mi a könyvben azokat vettük sorra, amelyeknél a kapcsolódás szinte magától értetődő. A falusi, vidéki turizmus és az aktív turizmus nem kerülhető meg ebben a kérdésben, már csak azért sem, mert az aktív turizmus színtere szinte kizárólag a vidék. A falusi turizmus nagy múltra tekint vissza, s újraéledésében az aktív turizmus nagy szerepet játszhat. Hasonló a helyzet a kulturális, az örökség- és a zarándokturizmus esetében is. Ez utóbbi három esetben is az attrakciók helyhez kötöttek, s az aktív turizmus számos típusa (természetjárás, kerékpározás, vízitúrák, lovas túrák stb.) hozzájárulhat ismertségük, látogatottságuk és teljesítményük növekedéséhez.

A következő tematikus blokkban (5. fejezet) a könyv az aktív turizmus egyes típusait mutatja be. Ebben az esetben is csak a legjelentősebbeket vettük sorra. A természetjárás és a kerékpározás önmagukban is az aktív turizmus résztvevőinek nagy többségét adják, így választásunk érthető. A természetjárás Magyarországon nagy múltra tekint vissza, és a népszerűsítése érdekében készített filmek ezt tovább erősítették. A kerékpározás dinamikus növekedése minden más aktívturizmus-formát hazánkban is meghalad. Ehhez hozzájárulnak az infrastrukturális fejlesztések, valamint a szolgáltatások hálózatának bővülésén kívül az elektromos kerékpárok elterjedése és a digitális szolgáltatások fejlődése is (Kulcsár et al., 2024).

A 6. fejezet az aktív turizmus kommunikációs hátterét és annak fejlődését mutatja be. Ennek a fejezetnek a fontosságát több oldalról megközelítve írhatjuk le. A hagyományos kommunikációs eszközökön kívül a technikai fejlődés által előtérbe került új eszközök a tájékoztatás és a kapcsolattartás új formáit emelték ki, ami megváltoztatta az aktív turizmus köré szerveződő kommunikációs hálókat is. Ezekben áramlanak az információk a szervezési kérdésekről, a szolgáltatások helyzetéről, értékeléséről, továbbá más témakörökről, mégpedig az aktív turizmus népszerűsítését tartva szem előtt.

A könyv címében is jelzi, hogy nemcsak elméleti kérdésekkel és egyes részterületek elemzésével foglalkozik, hanem módszertani esettanulmányokat is közöl abból a megfontolásból, hogy összehasonlíthassuk a hazai és külföldi gyakorlatokat. A módszertani esettanulmányok elsősorban az aktív turizmus ágazatai közül a kerékpáros turizmus integrációs erejével kapcsolatban nyújtanak hasznos hazai és külföldi példákat.

A könyv utolsó fejezete kivonatokat közöl Magyarország aktív turisztikai stratégiájából. Ezzel azt akarjuk érzékeltetni, hogy érdemes összevetni az elemző fejezetek és a policy megállapításait, és a kettőt közösen értelmezni az aktív turizmus fejlesztése érdekében.

Végül a könyv ismerteti az egyes fejezetek angol összefoglalóit és a közreműködő szerzők szakmai hátterét.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Gross, S., & Sand, M. (2020). Adventure tourism: a perspective paper. *Tourism Review, 75*(1), 153–157. DOI: 10.1108/TR-06-2019-0211.

Kulcsár, L. I., Bodrogai, L. A., Domokos, T., & Turzó-Németh, A. V. (2024). *Kerékpáros turisták a Balaton körül: Kerékpáros turisták számlálása és demográfiai összetételének vizsgálata: Turisztikai és szociológiai felmérés a kerékpáros turisták demográfiai-társadalmi összetételéről és a szolgáltatások igénybevételéről* [Kutatási jelentés]. Kodolányi János Egyetem Alkalmazott Kutatási és Innovációs központ Aktív- és Ökoturisztikai Kutatóintézet. https://www.kodolanyi.hu/wp-content/uploads/2025/08/Kerekparos-turistak-a-Balaton-korul-Kodolanyi-Egyetem-Kutatasi-Jelentes.pdf.

Kulcsár, L., & Obádovics, Cs. (2016). Népességdinamika és társadalmi szerkezet. *Területi Statisztika*, *56*(4), pp. 390–414. DOI: 10.15196/TS560403. https://real.mtak.hu/42016/7/ts560403.pdf.

Sand, M., & Gross, S. (2019). Tourism research on adventure tourism – Current themes and developments. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 28,* 100261. ISSN 2213-0780, DOI: 10.1016/j.jort.2019.100261.

Wright, R. K., Dickson, G., & Ajiee, R. O. (2021). Active Tourism in the Active Economy. In D. J. Finch, & D. Legg (Eds.), *Understanding the Active Economy and Emerging Research on the Value of Sports, Recreation, and Wellness* (pp. 119–137). IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-7998-7939-8.ch007.

# AZ AKTÍV TURIZMUS FOGALMI KERETEI

Mint minden jelenség tudományos vizsgálatánál, így az aktív turizmus esetében is fontos, hogy a kutatók kialakítsák a téma saját fogalmi kereteit. Tisztázzák azokat a tudományos megközelítéseket, amelyeket annak vizsgálatánál jelentősnek tartanak. Ilyen esetben két dolog feltétlenül szükséges. Az egyik az önálló elméleti megközelítés, amely megszabja a kutatni kívánt terület, jelen esetben az aktív turizmus, fogalmi kereteit, a másik pedig a vonatkozó szakirodalom elemzése. A következő fejezet ennek a feladatnak a teljesítését tűzte ki célul.

A szerkesztők

# 2. Az aktív turizmus fogalmi keretei

Bauer Ádám

Az elmúlt időszakban a turisztikai kereslet jelentős átalakuláson ment keresztül, és ez a módosulás napjainkban is folytatódik. A látogatók egyre inkább olyan élményeket keresnek, amelyek révén kiszakadhatnak a megszokott hétköznapokból, és amelyek az utazások vagy az autentikus globalizáció hatására eltűnőben lévő vagy az újszerű, technológiai újításokat is tartalmazó élmények köré szerveződnek (MacCannell, 1976; Pine et al., 1999).

Ezzel párhuzamosan a klímaváltozás és a környezeti problémák hatásai elkezdtek begyűrűzni a turisztikai döntésekbe, és a kutatások szerint a fenntarthatósági szempontok szerepe egyre hangsúlyosabban jelenik meg. A Booking.com online szállásfoglaló portál fenntartható utazást vizsgáló rendszeres kutatásai alapján 2025-ben már a válaszadók 93%-a jelezte, hogy szeretne fenntartható módon utazni (Booking.com, 2025). A 2022-es adatokban a megkérdezetteknek még csak a 81%-a tartotta fontosnak a fenntartható utazást, és 70%-uk mondta azt, hogy valószínűbb, hogy választana fenntartható szállást, mint más lehetőséget (Booking.com, 2022). A témában született publikációk hasonló eredményeket hoztak, melyek szerint a látogatók gyakrabban részesítik előnyben azokat a desztinációkat és szolgáltatásokat, amelyek környezeti szempontból fenntarthatóak, illetve hozzájárulnak a helyi közösségek támogatásához (Gössling et al., 2019; Dodds & Butler, 2019).

A növekvő urbanizációval és a városi életmódból fakadó stresszes, sokszor egészségtelen életmóddal párhuzamosan felértékelődött a természettel való kapcsolódás lehetősége is (Capaldi et al., 2014), köszönhetően annak, hogy a természetben eltöltött szabadidő jelentős mértékben hozzájárul a stressz csökkentéséhez és a mentális egészség javításához (Bell et al., 2020). A keresletváltozások másik fontos mozgatórugója a mozgásszegény életmóddal szembeni tudatosabb fellépés, amely előtérbe helyezi a fizikailag aktív felfedezést (Müller et al., 2011).

Fontos még megemlíteni a globalizáció által okozott homogenizációt és kommercializációt a turizmusban, amelyek szintén az egyedi élmények felé irányítják a látogatók figyelmét. A turizmusban a kommercializáció alatt azt a jelenséget értjük, amikor a helyi természeti vagy kulturális értékeket (például a népszokásokat, a kézműves termékeket, a vallási ünnepeket, a

kultúrtájakat) a turisták számára különböző marketingeszközökkel „becsomagolják" és értékesítik. Ez sajnos sok esetben a hitelesség, az eredeti funkció vagy az autentikus forma rovására megy, amit egyre több látogató fedez fel – csalódottan. Ez különösen kritikus kérdés az öko- és a kulturális turizmusban (Cohen, 1988; Duffy, 2013). Ezekkel a folyamatokkal szemben nőtt az igény az egyedi, a lokális kulturális értékek (Richards, 2011), azok fenntartható, esetenként regeneratív felfedezése iránt. A regeneratív turizmus olyan új szemléletmód, amely kifejezetten azt tűzi ki maga elé célként, hogy a turizmus által érintett közösségek és a természeti környezet ne elszenvedje a turizmust, hanem annak haszonélvezője legyen, azaz a turizmus többet adjon, mint amennyit elvesz (Bellato et al., 2022). A COVID–19-világjárvány mindezen trendeket tovább erősítette: a szabadban eltöltött idő, a testi és lelki jóllétet támogató, fizikailag aktív élmények iránti kereslet érezhetően megnövekedett (UNWTO, 2022).

Az aktív turizmus a turizmusnak egy olyan speciális formája, amely hatékonyan képes reagálni és profitálni a megváltozott keresleti igényekre. A pandémia rávilágított arra is, hogy az aktív turizmus az egyik leginkább reziliens[2] turisztikai forma, amely válsághelyzetekben is képes fennmaradni és alkalmazkodni, köszönhetően, a szabadban végzett egyéni vagy csoportos tevékenységeknek (Miller et al., 2020). A globális trendek mellett a technológiai innováció is jelen van a szegmensben, és folyamatosan új lehetőségeket nyit meg a turisták előtt. Kiemelkedő példa erre az elektromos kerékpár (e-bike) elterjedése, amely jelentősen bővítette a kerékpározási lehetőségeket és az elérhető új célcsoportokat. Az elektromos kerékpárok nem csupán az idősebb korosztály, hanem a kevésbé aktív életmódot folytatók számára is lehetővé tették a hosszabb távok megtételét, a domborzat okozta nehézségek leküzdését (Kellstedt et al., 2022; Castro et al., 2019). Az elektromos rásegítés emellett hozzájárul ahhoz is, hogy a nem aktív turisztikai céllal utazók is szívesebben válasszanak aktív kiegészítő tevékenységeket (Fyhri & Fearnley, 2015).

Az aktív turizmus tehát egy jól látható turisztikai szegmensként van jelen a 21. század turisztikai palettáján, amely a kapcsolódó kutatások, publikációk növekvő számában is megnyilvánul. A túrázás, kerékpározás vagy evezés, nemcsak egészségmegőrző funkciót tölt be, hanem a mentális regenerációban is fontos szerepet játszik (Buckley, 2020).

[2] 'Rugalmas, ellenálló, alkalmazkodó, helyreállni képes'.

Az aktív turizmus értelmezése a nemzetközi szakirodalomban nem egységes, különféle, egymással átfedésben lévő rokonfogalmak léteznek egymás mellett, amelyek eltérő hangsúllyal párosítják a sport, a kaland, az élmény vagy épp a természeti környezet fontosságával az egyes turisztikai szegmenseket. A jelen írás egyik célja, hogy a legtöbbet használt rokonfogalmak, nemzetközi értelmezések átfedéseit számba vegye és összegezze. A másik cél, hogy a hazai szakirodalomban használt aktív turizmus fogalmának kialakulását vizsgálva feltárja, hogy melyek azok a fő szempontok, amelyek meghatározzák a fogalom alá tartozó tevékenységeket, a turisták motivációját. Az aktív turizmus alá tartozó tevékenységek úgyszintén nem tekinthetőek egységesnek a hazai szakirodalomban. A különböző megközelítéseket, tevékenységi köröket ugyancsak érdemes felülvizsgálni és pontosítani. A különböző fogalmi meghatározások mellett célként jelenik meg a fejezetben az aktív turizmus élményláncának aktualizálása is elsősorban gyakorlati oldalról megközelítve. Módszertanát tekintve az írás szakirodalmi elemzésre, fogalmi összehasonlításra és a definíciók kritikai áttekintésére épül, melyet saját gyakorlati tapasztalataival egészít ki a szerző.

## 2.1. AZ AKTÍV TURIZMUS ÉS ROKONFOGALMAINAK NEMZETKÖZI ÉRTELMEZÉSE

A természetközeli fizikai aktivitás, mely az aktív turizmus egyik legfontosabb alapmotivációja (Mehmetoglu & Normann, 2013; Melo & Gomes, 2017; Aşan & Emeksiz, 2018; Pretty et al., 2007; Mishra et al., 2022) az 1970-es évek végén merült fel először, mint téma az ember és a természet közötti kapcsolat vizsgálatai nyomán (Progen, 1979). Ebben az időszakban azonban még nem jelent meg explicit módon a természetalapú és fizikai aktivitáson alapuló turizmusformák valamely fogalmi értelmezése. Az 1980-as évektől azonban már fokozatosan egyre több olyan fogalom jelent meg, mely valamilyen szinten kapcsolódott a hazai szakirodalomban aktív turizmusnak nevezett fogalomhoz. Ezek a dolgok gyakran egymás részhalmazaiként vagy átfedő kategóriáiként jelentek meg, ahogy az a későbbi elemzésekből is kiderül majd.

Az aktív turizmus angol megfelelője az *active tourism,* ugyanakkor ez a fogalom a nemzetközi szakirodalomban kevésbé használatos (Michalkó, 2011). Egyéb publikációkban előfordul a *sports tourism* (sportturizmus), az *adventure tourism* (kalandturizmus), az *outdoor recreation tourism* (szabad-

ban végzett rekreációs turizmus), az *experiential tourism* (élményturizmus), a *nature-based tourism* (természetalapú turizmus) vagy az *ecotourism* (ökoturizmus) megnevezés is. A felsorolt fogalmakban az a közös, hogy azok motivációs tényezői közül mindegyik kapcsolódik legalább egy ponton a magyar szakirodalomban aktív turizmusnak nevezett fogalomhoz. Ahhoz, hogy megállapítsuk mely nemzetközi fogalommal azonosítható leginkább a hazai, érdemes megvizsgálni az egyes fogalmakkal kapcsolatos kutatások eredményeit és az ott megfogalmazott definíciókat.

### 2.1.1. Az aktív turizmus nemzetközi értelmezése

Kézenfekvő a nemzetközi aktív turizmus *(active tourism)* fogalmával kezdeni. Ez a megnevezés a nemzetközi szakirodalomban többnyire olyan turisztikai formát jelöl, amelyben a fizikai aktivitás központi szerepet játszik, a tevékenységek pedig általában szervezett, sokszor kereskedelmi keretek között zajlanak, például túravezetővel (Gibson, 2004). Annyi az eltérés a magyar fogalomhoz képest, hogy mi az egyéni túrázókat is beleértjük. Motivációja általában a sport, a mozgás vagy a rekreáció. A látogatók fizikailag aktívak élményszerzés közben, de környezetre kifejtett hatásuknak hangsúlyosan alacsonynak kell lennie (Gibson, 2018; Rivera, 2015).

Kalandturizmus. Kalandturizmusról az 1990-es évektől kezdve beszélhetünk, mint formálódó önálló turisztikai ágazatról. A kalandturizmusban az egyedi (sok esetben akár extrém) élmény az, amely kulcsfontosságú, összekapcsolódva a sport- és az egészségturizmus elemeivel (Hall, 1992; Ewert & Hollenhorst, 1989). Alapja a mozgás és az élménykeresés, gyakran természeti környezetben, azonban erőteljesebben épít a veszély, az újdonság, a versenyszellem és az egyéb, a győzelemhez, önmegvalósításhoz kapcsolódó érzelmi motívumokra (Swarbrooke, 1995; Buckley, 2000; Swarbrooke et al., 2003; Buckley, 2006; Beedie, 2008). A kalandturizmus pszichológiai aspektusainak vizsgálata során számos szerző arra a megállapításra jutott, hogy bár a turisztikai élmény szubjektív, az élményszerzés alapvetően a bizonytalanságból, a kihívásból és a komfortzónából való kilépésből fakad (Evers, 1991; Weber, 2001; Pomfret, 2006).

A kalandturizmus fogalmát a nemzetközi szakirodalom alapján a tevékenységek intenzitása és a résztvevőket érő veszély, kockázat mértéke szerint két fő csoportra lehet bontani: *soft* (lágy vagy szelíd) és *hard* (kemény vagy extrém) kalandturizmusra. A soft kalandturizmus kategóriájába azok a tevékenységek tartoznak, amelyek alacsonyabb fizikai erőfeszítést, kisebb veszélyt jelentenek, és nem igényelnek különösebb technikai felkészültséget, míg a *hard adventure* magasabb szintű fizikai kihívást, veszélyhelyzetet és gyakran speciális felszerelést, tapasztalatot igényel (Buckley, 2006). A soft kalandturizmus egyes tevékenységei (pl. kenutúra) átfedhetik a hazai aktív turisztikai tevékenységeket, és a számba vett fogalmak közül talán ez az, ami a leginkább hasonlít a hazai aktív turizmus alatt értendő fogalomhoz.

Rekreációs turizmus. A nemzetközi szakirodalomban a tevékenységek intenzitásának szempontjából az outdoor rekreációs turizmus a kalandturizmus ellenpárja lehetne. A fogalom a természetközeli környezetben végzett, nem versenyorientált tevékenységek gyűjtőfogalma, mint amilyen például a piknik, az alacsony intenzitású kirándulás, a túrázás, de például a madármegfigyelés is ide tartozhat (Monz et al., 2013), ami viszont a hazai szakirodalomban inkább az ökoturizmushoz köthető. Az ide tartozó tevékenységek elsődleges célja természeti környezetben történő kikapcsolódás, mentális feltöltődés és szabadidő-eltöltés. A fizikai aktivitás, a szervezettség vagy versenyorientáltság itt általában nem jelenik meg (Cordell, 2012). Gyakran egyéni vagy családi szervezésben megvalósuló programok, túrák tartoznak a fogalomba. Ezek a tevékenységek nem mindig tekinthetőek klasszikus turizmusnak, mert sokszor nem járnak komolyabb utazással, kiadásokkal. A rekreációs turizmusban jelentősen érintettek lehetnek a városok peremén található zöldfelületek, ahol az egymástól függetlenül szervezett egyéni túrákból fakadó túlturizmus komoly környezeti hatással járhat (Lusseau & Mancini, 2018). Ez némiképp ellentétes a hazai aktív turizmus alapelveivel. Tevékenységi szinten azonban itt is vannak átfedések a hazai aktív turizmussal; az eltérés elsősorban a szervezettség hiányából, az egyéni tevékenységek túlnyomó többségéből fakad. De a legnagyobb eltérés a rekreációs cél előtérbe helyezése miatt van, mégpedig a turizmus kárára, mivel a rekreációs turisták környezetre kifejtett negatív hatása erősebb lehet, mint az aktív turisták esetében, hiszen esetükben nem hangsúlyos a környezeti fenntarthatóság. A hazai aktív turizmusban a helyi termék

és a szolgáltatások fogyasztása fontos és megjelenítendő szempont, amit a rekreációs turizmusban résztvevők úgyszintén nemigazán képviselnek.

Ökoturizmus. Az ökoturizmus célja a környezeti és kulturális fenntarthatóság előmozdítása, miközben nem zárja ki a természet élvezetéből az embereket. Négy alapelve: a minimális környezeti hatás, a kulturális érzékenység, a fenntarthatóság és a helyi közösség támogatása (Hetzer, 1965). Ez utóbbi akkor működik igazán jól, ha hiteles, helyi szereplők által szervezett formában valósul meg (Honey, 1999). Bár az aktív turizmus kevesebb fenntarthatósági elemet tartalmaz az ökoturizmussal szorosan együttműködve (pl. a kerékpár mint élménygyűjtő eszköz a személygépkocsi helyett) hozzájárulhat a turizmus környezeti lábnyomának mérsékléséhez (Gössling és Peeters, 2021). A két fogalom tehát kéz a kézben jár a legtöbb esetben, hisz az aktív turizmus fő közege a természet, amit az ökoturizmus eszközeivel be lehet mutatni a turistáknak; mindezt fenntartható, a természetet nem károsító eszközök (pl. kerékpár) igénybevételével. Az ökoturizmus egyik alcsoportja a természetalapú turizmus. Az élményszerzés helyszíne itt szintén közös az aktív turizmuséval. Jellemzője azonban, hogy viszonylag kevés épített infrastruktúrát vesz igénybe, és elsősorban alacsony intenzitású; fenntarthatóságra törekvő, kereskedelmi célú tevékenységként jelenik meg (Buckley, 2009). Minden olyan turisztikai formát magában foglal, amely a természeti környezethez kötődik, és amelynek célja a természeti környezettel való harmonikus együttélés előmozdítása (Krippendorf, 1982). Az aktív turizmus jelentős része ebbe a kategóriába tartozik; különösen a természetközeli sportok (túrázás, evezés stb.) révén (Buckley, 2009). Ugyanakkor az aktív turizmus egy infrastruktúra-igényesebb szegmens (pl. kerékpárutak építését igényli), ezért a természetalapú turizmus alapelveivel valamelyest ellentétes, amely szinte kizárólag csak a természeti környezetet részesíti előnyben, az épített infrastruktúrát pedig igyekszik mellőzni.

Sportturizmus. A sportturizmus olyan utazási forma, ahol az elsődleges motiváció a sporteseményeken való részvétel, vagy azok esetleges megtekintése. Talán ez a legkevésbé kapcsolható az aktív turizmushoz, hisz inkább a szabadidős, rekreációs mozgásformákra fókuszál, a sportturizmus viszont jellemzően a versenysport eseményeihez kötődik (Gibson, 1998). Ugyanakkor azt sem szabad elfelejteni, hogy bizonyos versenyek kifejezet-

ten természeti környezetben zajlanak, és az azokon nézőként való részvétel is átfedést mutathat az aktív turizmussal és a fizikai aktivitással. Például az UCI 2023-as profi kerékpáros világbajnokságon a nézők 82 százaléka aktív közlekedési módot használva (kerékpárral vagy gyalogosan közlekedve) jutott el a helyszínre (VisitScotland, 2024).

Azt is fontos kiemelni, hogy az elsősorban a nagyléptékű sportrendezvényekhez kötődő sportturizmus környezetre gyakorolt hatása gyakran mellőzi a fenntarthatósági elvárásokat (Higham és Hinch, 2021), ami viszont az aktív turizmussal szemben negatívum. Ugyanakkor a fenntarthatóság vizsgálata egyre hangsúlyosabb szerepet kap a sportturizmus területén is, különös tekintettel a természeti környezetre és a rendezvények ökológiai lábnyomára (Jiménez-García et al., 2020).

A sportturizmuson belül megkülönböztethetünk még egy altípust: az aktív sportturizmust. Itt is a sporton és nem az utazáson van a hangsúly. Azonban itt nem a megtekintés a cél, hanem a részvétel, vagyis a turisták sporttevékenység céljából utaznak el (jó példák erre a városi futóversenyek) valamelyik desztinációba (Gibson, 1998). Ez lehet hobbiszintű, szabadidős sportolás, de akár versenyszerű aktivitás is. Az aktív sportturista számos olyan tevékenységet végezhet, amely az aktív turizmusban is megjelenik (pl. kerékpározás) különösen akkor, ha az adott sport végzésére való motiváció indokolja utazását (Tomik, 2015); ennél fogva itt jól kirajzolódik némi átfedés a két szegmens tevékenységi körei között.

Élményturizmus. Érdemes még megemlíteni az élményturizmust, hisz a számba vett fogalmak mindegyike kapcsolódik valahogyan az élményszerzéshez, ami a turizmusban egy alapvető utazási motiváció. A szakirodalom alapján az egyes vizsgált fogalmak nem feltétlenül különálló halmazok, hanem sok esetben az élményturizmus részei vagy kapcsolódó alcsoportjai. Ezek az élményközpontú turizmus esetén a turista számára személyes bevonódást vagy átalakulást kínálnak, ami már túllép a termékalapú szemléleten (Pine & Gilmore, 1999). Ez az utazási forma az utazás során szerzett szubjektív tapasztalatok, érzelmek megélésére koncentrál, tehát sok esetben már utazás közben is élményeket vár el, nem csak a céldesztinációban. Az aktív turizmusnál a fizikai aktivitással járó és helyváltoztatással egybekötött felfedezés nyújtja az élményt, ami leginkább egy közös metszéspontban összegződik. Ugyanakkor mindez megvan a kalandturizmusnál is; kibővülve: a

kihívás, a kockázat, az önismereti célok és a flow-élmény megtapasztalásával, de találhatunk párhuzamot a sportturizmussal és az ökoturizmussal is, hisz ezek mindegyike egy kevésbé statikus élményszerzésre épül (Quan & Wang, 2004; Buckley, 2006; Swarbrooke et al., 2003; Ewert & Hollenhorst, 1989).

### 2.1.2. Átfedések, közös metszetek összegzése

A feldolgozott szakirodalom áttekintéséből különösen az tűnik ki, hogy az egyes fogalmak között jelentős átfedések vannak. Az egyértelműen kijelenthető, hogy az aktív turizmus és a soft kalandturizmus tevékenységei és alapelvei között van a legnagyobb átfedés. A kalandturizmus hard ágának céljaival és motivációjával viszont kevéssé azonosulnak az aktív turizmus tevékenységei. Az is jól látszik, hogy az ökoturizmus céljainak megvalósításában az aktív turisztikai tevékenységek (gyalog-, kerékpáros vagy vízitúrák) gyakran eszközként jelenhetnek meg. A különböző tevékenységcsoportokat magukba foglaló fogalmak tehát a természeti közeg és a fenntarthatóság előtérbe helyezése miatt – a terepi tapasztalatok alapján is – gyakran kéz a kézben járhatnak. A természetalapú turizmus esetében viszont az épített környezet háttérbe szorulása miatt sokkal kisebb az átfedés. Sok olyan, kifejezetten az aktív turisták számára természetben létrehozott infrastruktúraelem van (pl. kerékpárút, kilátó, látogatóközpont, pihenőhely), amely a turizmusnak ezt a formáját tudatosan kerüli. Ugyanakkor vannak olyan aktív turisztikai tevékenységek, mint amilyen a gyalogos túrázás, amely viszont eszköze lehet a természetalapú turizmusnak is. A természeti környezetben végzett rekreációs turizmus esetén a természet közelsége központi elem, és ez az, ami leginkább egybevág az aktív turizmussal. Az aktív turizmus sajátossága ugyanakkor, hogy általában van gazdasági hatása akár szervezetten, akár egyénileg űzik az alá tartozó tevékenységeket. A rekreációs turizmus esetében az egyénileg végezhető, önálló, kevésbé formális keretek közötti tevékenységek dominálnak, és a turisztikai érték gyakran háttérbe szorul; emiatt a gazdasági hatása elenyésző. Közös benne, hogy kifejezetten a rekreációs sporttevékenységekre, a fizikai aktivitásokra koncentrál, de számos olyan egyéb tevékenységet is tartalmaz, amelyek az aktív turizmus szempontjából nem relevánsak. A sportturizmussal, főként az aktív sportturizmussal van némi átfedése, elsősorban a fizikai aktivitás oldaláról, mégpedig a sportrendezvényekre való utazások esetében. A sportturizmus számára azonban

fontos a nézői részvétel is, ami teljesen irreleváns az aktív turizmus szempontjából. Az élményturizmus – úgy tűnik – egy jóval tágabban értelmezhető fogalom, amelybe sok turisztikai szegmens, fogalom beilleszthető részben vagy egészben; köztük természetesen az aktív turizmus is.

| **Turisztikai alágazat** | **Az aktív turizmus motivációs tényezőivel megegyező elemek** | **Főbb eltérések** |
|---|---|---|
| Kaland-turizmus | • Élményszerzés<br>• Közege többnyire a természeti környezet<br>• Központi témája a fizikai aktivitás<br>• A soft kalandturizmus tevékenységei átfedésben vannak az aktív turizmussal | • Hard kalandturizmus esetében az extremitás, a veszély mint motiváció jelenik meg<br>• A fő cél a fizikai kihívás és önmegvalósítás |
| Outdoor rekreációs turizmus | • Közege a természeti környezet<br>• Alacsony intenzitású fizikai aktivitás | • Alacsony a gazdasági hatás<br>• A hangsúly nem a felfedezésen, az élményen, az utazáson van, hanem a rekreáción<br>• A fenntarthatóság szerepe nem lényeges |
| Természet-alapú turizmus | • Közege a természeti környezet<br>• Természetközpontúság, természettisztelet | • Nem kiemelten fontos a fizikai aktivitás |
| Öko-turizmus | • Központi témája a társadalmi és környezeti fenntarthatóság | • Nem kiemelten fontos a fizikai aktivitás |
| Élmény-turizmus | • Élményorientált motiváció, flow-élmény, identitáskeresés | • Nem kiemelten fontos a fizikai aktivitás |
| Sport-turizmus | • Élményszerzés<br>• Ha valaki résztvevőként és nem nézőként vesz részt benne, akkor a fizikai aktivitás és az egészségmegőrzés is ide sorolható | • Versenyorientáltság<br>• A fenntarthatóság szerepe egyáltalán nem lényeges |

**1. táblázat. Összefoglaló az aktív turizmus és az egyes tevékenységekben átfedésben levő szegmensek hasonlóságairól és különbségeiről (Forrás: A feldolgozott szakirodalom alapján, saját szerkesztés)**

## 2.2. AZ AKTÍV TURIZMUS A HAZAI SZAKIRODALOMBAN

Az aktív turizmussal és annak tevékenységeivel kapcsolatban a kutatók több irányból is keresték a kapcsolódási pontokat más turisztikai ágakhoz és azok motivációs tényezőihez, elsősorban a nemzetközi szakirodalommal párhuzamot vonva. Ezáltal a hazai szakirodalomban is megjelennek a kalandturizmussal, a sportturizmussal vagy az ökoturizmussal vonható párhuzamok. A sportturizmushoz való kapcsolódásról általában kiemelik az egészségmegőrző funkciót, amelyen keresztül az aktív turizmus párban jár a rekreációs és sporttevékenységekkel (Rátz & Puczkó, 2002; Bánhidi, 2007; Bartha, 2013). Az aktív turizmus és a rekreációs fizikai aktivitások között gyakran halvány a választóvonal; gyakorlatilag a lakóhelytől távol végzett tevékenység és a termékfogyasztás az, ami a részvevőket (pl. a kerékpározókat) szabadidős sportolóból turistává teszi. Az aktív turizmus – a kutatások szerint – lényegében ugyanazokat az élményajánlatokat és motivációs eszközöket használja, tartalmazza, mint a nemzetközi szakirodalomban értelmezett kalandturizmus, mivel alapvetően a fizikai aktivitás, az ismeretlen felfedezése, valamint a természetközeliség állnak középpontjában (Csapó & Gonda, 2020). A publikációkban tehát sokszínűen jelenik meg az aktív turizmus, de mindenhol megvannak a közös pontok, elsősorban a testileg és szellemileg is aktív részvétel, amelyet a résztvevő nem mint néző, hanem mint tevékeny cselekvő végez (Törőcsik, 2007).

Maga az aktív turizmus mint fogalom és jelenség, valamint az alá tartozó tevékenységek vizsgálata az ezredfordulótól kezdődően töltött be jelentősebb szerepet a hazai turisztikai szakirodalomban – a természetközeli, egészségtudatos és fenntartható szabadidő-eltöltési formák térnyerésével párhuzamosan. Magyarországon a fogalom a 2000-es évek elején kezdett külön definícióval rendelkező meghatározásként formát ölteni, mára pedig már jelentős szakirodalmi háttérrel rendelkezik. A széles szakirodalmi háttérből e tanulmány terjedelmi korlátai miatt csupán néhányat jelenít meg, emel ki; azokat, amelyeket a tanulmányt tartalmazó kötet szempontjából fontosnak ítélt a szerző.

A korai definíciók szerint az aktív turizmus a fizikai helyváltoztatás és a mindennapitól eltérő tevékenységek végzése köré épül, amelyek közben a tevékenység végzője valamilyen szolgáltatást vesz igénybe, vagy termékeket fogyaszt (Michalkó, 2002; 2003). Későbbi megközelítések már több aspek-

tust is feltűntetnek, mint motivációs tényezőt. Központi téma a természethez való közelség, a kapcsolódás (Mező & Nagy, 2012), a természeti attrakciók felfedezése fizikai aktivitással, de a motivációs tényezők között megjelenik az egyéni kompetenciák fejlődésének fontossága is (Kovács, 2014). A komplexebb értelmezések szerint az aktív turizmus a mozgás, a természeti környezet és az ember alkotta vonzerők fizikailag aktív mozgással való felfűzése köré épül, de mindemellett a fő motivációt a kaland és az élmény keresése, szerzése adja (Csapó, 2016; Michalkó, 2011). Ezzel párhuzamosan az aktív turizmussal is összefüggésbe hozható turisztikai kutatások során több kutató hangsúlyozza az élményközpontú termékek fontosságát, mint a turizmus legfontosabb hajtóerejét (Michalkó & Rátz, 2005; Aubert, 2007).

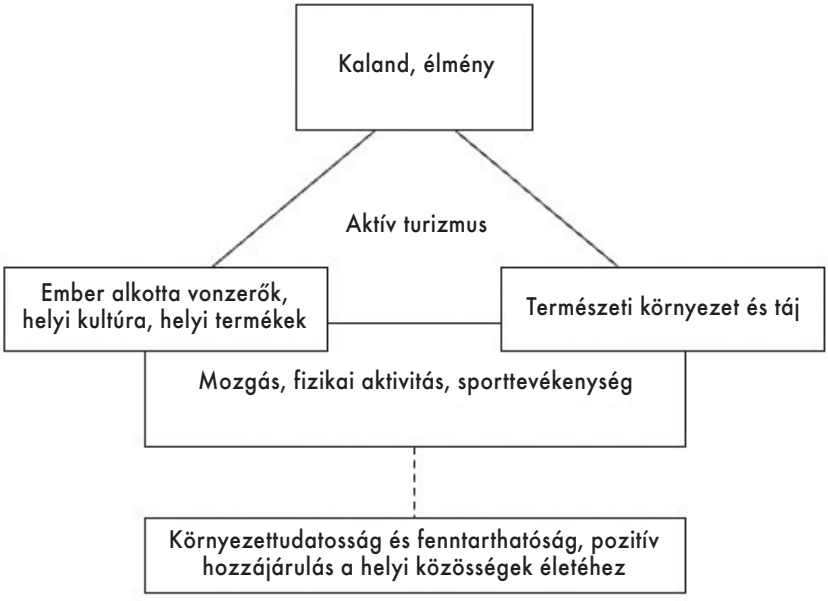
Szakpolitikai dokumentumok definícióit vizsgálva a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS 2030) az alábbiak szerint határozza meg az aktív turizmust: „Az aktív turizmus olyan turizmusforma, amely esetében a turista utazásának motivációja valamilyen fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sporttevékenység gyakorlása (például a természetjárás, a kerékpáros, a vízi, a vitorlás, a lovas, a kaland- és extrém turizmus, a golf-, a horgász-, a vadász-, a futó-, a sí- és az ökoturizmus)" (MTÜ, 2017). A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégiában (NATS) az aktív turizmus fogalma árnyaltabban jelenik meg: „olyan szabadidő-eltöltési forma, amelynek során a turista intenzív testmozgással járó tevékenységeket végez, gyakran a lakóhelyétől eltérő helyszínen, és ezen tevékenység természeti és társadalmi környezetre kifejtett negatív hatása minimális. A tevékenységben részt vevő turista mindeközben aktív turisztikai infrastruktúrát használ, esetenként helyi termékeket fogyaszt, helyi szolgáltatásokat vesz igénybe." (AÖFK, 2023). Ez a definíció kitér a testmozgás fontosságára, a lakóhely elhagyására, a környezeti és társadalmi fenntarthatóságra, valamint a fogyasztásra, a gazdasági hozzájárulásra. Ilyen szempontból egy komplex fogalommeghatározásnak mondható.

Az AÖFK (2023) komplex megközelítéséhez illeszkednek az újabb kutatások is, melyek már a vidéki térségek fejlesztési potenciáljaként és a fenntartható turizmus egyik ágaként is értelmezik az aktív turizmust (Csapó & Marton, 2017; Bertalan, 2019; Sulyok, 2021). A legújabb elemzések már a digitalizáció hatásaira keresik a válaszokat. Ezek alapján a generációs különbségek jelentős hatással vannak az aktív turizmus formálódására is. A fiatalabb célcsoportok már kifejezetten keresik az applikációalapú, jelvénygyűjtő túrákat, kedvelik a gamifikációs vagy virtuális eszközökkel

kiegészített élményeket (Kovács & Csizmadia, 2022). A magyar lakosság aktív turizmussal kapcsolatos attitűdjei és motivációi között ugyanakkor továbbra is markánsan jelen van a természetközelség, a rekreáció és az egészség iránti igény, valamint az ökoturizmus nyújtotta kapcsolódási pontok keresése (Mártonné & Császár, 2019).

A nemzetközi trendekből kiindulva és a gyakorlati tapasztalatokra támaszkodva a fenntartható utazást, a fenntarthatóságra való törekvést, a helyi kultúra és a helyi termékek megismerését és a környezettudatosságot, mint egyre hangsúlyosabban megjelenő motivációs tényezőt kell feltűntetnünk az aktív turizmusban is. Csapó (2016) ábráját így érdemes továbbgondolni és kiegészíteni (**1. ábra**).

A NATS fogalommeghatározását pedig érdemes szintén továbbgondolni az új trendekhez igazodva, amelyek alapján napjainkban: az aktív turizmus olyan utazási vagy szabadidő-eltöltési forma, amelynek során a lakóhelyétől




**1. ábra. Az aktív turista motivációinak újragondolása (Forrás: Csapó [2016] gondolatait felhasználva és kiegészítve, saját szerkesztés)**

eltérő helyszínre látogató személy tartós fizikai aktivitással járó tevékenységeket végez. A tevékenység természeti és társadalmi környezetre kifejtett negatív hatása alacsony, közvetlenül vagy közvetetten pozitív hatást is generálhat (pl. szemétszedés túra közben). A látogató tevékenységének végzése közben túrázási céllal aktív turisztikai infrastruktúrát használ. Túrája során helyi termékeket fogyaszthat, és helyi szolgáltatásokat vehet igénybe, melyek kiválasztásakor törekszik a fenntartható forrásra.

Ha az aktív turizmus konkrét tevékenységeit vizsgáljuk, akkor egyes értelmezések szerint ide tartoznak a kerékpáros, vízi, gyalogos, lovas és téli sportokhoz kötődő tevékenységek, de vannak szerzők, akik a barlangász-, a kaland- és az extrém turizmus elemeit is az aktív turizmus mozzanatai közé sorolják (Bodnár, 2015; Szabó & Váradi, 2016). Egy másik megközelítés szerint minden olyan tevékenység ide sorolható, mely fizikai aktivitáson alapul, és nem minősül versenysportnak, hanem szabadidős rekreációs céllal valósul meg (Csapó, 2016). Más kutatók a mobilitáshoz kötik az aktív turisztikai tevékenységeket, és a fő szempontjuk az, hogy fizikai aktivitással történő helyváltoztatáson alapuljon az adott tevékenység (Tóth & Michalkó, 2012). Az MTÜ (2017) gyakorlati tipológiája az aktív turisztikai kínálatot a turisztikai termékfejlesztés szempontjából közelíti meg, és kilenc fő területet különít el; többek között: a kerékpáros, a gyalogos, a lovas, a vízi, a horgász-, a téli, a kaland- és az extrém turizmust. Az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (2023) túratípusoknak nevezi az egyes tevékenységi köröket. A NATS hat fő túratípust sorol a hazai aktív turizmus meghatározó tevékenységei közé, melyek a gyalogos természetjárás, a kerékpáros turizmus, a vízi turizmus (kifejezetten a lapáttal, fizikai erővel hajtott eszközökkel végzett tevékenységeket értik ez alatt), a lovas turizmus, a síturizmus és az első sorban kis hajós vitorlázásra koncentráló vitorlás turizmus. Kisebb hangsúllyal megemlítik még a sziklamászást, a via ferratát, a siklóernyőzést és a kite-szörföt is. (AÖFK, 2023)

A folyamatosan újabb és újabb eszközök feltűnése miatt jelen tanulmány azokat a tevékenységeket javasolja az aktív turizmus alá sorolni, melyek fizikailag aktív helyváltoztatással járnak nem hivatásforgalmi vagy rekreációs, hanem kifejezetten turisztikai célból, és melyeket az élményszerzés, a felfedezés öröme motivál.

## 2.3. AZ AKTÍV TURIZMUS A GYAKORLATBAN, A TERMÉKEK ÉS AZ ÉLMÉNYLÁNC FELÉPÍTÉSE

A definíciók áttekintését követően az aktív turisztikai termékekre is ki kell térni. Az aktív turisztikai termék olyan összetett kínálati forma, amely fizikai tevékenységre ösztönzi a turistát, és a programok lebonyolítása természeti vagy ember alkotta környezetben történik, továbbá élményszerű és rekreációs célja van (Csapó, 2016; Tóth & Michalkó, 2012). Sok kutatás a különböző tevékenységi köröket is termékként definiálja. A gyakorlatban azonban terméknek csupán a konkrét egyedi névvel és marketingértékkel rendelkező túraútvonalakat, túraköröket tekintjük (pl. ilyen az Országos Kéktúra, a Budapest–Balaton-bringaút vagy a Balaton-bringakör), amelyeket élményajánlatba, élménycsomagba lehet foglalni, ki lehet ajánlani, vagy csomagban vezetett túraként értékesíteni. Ezek az aktív turisztikai termékek egymás mellé felfűzik azokat az élményelemeket, amelyek mind egyéni túrázás céljából, mind csomagba szervezve értékesíthetőek. Egy-egy termék alapja az élménylánc, mely biztosítja a látogató számára a folyamatos pozitív élményeket, az utazás minden területére kiterjedve. Az élménylánc egyben a látogató útját is jelképezi, azaz azt, hogy milyen, a túrája minőségére kiható elemekkel találkozik. Az üzleti világban ezt sokszor a *customer journey* és a *customer experience* elnevezéssel illetik, a turizmusban pedig *tourist journey* és a *tourist experience* megnevezést használják (Jaziri & Rather, 2022).

Az aktív turisztikai élménylánc kezdő pontja a leendő látogató megszólítása, motiválása az otthonából való kimozdulásra, az utazási döntés meghozatalára. A turista motivációja meghatározza, hogy milyen terméket keres, amely megfelelő formába öntve (infrastruktúra, szolgáltatások, desztinációkialakítás) képes élménnyé válni. Az élmény pedig magát a turistát motiválja, létrehozva az elvárt flow-állapotot: folyamatos kereslet generálása az ilyen típusú turisztikai kínálat iránt (Csapó & Gonda, 2020). Ennélfogva ez az élményfaktor válik központi elemmé a motiváció során. Tehát a leendőbeli látogatóknak élményígéreteket kell kommunikálni online és offline módon egyaránt. Amennyiben egy-egy jól irányzott motivációs üzenet célba ér, és az utazási döntés megszületik, a leendőbeli látogató dönthet úgy, hogy még otthon vagy útközben megtervezi azt a túrát, amellyel az utazási célterületet szeretné felfedezni. Tehát az információs csatornákra ebben az esetben elsősorban online van szükség. A következő pont az élményláncban az aktív

turisztikai tevékenységek végzésének helyszínére való eljutás módja, tehát maga a hosszabb távú, alapvetően nem aktív turisztikai tevékenységek által megtett utazás. Fenntarthatósági szempontból célszerű a látogatókat már a motiváció során a közösségi közlekedés felé terelni a személygépjárművek használata helyett. Ez elsősorban fenntarthatóság szempontjából fontos még akkor is, ha esetenként több átszállást és kisebb-nagyobb kényelmetlenséget is okozhat az utazóknak.

Az utazást követően a látogató megérkezik az aktív turisztikai tevékenységek végzésének kiindulópontjára (belépési pont), jellemzően a természet és az épített környezet határára. A belépési pont az a helyszín, ahol megtörténik az eszközváltás. A turisták utazási módtól függően itt parkolják le személyautójukat, vagy itt teszi le őket valamelyik közösségi közlekedési eszköz. Ha eszköz nélkül érkeznek a belépési pontra, és eszközigényes tevékenységet szeretnének végezni, és abban az esetben valamilyen eszközkölcsönző szolgáltatást fognak igénybe venni. Fontos azonban kiemelni, hogy nem minden belépési ponton van erre lehetőség, mivel a belépési pontok felszereltsége különböző mértékű lehet (AÖFK, 2023). Tehát a tervezéskor az információknak naprakészen ki kell terjedniük a szolgáltatások elérhetőségére, ellenkező esetben a látogató pozitív élménylánca könnyen megszakadhat már a túra megkezdése előtt. A belépési pont az adott desztinációban a tartózkodás megkezdésének is a helyszínét jelképezi, tehát kiemelten fontos helyszín. Egyben ez az a hely, ahol a látogatók először találkoznak az élménylánc két legfontosabb elemével: az aktív turisztikai infrastruktúrával és a különféle szolgáltatásokkal.

Az aktív turisztikai infrastruktúra alatt a túraútvonalakat, az azokat jelölő jelzésrendszereket, az információs táblákat és a pihenőhelyeket értjük. Az infrastruktúra fejlesztésében az államnak és az önkormányzatoknak is fontos szerepe van (Donka & Gyuricza, 2017).

Ezeknek az infrastruktúraelemeknek a magas minősége garantálja a turista biztonságérzetét, ugyanakkor csökkenti egy jelentősebb negatív élményt generáló eltévedésnek, esetleg egy balesetnek a kockázatát. Az infrastruktúránál kell megemlíteni a nem szolgáltatásként rendelkezésre álló attrakciókat is, mint például a természeti képződményeket, valamint a természeti és kulturális tájkép összességét. Ezek sok esetben az utazás fő motivációját is jelentik egyben, tehát megközelítésük, fenntartható módon történő bemutatásuk kulcsfontosságú a pozitív élmények garantálása érdekében. Amennyiben a túrázók nem abból a szemszögből láthatják az adott képződményt, ahogyan

azt a motivációs kiadványokban, az online felületeken láthatták, nagy valószínűséggel negatív élmény éri őket. Tehát egy, egyébként korlátozottan megközelíthető kiemelt védettségű természeti értékről készített drónfelvétel nem biztos, hogy a legjobb motivációs eszköz.

Az attrakciók és az infrastruktúra azonban sokkal kisebb vonzerővel bír, ha az aktív turisztikai terméket képező útvonalba és ezáltal magába az élményláncba nincsenek megfelelően integrálva a szolgáltatások. Ezek egyik legfontosabb eleme a szálláshely. A szálláshelyek elhelyezkedése függ az útvonaltól, hogy hány települést érint, milyen domborzati viszonyok jellemzik. A túrázók szállása gyakran egybeesik a belépési ponttal, vagy annak közvetlen közelében van, mivel ez sok esetben lehet egy település vagy egy településrész, amely csillagtúrázásra alkalmas helyszínt kínál. A hosszabb, több napos túrák esetében viszont többnyire az útvonal mentén találhatóak a szállások is, sokszor az érintett településeken, de előfordul például turistaházak, menedékházak esetében, hogy a lakott területektől távolabb esik egy-egy szállás. Az aktív turisták általában olyan szállást keresnek, amely a természethez, az aktív életmódhoz kapcsolódó szolgáltatásokat helyezi előtérbe. Ilyenek például a kerékpárosbarát szálláshelyek (Kocsis et al., 2020), vagy a természetben megbúvó turistaházak. A szállás szolgáltatásai, felszereltsége fontos eleme az aktív turisták pozitív élményláncának akár csillagtúra, akár vándortúra jellegű az, szállásról szállásra túrázás történik.

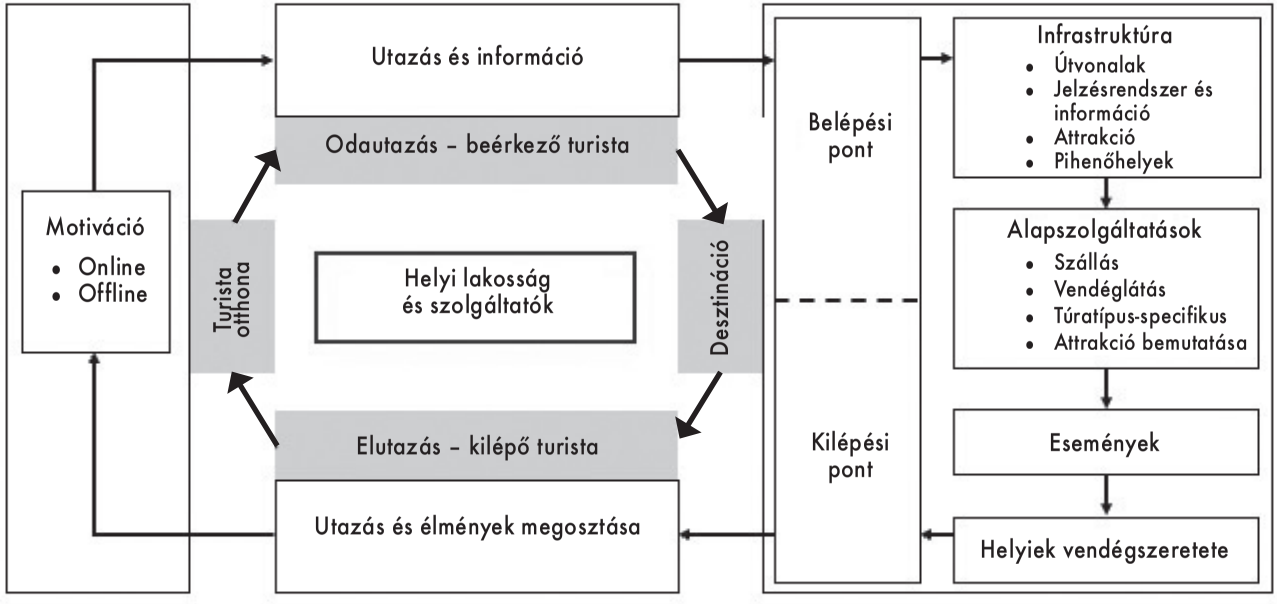
A szolgáltatások másik fontos csoportját a vendéglátás és a gasztronómia képezi. Az aktív turistákra a gyakorlati tapasztalatok és a hazai szolgáltatók visszajelzései alapján az jellemző, hogy keresik a helyi ételeket, jellegzetes ízeket, és szívesen költenek ezekre. Kiemelten igaz ez a kerékpáros turistákra. Nem meglepő, hogy a hazai szinten kiemelt kerékpáros célpontnak mondható Tisza-tó vagy a Balaton partján lévő vendéglátóhelyek már külön kerékpárosokat célzó ételekkel, szolgáltatásokkal is megjelentek a piacon. Kiemelten fontos a vendéglátóhelyek esetében az aktív túrázók iránti nyitottság, az elfogadás. Az aktív turisták sok esetben nem elegánsan érkeznek egy-egy vendéglátóhelyre, hanem az út porával borítva, izzadtan, sportruházatban. Azoknak a vendéglátóhelyeknek, amelyek az aktív turistákat kívánják szolgáltatásaikkal megcélozni, el kell fogadniuk mindezt. A gasztronómia jelentősen hozzájárul egy-egy térség turisztikai értékéhez, és ha a különböző gasztropontok aktív turisztikai eszközökkel bejárhatóak, továbbá agroturizmussal, esetleg helyi termékkóstolókkal, közös termékké-

szítő workshopokkal összeköthetőek, ami egy komplex élménykínálatot tud teremteni az adott desztinációban. Az élménylánc szempontjából tehát a vendéglátóhelyek akár attrakcióvá is előléphetnek, amennyiben az étkezés mellett plusz programot is képesek biztosítani.

A szálláshelyeken és a vendéglátóhelyeken kívül ki kell még emelni a túratípusok közül a specifikusok és az attrakciók bemutatását célzó szolgáltatásokat. Előbbi már szóba került a belépési pontok vonzatában. Ilyen specifikus szolgáltatás például: az eszközkölcsönzés, a gyors karbantartási-javítási lehetőség, a csomagszállítás vagy a komplexebb eszközszállítás. Az eszközszállítás ebben az esetben azt jelenti, hogy a túrázóknak nem kell visszavinniük a kiindulópontra bérelt eszközüket, azaz visszaszállításukat a szolgáltató magára vállalja. Az attrakciók bemutatását érintő szolgáltatások alatt elsősorban a látogatóközpontokat és a vezetett túrákat értjük. A történetmesélés, a helyiekkel való személyes kapcsolat jelentősége a keresletben is megnyilvánul. A pozitív élmények láncolatához egy-egy jól felépített kiegészítőprogram, tárlat vagy túravezetés nagyban hozzá tud járulni, amelynek során a helyiek vendégszeretete kulcsfontosságú elemként jelenhet meg. Azonban azt is ki kell emelni, hogy a helyiek abban az esetben állnak pozitívan az aktív turizmushoz, ha az azt érintő fejlesztések tervezésébe bevonták nemcsak a turisták, hanem a helyi lakosság érdekeinek a kiszolgálást is (Petino et al., 2021).

A tevékenységvégzés helyszínén az élménylláncban fel kell még tüntetni egy időszakosan jelen lévő tényezőt, mely ugyanakkor nagyon fontos elem, hisz a turisták számára további pozitív élményeket képes generálni. Ide soroljuk a más-más fajtájú, jellegű rendezvények és események sorát is, melyek ugyan nincsenek folytonosan jelen az élménylláncban, de egy-egy hétvégén képesek jelentősen növelni a vonzerőt, és sok esetben akár motivációs tényezővé is előléphetnek.

A turista tervezett túrájának végén ismét egy belépési pontra érkezik, amely technikailag inkább kilépési pontként értelmezhető, hisz túrája végeztével innen utazik haza. Itt adja le bérelt eszközét, és száll vissza arra az utazási eszközre, amellyel a desztinációba érkezett. Amennyiben túrája során minden élménye pozitív volt, és sok élményt, emléket gyűjtött össze, úgy ajánlani fogja azt ismerőseinek, és megoszthatja azt a közösségi médiában is. Az online megosztás a túra egésze alatt működik, de a szerzett élmények és emlékek hatása igazán annak végeztével, a mindennapokba való visszaérkezést követően erősödik fel. Az így felszabaduló pozitív érzések sarkallhatják




2. ábra. Az aktív turista útja, azaz az aktív turisztikai élménylánc
(Forrás: Gyakorlati tapasztalatok alapján, saját szerkesztés)

arra a turistát, hogy máskor is meglátogassa az adott desztinációt, és a szóban forgó térség visszatérő turistájává váljon. Mindemellett az elégedett turista a szolgáltatók és az egész desztináció reklámjához is hozzájárul, mivel ismerősein keresztül új látogatókat vonzhat a térségbe. Ez a folyamatos öngerjesztő folyamat (**2. ábra**) pedig végső soron a helyi szolgáltatók és a helyi lakosság számára is pozitívan csapódik le, hisz a turisztikai forgalom új munkahelyeket, új megélhetési lehetőségeket teremt. Mivel az aktív turizmus fő közege elsősorban nem az urbánus körzetekre terjed ki, ezért a turizmusból főként a vidéki térségek képesek profitálni, ahol a gazdasági teljesítmény egyébként is jellemzően alacsonyabb, mint a városokban. A kutatásokkal egyetértve, tehát a gyakorlati tapasztalatok is azt mutatják, hogy a vidék fejlesztésének az egyik eszközévé lépett elő az aktív turizmus. A teljes élménylánc egyben egy komplex rendszert is alkot, melynek összetevői sok esetben függnek is egymástól, hisz amennyiben egy területen negatív élmény éri a turistát, az kihat a teljes rendszerre is.

## 2.4. ÖSSZEFOGLALÁS, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Az elmúlt évek szakirodalma minden kétséget kizáróan jelzi, hogy a turizmus keresleti oldala jelentős átalakuláson megy keresztül. A technológiai fejlődés, a társadalmi értékrendek változása, valamint a fenntarthatóság és egészségtudatosság előtérbe kerülése újfajta turisztikai élmények iránti igényt eredményezett. A természetalapú, aktív kikapcsolódási formák iránti kereslet növekvő tendenciát mutat, amit nemcsak a nemzetközi trendek, hanem a hazai adatok is alátámasztanak.

Az aktív turizmus elméleti és empirikus megközelítései egyértelműen jelzik, hogy ez a turisztikai forma többdimenziós, és egyaránt kapcsolódik a fizikai aktivitáshoz, az élménykereséshez, a természetközeli környezethez és a társadalmi fenntarthatósághoz. A vizsgált szakirodalom alapján megállapítható, hogy az aktív turizmus nem csupán szabadidős tevékenységként értelmezhető, hanem hozzájárulhat az egészségtudatos életmód kialakításához, a helyi gazdaság élénkítéséhez, valamint a természeti és kulturális értékek fenntartható használatához. A hazai definíciókban egyre inkább megjelenik a fizikai aktivitás, a természetközeliség, a helyi gazdaság támogatása, valamint a fenntarthatóság hangsúlyozása – különösen a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 (2023) megjelenése óta.

Ugyanakkor a fogalom értelmezése még mindig nem egységes, a különböző szerzők eltérő hangsúlyokat helyeznek a sport-, a természeti, az élmény- vagy épp a motivációs dimenziókra. Ez a sokszínűség ugyan gazdagítja az elméleti kereteket, de megnehezíti az összehasonlíthatóságot, a nemzetközi összevetéseket és a célzott fejlesztési stratégiák kidolgozását.

Az aktív turizmus a gyakorlatban túlmutat egyetlen termék- vagy szolgáltatástípuson, és egy komplex élménylánc formájában írható le, amely a látogatói motivációtól és információszerzéstől a szolgáltatások és infrastruktúra igénybevételén át az élményfeldolgozásig és a visszatérésig terjed. Ez az élménylánc csak akkor működik hatékonyan, ha elemei összehangoltan működnek.

A szakirodalom alapján megállapítható, hogy az aktív turizmus nemcsak válasz a megváltozott keresleti igényekre, hanem egyúttal lehetőség is a vidéki térségek fenntartható fejlődésére. Az aktív turizmus komplexitása és növekvő népszerűsége indokolttá teszi a további multidiszciplináris, összehasonlító és hosszú távú vizsgálatokat, amelyek segíthetik az ágazat tudatos és fenntartható fejlesztését.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


AÖFK. (2023). *Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf.

Aşan, K., & Emeksiz, M. (2018). Outdoor recreation participants' motivations, experiences and vacation activity preferences. *Journal of Vacation Marketing*, *24*(1), 3–19.

Aubert, A. (szerk.). (2007). *Fejlesztés és képzés a turizmusban* [CD-kiadvány a II. Országos Turisztikai Konferencián, Pécsen, 2006. október 12–13-án elhangzott előadások szerkesztett változatával]. Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézet Turizmus Tanszék; Magyar Tudományos Akadémia Pécsi Akadémiai Bizottsága; MATUR Baranya Megyei Tagozat.

Bánhidi, M. (2007). Sporttudomány és turizmus. *Magyar Sporttudományi Szemle*, *8*(2), 32–38.

Bartha, Á. (2013). Az aktív turizmus szerepe a sportgazdaságban. *Sportgazdasági Szemle*, *5*(2), 24–33.

Beedie, P. (2008). Adventure tourism as a 'New Frontier' in leisure. *World Leisure Journal*, *50*(3), 173–183.

Bell, S., Tyrväinen, L., & Sievänen, T. (2020). Outdoor recreation and mental health: Trends and challenges. *Urban Forestry & Urban Greening*, *52*, 126705.

Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2022). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, *25*(1), 1–21.

Bertalan, L. (2019). Aktív turizmus és fenntarthatóság vidéki térségekben. *Tér – Gazdaság – Ember, 7*(4), 45–59.

Bodnár, L. (2015). A kerékpáros turizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus Bulletin, 15*(1), 55–62.

Booking.com. (2022, April 14). *Climate, Community and Choice: Booking.com Reveals the Trends Shaping Sustainable Travel in 2022* [Press release]. https://www.bookingholdings.com/press-releases/climate-community-and-choice-booking-com-reveals-the-trends-shaping-sustainable-travel-in-2022/.

Booking.com. (2025, April 22). *Booking.com's 2025 Research Reveals Growing Traveler Awareness of Tourism Impact on Communities Both at Home and Abroad* [Press release]. https://news.booking.com/bookingcoms-2025-research-reveals-growing-traveler-awareness-of-tourism-impact-on-communities-both-at-home-and-abroad/.

Buckley, R. (2000). Adventure tourism: Trends in Australia and the Asia-Pacific region. *Journal of Tourism Studies, 11*(2), 25–35.

Buckley, R. (2006). *Adventure tourism.* CABI Publishing.

Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and practices.* CABI Publishing.

Buckley, R. (2020). Nature sports, health, and mental wellbeing. *Frontiers in Psychology, 11,* Article 859.

Capaldi, C. A., Dopko, R. L., & Zelenski, J. M. (2014). The relationship between nature connectedness and happiness: A meta-analysis. *Frontiers in Psychology, 5,* Article 976.

Castro, A., Gaupp-Berghausen, M., Dons, E., Standaert, A., Laeremans, M., Clark, A., et al. (2019). Physical activity of electric bicycle users compared to conventional bicycle users and non-cyclists: Insights based on health and transport data from an online survey in seven European cities. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives, 1*, June 2019, Article 100017. https://doi.org/10.1016/j.trip.2019.100017.

Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research, 15*(3), 371–386.

Cordell, H. K. (2012). *Outdoor Recreation Trends and Futures: A Technical Document Supporting the Forest Service 2010 RPA Assessment* [General Technical Report SRS–150]. United States Department of Agriculture; Forest Service; Southern Research Station.

Csapó, J. (2016). Az aktív turizmus keresletének vizsgálata a turizmus legújabb trendjeinek tükrében. *START – Sporttudományi és Rekreációs Tanulmányok, 1*(2), 13–23.

Csapó, J., & Gonda, T. (2020). A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, 5*(1), 43–53.

Csapó, J., & Marton, G. (2017). Az aktív turizmus térségi hatásai. *Turizmus Bulletin, 17*(2), 3–15.

Dodds, R., & Butler, R. (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions.* De Gruyter.

Donka, A., & Gyuricza, L. (2017). Az állam szerepe az aktív turizmus fejlesztésében – The Role of the State in the Development of Active Tourism. *Polgári Szemle, 13*(1–3), 176–187. DOI: 10.24307/psz.2017.0915

Duffy, R. (2013). A triad of stakeholders, a trio of institutions, and a trinity of policy challenges: Institutional arrangements and ecotourism policy in the developing world. *Journal of Ecotourism, 12*(1), 1–20.

Evers, D. (1991). The Psychology of Adventure: The Need for Novelty and Risk in Sport Tourism. In J. Standeven (Ed.), *Sport and Tourism.* Leisure Studies Association.

Ewert, A., & Hollenhorst, S. (1989). Adventure recreation and the search for meaning. *Leisure Sciences, 11*(3), 225–234.

Fyhri, A., & Fearnley, N. (2015). Effects of e-bikes on bicycle use and mode share. *Transportation Research Part D: Transport and Environment, 36,* 45–52.

Gibson, H. J. (1998). Active sport tourism: who participates? *Leisure Studies, 17*(2), 155–170.

Gibson, H. J. (2004). Moving beyond the "what is and who" of sport tourism to understanding "why". *Journal of Sport & Tourism, 9*(3), 247–265. DOI:10.1080/1477508042000320232

Gibson, H. J. (2018). Sport tourism and the academic field. *Tourism Management Perspectives, 25,* 181–183.

Gössling, S., & Peeters, P. (2021). Decarbonizing tourism: Mission (im) possible? *Tourism Recreation Research, 46*(1), 1–14.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2019). Sustainable tourism and the climate emergency: A global call for action. *Journal of Sustainable Tourism, 27*(7), 889–908.
Hall, C. M. (1992). Adventure, sport, and health tourism. *Tourism Recreation Research, 17*(1), 30–35.
Hetzer, W. (1965). *Environment, tourism, culture. Linking Tourism, the Environment, and Sustainable Development.* University of California.
Higham, J., & Hinch, T. (2021). Sport and sustainable tourism. *Journal of Sport & Tourism, 25*(2), 97–109.
Honey, M. (1999). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
Jaziri, D., & Rather, R. A. (Eds.). (2022). *Contemporary Approaches to Studying Customer Experience in Tourism Research.* Emerald Publishing Limited.
Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J., Peña-Sánchez, A. R., & López-Sánchez, J. A. (2020). Sports tourism and sustainability: Bibliometric analysis and future agenda. *Sustainability, 12*(7), 2840.
Kellstedt, D. K., Lu, J., Wang, Y., & Zhang, Y. (2022). Understanding the motivational differences between e-bike and conventional bike users in recreational settings. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 38,* 100497.
Kocsis, P., Athanasopoulos, M., & Simonsen, J. (2020). Development of a cycle-tourism strategy in Greece based on the preferences of potential cycle-tourists. *Sustainability, 12*(6), 2415.
Kovács, B. (2014). Az aktív turizmus és a kompetenciafejlesztés kapcsolata. *Ifjúságkutatás, 4*(3), 88–102.
Kovács, T., & Csizmadia, Z. (2022). Az aktív turizmus új trendjei. *Közép-Európai Közlemények, 15*(1), 25–39.
Krippendorf, J. (1982). *Towards New Tourism Policies: The Importance of Environmental and Societal Considerations.* Research Institute for Leisure and Tourism.
Lusseau, D., & Mancini, F. (2018). Income-based variation in conservation threat from tourism and recreation. *Global Environmental Change, 49,* 190–201.
MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class.* University of California Press.

MTÜ. (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030* [PDF]. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://www.edutus.hu/wp-content/uploads/2020/10/Nemzeti-Turizmusfejlesztesi-Stratagia-2030.pdf.

Mártonné M. K., & Császár, Z. (2019). Valóban aktív a magyar lakosság? Aktív- és ökoturisztikai keresletet és motivációt felmérő kutatás. *Turizmus Bulletin*, *19*(1), 45–57.

Mehmetoglu, M., & Normann, Ø. (2013). The link between travel motives and activities in nature-based tourism. *Tourism Review*, *68*(2), 3–13.

Melo, R., & Gomes, R. (2017). Nature sports participation: Understanding demand, practice profile, motivations and constraints. *European Journal of Tourism Research, 16,* 108–135.

Mező, F., & Nagy, G. (2012). Természetközeli turizmus és ökoturizmus Magyarországon. *Tér és Társadalom, 26*(1), 113–128.

Michalkó, G. (2002). Az aktív turizmus elméleti megközelítése. In Dávid L. (szerk.), *Aktív turizmus* (pp. 5–16). Didakt Kiadó.

Michalkó, G. (2003). Az aktív turizmus alapjai. In Bánhidi M. (szerk.), *A vízi és vizek menti turizmus alapjai* (pp. 20–27). Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar.

Michalkó, G., & Rátz, T. (2005). A kulturális turizmus élmény-gazdaságtani szempontjai. In Enyedi Gy., & Keresztély K. (szerk.), *A magyar városok kulturális gazdasága* (pp. 123–141). MTA Társadalomkutató Központ.

Michalkó, G. (2011). *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés.* Pécsi Tudományegyetem.

Miller, Z. D., Morais, D. B., & McGehee, N. G. (2020). Nature-based tourism in a post-COVID-19 world: The adaptive value of sustainability. *Journal of Sustainable Tourism, 28*(11), 1691–1709.

Mishra, S., Malhotra, G., Johann, M., & Tiwari, S. R. (2022). Motivations for participation in active sports tourism: A cross-national study. *International Journal of Event and Festival Management*, *13*(1), 70–91.

Monz, C. A., Pickering, C. M., & Hadwen, W. L. (2013). Recent advances in recreation ecology and the implications of different relationships between recreation use and ecological impacts. *Frontiers in Ecology and the Environment, 11*(8), 441–446.

Müller, H., Gössling, S., & Hall, C. M. (2011). Wellness tourism and sustainable development. In S. Gössling, C. M. Hall, & D. Weaver (Eds.),

*Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations* (pp. 139–153). Routledge.
Petino, G., Reina, G., & Privitera, D. (2021). Cycling tourism and revitalization in the Sicilian hinterland: A case study in the Taormina–Etna District. *Sustainability, 13*(18), Article 10022.
Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage.* Harvard Business Press.
Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research. *Tourism Management, 27*(1), 113–123.
Pretty, J., Peacock, J., Sellens, M., & Griffin, M. (2007). The mental and physical health outcomes of green exercise. *International Journal of Environmental Health Research, 15*(5), 319–337.
Progen, J. (1979). Man, nature, and sport. In E. Gerber & M. Nillian (Eds.), *Sports and the body: A Philosophical Symposium* (pp. 237–242). Lea & Febiger.
Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management, 25*(3), 297–305.
Rátz, T., & Puczkó, L. (2002). Sportturizmus – Az aktív utazások világa. *Turizmus Bulletin, 6*(2), 33–42.
Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research, 38*(4), 1225–1253.
Rivera, M. (2015). The motivations for active tourism: An empirical study in Spain. *Journal of Tourism and Cultural Change, 13*(2), 120–139.
Sulyok, J. (2021). Az aktív turizmus fenntarthatósági vonatkozásai. *Fenntartható Fejlődés és Környezetvédelem, 9*(2), 28–36.
Swarbrooke, J. (1995). *The Development and Management of Visitor Attractions.* Butterworth-Heinemann.
Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism: The New Frontier.* Butterworth-Heinemann.
Szabó, L., & Váradi, Z. (2016). Az extrém turizmus térnyerése. *Tudásmenedzsment, 17*(1), 45–56.
Tomik, R. (2015). A typology of active sports tourism. *Physical Culture and Sport. Studies and Research, 67*(1), 49–58.
Tóth, G., & Michalkó, G. (2012). Aktív turizmus: A turisztikai mobilitás sajátos formája. *Turizmus Bulletin, 16*(1), 33–42.

Törőcsik, M. (2007). Élmény és turizmus. In Törőcsik M. (szerk.), *A turizmus marketingje* (pp. 73–88). Pécsi Tudományegyetem.
UNWTO. (2022). Tourism and COVID-19: Rebuilding for sustainability. World Tourism Organization. https://www.unwto.org/covid-19-rebuilding-tourism
VisitScotland. (2024, February 7). *Event impact study showcases 2023 UCI*. Cycling World Championships success [News]. Visit Scotland News. https://www.visitscotland.org/news/2024/cycling-worlds-impact-study
Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A review of research approaches. *Annals of Tourism Research, 28*(2), 360–377.

# AZ AKTÍV TURIZMUS KÖRNYEZETI, ÖKOLÓGIAI, GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSAI

A könyv koncepciójában fontos szerepet játszik a természet-, a gazdaság- és a társadalomközpontú megközelítés egységének hangsúlyozása. A fejezet felhívja a figyelmet arra is, hogy egy-egy pozitív vagy negatív összefüggés a jelzett három szféra között minden esetben kihat azokra a folyamatokra, trendekre, amelyek az aktív turizmus dinamikus fejlődését és az azzal együtt járó ökológiai, társadalmi, gazdasági változásokat jelentik.

A szerkesztők

# 3. Az aktív turizmus környezeti, ökológiai, gazdasági és társadalmi hatásai

Sági Zsolt – Bodrogai László Anzelm – Kulcsár László

## 3.1. BEVEZETÉS, A FEJEZET CÉLJA

Az aktív turizmus nem független az ágazatot körülvevő környezeti, ökológiai szisztémától, de a gazdasági és társadalmi környezettől sem, amelyet a természeti, környezeti és a történelmi folyamatok is nagymértékben befolyásolnak. Sok vonatkozásban felmerülhet az a kérdés, vajon mennyire függetlenek ezek az alrendszerek egymástól, illetve hogyan hatnak egymásra. Ebben a fejezetben nagy hangsúlyt fektetünk a kölcsönös hatások bemutatására. Nehéz megmondani, hogy egy-egy hatás esetében melyik szféra a döntő, mivel a kérdésre alapvetően két megközelítésből adhatunk választ. Ha statikus nézőpontból kiindulva próbálunk válaszolni, óhatatlanul hierarchiát állítunk fel a tényezők között (környezet – társadalom – gazdaság), ha viszont e három tényező dinamikus egymásba fonódását egy folyamatként képzeljük el, azt tapasztalhatjuk, hogy a tényezők súlya változó, különböző korokban eltérő (látszólagos) egyensúlyi helyzetek alakulnak ki.

## 3.2. KÖRNYEZETI, ÖKOLÓGIAI HATÁSOK ÉS AZ AKTÍV TURIZMUS

A turizmus napjainkban a globális gazdaság egyik legjelentősebb húzóágazata. A turizmuson belül, a nemzetközi szakirodalomban többnyire *adventure tourism*nak, kalandturizmusnak nevezett aktív turizmus erősödése fejlődési ütemével még ebből a növekvő trendből is kimagaslik. Mint minden gazdasági-társadalmi tevékenység, természetesen az aktív turizmus is hatással van a környezetre. A turizmus ezen ága esetén ráadásul nemcsak közvetett, hanem elsősorban közvetlen környezeti hatásokkal számolhatunk. Az aktív turizmus esetén a látogatások célja és a desztinációk maguk is a természetes vagy természetközeli környezetben vannak, sőt gyakran valamilyen szintű védettséggel rendelkező természetvédelmi területet érintenek. Így, bár társadalmi haszna megkérdőjelezhetetlen, de mégis hozzájárul a természetes élőhelyek további terheléséhez. Vannak eszközök, amelyekkel ezek a környezeti

hatások csökkenthetők, és a fenntarthatósági, természetvédelmi szempontok hatékonyan érvényesíthetők. Nem szabad továbbá megfeledkeznünk az aktív turizmus környezetre gyakorolt pozitív hatásairól sem, amelyek közül az első helyre a szemléletformálás, azaz a turisták környezettudatosságának és fenntarthatósági attitűdjének a növelése kívánkozik.

Nemcsak az aktív turizmus hat a környezetre, hanem a környezet is hat az aktív turizmusra. A hatás tehát kölcsönös. A természeti környezet, az ökológiai viszonyok szinte megszabják az aktív turizmus lehetőségeit, orientálják annak gyakorlatát. Az aktív turizmus minden formája egyszerre értelmezhető „szívó" és „nyomó" erőként is környezettel való kapcsolatában. A természeti attrakciók vonzzák az aktív turisztikai tevékenységet, ami viszont egyúttal környezeti terhelést is jelenthet.

A turizmus szempontjából a természeti erőforrások, elsősorban az éghajlati tényezők, a domborzati, geológiai adottságok, a vízrajz (folyók, tavak, tengerek, gyógy- és termálvizek), az élővilág (állat- és növényvilág), az egyes földrajzi elemek egyedisége, különlegessége nagy jelentőséggel bír. Vonzerőként, és ezáltal termelési tényezőként is viselkedhet, akárcsak egy adott környezetrész valamilyen védettségi, természetvédelmi státusza, nemzetközi egyezmény alapján kapott különleges „védjegye" is. A felsorolt erőforrások azonban nem minősülnek automatikusan vonzerőnek, attrakciónak, mivel ahhoz több feltételnek kell teljesülnie. Szükség van ugyanis az attrakcióhoz kapcsolódó, különböző turisztikai szolgáltatásokra és jól körülhatárolt desztinációra is.

Ha viszont a turizmust nem kizárólag gazdasági ágazatként azonosítjuk, hanem egy komplexebb társadalmi-gazdasági tevékenységként, akkor kijelenthető, hogy az utazáshoz és a szabadidő eltöltéséhez nem feltétlenül szükséges a közgazdasági értelemben vett termék. Ez különösen igaz az aktív turizmusra, főként azon altípusaira, amelyek egynapos utazások, és lényegében nem jelennek meg semmilyen turisztikai statisztikában, lévén a látogatók nem vesznek igénybe szolgáltatást. Az aktív turisztikai tevékenységek egy részének szabadidős céllal való végzése nem feltétlenül a turizmus keretein belül jelentkezik, vagyis nem generál legalább egy, lakóhelyen kívül eltöltött vendégéjszakát (Sulyok & Magyar, 2014).

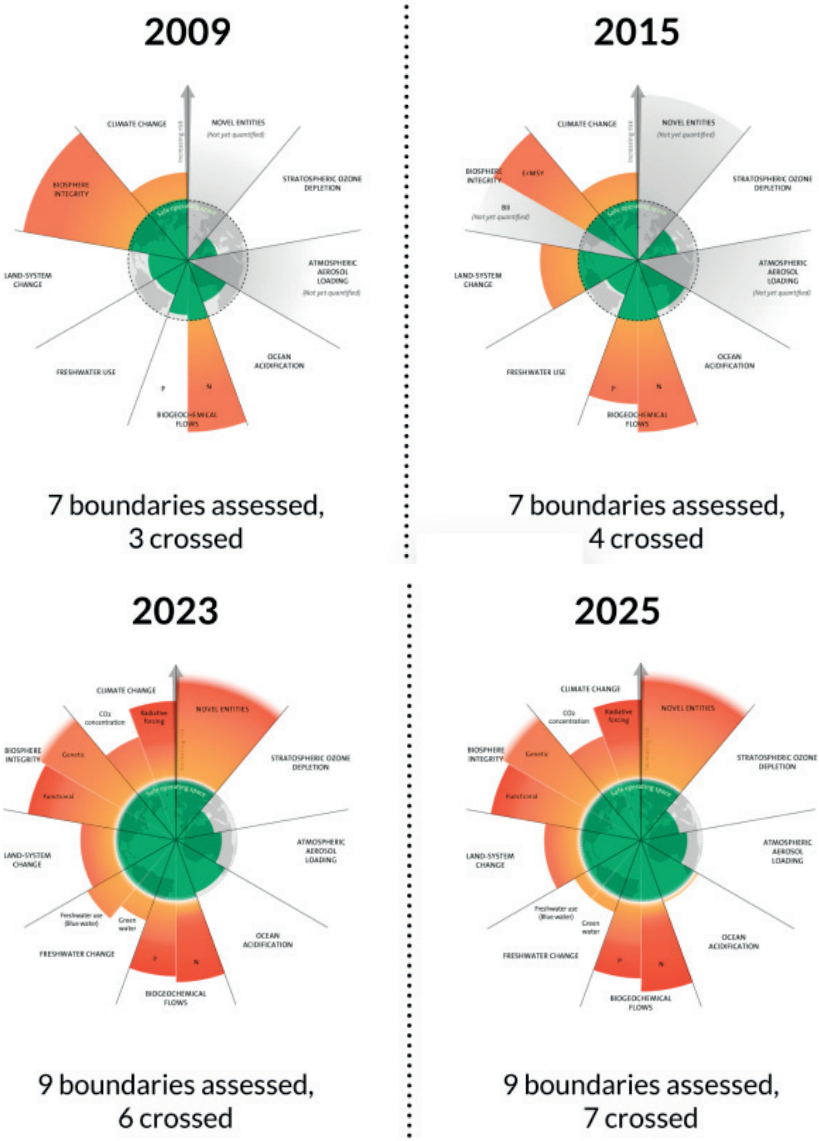
A negatív környezeti hatások bemutatása az aktív turizmus vonatkozásában már korábban megjelent a szakirodalomban (Sulyok & Magyar, 2014), de ezek csak a közvetlen hatásokkal foglalkoznak, és nem az ökológiai

terhelhetőség és a korlátok aspektusával. A szakirodalom már korábban összegezte, hogy éppen a természetközeli helyszínekből, desztinációkból fakadóan a negatív hatások között megjelenik például a turistautak talajromboló hatása, a pihenőhelyek zavaró befolyása. Megemlítik a kerékpáros turizmus kapcsán érzékelhető közvetlen környezetterhelést az egyre nagyobb területen kiépülő kerékpárút-hálózat miatt, továbbá az élővilág megzavarását és a desztinációk gépjárművel történő megközelítését is. Ezen túlmenően a kapcsolódó szolgáltatások (például kávézók, éttermek, üzletek) által okozott környezeti károk sem elhanyagolhatóak (Weston et al., 2012), de negatív társadalmi-kulturális hatások is azonosíthatóak (MINTEL, 2010).

Az ökoszisztéma-szolgáltatás lényegében az ökoszisztéma által biztosított termékek és folyamatok összekapcsolása az (emberi) szükségletekkel. Az egyes ökoszisztéma-szolgáltatások eltérő intenzitású kapcsolatban vannak az emberi jóllét *(well-being)* összetevőivel, és a társadalmi-gazdasági tényezők is eltérő mértékben befolyásolhatják az ökoszisztéma-szolgáltatásokat. Az erőforrásokhoz való hozzáférés kritikus tényező, a természeti és emberi erőforrásokból származó előnyök levonásának képessége befolyásolja a társadalmi-gazdasági sérülékenységet azáltal, hogy növeli vagy csökkenti az alkalmazkodóképességet (Thomas et al., 2018). A kulturális rendszerek és a történelmi hagyományok befolyásolják, hogy az emberek hogyan értelmezik a környezeti változásokat. A helyi vagy regionális léptékben a hibás értelmezés akár korlátozhatja is az ökoszisztéma-szolgáltatásokkal kapcsolatos veszélyekre adott lehetséges válaszokat. A mindennapi tapasztalatok és megélhetési gyakorlatok megőrzik a kritikus tudásanyagot a helyi környezetről és természetről, a növények és állatok jellemzőiről, spirituális jelentőségéről.

A Stockholmi Egyetem Reziliencia Központja által kidolgozott planetárishatár-koncepció kilenc olyan bolygóhatárt ismertet, amelyeken belül maradva, az emberiség a későbbiekben is – nemzedék nemzedéket vált föl – fejlődhet és gyarapodhat. Ezt a kilenc bolygóhatárt először Johan Rockström, a központ korábbi igazgatója és egy 28 nemzetközileg elismert tudósból álló csoport javasolta 2009-ben. 2023-ban (Richardson et al., 2023) először számszerűsítették mind a kilenc folyamatot, amely a Föld rendszerének stabilitását és rugalmasságát szabályozza.

A 2023-as helyzetelemzés arra a következtetésre jutott, hogy a kilenc határ közül az emberiség hatot már átlépett (sötét árnyalattal jelzett területek),




**1. ábra A fenntarthatósági korlátok átlépésének folyamata (EASAC, 2025)**

ami növeli a nagyszabású, hirtelen vagy visszafordíthatatlan környezeti változások kialakulásának kockázatát. A drasztikus változások nem feltétlenül egyik napról a másikra következnek be, de a határok együttesen kritikus küszöbértéket jelentenek az embereket és az ökoszisztémákat fenyegető kockázatok növekedésében. Amint az ábra mutatja, a következő területeken történt a túllépés: az éghajlatváltozásban, a bioszféra integritásában, a szárazföldi rendszerek és az édesvíz arányának változásában, a bio-geokémiai áramlások és az új entitások bevezetésében. Mindössze három folyamat maradt sértetlen: az óceánok elsavasodása (növekvő tendencia, a határértékhez közeledve), a légköri aeroszolterhelés (csökkenő globális tendencia) és a sztratoszféra ózonrétegének csökkenése (nincs tendencia).

Az Európai Akadémiák Tudományos Tanácsadó Testületének 2025-ös jelentése (EASAC, 2025) is megerősíti a fenti helyzetértékelést. Az éghajlatváltozás tendenciái negatívak: az üvegházhatású gázok kibocsátása és légköri koncentrációja tovább emelkedik, ami az átlaghőmérséklettel és az éghajlattal összefüggő károk növekedésével jár együtt.

## 3.3. A TURIZMUS ÉS AZ AKTÍV TURIZMUS ÖKOLÓGIAI LÁBNYOMA

A turizmus 2023-ban a globális GDP 9,1%-át tette ki, majdnem elérve a 2019-es csúcsot, és világszerte a szektorban 330 millió fő dolgozik. Gazdasági jelentőségéhez mérhető a környezeti hatása is, mivel egyre nagyobb és kedvezőtlenebb folyamatokat generál. Az aktív turizmus, vagyis az úgynevezett kalandturizmus *(adventure tourism)* globális piaci mérete 2024-ben 804,51 milliárd USD-t tett ki (Fortune Business Insights, 2025). Az előrejelzések szerint a piac a 2025-ös 896,06 milliárd USD-ról 2032-re 1682,28 milliárd USD-ra nő. Ezeknek a folyamatoknak környezeti hatása szintén jelentős kihívások elé állítja a fogadó desztinációkat.

Globálisan: a turizmus a világgazdaság globális üvegházhatású gázai kibocsátásának, szénlábnyomának nagyjából 8 százalékáért felel. Ennek a felét a különböző gépesített közlekedési eszközök kibocsátásai adják, melyet a kapcsolódó termékek és élelmiszerek követnek. A fenti arányok jellemzően az aktív turizmus területén is érvényesek, bár a földrajzi lokáció és az aktív turizmus típusai kisebb-nagyobb eltéréseket mutatnak. Az aktív turizmus egyik ágának, az ökoturizmusnak a szolgáltatásait vizsgálta a mediterrán tér-

ségben egy átfogó kutatás (Mancini et al., 2022). A vizsgálat megállapította, hogy az ökoturizmus a fenntarthatóbb gazdasági szerkezet egyik lehetséges mozgatórugója, de hiányoznak a közös szabványok és a szakmai megközelítések bizonyos termék- és szolgáltatási csomagok természeti erőforrásokra és helyi közösségekre gyakorolt hatásának kezelésére és nyomon követésére. Az Európai Unió által finanszírozott DestiMED projekt keretében a helyi turisztikai szereplők és szolgáltatók bevonásával 13 ökoturisztikai desztináció termék- és szolgáltatási csomagját értékelték a környezeti hatások szempontjából: az ökolábnyom[3] 0,29 és 0,82 gha között mozgott, az átlagos lábnyom értéke pedig 0,54 gha volt. Ha ezt az átlagos globális ökolábnyomhoz (2,8 gha) hasonlítjuk, akkor látható, hogy a turizmus szelídebb, fenntarthatóbbnak értékelt típusa is – egy adott területen – a terhelés számottevő részét képezheti. Ez különösen a fejlett országok desztinációiban jelentős, ahol már eleve nagyobb mértékben túlterheltek az ökológiai kapacitások, és nemcsak globális deficit jelentkezik, hanem ún. kettős deficit, azaz a globális és nemzeti deficit is: az ilyen országok általában jóval meghaladják nemzeti biokapacitásukat. Így a szelídebb turizmusformák is már egy eleve jelentős mértékben túlterhelt, kapacitásait folyamatosan veszítő, degradálódó természeti környezetbe irányulva okoznak további terheléseket.

Az ökológiai lábnyom zömét a vizsgálatban szereplő desztinációk szolgáltatáskosarában (az oda- és hazautazást nem számítva!) az élelmiszerek és italok jelentették; átlagosan a teljes szolgáltatási csomag lábnyomának 63%-át, míg a második legnagyobb részarányt (25%-ot) a teljes csomag lábnyomából átlagosan a szállás tette ki.

Fontos azonban számításba venni az ökológiai lábnyom számításakor a desztinációba történő oda- és elutazás dimenzióját is. A nemzetközi utazási lábnyom vizsgálatának eredményei alátámasztják azt a hagyományos nézetet, hogy a desztinációba és a visszafelé irányuló közlekedés okozza a legnagyobb ökológiai lábnyomot (elsősorban szén-dioxid-komponensét tekintve), és hogy a legfontosabb szén-dioxid-megtakarítás a légi közlekedésről a földi utazásra, különösen a vonatra való áttéréssel érhető el.

[3] Az ökolábnyom *(ecological footprint)* azt méri, hogy mekkora területre van szükségünk az életvitelünk fenntartásához (élelem, energia, hulladék elnyelése). Mértékegysége a globális hektár (gha), amely azonos egy átlagos hektár termékenységével, és a Föld eltartóképességének összehasonlítására szolgál.

Egy, az aktív turizmus szénlábnyomát vizsgáló elemzés (Grofelnik et al., 2023) egy speciális aktív turisztikai szegmensben (tájfutás) kimutatta, hogy a jövedelmi szint és a tapasztalatok felhasználásának előzményei csökkentik a résztvevők szénlábnyomát, míg a nemi hovatartozás, az iskolai végzettség és a környezettudatosság szintje nem befolyásolja a résztvevők utazási szénlábnyomát. Érdemes említést tenni a turizmus, így az aktív turizmus vízlábnyomáról is. Az utazás és a turizmus teljes vízlábnyoma 2021-es adatok szerint (WTTC, 2023) a globális vízfelhasználás mindössze 0,6%-át tette ki. 2019-ben, amikor az ágazat a csúcson volt, a szegmens teljes vízlábnyoma a globális összmennyiség 0,9%-a volt. Az ágazat vízfelhasználásának nagy része közvetett, az ellátási láncon keresztül történik: a mezőgazdaság és az élelmiszertermelés a teljes vízlábnyom kétharmadát teszi ki. Az adatokból az is kiderül, hogy miközben az ágazat gazdaságilag világszerte növekedett, a közvetlen vízfelhasználás intenzitása csökkent. Ez örvendetes tény, de mivel a turizmus, és különösen az aktív turizmus jelentős mértékben bővülő ágazat, így az abszolút felhasznált volumen növekszik egy olyan időszakban, amikor elsősorban a klímaváltozás és a túlhasználat miatt a világ édesvízkészlete is nagy túlterhelésnek van kitéve.

## 3.4. AZ AKTÍV TURIZMUS KÖRNYEZETI, ÖKOLÓGIAI HATÁSAI

Az aktív turizmus környezeti következményei három csoportba sorolhatók; a hosszútávú légi utazás hatásai (Simmons & Becken, 2004; Buckley, 2010), a szállás és a desztináció közötti közlekedés hatásai (Buckley, 2010), valamint a természetben végzett tevékenységek hatásai (Buckley, 2010; Huddart és Stott, 2020). A szállások és a közlekedés hatásai az aktív turisztikai tevékenység időtartama alapján két alkategóriába sorolhatók: rövid és hosszú távú hatások. Az aktív turisztikai tevékenységtől függően a turisták vagy egyénileg, vagy együtt közösségi közlekedési eszközökkel utaznak a tevékenységek kiindulópontjához, ami szén-dioxid-kibocsátással jár (Simmons & Becken, 2004; Buckley, 2010). Ezen túlmenően a szálláshelyeken való tartózkodás, ha a tevékenységek egy napnál hosszabbak, szintén negatív hatással lehet a környezetre, beleértve a túlzott energiafogyasztást, a nem megfelelő hulladékgazdálkodást vagy a magas vízhasználatot (Maglovska, 2020). Látható, hogy ami az aktív turisztikai tevékenységek környezetre gyakorolt hatásait illeti, azok igen széles körűek lehetnek attól függően, hogy az aktív turisztikai

tevékenységre milyen régióban kerül sor. Az olyan formái, mint a gyalogos túrázás vagy a kerékpározás, hatással vannak a szárazföldi ökoszisztémákra, míg a búvárkodás, vitorlázás stb. a vízben lévő ökoszisztémákat befolyásolják. A turizmus ezen formájának következményei a helyszíntől függően eltérő súlyosságúak és méretűek lehetnek. E következmények között szerepelhetnek a helyi állat- és növényvilágot fenyegető veszélyek, amelyeket az ökoszisztémákba behatoló idegen fajok jelentenek (Huddart & Stott, 2020).

Az aktív turizmus sok helyen hozzájárul a földhasználat változásához, a termőföld területének csökkenéséhez és a biológiailag aktív felületetek további beépítettségéhez. A hosszabb távú vonalas infrastruktúrák, pl. a kerékpárutak, tanösvények, kiszolgáló szervízutak, de a látogatóközpontok, a pihenőhelyek stb. is általában negatívan befolyásolják a földhasználati trendeket. Az aktív turizmusnál is gyakori, hogy a fejlesztések infrastruktúra-elemeit nem integrálják kellő mértékben a természeti környezetbe és a desztináció őshonos építészetébe. Gyakori jelenség az aktív turisztikai infrastruktúra túlépítése a fejlett országokban is, ami által tartósan épp az a vonzerő kerül veszélybe, amely végett maga a desztináció létrejött (öko- vagy aktív turisztikai paradoxon).

Az aktív turizmus esetében is, amelyet a szakmai közvélemény és a résztvevő turisták is szelídebb turisztikai formáknak tartanak, kimutatható az élőhelyek károsodása, sokszor a biológiai sokféleség csökkenése is. A vadon élő állatok fiziológiájára, viselkedésére, szaporodási sikerére és túlélésére jelentős hatással van az emberi jelenlét gyakoriságának megváltozása. A vadon élő állatok számára stresszt okoznak az élőhelyükre érkező látogatók, ami arra késztetheti őket, hogy megváltoztassák természetes aktivitási szokásaikat.

A természetes növényzet, a talaj, a védett földtani formációk (sziklaformációk, barlangok stb.) is közvetlenül ki vannak téve az aktív turizmusból fakadó emberi hatásoknak. A gyakran használt túraösvényeken és azok környékén a gyalogos és kerékpáros természetjárás, a vadászat, a siklóernyőzés stb. kapcsán jelentős a taposási kár: a talaj valahol tömörödik, másutt viszont felaprózódik; mindez fokozódó eróziót eredményez az arra érzékeny helyeken. Jellemző még a nem védett, de a védett növények letépése, gyűjtése, károsítása is. Előfordul a túraútvonalakról való letérés és az engedély nélküli belépés a fokozottan védett területekre.

A negatív hatások után szóljunk a potenciális és megvalósuló pozitív hatásokról is. Az aktív turizmus, különösen az ökoturizmus, leggyakrabban

említett kedvező következménye a környezettudatosság növelése. Számos desztináció népszerűsíti az ökoturizmust és a fenntartható turizmust, és ez segíthet az emberek felvilágosításában a turizmus környezeti hatásairól. Világszerte számos nemzeti park, vadrezervátum és természetvédelmi terület is létezik, amelyek segítenek a turizmus pozitív környezeti hatásainak népszerűsítésében. Kétségtelenül hozzájárulhatnak ezek a tevékenységek a tudatosság, a magatartás és az attitűdök formálásához. Számos desztinációban konkrét, az ökotudatosságot erősítő tevékenységet is szerveznek, pl. önkéntes tevékenységek a helyi lakosság, a szervezetek javára (oktatási, kutatási tevékenységekben való részvétel, szemétgyűjtő kampányok stb.).

Annak érdekében, hogy az aktív turisztikai desztinációként is funkcionáló természetes élőhelyek, különösen a természetvédelmi területek hosszú távon is tudják szolgálni az aktív turizmushoz kapcsolódó igényeket, hangsúlyosabban kell érvényesíteni a stratégiákban, a desztinációfejlesztési tervekben és a konkrét projektekben a fenntarthatósági, ökológiai szempontokat. A természeti erőforrások fenntartható használatának főbb alapelveit egységesen érvényesíteni kellene az összes, természetes élőhelyet használó emberi funkció vonatkozásában, beleértve a vadgazdálkodást, az erdőgazdálkodást, a mezőgazdaságot és az aktív turizmus különböző ágait is. Mindenekelőtt prioritást kell adni az ökoszisztéma-kapacitások mennyiségi és minőségi megőrzésének, azaz a használat mértékét ehhez a korláthoz kell igazítani. Jelentős probléma, hogy sok esetben nem ismerjük pontosan épp ezeket a korlátokat, határokat, és nincs átfogó információnk az aktív turisztikai és egyéb jellegű terhelés mértékéről sem. Az Európai Parlament (2021) *Jelentés: A fenntartható turizmusra vonatkozó uniós stratégia létrehozása* című dokumentuma felhívja erre is a figyelmet, és megállapítja a turisztikai vonzerőt jelentő természeti értékek vonatkozásában az egységesebb, következetesen alkalmazott monitoringrendszer kiszélesítésének a szükségességét. Kiemelkedően fontos lehet, hogy különböző szempontok alapján az ökoturisztikai, fenntarthatósági és természetvédelmi-biológiai indikátorok mérhetősége állandóan jelen legyen. A fenntartható használat alapelvei közül mindenekelőtt figyelembe kell venni a globális szemlélet elvét, azaz a természeti rendszerek működésének rendjét, az ökoszisztéma-hálózatok jelentőségét, azaz annak tudatosítását, hogy minden beavatkozás hatással van távoli hálózati elemekre, élőhelyekre is. A környezeti hatásbecslésekben jóval tágabb hatásterületek vizsgálatára, összefüggéseire, folyamataira kellene kitérni. Emellett érvényesíteni kellene

a holisztikus elvet, azaz nemcsak a turizmus hatásait, hanem a teljes antropogén és nem emberi eredetű hatást is mérni kellene, és ehhez igazítani a terhelhetőséget. Jó példa erre a hazai erdők ökológiai helyzete. Figyelembe kell venni a természetes élőhelyeken zajló populációs és élőhelydinamikai folyamatokat, és ehhez igazítani az emberi beavatkozásokat. Ki kell emelni a károsodások megelőzésének, az elővigyázatosságnak, a racionális természetnek és a tájhasználatnak az elvét. Ezeket ugyan számos jogszabály előírja, de a gyakorlatban sajnos kevésbé érvényesülnek, és a gazdasági, fejlesztési célok mindig felülírják ezen elveket. Az elegendő méret elve felhívja a figyelmet arra is, hogy nem növekedésorientált, hanem a terhelhetőségi korláthoz szigorúan illeszkedő, minimális fizikai infrastruktúra-fejlesztéseket kell megvalósítani az aktív turisztikai desztinációk természetes élőhelyein. Szakmailag mindenképp megkérdőjelezhető, hogy mennyire van szükség több milliárd forintból fejlesztett látogatóközpontokra, szálláshelyekre egyedi, védett, szigorúan védett természeti értékek közvetlen közelében. Ehelyett elegendő lenne a puha infrastruktúra fejlesztése, útvonalak kijelölése, útjelző és információs táblák, tájba illeszkedő, természetes anyagú megfigyelő- és pihenőhelyek létesítése. A digitális megoldások, az applikációk ráadásul ezek egy részét is kiválthatják. A legkevésbé terhelhető természetes élőhelyeken a használó fizet elvet kell érvényesíteni még akkor is, ha ezzel jelentősen korlátozzuk a potenciális látogatók számát. A károsító többet fizet elve viszont arra hívja fel a figyelmet, hogy a természetkárosítás esetén fokozottabb kontrollra és erélyesebb szankciókra van szükség.

## 3.5. TÁRSADALMI-GAZDASÁGI FOLYAMATOK ÉS AZ AKTÍV TURIZMUS

A turizmus nem önálló szakágazat, hanem több releváns ágazat részeként jeleníthető meg. A nemzetközi méréseket elsősorban az ENSZ Turisztikai Világszervezete (UNWTO), az ENSZ Statisztikai Divíziója (UNSD), a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD), valamint az Európai Unió Statisztikai Hivatala (Eurostat) végzi a tagállamok szakosodott intézményeivel együtt – egységes módszertan alapján. Az érvényes módszertan szerint a szálláshely-szolgáltatás és a vendéglátás, továbbá a vasúti, közúti, vízi, illetve légiforgalmi személyszállítás, a személygépjármű-kölcsönzés, az utazási irodák, az utazásszervezők és az egyéb foglalási tevékenységek,

kulturális szolgáltatások, valamint a sport- és szabadidős tevékenységek tartoznak a turizmusiparba. A turizmushoz kapcsolódó egyéb ágazatok a gyógyfürdő-szolgáltatások és a szállítást kisegítő tevékenységek.

A turizmusszektor és azon belül is az aktív turizmus teljesítményének mérése leginkább a turizmus-szatellitszámlák *(Tourism Satellite Accounts)* segítségével történhet meg. A turizmusspecifikus ágazatok az összefonódó termelési kapcsolatok révén további kibocsátást generálnak a gazdaságban. Ezeknek a hatásoknak a nagyságát multiplikátorindexek segítségével lehet kiszámítani, így egy adott ágazatra vonatkozóan lehetőség van felmérni annak továbbgyűrűző hatásait. A foglalkoztatottsági multiplikátorindex jelentése, hogy a halmozott kibocsátáshoz mennyivel több foglalkoztatotti létszám tartozik. A turisztikai ágazatok összes közvetlen hazai terméke *(Tourism Direct Gross Domestic Product – TDGDP)* a bruttó hozzáadott érték (alapáron) azon részének összege, amelyet az összes iparág a belső turisztikai fogyasztás hatására termelt, plusz a nettó termék- és importadók összege, amelyet e kiadások vásárlói áron számított értéke tartalmaz. A turisztikai közvetlen hozzáadott érték *(Tourism Direct Gross Value Added – TDGVA)* a turisztikai és a kapcsolódó ágazatok által generált hozzáadott érték, amely közvetlenül hozzájárul a magyarországi turisztikai fogyasztáshoz. A közvetlen kifejezés arra utal, hogy a turizmus-szatellitszámlák csak a hozzáadott értéket mérik (a turisztikai és a kapcsolódó ágazatokban) a látogatók fogyasztásának eredményeképpen, és figyelmen kívül hagyják a közvetett és az indukált hatást, amelyet a fogyasztás generálhat.

### 3.5.1. A turizmus gazdasági szerepe a világban

Az UNWTO minden év januárjában kiad a rendelkezésére álló adatok alapján egy visszajelzést arról, hogy nemzetközi viszonylatban hogyan alakul a turizmus helyzete. Ahol lehetséges, ott a teljes év adatait veszik figyelembe, ahol erre nincs lehetőség, ott az első 10 hónap adatait veszik számításba. A 2025. januári jelentés becslései szerint 2024-ben a nemzetközi turistaforgalomban regisztrált 1,4 milliárd nemzetközi turista 11%-kal haladta meg a 2023-as létszámot, de így is csak a Covid–19-járvány előtti létszám 99%-át érte el.

A legnagyobb növekedést a Közel-Keleten lehet tapasztalni, ahol a 95 millió látogatószám 2023-hoz képest 1%-ot, de 2019-hez képest 32%-os növekedést jelent. Afrika 74 millió látogatója 12%-os növekedést mutat,

többen mint a 2023-ban odalátogatók, és ez az arány a 2019-es adatnál is 7%-kal nagyobb. Európa, mely a világ legnagyobb idegenforgalmi régiója, 747 millió nemzetközi érkezőt fogadott, ami 5%-kal több 2023-hoz képest, de csak 1%-kal haladja meg a 2019-es nagyságot. A két Amerika (Észak és Dél) összesen 213 millió látogatót fogadott 2024-ben, ami 2023-hoz képest 7%-os növekedést jelent, de a 2019-es létszámnak csak a 97%-a. Ázsia és a Csendes-óceán térsége összesen 316 millió turistát látott vendégül 2024-ben, ami 2023-hoz képest 33%-os növekedés, de a 2019-es látogató számnak így is csak a 87%-át éri el.

A kisebb régiók esetében sokkal kedvezőbb arányok is kimutathatóak, így például a Dél-Mediterrán és a Karib-térség turistaforgalma 101%, Észak-Afrika és Közép-Amerika 105%, de a legnagyobb eredményt felmutató térség a Közel-Kelet, ahol 122%-os volt a növekedés 2023-ban a 2019-es adatokhoz képest.

### 3.5.2. A turizmus gazdasági szerepe Magyarországon

A magyarországi gazdaságon belül a turizmus szerepét talán leginkább a szálláshely-szolgáltatás és a vendéglátás nemzetgazdasági ágon belüli részesedése, azaz a nemzetgazdaság bruttó hozzáadott értékéből (GVA) folyó alapáron számított százaléka mutatja. 2019-ben sikerült elérni a 2007-es szintet (2%), amit a Covid–19-járvány következményeként mély visszaesés követett (2020-ban 1,3%), majd innen sikerült az ágazatnak úgy talpra állnia, hogy 2024-ben már 2,3%-ot adott hozzá a GVA-hoz.

2024 és 2025 októberének összehasonlításakor a KSH-adatok alapján elmondható, hogy a turisztikai – kereskedelmi, magán- és egyéb – szálláshelyeken a vendégéjszakák száma 10, a vendégek száma pedig 11%-kal emelkedett. Előbbi 3,8 millió éjszakát jelent, utóbbi pedig 1,7 millió főt. A vendégek létszáma a kereskedelmi szálláshelyeken kisebb mértékben 9,5, míg a magán- és egyéb szálláshelyeken 15%-kal emelkedett. De még így is a kereskedelmi szálláshelyekre a vendégek 70%-a érkezett.

2025 októberében a turisztikai szálláshelyeken az összes bruttó árbevétel 14%-kal volt több az egy évvel korábbinál, ami 104,2 milliárd forintot jelentett. A Széchenyi-pihenőkártyákról pedig 11%-kal költöttek többet, mint 2024 októberében, így a teljes költés 3,1 milliárd forint volt. Országosan 977 szálloda és 1034 panzió volt nyitva október egy részében vagy egészében.

A két év első 10 hónapját összehasonlítva, a turisztikai szálláshelyeken 6,8%-kal nőtt a vendégek száma (16,8 millió fő), de míg a belföldi szállóvendégek száma csak 3 (8,5 millió), addig a külföldieké 11%-kal (8,3 millió) nőt. Amennyiben így marad a növekedés üteme, úgy 2026-ra már több külföldi vendég száll meg a magyarországi szálláshelyeken, mint belföldi.

Mind a belföldi, mind a külföldi vendégek a szállodákat részesítik előnyben, ebben a kategóriában volt a legtöbb vendég, és itt töltötték el a legtöbb vendégéjszakát is. A magán- és egyéb szálláshelyek száma nagyobb arányban növekedett az egy évvel korábbi adatokhoz képest.

2024 és 2025 októberi adatainak összehasonlítása kapcsán elmondható, hogy a turisztikai térségek közül a külföldi vendégek száma a három legnépszerűbb régióban: Budapest környékén, ahol 24, Budapesten, ahol 15 és a Balatonon, ahol 1,4%-kal növekedett , míg a belföldi vendégek esetében a három legdinamikusabban bővülő régió: Budapest (20%-kal), Győr-Pannonhalma (19%-kal) és a Balaton (11%-kal).

### 3.5.3. Az aktív turizmus gazdasági szerepe Magyarországon és nemzetközi összehasonlításban

Az aktív turizmus közvetlen gazdasági hatásait nagyon nehéz pontosan megítélni, mert viszonylag kevés primer adat áll rendelkezésre. Az évtizedek alatt megszokott turisztikai mutatók jellemzően a vendégszámra, a vendégéjszakákra, illetve a turizmusban foglalkoztatottak számára utalnak. Az aktív turizmus térnyerése és megerősödése látható és kézzelfogható, azonban az ezekhez kapcsolód felmérések, kutatások általában projekthez kötődnek, és szigetszerűen jelennek meg. A legmegfelelőbb az lenne, hogy a nemzeti statisztikai hivatalok és az országok turisztikai szervezetei nemzetközileg elfogadott, egységes méréseken alapuló, éveken, évtizedeken átívelő adatokkal rendelkeznének annak érdekében, hogy tisztán lássuk, milyen hatást gyakorol az aktív turizmus a helyi, regionális közösségekre, és milyen gazdasági potenciált képvisel regionális, országos és nemzetközi szinten.

Petényi Mirkó, az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (AÖFK) vezetője többek között az *Utazás* című kiállítás szakmai konferenciáján beszélt arról, hogy 2025-ben a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia megvalósítása mellett a szektorba 65 milliárd forintos EU-támogatás is érkezik,

amiből az aktív turisztikai térségek egyedi arculatának kialakítása érdekében legalább 81 projekt valósulhat meg a következő 2-3 évben. Ezek új társadalmi csoportok bevonását is tervezik az aktív turizmusba olyan attrakciókkal, melyekben a kisgyerekes családok és a fogyatékkal élők is részt tudnak venni. Az ágazatot hivatott erősíteni az is, hogy 2025-től a SZÉP-kártyák az Aktív Magyarok zsebbel bővült, ami aktív kikapcsolódásra és sportolásra legfeljebb havi 10 000 Ft-ot biztosít a munkavállalók számára, és a béren kívüli juttatások eddigi éves plafonösszege éppen ezzel a 120 000 Ft-tal emelkedik 450 000-ről 570 000 Ft-ra. Ezektől a fejlesztésektől nem csak azt várja a AÖFK, hogy általuk az aktív turizmus fejlődjön, hanem azt is, hogy az eddigi harmadik legjelentősebb bevételt produkáló turisztikai formából előre lépjen a második helyre.

Az aktív turisztika típusai közül jelenleg a legjobban a kerékpáros turizmust mérik, kutatják a tudományos műhelyek. Az 2025-ös balatonfüredi *EuroVelo & Cycling Tourism Conference* című tanácskozáson Agathe Daudibon és Tilman Sobek rávilágítottak arra, hogy nemzetközi szinten a kerékpározás milyen komoly gazdasági potenciállal bír:

- Franciaország (2019): 4,6 milliárd euró (direkt költés), 33 800 teljes munkaidejű munkavállalóval a szektorban.
- Belgium (2024): 213,9 millió euro 2022-ben (nettó hozzáadott érték) 3358 teljes munkaidejű munkavállalóval a szektorban.
- Németország (2023): több mint 22 milliárd euro (becsült teljes utazási érték).
- Olaszország (2024): 9,8 milliárd euro (költségbecslés a célállomáson, az odaút költsége nélkül).
- Ausztria (2013): 317,3 millió euro (a kerékpárosok száma alapján, átlagos napi költséggel, a turizmus kerékpározásra eső része).

A kerékpárturizmus szerepe tehát egyre meghatározóbb a turizmus szektorban, és így a nemzetgazdaságokban is. Szintén Daudibon és Sobek elemzésében olvasható:

- Kanadában 60 euroról 130 euróra emelkedett a kerékpárosok napi költése az elmúlt években, ami 6%-kal több mint más turisták esetében Quebecben.

- 89 millió kerékpáros turista volt Olaszországban 2024-ben, ami +54%-os emelkedést mutat 2023-hoz képest. A kerékpáros turisták aránya már 10% az olaszországi összes turistához képest.
- Hollandiában 2,5 millió ember ment kerékpáros nyaralásra 2020-ban, ami 3 millióra emelkedett 2021-re.

Látható, hogy az aktív turizmus résztvevőivel egyre jobban kell számolni a turizmusban tevékenykedő szolgáltatóknak és az egyéb gazdasági és állami szereplőknek. Az elmúlt évtized folyamatos aktív turisztikai fejlődésének köszönhetően a szabadság eltöltésének módja alapvetően változott meg. A trendek azt mutatják, hogy egyre nagyobb számban és arányban gondolkodnak a turisták abban, hogy szabadidejüket aktívan töltsék, vagy hogy a pihenések közé beiktassanak egy-egy intenzívebb időszakot, amit sportolással tölthetnek el.

### 3.5.4. Társadalmi hatások

A gazdasági folyamatoknak igen erős társadalmi hatásai vannak. Közhelyszámba megy ez a megállapítás, de sok esetben azt tapasztalhatjuk, hogy a gazdasági és a társadalmi hatásokat egymástól elkülönítve vizsgálják. Az előzőekben láttuk, hogy milyen dinamikusan fejlődik a turizmus, főként az aktív turizmus Magyarországon – nemzetközi mércével mérve is. Viszont csak elvétve akadnak olyan elemzések, amelyek ezeknek a folyamatoknak a társadalmi hatásait veszik górcső alá. Ha csak a policy szempontokat visszük figyelembe, akkor is szembesülhetünk ezzel a problémával, hiszen egy normatív tervezési folyamat nem nélkülözheti azoknak a társadalmi mozgásoknak, trendeknek a figyelését és értelmezését, amelyek a tervezés területén megmutatkoznak (Kulcsár, 2020).

Az aktív turizmus erőteljes fejlődése nem történhet meg a kapcsolódó ágazatok, szolgáltatások területén bekövetkező változások nélkül. Ilyen lehet például az infrastruktúra fejlesztése, átalakulása, a digitalizáció erősödése, a vállalkozások megjelenése, de profiljának átalakulása, vagy a kapcsolódó intézmények feladatköreinek, kompetenciájának módosulása is.

Ezeknek a változásoknak társadalmi hatásait megfigyelhetjük a munkaerőpiac átalakulásában, a demográfiai változásokban, de főként a vándorlási nyereségben, illetve veszteségben (Kulcsár & Obádovics, 2016), a fogyasztási

szokások alakulásában, a jövedelmi viszonyokban, az egészségi viszonyokban, a mindennapi szokások területén stb. Amikor egy turisztikai ágazat, például az aktív turizmus fejlődését kísérő gazdasági és társadalmi következményeket próbáljuk vizsgálni, monitorozni, nemcsak ezt a két igen összetett területen bekövetkezett vagy várhatóan bekövetkező jelenségeket kell figyelnünk, hanem a tanulmányunk első részében részletesen kifejtett környezeti, ökológiai helyzetet, tendenciákat is. A környezet-gazdaság-társadalom hármasa jelenti azt az elemzési keretet, amelyben az aktív turizmus dinamikus alakulását elemezhetjük.

## 3.6. ÖSSZEFOGLALÁS

Az aktív turizmus dinamikus fejlődése számos környezeti, gazdasági és társadalmi kérdést vet fel. Ezek olyan folyamatokra reflektálnak, amelyek értékelése és megítélése eltér attól függően, hogy melyik tudományág szemszögéből közelítünk hozzájuk. A környezeti, ökológiai megközelítés arra hívja fel a figyelmet, hogy a környezeti hatások csökkentése érdekében a szolgáltatások kialakításában is vannak olyan jó gyakorlatok, amelyek kisebb terhelést és ezáltal nagyobb látogatószámot engednek meg egy-egy célterületen. Meglévő, kisléptékű hagyományos létesítmények felhasználása vagy újrahasznosítása kerül előtérbe, ezek különös figyelmet fordítanak az alternatív energiaforrások (pl. fotovoltaikus energia stb.) használatára. Ez a szálláshelyek kialakításának egyik érvényesíthető szempontja lehet. Mivel az aktív és ökoturizmus esetén a szolgáltatások legjelentősebb környezeti hatását az élelmiszerek, italok adják, így nagyon fontos, hogy a kínálatban célszerű áttérni az alacsonyabb fehérjeintenzitású élelmiszerekre. A turisták ellátása a helyben (pl. a településen vagy 60 kilométeres körzetben) előállított, friss és csomagolatlan élelmiszeken alapuljon, de legalábbis ezen összetevők arányát kell növelni. Fontos a formális infrastruktúrával rendelkező, igényes étkezések átalakítása (pl. a piknik előnyben részesítése). A desztinációkra való oda- és elutazás adja a karbonlábnyom nagy részét, ezért a helyi, regionális közösségi közlekedési, mikromobilitási rendszerek (pl. vonatok, kerékpárok, rollerek) előnyben részesítése kellene, hogy érvényesüljön a látogatók oda- és hazautazásában, valamint desztináción belüli mozgásában. A célterületeken szigorúan korlátozni kell a gépjárművek behajtását, használatát.

A gazdasági és társadalmi folyamatok alakulását együtt kell kezelni egy rendszeren belül, hogy világossá váljanak az egymást erősítő szinergiák, de a hatásokat gátló tényezők is. Az aktív turizmus fejlesztésének tervezésénél a természet-gazdaság-társadalom hármas egysége kell, hogy irányadó legyen (Kulcsár, 2020).

Jelenleg a turizmuson belül sajnos nincs átfogó, robosztus, validált módszertanon alapuló adatgyűjtés az aktív turizmus arányairól, így megkerülhetetlen a természetvédelmi, erdőgazdálkodási, agrár-, közgazdasági és turisztikai szakemberek együtt gondolkodása. Nincs egységes és elegendő adat az aktív turizmus jelenlétéről a természetvédelmi területek vonatkozásában sem, pedig természetvédelmi cél is. Eltérő szabályozások okán a védett értékek megtekintése eltérő intenzitással ellenőrzött, szabályozott tevékenység, ami érdemi kockázatot is jelent. Fontos lenne, hogy a szabályozásban is érvényesítsük a fent említett hármas egységet.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


AÖFK. (2023). *Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf.

Buckley, R. (2010). *Adventure Tourism Management.* Elsevier. ISBN: 9781856178341. DOI: 10.4324/9781856178358. https://www.researchgate.net/publication/47398048_Adventure_Tourism_Management.

Buckley, R. (2012). Sustainable Tourism: Research and Reality. *Annals of Tourism Research, 39*(2), 528–546. https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003.

Cyr, N. E., & Romero, L. M. (2007). Chronic stress in free-living European starlings reduces corticosterone concentrations and reproductive success. *General and Comparative Endocrinology, 151*(1), 82–89. https://doi.org/10.1016/j.ygcen.2006.12.003.

Dávid, L. (szerk.). (2007). *Turisztikai erőforrások: A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása.* Perfekt Kiadó. ISBN 9789633946794. https://www.kodolanyi.hu/konyvtar/images/tartalom/File/kiadvanyok/david_jancsik_ratz_turisztikai_eroforrasok_2.pdf.

Európai Bizottság. (2020). *EU Biodiversity Strategy for 2030: Bringing nature back into our lives* [A biológiai sokféleség megőrzésének 2030-ig szóló európai uniós stratégiája]. European Commission. https://environment.ec.europa.eu/strategy/biodiversity-strategy-2030_en.

Európai Parlament. (2021). *Jelentés: A fenntartható turizmusra vonatkozó uniós stratégia létrehozása* (A-9-2021-0033). European Parliament. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0033_HU.html.

EASAC. (2025, March). *Increasing Urgency for Transformative Change* [EASAC commentary]. European Academies Science Advisory Council. https://easac.eu/fileadmin/user_upload/EASAC_Transformative_Change_2025_final2.pdf.

Fortune Business Insights. (2025). *Adventure Tourism Market Size, Share & Industry Analysis, By Type, By Age Group, and Regional Forecast, 2025–2032* (Report ID: FBI107924). Fortune Business Insights. https://www.fortunebusinessinsights.com/adventure-tourism-market-107924.

Genç, R. (2021). Adventure Tourism in Nepal Himalayas: Environmental Effects. *Journal of Tourism and Adventure, 4*(1), 47–57. ISSN 2645-8683. DOI: 10.3126/jota.v4i1.40638. https://www.researchgate.net/publication/355997209_Adventure_Tourism_in_Nepal_Himalayas_Environmental_Effects.

Grofelnik, H., Perić, M., & Wise, N. (2023). Evaluating the travel carbon footprint of outdoor sports tourists. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 43*, September 2023, 100678. DOI: 10.1016/j.jort.2023.100678.

Huddart, D., & Stott, T. (2021). *Adventure Tourism: Environmental Impacts and Management* [1st ed. 2020]. Palgrave Macmillan.

Kulcsár, L. (2020). Földrajz – Társadalomtudomány – Turizmus: Elméleti és módszertani áttekintés. *Földrajzi Közlemények, 144*(1), 2–12. https://doi.org/10.32643/fk.144.1.1. https://ojs3.mtak.hu/index.php/fk/article/view/2785/2075.

Kulcsár, L., & Obádovics, Cs. (2016) Népességdinamika és társadalmi szerkezet – Population Dynamics and Social Structure. *Területi Statisztika, 56*(4), 390–414. DOI:10.15196/TS560403. https://www.researchgate.net/publication/313659416_Nepessegdinamika_es_tarsadalmi_szerkezet_Population_dynamics_and_social_structure_Kulcsar_Laszlo_Obadovics_Csilla.

Maglovska, C. (2020). The Environmental Impact of Hotels: The Future Is Green. *SocioBrains, 66*, 245–251. ISSN 2367-5721. https://eprints.ugd.edu.mk/23705/1/The%20Environmental%20Impact%20of%20Hotels%20-%20The%20Future%20is%20Green.pdf.

Mancini, M. S., Barioni, D., Danelutti, C., Barnias, A., Bračanov, V., Piscè, G. C., Chappaz, G., Đuković, B., Guarneri, D., Lang, M., Martín, I., Reverté, S. M, Morell, I., Peçulaj, A., Prvan, M., Randone, M., Sampson, J., Santarossa, L., Santini, F., Selmani, J., Ser, C., Sinibaldi, I., Topi, M., Treglia, V., Zirletta, S., & Galli, A. (2022). Ecological Footprint and tourism: Development and sustainability monitoring of ecotourism packages in Mediterranean Protected Areas. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 38,* June 2022, 100513. https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100513.

MINTEL. (2010). *International Holidays and Vacations Market Research: Trekking Holidays* [Mintel report]. Mintel Store. https://store.mintel.com/search/?s=MINTEL%20–%20International%20Holidays%20and%20Vacations%20Market%20Research%20Trekking%20Holidays%2C%202010.

Richardson, K., Steffen, W., Lucht, W., Bendtsen, J., Cornell, S. E., Donges, J. F., Drüke, M., Fetzer, I., Bala, G., Bloh, W. von, Feulner, G., Fiedler S., Gerten D., Gleeson, T., Hofmann, M., Huiskamp, W., Kummu M., Mohan, C., Nogués-Bravo, D., Petri, S., Porkka, M., Rahmstor, S., Schaphoff, S., Thonicke, K., Tobian, A., Virkki, V., Wang-Erlandsson, L., Weber, L., & Rockström, J. (2023). Earth beyond six of nine planetary boundaries. *Science Advances, 9*(37).
DOI: 10.1126/sciadv.adh2458. https://www.researchgate.net/publication/373948004_Earth_beyond_six_of_nine_planetary_boundaries.

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2016). *Közgazdaságtan.* Akadémiai Kiadó. ISBN: 9789630597814. DOI: 10.1556/9789630597814. https://mersz.hu/dokumentum/dj149k__1.

Sarukhán, J., & Whyte A. (Eds.). (2005). *Ecosystems and Human Well-being: Synthesis: A Report of the Millennium Ecosystem Assessment*. Island Press. https://www.millenniumassessment.org/documents/document.356.aspx.pdf.

Simmons, D. G., & Becken, S. (2004). The Cost of Getting There: Impacts of Travel to Ecotourism Destinations. In R. Buckley (Ed.), *Environmental Impacts of Ecotourism* (pp. 15–23). CABI Digital Library. https://doi.org/10.1079/9780851998107.0015.

Sulyok, J., & Magyar, Zs. (2014). Az aktív turizmus helyzete Magyarországon: Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás. *Turizmus Bulletin, 16*(3–4), 15–26. https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_Évf.16_2014_03_04.pdf.

Thomas, K., Hardy, R. D., Lazrus, H., Mendez, M., Orlove, B., Rivera-Collazo, I., Timmons Roberts, J., Rockman M., Warner, P. B., & Winthrop R. (2018). Explaining differential vulnerability to climate change: A social science review. *WIREs Climate Change, 10*(2), e565. https://doi.org/10.1002/wcc.565. https://wires.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/wcc.565.

Weston, R., Davies, N., Lumsdon, L., McGrath, P., Peeters, P., Eijgelaar, E., & Piket, P. (2012). *The European Cycle Route Network: EuroVelo* [Study]. European Parliament. https://www.researchgate.net/publication/262099932_The_European_Cycle_Route_Network_EuroVelo.

WTTC. (2023, March 23). *WTTC unveils world-first global Travel & Tourism's water footprint*. World Travel & Tourism Council. https://wttc.org/news/wttc-unveils-world-first-global-travel-and-tourisms-water-footprint.

# AZ AKTÍV TURIZMUS INTEGRATÍV SZEREPE

A tanulmánykötet új megközelítésben tárgyalja az aktív turizmus és a turizmus többi ágazatának viszonyát. A turisztika területén az elmúlt évek eseményei arra hívják fel a figyelmet, hogy az aktív turizmus gyors előretörése megváltoztatta az egyes turisztikai ágazatok kapcsolatát, amint ezt a 2. fejezet bemutatta. A tudomány területén az egyes ágazatok közötti átalakulás volt a megváltozott gyakorlatra adott válasz. Ebben a változásban az aktív turizmus mint integráló erő játszott fontos szerepet, ami azt eredményezte, hogy az aktív turizmus egyes fajtái, mint amilyen például a kerékpározás, a természetjárás, de akár a vízitúra is, hatékonyan működhetnek közre más turisztikai ágazatok eredményességének növelésében.

A szerkesztők

# 4. Az aktív turizmus integratív szerepe

## 4.1. FALUSI, VIDÉKI TURIZMUS

Kulcsár László

### 4.1.1. A fejezet célja

A fejezet célja elsősorban a vidéki turizmus és az aktív turizmus kapcsolatának ismertetése. Ez a kapcsolat sokkal összetettebb, mintsem figyelmen kívül lehetne hagyni. Éppen ezért az aktív turizmus és a vidéki (falusi) turizmus kapcsolatának megvilágítása csak holisztikus szemlélet alapján lehet célravezető. Ez azt jelenti, hogy a két fogalom összefüggéseire kell koncentrálnunk, s világossá kell tennünk azt is, hogy a természeti, regionális, gazdasági és társadalmi okok és következmények egy olyan rendszert alkotnak, amelynek sajátosságai jelentősen befolyásolják a vizsgált két jelenség: a vidéki turizmus és az aktív turizmus kapcsolatát.[4]

### 4.1.2. A falusi, vidéki turizmus rövid története

#### 4.1.2.1. „Urak a paraszti házakban"

Több írás (pl. Mezei, 2001; Ayazlar & Ayazlar, 2015; Kulcsár, 2017) is megemlíti, hogy a 19. század végén, a 20.század elején megjelenő falusi turizmus a fellendülő ipari fejlődésre és urbanizációra adott romantikus válasz volt, keresve az idilli, természetközeli vidéki, falusi életet. Másik oldalról nézve, a későbbi évtizedekben logikus választ jelentett a tömegturizmus gyors elterjedésére is, elkerülve annak az életminőségre gyakorolt hátrányait. Mindezek ellenére a kulturális különbségek miatt nehezen vert gyökeret a magyar vidéken. Az okok visszavezethetőek a „fogadó félre" éppúgy, mint a potenciális vendégekre. A falusi emberek nem szívesen fogadták az „urakat" a saját házukban, az „urak" pedig nehezen barátkoztak meg a tőlük idegen

[4] Ebben az írásban nem foglalkozunk részletesen a vidéki-falusi turizmus fogalmi megközelítéseivel, hasonlóságaival, különbözőségeivel. Az érdeklődőknek ajánljuk: Kovács (2003) és Ayazlar & Ayazlar (2015) munkáit.

infrastrukturális körülményekkel, gondolkodásmóddal. Kovács (2003) tanulmánykötetében egy külön fejezetet szentel a falusi turizmus magyarországi történetének. Ebből világosan kiderül, hogy a 19. században és a 20. század első felében elsősorban falusi vendéglátásról, nem pedig turizmusról volt szó, ahol a vidéki fürdőhelyek környékén lévő települések jelentették a „falusi turizmus" központjait. Az első világháború után a falusi fizetővendéglátó-rendszer részben helyettesítette az elvesztett fürdőcentrumok szerepét. Ebben az időszakban kaptak nagyobb jelentőséget a falusi vendégfogadással foglalkozó civil szervezetek (egyesületek, körök, szövetségek). Másfelől az erősödő közlekedési infrastruktúra fejlesztései megalapozták és növelték elsősorban a Balaton és a Velencei-tó melletti települések vendégfogadási képességét, kapacitását. Nem hiányzott sem az állam, sem pedig a pénzintézetek támogatása, aminek eredményeképpen a vidéki fizetővendéglátórendszer az 1930-as évek közepére lefedte szinte az ország egész területét. Évente megjelent a népszerű utazási kézikönyv és útmutató, *Az utas könyve*, amely igen fontos információkat tartalmazott a vidéki vendégfogadással kapcsolatban. Ismertette a településeket, éghajlatukat, nevezetességeiket, megközelíthetőségeiket, gasztronómiai sajátosságaikat, kirándulóhelyeiket, az egészségügyi intézmények elérhetőségeit stb. Mindemellett ajánlásokat, elvárt követelményeket fogalmazott meg, amelyek a vendégfogadás feltételeinek javítását, módszereit, a gondolkodásmódok megváltoztatását próbálták elősegíteni. Sági (1934/2003) a falusi vendéglátás „mesterségéről" publikált könyvében foglalkozott az egészséges lakás tulajdonságaival, a szobák berendezésével, a földes szobák veszélyeivel, a mosakodási lehetőségek fontosságával, a fásítással, az illemhely körülményeivel, az egészséges táplálkozással, a rovarírtás jelentőségével, s természetesen a helyes viselkedéssel, az előzékeny és illedelmes magatartással. Ezek a törekvések jelzik a falusi vendéglátás iránti igen jelentős figyelmet, ami megnyilvánult ebben az időszakban. Bár mai értelmében nem beszélhetünk „aktív turizmusról", de a falusi vendéglátással kapcsolatos írásokban, ajánlásokban tetten érhető a törekvés a természet megismerésére, a kirándulások ösztönzésére, ami ugyanis többet jetlentett az egyszerű pihenésnél – távol a város zajától.

A második világháború után gyökeresen megváltozott a helyzet. Amint azt Kenézné (1996, p. 73) megjegyzi: „A háború utáni időszakban felszámolódott a falusi turizmus harmincas évektől kiépült, mintaszerűen megszervezett rendszere". Ennek a változásnak egymással összefüggő több oka

volt. Egyrészt a mezőgazdaság kollektivizálása és a falusi munkaerő iparba történő beáramlása, valamint a vállalkozói tevékenységek korlátozása; mindegyik a falusi turizmus sorvadásához vezetett. A falusi turizmus fejlesztésére irányuló közösségi szerveződések ellehetetlenítése pedig tovább erősítette ezt a negatív irányt.

#### 4.1.2.2. A vidéki turizmus napjainkban

1990 után Magyarországon a falusi turizmus újabb fellendülő szakaszának lehettünk tanúi. E folyamathoz a rendszerváltás paradox módon kettős értelemben is hozzájárult. Egyrészt pozitív módon, hiszen elhárultak a központosított gazdaság által teremtett akadályok, és hasonlóan megszűntek a politikai akadályok is, ami által elérhetővé váltak bizonyos támogatások is, elsősorban a mezőgazdaságot irányító szervek részéről. Másik oldalról viszont a falvak számos negatív jelenséggel szembesültek a változások következtében: pl. a munkanélküliséggel, a vidék gazdasági szerkezetének átalakulásával, a belföldi migráció felerősödésével (Kulcsár, 2017). Ebben a helyzetben sok település a turizmus fejlesztésében találta meg a kiutat, ami a turisztikai szerveződések reneszánszát eredményezte, Erősítette ezt a sok esetben még naiv, romantikus elképzelést az EU-csatlakozáshoz közeledve az egyre népszerűbb nyugat-európai minták átvételére való törekvés. Kovács (2000) tanulmányában nemcsak arra hívta fel a figyelmet, hogy a vidéki turizmus fogalmi meghatározása Nyugat-Európában is komoly nehézséget okoz a kutatók és szakemberek számára, hanem arra is, hogy az egyes országok természeti, kulturális és történelmi hagyományai nagy szerepet játszanak abban, hogy a vidéki turizmus felfogása, gyakorlata miként alakult és hogyan változik a jövőben (Brown & Shucksmith, 2024). Ennek megfelelően a külföldi jó gyakorlatok másolása a hazai társadalmi-gazdasági környezethez való adaptációja nélkül, kevés sikerrel kecsegtetett.

Ha a vidéki turizmus magyarországi jellegzetességeit próbáljuk feltárni abból a célból, hogy felvázoljuk az aktív turizmussal való kapcsolatának egyes szakaszait, arra a sajátosságra kell újra rámutatnunk, hogy az aktív turizmus csak lassan és fokozatosan nyert teret a vidéki turizmuson belül, kapcsolatba lépve vele. A pihenés mellett elsősorban a tradicionálisabb vidéki aktivitások, pl. a séta, a madármegfigyelés, a lovaglás, az evezés vált népszerűvé, néhány év óta pedig a kerékpározás hódít. A nehézségekkel

küzdő vidéki turizmusnak legfőbb gondja, hogy a vidéki turizmus nagyrészt ma is vendégfogadás-centrikus. A szállodák, egyéb szálláshelyek még mindig ritkán kötik össze kínálatukat olyan aktív turisztikai tevékenységgel, amely a természethez, az egészséges mozgáshoz kapcsolódó élményekkel gazdagítanák a vendégeket. Más kérdés, hogy sokszor a vendégek sem igyekeznek kimozdulni a wellness-szállodák nyújtotta kényelemből. A természetjáró, a kiránduló, a kerékpározó turisták nem esősorban a nagy wellness-szállodák vendégei, hanem a rurális természeti környezet látogatói, akik egyben érdeklődnek a kulturális értékek, a vidéki hagyományok, a nemzeti örökségek, a helyi termékek iránt is. Csapó (1996) már néhány évvel a rendszerváltozás után erősen hangsúlyozta, hogy a falusi turizmusnak az egyik legfontosabb vonzerője a természeti adottságokban rejlik. A domborzat, a vizek, a növényzet és az állatvilág teszi különösen értékessé és érdekessé a turista számára a környezetet; természetesen az életmódban, a kulturális hagyományokban megnyilvánuló jellemzők mellett. Ez a fogékonyság, amennyiben jelen van, adja az alapot az aktív turizmus integráló erejének. Erre az adottságra építeni komoly feladatot jelent a vidéki turizmus szereplői számára.

### 4.1.3. A vidéki turizmus és az aktív turizmus kapcsolata

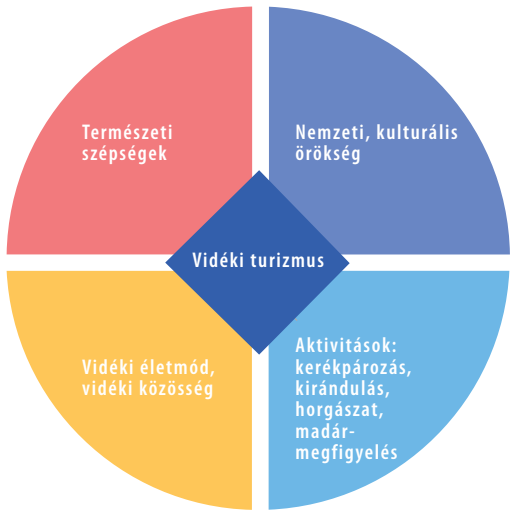
Korábban említettük, hogy mint sok más turizmuságazat fogalmánál, ebben az esetben is a szakirodalom, illetőleg a policy anyagok is több definíciót használnak arra a turisztikai tevékenységre, amely a vidékhez kötődik (Kovács, 2000). Különböző elnevezésekkel találkozhatunk: falusi turizmus, agro- vagy farmturizmus (farm), mezőgazdasági turizmus, vidéki turizmus. Az elnevezésekben az mindenképpen közös, hogy ez a tevékenység a természetközeli vidéki térségekhez kapcsolódik. Egy másik jellegzetesség is közös az aktív turizmus felfogásával kapcsolatban, mégpedig az egészséges életmódot támogató aktivitás, hiszen a falusi (vidéki) turizmus klasszikus megközelítésében a látogatók nemcsak fogyasztják a helyi hagyományos ételeket, italokat, hanem bizonyos mértékig aktívan részt vesznek a természet felfedezésében, megismerésében, a hagyományos paraszti gazdálkodásban, például az állatok ellátásában, a mezei munkákban, kirándulnak a környéken, sőt részt vehetnek az adott helyi közösség kulturális életében is. Nem nehéz tehát kapcsolatot találni az aktív és a falusi (vidéki) turizmus között.

Az eltérő elnevezéseknek sokszor regionális, történeti gyökerei is vannak. A *rural tourism* vidéki turizmusként való értelmezése elsősorban az Amerikai Egyesült Államokban és Angliában honos, ahol a városi térségeken kívüli turizmust értik alatta, ami magában foglalhatja a kalandturizmust, a hátizsákos turizmust, a természetjárást, a nemzeti parkok látogatását, a horgászturizmust, a lovas turizmust, a kerékpáros turizmust stb. Ezek mindegyikének központi eleme a *shut-in economy*[5] (Smiley, 2020) gyakorlatának, hatásának megtörése, azaz az emberek „kirángatása" otthonukból, s bizonyos gazdasági tevékenységek, fogyasztási szokások szabadidős aktivitások felé történő orientálása, és azoknak városi tereken kívüli megjelenítése. Ma már a *rural tourism* elnevezés (vidéki turizmus) széles körben általánossá vált Európában is. Ayazlar & Ayazlar (2015) már évekkel ezelőtt kialakították azt a rendszert, amely a vidéki turizmus fogalmának többdimenziós megközelítését javasolta, s amelyben az aktív turizmus is egy dimenziót képviselt. Az általuk kialakított definíció, amelyet az **1. ábra** szemléltet, abból indult ki, hogy a szakirodalom, a különböző intézmények (OECD, UNWTO) a vidéki turizmust eltérő megközelítéssel határozzák meg. Az európai hagyományoknak megfelelően a vidéki turizmus értelmezése sokkal közelebb áll a mezőgazdasághoz, elsősorban a családi gazdaságok történelmi dominanciája miatt, ahol a turizmus mint jövedelemkiegészítő forrás jelenik meg, bár mára sokat veszített jelentőségéből. Kovács, a falusi/vidéki turizmus egyik nemzetközi szinten is elismert hazai képviselője már az 1990-es évek elején felismerte ezt a változást, azaz a falusi/vidéki turizmus és a mezőgazdaság kapcsolatának visszafordíthatatlan lazulását (Kovács, 1993). Helyszíne még mindig sok esetben a falu, a ritkán lakott térségek, de a falusi turizmus nem kapcsolódik már szorosan a mezőgazdasághoz annak ellenére, hogy néhány ágazata közvetve megtalálható az aktív turizmushoz való kapcsolódásában is. Ilyen például a vidéki pincészetek borturizmusa – amit Forman (2009) nem is annyira a mezőgazdasági, hanem sokkal inkább a kulturális turizmushoz sorol – vagy a helyi, sok esetben ökojellegű termékek kínálata például az Örségben vagy az ország más vidékein. A vidéki turizmus lényegében tehát egy ernyőfogalom, amely alá rengeteg turizmusaktivitás befér, és fontos jellemzője a városi tereken való kívüliség és a természetközeliség.

[5] 'Otthonba zárt gazdaság.'

A turizmus a vidék fejlesztésének egyik hatékony eszköze lehet. Ne tekintsük azonban olyan eszköznek, amelyet minden vidéki térségben egyformán alkalmazni lehet. Az első ábra jelzi azt is, hogy melyek azok a helyi, térségi erőforrások, amelyek dinamizálása elvezethet a vidéki turizmus megjelenéséhez, erősödéséhez. Ahogy a természeti erőforrások, a táj jellegzetességei, a folyók, tavak, erdők, hegyek stb. jó körülményeket biztosíthatnak a vidéki turizmusnak – előre bocsátva, az aktív turizmusnak is –, ugyanúgy alkalmasak erre a kulturális hagyományok, a nemzeti örökséget megtestesítő objektumok mint erőforrások (helyi termékek, kulturális szokások, sajátos zenei örökség, helyi fesztiválok stb.), továbbá a kulturális örökség (történelmi, építészeti, régészeti, életmódbeli örökség) jelenléte is (Kulcsár et al., 2017; Kulcsár & Bodrogai, 2019; Kulcsár & Bodrogai, 2021). Mindezek mellett még sokféle fejlesztés megvalósulása szükséges, mint például az elérhetőség kielégítő színvonala, az információkkal való ellátottság, a különböző szolgáltatások fejlettsége.

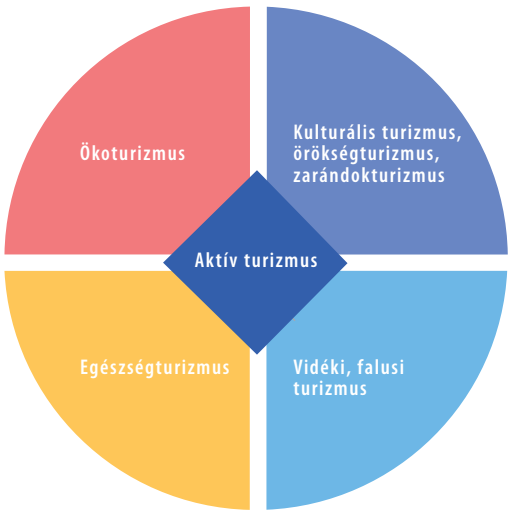
A vidéki turizmus olyan periférikusnak számító területeken is megjelenhet az említett minőségi turisztikai szolgáltatók révén és az infrastruktúra segítségével, ahol más gazdasági szektorok az adottságokból fakadóan erre nem vagy kevéssé képesek, pl. ilyen a felső-tiszai térség vagy az Őrség, a




**1. ábra. A vidéki turizmus alkotóelemei**
**(Ayazlar & Ayazlar, 2015)**

zempléni térségek, a belső periférikus térségek stb. A periférikus területeken ennek megfelelően új munkahelyeket, kiegészítő jövedelemforrásokat teremthetnek, ezzel pedig lassíthatják a vidék elnéptelenedését, és megélhetést biztosíthatnak a helyi lakosság egy részének (Brown & Shucksmith, 2024). A pozitív lehetőségeken kívül azonban – velük egyidőben – negatív jelzések is érkeznek a falusi, főként a kedvezőtlen adottságokkal rendelkező térségekből; ilyen például a demográfiai helyzet romlása, az elvándorlás, a társadalmi szerkezet kedvezőtlen változása. Engelhardt (2005) ezzel a problémával kapcsolatban azt kérdezi, hogy a turisztikai szereplők valóban be tudják-e fogadni a képzetlen, alacsony iskolázottságú helyi munkaerőt, vagy ezeknek az embereknek a turisztikai fejlődés a térségben nem jelent különösebb előnyt? Az előnyök és a hátrányok tehát egyidőben és egy helyen vannak jelen, ami megnehezíti a turizmus megteremtését, fejlesztését. Különösen akkor jelent ez nehézséget, ha a változást és annak dinamikáját figyelmen kívül hagyják.

A turizmusban részt vevő, általában városban vagy város környékén élő emberek költései tehát nem kis részben a vidéki területeken realizálódhatnak, ami mérsékelheti a területi, gazdasági egyenlőtlenségeket, a periférikus területek gazdasági lemaradását, és növelheti a vidék népességmegtartó erejét.




**2. ábra. Az aktív turizmus által támogatott értékek**
**(Forrás: Saját szerkesztés)**

Mindez könnyű feladatnak tűnik, de valójában nagyon nehéz megvalósítani. Túl azon, hogy közlekedési, egyéb infrastrukturális beruházások, szolgáltatások fejlesztésére lenne szükség, a szemléletmód és az érdekeltségi viszonyok megváltozása is elengedhetetlen. Meg kell szabadulni attól a szemlélettől, amely a turistákat csak mint *fogyasztókat, pénzköltőket* veszi figyelembe, s csak arra összpontosít, hogy a turistának minél több alkalma legyen minél több pénz elköltésére.

Az aktív turizmus számos olyan értéket képvisel, amely a vidéki turizmussal szoros kapcsolatban áll. Ha tehát az említett holisztikus megközelítést az aktív turizmus szemszögéből tekintjük át, és elsősorban nem az eszközök szektorait állítjuk középpontba (kerékpározás, lovaglás, természetjárás, vízi turizmus), azt tapasztaljuk, hogy azok az értékek kerülnek előtérbe, amelyek a vidéki turizmussal közösek. Ez a körülmény jól mutatja az aktív turizmus integratív funkciójának egyik igen jelentős elemét, mégpedig a társadalom számára igen fontos értékek egy aktivitási mezőben való megjelenését. Az örökségturizmus, a kulturális turizmus, a természet- és tájturizmus, az egészségturizmus mind olyan értékmegközelítéseket tartalmaznak, amelyek megjelenhetnek az aktív turizmussal való kapcsolatukban.

A falusi/vidéki turizmus lényegét tekintve, holisztikus megközelítéssel – egyetértve Cawley (2009) véleményével – alapvetően a *természet és a kultúra, valamint a turista közötti interakcióként* is felfogható, amely aktív és passzív módon valósulhat meg. Az aktív turizmusra jellemző tevékenységek (kerékpározás, természetjárás, vízitúrák, lovaglás stb.) ennek az interakciónak az aktív módozatai, amelyek kapcsolódnak a fent bemutatott értékekhez: az egészséghez, a kulturális értékekhez, a természetvédelemhez. Ez jelenti lényegében az aktív turizmus integratív jellegét, vagyis más turisztikai ágazatok (például ökoturizmus, kulturális turizmus, örökségturizmus, vallási turizmus stb.) egy aktivitási mezőben történő megjelenését. Az integratív aktivitás azonban kétirányú, egymást erősíthető jelenség. A kerékpározás, a természetjárás irányát befolyásolhatják az objektív feltételek mellett az útvonal mentén elérhető attrakciók, egy természeti szépség, egy építmény, egy helyi érték, egy közösségi megmozdulás, de ezeknek az attrakcióknak kellő vonzást kell kifejteniük ahhoz, hogy az útvonal kívánatos legyen az aktív turisták számára. Az aktív turizmus fejlesztésén fáradozó szereplőknek (önkormányzatok, vállalkozások, helyi közösségek) tehát nem települések-

ben, hanem *térségben* kell gondolkozniuk, ami a hálózatépítés és az együttműködés előtérbe kerülését is jelenti.

A vidéki és az aktív turizmus kapcsolatának „sötét" oldala alapvetően a környezet rongálásában, veszélyeztetésében nyilvánulhat meg. Az aktív turizmus e kettős arculatára León-Quismondo (2025) is felhívta a figyelmet. Szerinte az aktív turizmus negatív jelenségei veszélyeztetik a fenntarthatóság szempontjait, mivel a gazdasági szempontok előtérbe kerülése és a nem kielégítő szabályozás az aktív turizmus esetében is negatív következményekkel járhat. Ennek a létező jelenségnek visszaszorítása a turizmus szereplőinek, többek között a helyi közösségeknek, a civil szervezeteknek, az önkormányzatoknak, az állami szervezeteknek a közös feladata.

### 4.1.4. Összefoglalás

Az aktív turizmus nagyrész vidéken valósul meg, s éppen ezért kulcsfontosságú, hogy áttekintsük a vidéki és az aktív turizmus kapcsolatát. Bizonyos nehézséget okoz, hogy a vidéki turizmus fogalma éppúgy, mint a vidék fogalma az elmúlt évtizedekben jelentős változáson ment keresztül a közbeszédben, de a szakirodalomban még ma sem egységes a meghatározása. Nehézséget okoz az is, hogy a vidéki turizmus eltérő értelmezéseket kap az egyes kultúrákban. A 19. században, majd a 20. század első felében a falusi turizmus elsősorban falusi vendéglátást jelentett, amelyben megjelentek az aktív turizmus elemei, de csak érintőlegesen, főként: a kirándulás és a természetjárás. A 20.század második felében a falusi (vidéki) turizmus az 1990-es években, s az Európai Unióhoz való csatlakozást követő években, ha nem is az „aranykorát" élte, de a vidékfejlesztés középpontjába került. A turizmus a vidék fejlesztésében kulcsszerepet játszhat, illetve játszik, természetesen elsősorban azokon a vidékeken, ahol a vidéki turizmus szorosan összekapcsolódik a természeti, kulturális értékekkel. Túllép a szűk, „vendéglátó" jellegen, és adottságainak megfelelően az aktív turizmus irányába nyit. Ez a törekvés pozitívan fog hatni az adott térség gazdaságára is.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Ayazlar, G., & Ayazlar, R. A. (2015). Rural Tourism: A Conceptual Approach. In C. Avcikurt, M. Dinu, N. Hacioğlu, R. Efe, A. Soykan (Eds.), *Tourism, Environment and Sustainability* (pp. 167–184). St. Kliment Ohridski University Press Sofia. ISBN 9789540740218. https://www.researchgate.net/publication/289451753_Rural_Tourism_A_Conceptual_Approach.

Brown, D. L., & Shucksmith, M. (2024). *Rethinking Rural Studies.* (Rethinking Research and Theory series). Edward Elgar Publishing Limited. ISBN 9781800881778.

Cawley, M. (2009). Tourism, Rural. In R. Kitchin, & N. Thrift (Eds.), *The International Encyclopedia of Human Geography* (pp. 313–317). Sage.

Csapó, T. (1996). Falusi turizmus Vas megyében. In Csapó T., & Szabó G. (szerk.), *A falusi turizmus, mint a vidéki térségek megújításának egyik esélye* (pp. 34–60). MTA RKK, FATOSZ. ISBN 9639052027.

Engelhardt, R. A. (2005). Culturally and ecologically sustainable tourism development through local community management. In Hooper, A. (Ed.), *Culture and Sustainable Development in the Pacific* (pp. 174–186). ANU Press. ISBN 1920942238. DOI: 10.22459/CSDP.04.2005.13.

Forman, B. (2009). Borturizmus és a vidékfejlesztés. *A Falu, 24*(4), 91–92. https://adt.arcanum.com/hu/view/AFalu_2009/?pg=388&layout=s.

Kenéz, Gy.-né (1996). Falusi turizmusfejlesztés a harmincas években. *A Falu, 11*(4), 69–73. https://adt.arcanum.com/hu/view/AFalu_1996/?pg=446&layout=s.

Kovács, D. (1993). Fordulópont előtt a magyar falusi turizmus? *A Falu, 8*(1), 57–65. https://adt.arcanum.com/hu/view/AFalu_1993/?pg=58&layout=s.

Kovács, D. (2000). „Falusi és vidéki turizmus" értelmezések a nemzetközi szakirodalomban. *A Falu. 15*(1), 49–59. https://adt.arcanum.com/hu/view/AFalu_2000/?pg=50&layout=s.

Kovács, D. (szerk.). (2003). *A falusi turizmus hagyományai.* (Hagyomány és Vidék). Mezőgazda Kiadó. ISBN 9639358800. ISSN 1589-2816.

Kulcsár, L. (2017). *A vidékfejlesztés elméleti megközelítése: Regionális és kulturális összefüggések.* Kriterion Könyvkiadó. ISBN 9789732611913. https://www.researchgate.net/publication/324112487_Kulcsar_

Laszlo_A_VIDEKFEJLESZTES_ELMELETI_MEGKOZELITESE_REGIONALIS_ES_KULTURALIS_OSSZEFUGGESEK.

Kulcsár, L., & Bodrogai, L. A. (2019). Fesztiválturizmus és fesztiválgazdaság: Tihany és Fehérvárcsurgó összehasonlító vizsgálata. *Prosperitas, 6*(4), pp. 38–58. ISSN 2064-759X (Print). ISSN 2786-4359 (Online). DOI: 10.31570/Prosp_2019_04_3. https://publikaciotar.uni-bge.hu/id/eprint/1750/1/kulcsar-bodrogai_2019_4_prosp_full.pdf.

Kulcsár, L., & Bodrogai L. A. (2021). Várak, kastélyok és a kulturális turizmus a Kárpát-medencében. In Wirth G., & Köbli Á. (szerk.), *Huncastle III.* (pp. 15–22). Edutus Egyetem. ISBN 978-963-8445-91-9. https://www.researchgate.net/publication/357579188_Varak_kastelyok_es_a_kulturalis_turizmus_a_Karpat-medenceben.

León-Quismondo, J. (2025). The Dual Faces of Active Tourism: Leisure Enhancement and Environmental Dilemmas. In M. Sajid, M. Ertz, S. Sun, & M. Z. Salem (Eds.), *Thwarting Green Growth: Perspectives on Barriers to Pro-environmental Behaviours* (pp. 139–150). Emerald Publishing Limited. DOI:10.1108/978-1-83708-844-720251009.

Mezei, A. (2001). Kárász és a falusi nyaraltatás. *A Falu, 16*(1), 63–71. https://adt.arcanum.com/hu/view/AFalu_2001/?pg=64&layout=s.

Sági, E. M. (1934/2003). A falusi vendéglátás mestersége: Részletek. In Kovács D. (szerk.), *A falusi turizmus hagyományai* (pp. 31–39). Mezőgazda Kiadó. (Hagyomány és Vidék). ISBN 9639358800. ISSN 1589-2816.

Smiley, L. (2020, Mar 25). *The Shut-In Economy* [The original flagship publication of Medium]. Medium. https://medium.com/matter/the-shut-in-economy-ec3ec1294816.

## 4.2. ÖKOTURIZMUS

Bodrogai László Anzelm – Witzl Balázs

### 4.2.1. Az ökoturizmus definíciója

Hogy megértsük az aktív turizmus és azon belül az ökoturizmus lényegét, szerepét, funkcióit, célját, szükséges meghatároznunk jelentését. A szakirodalomban is számtalan jelentéssel találkozunk akár angol nyelvű, akár magyar nyelvű anyaghoz nyúlunk. A legtöbb félreértés, mellébeszélés és vita megelőzhető lenne, ha a diskurzus elején tisztáznánk az általunk használt fogalmakat, és ha ezeket elfogadtatnánk a hallgatóval, olvasóval.

A hazai és nemzetközi szakirodalomban fellelhető definíciók eltérő részleteik miatt több választ is adnak arra a kérdésre, hogy mit tekintenek ökoturizmusnak. Ezért szükséges meghatározni, hogy a 21. század tudományában mit tekintünk relevánsnak, irányadónak. A nemzetközi szakirodalom ritkán használja az aktív turizmus kifejezést, helyette inkább az adventure tourism szószerkezettel illeti a jelenséget.

A természeti értékek megőrzésére 1948-ban Svájcban létrehozott nemzetközi szervezet, a Természetvédelmi Világszövetség, vagyis az International Union for Conservation of Nature szerint (IUCN, 1948) az ökológiai turizmus vagy ökoturizmus a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, mégpedig azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából úgy, hogy kíméli azokat, pontosabban szólva a látogatás hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz való juttatásával.

Az ENSZ 1975 novemberében létrehozott turizmusra szakosodott szervezete, a Turisztikai Világszervezet, azaz a World Tourism Organization meghatározása alapján (UNWTO, 1975) az aktív turizmus alatt olyan utazásokat értünk, amelyek során a turista hétköznapitól eltérő, intenzív mozgást végez, miközben valamilyen fajta árut vagy szolgáltatást is vásárol.

Az 1990-ben Washingtonban megalakuló nemzetközi nonprofit szervezet, a Nemzetközi Ökoturisztikai Társaság, vagyis a The International Ecotourism Society szerint (TIES, 1990) az ökoturizmus olyan felelősségteljes utazásokat foglal magában, amelyek gyakorlatilag érintetlen természeti területek megismerésére irányulnak, ugyanakkor a turisták aktívan

igyekeznek megőrizni a természeti és kulturális értékeket, és hozzájárulnak a helyi lakosok jólétéhez.

A Magyar Turisztikai Ügynökség elődje, a Magyar Turizmus Rt. 2003-ban így határozta meg a fogalmat: „Az aktív turizmus olyan turizmusforma, amely esetében a turista utazásának motivációja valamilyen fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sporttevékenység gyakorlása" (MT, 2003).

A Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztériumban 2004-ben készült el *A természetvédelem ökoturisztikai koncepciója* című tanulmány, amely az általánosan elfogadott IUCN definíción kívül tartalmaz egy bővebb fogalommeghatározást is: „Az ökoturizmus (természeti turizmus) a természetközeli területek, tájak, illetve élővilágának bemutatására irányuló különleges turizmus, amelynél a természetvédelem és a turizmus ötvözete folytán a látogatóknak a természetközeli állapotú területek legszebb, leglátványosabb részeit mutatják be, elsősorban látványként olyan módon, hogy valójában a kezelt területrészekre korlátozódjon a tartózkodásuk, biztosítva ezzel a természetközeli területek zavartalan fennmaradását. Az ökoturizmusból származó bevételek jelentős részét a természeti-természetközeli területek megőrzésére, fenntartására kell fordítani" (*lásd* Pannon Egyetem Turizmus Tanszék & Aquaprofit Zrt., 2008). Ez a definíció később, a 2016-ban a Magyar Természettudományi Múzeumban tizedik alkalommal megrendezett Magyar Nemzeti Parkok Hete programsorozat keretében megtartott *A táj szerepe, megjelenése az ökoturizmusban* című szakmai konferencia anyagai között is szerepelt.

A Greendex (2020) enciklopédiája szerint: „Az ökoturizmus a turizmus egyik formája, amely felelős és fenntartható utazást jelent olyan úti célokra, ahol a növényvilág, az állatvilág és a kulturális örökség az elsődleges vonzerő. Emellett az ökoturizmus jelentősen elősegíti a környezet és a kultúra megértését, megbecsülését és megőrzését".

Az aktív turizmus nem egyenlő a sportturizmussal. A sportturizmus az, mikor az utazás kedvtelési szándék helyett a teljesítmény összemérése érdekében történik, elsődleges célja valamilyen szervezett sporteseményen, akár amatőr futóversenyen vagy világversenyen való részvétel.

Az aktív turizmus integratív szerepe az ökoturizmuson keresztül könnyen megérthető. Az ökoturizmus az aktív turizmusnak egy különleges, kicsit talán a természettel bensőségesebb kapcsolatot tartó válfaja, ahol könnyen lehet élni az aktív turizmus egyéb területeihez csatlakozást biztosító természeti és infrastrukturális háttérrel.

Teljesen más szempontú példát említ Daróczi Szilárd utazásszervező egyik vele készült interjúban: „Vietnámban rohamosan fejlődik az ökoturizmus, amelynek gyönyörű természeti kincsei vannak, és eszméletlen a gasztronómiája. Jellemző, hogy egy-egy természeti kincs látogatását nem nagyüzemben végzi tucatnyi cég, hanem a kormányzat egyetlen cégnek adta ki az engedélyt, így óvják a természetet attól, hogy a túl sok turista tönkretegye a természeti értékeket. Minden évben limitálva van, hány csoport és hány ember látogathatja meg ezeket a nemzeti parkokat" (Nagy, 2024).

### 4.2.2. A hazai és nemzetközi szakirodalom áttekintése

A nemzetközi, főleg európai szakirodalom alapján a fejezet röviden bemutatja a hazai és nemzetközi kutatások és felfogások lényeges szempontjait, azok változását az elmúlt évtizedekben. Az ökoturizmus szakirodalmában milyen pontok találhatóak, amelyek az aktív turizmushoz kapcsolhatóak? Ezt a kérdéskört bő egy évtizede vizsgálja a szakma, és az álláspontokat az alábbi formában lehet talán a legegyszerűbben összefoglalni: Az öko- és az aktív turizmus céljai hasonlóak, de míg az előbbi térségspecifikus turisztikai termék, vagyis középpontjában a meglátogatott terület természeti adottságai állnak, addig az utóbbi tevékenységspecifikus, azaz a turisztikai termék középpontjában a turista által végzett tevékenységek vannak. Függetlenül a meglátogatott desztinációtól aktív szellemi és fizikai részvétel szükséges az aktív turizmushoz, ezért aktív turizmus lehetséges zavartalan természeti környezetben és városi forgatagban egyaránt, míg ökoturizmus csak az előbbi helyszíneken képzelhető el. Ezeket *A magyar háztartások utazási jellemzői, 2016* című, a Magyar Turisztikai Ügynökség által kiadott kutatási jelentés (MTÜ, 2017) is kiemelte már, azóta pedig csak erősödött ez a szemlélet mind a hazai, mind pedig a nemzetközi szakirodalomban.

Mandić & McCool (2022) összefoglalják és értékelik az elmúlt tizenöt év tapasztalattervezési kutatásait, és tíz fontos tanulságot vonnak le belőlük. Ez a tanulmány átfogó kontextust nyújt, bemutatva a különböző dimenziókat, amelyekből megértjük, mit jelenthet az aktív turisztikai élmények innovatív lehetőségeinek biztosítása és sikeressége. Például, hogy az élmény összetevőinek azonosítása elengedhetetlen a lehetőségek megtervezéséhez. Ebben tűnik ki Spring (2023) tanulmánya, amely kreatív betekintést nyújt a

természetalapú látogatói élmények motivációiba és dimenzióiba. Továbbá az élménylehetőségek kielégítő voltának megértése is elengedhetetlen az ilyen élménylehetőségek adaptív kezeléséhez. Erre építve egy másik kutatásban (Sivakami et al., 2023) már egy hatástérítési modell kidolgozásáról olvashatunk, amely egy nemzeti parkban került alkalmazásra, és célja a teljes élményt negatívan befolyásoló tényezők kezelése volt. A lojalitás az elégedettség mérésének egyik módszere lett. Erre épül két újabb tanulmány (Mock et al., 2023; Dybsand et al., 2023), melyekben egyedi összefüggésekre támaszkodva mutatják be, hogy ez a módszertan mennyire egyedi helyzetfüggősége révén és sebezhető téves kapcsolódások alkalmazása esetén.

A látogatók aktív részvétele az élménytervezés folyamatában szükséges, de nem elégséges feltétel, ahogy erre két tanulmány (Adie et al., 2023; Palli et al., 2023) is rámutat. A közös alkotás és az egy vagy több szereplő hiánya negatívan befolyásolhatja a látogatás minőségét. Ilyen szereplők például utazásszervezők vagy túravezetők. A túravezetők elengedhetetlen tudásforrások a látogatók számára, de emellett felhívják a turisták figyelmét a fenntarthatóságra, elmagyarázzák a biológiai sokféleség megőrzésének stratégiáit, és csökkentik az ökoturizmus ökológiai lábnyomát.

Szükséges elismerni a rendszerszemlélet fontosságát, hogy a kutatások diverzifikálják a terület tárgykörét, így mutatkozik meg, hogy a különböző megközelítések hogyan erősítik az egészet. Ez a terület több tudományágból épül fel, amelyek egymást kiegészítve, egymásnak teret adva kell az egészet erősíteniük. Minden kutatás egyedi, és mégis hozzájárul a tervezés és fejlesztés gyakorlatához, ellenállóbb projektek létrehozásával.

A kutatás hasznosabb és ideillőbb tapasztalatok révén javítja a megértést arról, hogy hogyan működnek bizonyos területek. Így végül a vállalkozások, a védett területek kezelői, a közösségek és a különböző szolgáltatók hatékonyabbak és ellenállóbbak lesznek a társadalmi-ökológiai rendszerekben fellépő zavarokkal szemben. Az élménytervezés területe nyer a kutatás és a gyakorlat közötti szoros kapcsolatból. Az innováció mindkettőből származik, és inkább annak függvénye, hogy ez hogyan történik, mint annak, hogy megpróbáljuk megkülönböztetni a kettőt. Bizonyos értelemben az alkalmazott természetalapú turisztikai kutatás a gyakorlat kiterjesztésévé válik, néha nagyon közvetett, néha közvetlenebb formában. Ez teszi lehetővé, hogy jobban leírjuk és megértsük az iparág kihívásait és problémáit, míg a szolgáltatók jobban megértik a kutatók munkáját és az előttük álló kihívásokat.

További közös pont a hazai és nemzetközi megközelítésben, hogy az ökoturizmust gyakran népszerűsítik a természetvédelmet potenciálisan erősítő szerepével, mivel politikai, pénzügyi és társadalmi támogatást mozgósít a természetvédelem érdekében, növeli a környezettudatosságot, védi az érzékeny ökoszisztémákat és a veszélyeztetett fajokat, valamint alternatív jövedelemforrást biztosít a földigényes vagy fogyasztóipari tevékenységek helyett. Már a 2010-es években legalább 70 olyan tanulmány jelent meg az angol nyelvű tudományos folyóiratokban, amelyek az ökoturisztikai vállalkozások természetvédelmi intézkedéseit és eredményeit vizsgálják. Ezeknek a vizsgálatoknak fontos része: a látogatók oktatása, a közösségi alapú intézkedések, a vadon élő állatpopulációkra vagy a természetes biológiai környezet egyéb elemeire gyakorolt közvetlen hatások mérése (Wardle et al., 2021).

Az előbb említett oktatás fontossága abban a tanulmányban is kimutatható, mely a Covid–19-járvány kezdetén készült (Macdonald & Wester, 2021), és azt próbálta felmérni, hogy egyes régiók lakossága hogyan definiálja az öko-, a fenntartható és a természeti turizmust. Az eredmények azt mutatták ki, hogy a lakosság nem érti jól ezeknek a fogalmaknak a meghatározását, és hogy az ökoturizmust a szakirodalomban általában meghatározó konkrét kritériumok nem ismertek vagy elismertek széles körben, vagyis az ökoturizmus szakkifejezés használata a felelős fogyasztói magatartás és a pozitív természetvédelmi eredmények ösztönzésében kontraproduktív is lehet. Ezeket a kutatásokat kis különbséggel szükséges megismételni és az időközben különböző generációknak kialakított nevelő-oktató módszerek, programok eredményességének mérési-értékelési folyamatával kiegészíteni.

### 4.2.3. Adottságok

Az aktív turizmus igazi felfutása a modern tömegturizmustól való elszakadás vágyának erősödésével és tényével történt meg. Virágkorát napjainkban éli, vagy ez után fogja megélni, hiszen folyamatosan egyre bővülő szeletet hasít ki a világpiacból. Jellemzője, hogy a szabadidős tevékenységek a mindennapok részévé váltak, és egyre inkább az extrémitások felé mozdulnak el. Nő a specializáció és diverzifikáció mértéke is. Elég, ha csak a kerékpározás és a mountain bike vagy a kenutúra és a rafting[6] kapcsolatát gondoljuk végig.

[6] 'Vadvízi evezés'.

Lényegi változások voltak, vannak az öltözködésben, az étkezésben, az aktív turista életvitelében, életfelfogásában is. Kulcsszempont lett az egészséges életmód, az élmény, az aktivitás és az együttlét (közösségi élmény, emlék, annak megosztása és újraélése).

A társadalmi, demográfiai változásokhoz köthető trendek, melyek pozitívan hatnak az aktív turizmus keresletére; például: a szeniorok részarányának rohamos növekedése, a családstruktúra változása, az iskolázottság szintjének növekedése, a tudás és ismeretek iránti igény erősödése, az egészségtudatosság jelenléte és folyamatos szem előtt tartása, valamint meglepő módon, de a mozgásszegény életmód is.

Az aktív turizmus hazai fejlődését várhatóan befolyásolja a klímaváltozás is, amelyre fel kell készülni. A tavaszi és az őszi időszakok erősebb hőmérsékleti ingadozásai adott évtől függően a nyári vagy a téli szezon elnyújtását eredményezhetik, ami ezáltal kitolhatja vagy lerövidítheti az egyes túratípusok szezonját (Kulcsár, 2014).

Az aktív turizmus termékeinél a cél, hogy valamilyen eszköz által, tevékenység révén vagy egyéb módon „aktív" pihenésre sarkallja a turistát.

Aktív- és ökoturisztikai szektorban az aktív turisztikai termékeknek sajátságos, mással össze nem keverhető elsődleges vonzereje a szabadság érzésének a megélése aktív tevékenység közben, amit a természet és/vagy a kultúra természettel való együttélésének érzése hat át.

Ez a természeti erőforrásalapú turizmus, amely alapvetően a természetről való tanulásra és az azzal kapcsolatos élményekre fókuszál, s melyet etikailag menedzselnek, helyileg szerveznek, hogy a fogyasztásorientáltság helyett az alacsony környezeti hatás maradjon a középpontban.

Az ökológiai turizmus vagy ökoturizmus a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából úgy, hogy kíméli azokat a látogatás hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz való juttatásával. A turisztikai tevékenység magára a természetre irányul. Figyelemmel van arra, hogy a legkisebb ökológiai lábnyomot hagyja a turisztikai tevékenység közben. A természeti, az épített és a kulturális örökség megőrzése elsőbbséget élvez a turisztikai tevékenység közben. Az ökoturizmus fogalomrendszere magában foglal minden, a természet megismerésére, megóvására koncentráló turisztikai tevékenységet. Az aktív turizmus túratípusai közül bármelyiknek lehet célja és megtestesítője is.

Az ökoturizmus négy alapeleme (természeti környezet óvása; helyi közösség támogatása; fenntarthatósági alapelvek érvényesülése; ismeretátadás, természeti és kulturális értékek bemutatása) közül lehet, hogy egy-egy kimaradt, vagy alultervezett a konkrét projektben, de összességében az igény és a törekvés mind a négynek a megvalósulására tetten érhető.

Az ökoturizmus szűkebb és tágabb értelmezése során megfigyelhető, hogy a szűkebb ökoturizmust úgy értelmezik, mint egy intenzív, személyes és hosszas természetben való tartózkodást olyan zavartalan helyeken, ahol a helyi közösségek semmilyen modern turisztikai szolgáltatást nem kínálnak. A résztvevők rendszerint nagy elkötelezettségű környezetvédők. Ennek párjaként a tágabb ökoturizmust úgy értelmezik, mint rövid távú tartózkodást ott, ahol a tapasztalatok, az élmények egy elemet jelentenek a további turisztikai élmények sorában, és ahol a látogatásokat útikönyvek közvetíthetik, s magas minőségű turisztikai infrastruktúra szolgálja a kényelmet. Környezetvédők vagy környezeti aktivisták helyett a résztvevők rendre más-más közösségekből kerülnek ki.

Mindkettőre igaz, hogy a turizmusban megszokott keresleten kívül a turistát fizikai és pszichikai indítékai arra ösztönzik, hogy a szabadidőt aktív testmozgással töltse el. Mindez olyan társadalmi elvárásokkal párosul, mint amilyen az egészséges életmód iránti igény, a stresszterhelés kerülése, a természeti környezet, a természetközeliség, elsősorban *outdoor* végezhető kaland, illetve kalandszerű élményszerzés.

Az előbbi indítékokat kiegészítő főbb motivációk: az új élmények iránti vágy; az ún. járatlan utak *(off the beaten track)* kipróbálása; úgy utazni, mint a *helyiek*; természetben levés („a tiszta levegő érzése"); a biofília, azaz a természet iránti ősi, ösztönös kötődés.

A természettel való találkozások négy módja közül az első az, amelyik leginkább eszébe jut a laikusoknak is: az érzékszervi interakció, amikor gyakran több érzékszerv igénybevételével (mozgás, hallás, szaglás, tapintás) történik a megélés. Utána beszélhetünk az érzelmi válaszokról, melyeknek öt típusa van. Az (1) első a csodálat és a félelem csúcsélménye; a (2) második az empátia és egység a természettel; a (3) harmadik a tökéletes elmerülés a természeti környezetben, a városi világtól való szeparáció; a (4) negyedik a sebezhetőség érzése, félelem a vadvilágtól és az ismeretlentől; és végül az (5) ötödik az izgatottság fokozatai a békés, meditatív kellemességtől a vadállatokkal való találkozás felfokozott izgalmáig. A természettel való találkozás

és az ezekre adott érzelmi válaszok ugyanarra a környezetre eltérő szubjektív reakciókat eredményeznek, ami abból is fakad, hogy a természeti turisták tér és időbeli mozgása, amely szerint haladnak (idő, tér, sebesség, irány, útvonal, ismeretek, motiváció) nemcsak egyénenként, hanem megélésenként és újraélésenként is változó.

### 4.2.4. A turizmus ökológiai lábnyoma

A gyorsan növekvő ökoturizmus a nemzetközi turizmus egyik legfontosabb ágazatává vált, a világ turisztikai piacának 7 százalékát teszi ki (Fortune Business Insights, 2025). A globális ökoturisztikai piac mérete 2023-ban 216,49 milliárd USD volt, és az előrejelzések szerint a 2024-es 260,76 milliárd USD-ról 2032-re 759,93 milliárd USD-ra nő. Az ökoturizmus globális piacán Európa a legjelentősebb szereplő; kulturális öröksége, híres tájai és a magas életminőség végett a legnépszerűbb úti cél világszerte. Ha az ökoturizmus ágazati megoszlását vizsgáljuk, akkor látható, hogy a természetet, vadvilágot célzó utazások aránya a teljes szektor 2/3-át teszi ki. Az ökoturizmus leggyakrabban említett pozitív környezeti hatása az ökológiai tudatosság növelése, a fenntarthatósági szemléletmód erősítése. Sok jelentős turisztikai célterület népszerűsíti az ökoturizmust és a fenntartható turizmust, és ez segíthet a látogatók felvilágosításában a gazdaság – beleértve a turizmus – környezeti hatásairól. Ezek a stratégiák és szemléletformálási tevékenységek hozzájárulhatnak a látogatók magatartási mintáinak alakításához és az attitűdök formálásához. Sok desztinációban fenntarthatósági attitűdöket erősítő aktivitásokat, programokat is szerveznek; pl. önkéntes tevékenységeket a helyi lakosság és szervezetek javára (oktatási, kutatási tevékenységekben való részvétel, szemétgyűjtő kampányok stb.).

Annak érdekében, hogy elkerüljük az ökoturisztikai paradoxont, ezért – hogy ne azt a vonzerőt tegyük tönkre, amelyik lehetővé teszi a fejlesztést és a működtetést – számos ökológiai, természeti erőforráskorlátot kell figyelembe vennünk. Mindenekelőtt meg kell határozni a területek ökológiai terhelhetőségét, folyamatos szakmai monitoringnak kell kísérnie a fejlesztések hatását, hogy azonnal be lehessen avatkozni, hogyha a negatív következmények megjelennek. Ha szükséges, élni kell a látogatószám-korlátozásokkal, a látogatások irányított útvonaltervezésével – a kevésbé látogatott helyszínek felé igazítva a turistákat. A turisztikai kínálat kiala-

kításánál törekedni kell olyan megoldásokra, amelyekkel csökkenthető az ökológiai és karbonlábnyom.

### 4.2.5. Infrastruktúra

Az ökoturizmus kínálati elemei sok esetben az adott természeti környezetre épülnek, vagy maga a természeti környezet az. Mindkét esetben szükség van infrastruktúrára. Minden aktív turisztikai terméknek megvan a saját infrastruktúrája, ami lehet ember alkotta vonzerő (mászófal; kötél-, műfüves vagy hagyományos sí- és bobpálya; kerékpárút; kalandpark; stb.). Az infrastruktúra kapcsán fontos tényező a földrajzi távolság, az elérhetőség, aminek fejlettsége turisztikailag népszerű térségek közelében kiegészítő tevékenységet jelenthet, így befolyásolva akár a turizmus területi centralizációját vagy éppenséggel decentralizációját.

Az ökoturisztikai igényeket jellemzően Európában, de a világ egyéb részein is a természetvédelmi területek és a nemzeti parkok szolgálják ki. Természetesen a Föld bármelyik természeti térsége alkalmas arra, hogy

| Létesítmény-típusok | Nemzeti Park Igazgatóságok | | Erdőgazdaságok | | Összesen | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Összesen | Bejárt | Összesen | Bejárt | Összesen | Bejárt |
| Arborétum | 4 | 4 | 19 | 19 | 23 | 23 |
| Barlang | 40 | 39 | 0 | 0 | 40 | 39 |
| Egyéb bemutatóhely | 65 | 59 | 0 | 0 | 65 | 59 |
| Erdei iskola | 14 | 14 | 36 | 36 | 50 | 50 |
| Kilátó | 1 | 1 | 85 | 85 | 86 | 86 |
| Kisvasút | 1 | 0 | 13 | 0 | 14 | 0 |
| Látogatóközpont | 33 | 32 | 33 | 33 | 66 | 65 |
| Szálláshely | 29 | 28 | 149 | 122 | 178 | 150 |
| Tájház & Múzeum | 7 | 6 | 26 | 26 | 33 | 32 |
| Tanösvény | 194 | 35 | 134 | 35 | 328 | 70 |
| **Összesen** | **388** | **218** | **495** | **356** | **883** | **574** |

**1. táblázat. Az ökoturisztikai helyszínek típusai**
**(Forrás: AÖFK, 2020)**

ökoturistákat fogadjon, nem kell feltétlenül betagozódnia valamelyik államilag definiált szervezeti egységbe.

Magyarország különösen szerencsés az ökoturisztikai helyszíneket illetően, számos nemzeti parkkal rendelkezik, de egyéb védett vagy fokozottan védett terület is lehetőséget kínál az aktív kikapcsolódásra (**1. táblázat**). Leggyakoribb létesítménytípus a tanösvény és a szálláshely. Mindkettő a természetben való hosszabb-rövidebb tartózkodást támogatja, hasonlóan a többi, bár nem olyan gyakori létesítményekkel együtt. Mindegyik létesítmény jelentős mértékben hozzájárulhat az ökológiai tudatosság, tájékozottság szintjének emelkedéséhez.

### 4.2.6. Az ökoturizmus kapcsolódása az aktív turizmushoz és a hálózatosodás lehetőségei, fontossága

Az aktív és az ökoturizmus globális és hazai helyzetének, trendjeinek elemzése, továbbá a hozzá kapcsolódó fejlesztési stratégiák, tervek elkészítése során célszerű olyan nemzeti és nemzetközi összehasonlításokat is figyelembe venni és észben tartani, mint például azt, hogy európai viszonylatban lakosságarányosan Magyarországon él a legtöbb túlsúlyos és kövér ember.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 alapján is könnyen belátható, hogy az aktív életmód lehetőséget teremt arra, hogy egészségben, jókedvben teljenek mindennapjaink, így az erre épülő, építő aktív turizmus a zöld átállás szempontjából kiemelt területként került azonosításra, ahol a turisztikai szolgáltatások körforgásos jellegének javítása lett az egyik kiemelt cél, a másik az idegenforgalmi szolgáltatások környezeti lábnyomának csökkentése (élelmiszer- és általános hulladék, víz- és energiahatékonyság, szennyezés szempontjából), a harmadik a turisztikai vállalkozások, továbbá a kis- és középvállalkozások (kkv-k) zöld átállásának támogatása. Ez utóbbi azt jelenti, hogy a turisztikai vállalkozásokat ösztönözni kell arra, hogy környezetbarátibb gyakorlatokat alkalmazzanak azáltal, hogy növelik a zöld szolgáltatások iránti keresletet az állami szereplők körében (zöld közbeszerzés kritériumainak alkalmazása), valamint olyan rendszerek előmozdítására törekszenek, amelyek támogatják a környezeti lábnyom értékelését, nyomon követését és csökkentését. Ilyenek például a körforgásos és fenntartható turizmussal kapcsolatos kutatási és innovációs, valamint a kísérleti projektek

is. A köz- és magánszféra támogatása olyan kutatási és innovációs, valamint kísérleti projektek révén, amelyek modelleket és átvehető gyakorlatokat dolgoznak ki a fenntartható turizmus számára.

Az aktív turizmus világszerte és Magyarországon is egyre népszerűbb módja az utazásnak és a szabadidő eltöltésének. Hazánkban komoly, évszázados hagyományai vannak a természetjárásnak, a vitorlázásnak, a síelésnek és a lovaglásnak. Az infrastruktúra-fejlesztések, illetve a gazdasági és társadalmi átalakulás hatására ezek mellett megjelentek napjaink népszerű túratípusai is: a kerékpározás és a vízitúrázás, valamint a futás és az extrém szabadidősportok. Az aktív turizmus népszerűsége így, a meglévő hagyományokra és természeti adottságokra építkezve, folyamatosan növekszik. A 2022-ben végzett hazai kutatás alapján a felnőtt magyar lakosság több mint fele potenciálisan aktív turista. Magyarország közép-hegyvidéki domborzata inkább a hazai aktív turisták számára vonzó, míg a folyók és a tavak nemzetközi viszonylatban is versenyképesek. A hazai tájak azoknak is kedveznek, akik kerülik a veszélyeket, az extrémitást és az erős fizikai megterhelést. A hazai aktív turizmus kevésbé sérülékeny, mint más turisztikai szegmens, amit jól bizonyít a Covid–19-járvány idején tapasztalt virágzása. Az aktív és ökoturizmus expanzióban van. Nem lehet Magyarországon és Európában olyan helyet találni, ahol ne jelentek volna meg a kerékpárosok, a túrázók, a szörfösök, a lovasok és az aktív jelenlét egyéb más formációi. A Covid–19 átértelmezte a szabadság fogalmát is. Az emberek nagy része rájött, hogy a mozgásszabadság a legnagyobb adomány, amivel élni lehet és kell.

### 4.2.7. Összefoglalás és következtetések

Az aktív turizmus előnyei közül a további fejlesztések szempontjából fontos mozzanat, hogy nevel: egészséges életmódra, környezettudatosságra; így a nevelő-oktató intézmények bevonása és azok összekapcsolása – akár már a bölcsődétől az óvodán és az iskolákon át egészen az egyetemig – fontos pillér az érzékenyítésre és ráhangolásra, mivel a turizmus azon szegmenséről van szó, amely bármilyen társadalmi helyzetben lévő ember számára elérhető valamelyik formájában, sőt a családokon belül a gyermekek által közvetített információk vagy a bennük kialakult igények fontos programszervező szempontok lehetnek.

Továbbá fontos az is, hogy a vidék gazdasági kiteljesedése figyelhető meg az aktívturisztikai fejlesztések révén. Valamint az is, hogy az aktív turizmus szerepe nő a turisztikai szektoron belül. Egyre gyakrabban jelenik meg fő- vagy melléktevékenységként a pihenések ideje alatt. Gazdasági hatása a tömeges aktív tevékenység miatt egyre erősebb. Egészségmegőrző hatóereje kézzelfogható egyéni és össztársadalmi, illetve gazdasági téren is. Nagyban hozzájárul a népbetegségnek tekinthető szív- és érrendszeri betegségek megelőzéséhez. Többek között azért, mert az aktív tevékenységek segítenek a mindennapi stresszoldásban.

Az aktív turizmus és a környezeti fenntarthatóság fogalomkörei szorosan összekapcsolódnak, mivel az aktív turizmusból adódó környezeti terhelés mérséklése kezdettől fogva megfigyelhető a környezettudatosság edukációja, erősítése, fenntartása és a turisták térbeli koncentrációjának mérséklése mellett.

A turizmus a gazdaság egyik meghatározó ága, amelyen belül az aktív turizmus a trendek szerint folyamatosan bővül és erősödik. Rajta keresztül lehet oktatni, nevelni a turistatársadalmat, az együttműködő partnereket (dolgozók és turisták, keresleti és kínálati oldal), továbbá közösen figyelni a környezet terhelésére, hogy a fenntarthatóság és a turizmus összefüggései a termékek, szolgáltatások, tipikus desztinációk és az infrastruktúra elemei mentén vonzerőt jelentsenek.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Adie, B. A., Taheri, B., & Gannon, M. (2023). Natural heritage tourism: Does co-creation matter? *Journal of Ecotourism, 22*(1), 144–163. https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2079651.

AMFK. (é. n.). *Stratégiai és közpolitikai intézkedések, kutatások*. Aktív Magyarország Fejlesztési Központ [Korábban, 2025. július 3-áig Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (AÖFK)]. https://amfk.hu/strategiaes-kozpolitikai-intezkedesek/.

AÖFK. (2020. március 11.). [A nemzeti parkok vonatkozásában az illetékes nemzeti parki igazgatóságoknak és az Agrárminisztérium Nemzeti Parki és Tájvédelmi Főosztályának, valamint az erdőgazdaságok vonatkozásában az Agrárminisztérium Erdőgazdálkodási Főosztályának közjóléti és turisztikai adatszolgáltatása, 2020. 03. 11.]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ.

AÖFK. (2023). *Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf.

Dybsand, H. N. H., Stensland, S., & Aas, Ø. (2023). The influence of motivation on birdwatcher satisfaction and destination loyalty: The case of Hornøya, Norway. *Journal of Ecotourism, 22*(1), 25–42. https://doi.org/10.1080/14724049.2021.2016776.

Fortune Business Insights. (2025). *Ecotourism Market Size, Share & Industry Analysis, By Type, By Traveler Type, By Booking Mode, By Age Group, and Regional Forecast, 2025–2032* [Report ID: FBI108700]. Fortune Business Insights. https://www.fortunebusinessinsights.com/ecotourism-market-108700.

Greendex. (é. n.). *Ökoturizmus* [Enciklopédia]. Greendex. https://greendex.hu/okoturizmus/.

Happ, É. (2019). Középpontban az aktív és az ökoturizmus: Elméleti összefoglaló. *Lépések, 24*(76), 14–15. https://kovet.hu/wp-content/plugins/magazin_lista/pdf/lepesek_76_press-pages-14-15.pdf

IUCN. (1948). IUCN – International Union for Conservation of Nature. International Union for Conservation of Nature. https://www.iucn.org/.

KSH. (2016). *Jelentés a turizmus és vendéglátás 2016. évi teljesítményéről*. Központi Statisztikai Hivatal. https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur16.pdf.

Kulcsár, L. (Ed.). (2014). *Social and Economic Impact of Climate Change in Rural Hungary: Analysis and Monitoring*. University of West Hungary Faculty of Economics. ISBN: 9789633342107. https://www.researchgate.net/publication/273204218_Social_and_Economic_impact_of_climate_change_in_Rural_Hungary.

Macdonald, C., & Wester, J. (2021). Public understanding of wildlife tourism: defining terms, harms, and benefits. *Journal of Ecotourism, 20*(2), 198–209. https://doi.org/10.1080/14724049.2020.1817930.

Mandić, A., & McCool, S. F. (2023). A critical review and assessment of the last 15 years of experience design research in a nature-based tourism context. *Journal of Ecotourism, 22*(1), 208–235. https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2099877.

Mock, S. E., Halpenny, E., Koroll, R., Blye, C. J., Eagles, P. F. J., Flannery, D., Lemieux, C., & Doherty, S. (2023). Factors affecting psychological

commitment and loyalty to parks and other forms of protected areas in Canada. *Journal of Ecotourism, 22*(1), 120–143. https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2076858.

MT. (2003). *Turizmus Magyarországon 1990–2002*. Magyar Turizmus Rt.

MT. (2014. május 11.). *Ökoturizmus – összefoglaló a Mintel kiadványa alapján*. Magyar Turizmus Zrt. https://turizmus.com/cikk/archiv/okoturizmus-osszefoglalo-a-mintel-kiadvanya-alapjan.

MTÜ. (2017). *A magyar háztartások utazási jellemzői, 2016 (Budapest)* [PDF]. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/documents/prod/A_magyar_haztartasok_utazasai_2016_kivonat_1.pdf.

MTÜ. (2021). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0* [PDF]. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.160.

Nagy K. (2024. szeptember 27.). *Virágzik az ökoturizmus, de nálunk még kevésbé elterjedt* [Interjú Daróczi Szilárd utazásszervezővel]. Portfolio. https://www.portfolio.hu/gazdasag/20240927/viragzik-az-okoturizmus-de-nalunk-meg-kevesbe-elterjedt-711445.

Palli, J., Cagnetti, C., Emanuel, C., Ferrari, S., Filibeck, G., Forte, T. G. W., Franceschini, C., Giorgi, A., Leoni, V., Poponi, S., Ruggieri, A., & Piovesan, G. (2023). The environmental dimension of ecotourism in Italian protected areas: A comparison of two bio-geographical regions based on the assessment of accredited hiking guides. *Journal of Ecotourism, 22*(1), 164–186. https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2080215.

Pannon Egyetem Turizmus Tanszék, & Aquaprofit Zrt. (2008). *Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia* [PDF]. Természetvédelmi és Vízügyi Minisztérium. http://www.termeszetvedelem.hu/_user/downloads/okoturizmus/okoturizmus_strategia_X.pdf.

Sivakami, V., Bindu, V. T., & George, B. (2023). Impact management and experience design for sustainable development of ecotourism destinations: The case of Eravikulam National Park, India. *Journal of Ecotourism, 22*(1), 80–102. https://doi.org/10.1080/14724049.2022.204101 2542.

Spring, J. (2023). Nature-based tourism and guided wildlife tours: designing wildlife tour experiences that optimise sustainable learning opportunities. *Journal of Ecotourism, 22*(1), 187–207. https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2098963.

Természetvédelem. (2016. május 18.). *A táj szerepe, megjelenése az ökoturizmusban – szakmai konferencia 2016. május 24-én Budapesten, a Magyar Természettudományi Múzeumban*. https://termeszetvedelem.hu/a-taj-szerepe-megjelenese-az-okoturizmusban-szakmai-konferencia-2016-majus-24-en-budapesten-a-magyar-termeszettudomanyi-muzeumban/.

TIES. (1990). *Definition of ecotourism* [Web page]. The International Ecotourism Society. https://ecotourism.org/ties-overview/.

UNWTO. (1975). *Draft agreement on cooperation and relations between the United Nations and the World Tourism Organization* [Document]. United Nations World Tourism Organization. https://www.e-unwto.org/toc/unwtogad/1975/1.

Wardle, C., Buckley R., Shakeela, A. & Castley, J. G. (2021). Ecotourism's contributions to conservation: analyzing patterns in published studies. *Journal of Ecotourism, 20*(2), 99–129. https://doi.org/10.1080/14724049.2018.1424173.

## 4.3. EGÉSZSÉGTURIZMUS

LANTOS ZOLTÁN

### 4.3.1. A FEJEZET CÉLJA

Az egészségturizmus a turizmus egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata, amely a fizikai és mentális jóllétet, valamint a preventív egészségápolást ötvözi az utazással. A fejezet célja, hogy bemutassa az egészségturizmus fogalmát, típusait, gazdasági és társadalmi hatásait, valamint a legújabb nemzetközi trendeket és gyakorlatokat. Az egészségturizmus nemcsak az egyén jóllétének javítására összpontosít, hanem a turizmus és az egészségügy integrációjának új lehetőségeit is folyamatosan fejleszti. Így lényeges szempont, hogy miként tudnak az egészségturisztikai célpontok fenntarthatóan fejlődni, és hogyan képesek ezek a területek a jövő turizmusának meghatározó szereplőivé válni.

A Global Wellness Institute (2023) adatai szerint 2027-ig a wellnessturisztikai kiadások akár a 1,7 milliárd USD-t is elérhetik, miközben a szabadtéri fizikai aktivitás a wellnessgazdaság leggyorsabban bővülő területe. Ez a dinamikus növekedés arra utal, hogy az egészségturizmus és az aktív turizmus összehangolt fejlesztése nem csupán egy a lehetőségek közül, sokkal inkább stratégiai jelentőséggel bír mind az ágazati szereplők, mind a döntéshozók számára.

### 4.3.2. AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS FOGALMA ÉS TÍPUSAI

Az egészségturizmus olyan utazási formát jelent, amelynek célja a fizikai, mentális és/vagy spirituális jóllét javítása. Az egészségturizmus fő típusai:

- Wellnessturizmus: fókusza jellemzően a stressz csökkentése, a relaxáció és az életminőség javítása. A wellnessturizmusban gyakran alkalmaznak masszázsokat, meditációt, jógát és más relaxációs technikákat (Smith & Puczkó, 2008).
- Gyógyturizmus: orvosi kezelésekhez vagy rehabilitációhoz kapcsolódó utazások. A gyógyturizmus lehetőséget nyújt arra, hogy a betegek kül-

földön keressék meg a szükséges orvosi szolgáltatásokat, gyakran kisebb költségkiadással (Goodrich & Goodrich, 2018).
- Prevenciós egészségturizmus: az egészség megőrzése és a betegségek megelőzése érdekében történő utazások. Ebben a típusban a főbb tevékenységek a méregtelenítés, feltöltődés és az életmód-változtatás (Müller & Kaufmann, 2001).
- A fenti triászhoz egyre gyakrabban társul a hibrid aktívwellness-kategória, amikor a vendég sport- vagy szabadtéri aktivitásokat magában foglaló, élményekre épülő csomagot kap. Az így kialakított csomagokat szakmailag felügyelt regeneráció és szolgáltatás (például sportmasszázs, hideg és meleg vizes terápia) egészít ki. E modell jelentősen szélesíti a személyre szabott szolgáltatások kialakításának tárházát, és igazodik ahhoz a fogyasztói trendhez, miszerint a testi aktivitás és a tudatos regeneráció együtt teremt emlékezetes és több érzékszervet érintő – sok esetben kényeztető – élményt.

### 4.3.3. Az egészségturizmus gazdasági és társadalmi hatásai

Az egészségturizmus jelentős gazdasági lehetőségeket nyújt, különösen azoknak az országoknak és régióknak, amelyek olyan természeti erőforrásokkal rendelkeznek, mint a gyógyvizek vagy a kedvező klíma. Hozzájárul a foglalkoztatás növeléséhez, a regionális fejlesztéshez és különösen a turizmus szezonális ingadozásainak csökkentéséhez.

Társadalmi szinten az egészségturizmus elősegíti az emberek életminőségének javítását, valamint a preventív egészségápolás népszerűsítését. Az egészségturizmus fejlesztése lehetővé teszi, hogy a közösségek jobban elsajátítsák az egészséges életmód gyakorlati megoldásait, és ezáltal csökkentsék az egészségügyi költségeket (Chen et al., 2013).

Friss kutatások szerint (GWI, 2023) a kombinált aktívwellness-utazók átlagos fajlagos költése mintegy 40%-kal haladja meg a hagyományos nyaralókét, tartózkodási idejük pedig 1,3 éjszakával hosszabb. Ezzel párhuzamosan egy adott földrajzi területen mért egészéginformációs és tájékoztatási programok (pl. szabadtéri fitneszórák, életmódtanácsadás) a helyi lakosság körében 5–8%-os fizikai aktivitásnövekedést idéztek elő, ami közép és hosszú távon közegészségügyi megtakarításokban is mérhető.

### 4.3.4. Nemzetközi trendek és gyakorlatok

Az egészségturizmus területén a technológiai innovációk, mint amilyen például a telemedicina és a személyre szabott digitális alkalmazások, jelentősen átalakítják a szolgáltatások minőségét és elérhetőségét. A telemedicina lehetővé teszi, hogy az ügyfelek már az utazás előtt bekapcsolódjanak a programba, majd az utazás után is folytassák azokat folyamatos támogatásban részesülve (Buhalis & Law, 2008).

A személyes adatokat is feldolgozó digitális alkalmazások lehetővé teszik, hogy az egyének személyre szabott egészségtámogató tanácsokat kapjanak igényeik és preferenciáik szerint. A nemzetközi trendek között szerepel a globális egészségturisztikai hálózatok kialakítása, amelyek lehetővé teszik, hogy az ügyfelek világszerte hozzáférjenek magas minőségű standard egészségszolgáltatásokhoz. A hálózatok kialakítása során fontos szerepet kapnak a szabványok és tanúsítványok, amelyek biztosítják, hogy az egészségturisztikai szolgáltatások megfeleljenek a nemzetközi minőségi követelményeknek (Smith & Puczkó, 2008).

2022 óta látványosan terjednek a viselhető szenzorokkal összekapcsolt, úgynevezett „Digital Health & Activity Pass"-megoldások, amelyek a vendég pulzus-, alvás- és mozgásadatait valós időben szinkronizálják a szálláshely vagy fürdő egészségtanácsadó rendszerével. Így a vendég az útja előtt, közben és utána is személyre szabott, motiváló visszajelzést kap, ami növeli a lojalitást és a visszatérési hajlandóságot.

### 4.3.5. Az egészségturizmus és az aktív turizmus kapcsolata

Az egészségturizmus és az aktív turizmus között szoros kapcsolat van, hiszen mindkettő a jóllét és az aktív életmód elősegítésére törekszik. Az integrált programok kialakítása lehetővé teszi, hogy a turisták egyaránt részesüljenek az egészségturisztikai és az aktív turisztikai élményekben. Például a túrázás, a kerékpározás és a vízi sportok kiválóan kiegészítik az egészségturisztikai élményeket, és ezáltal növelik az utazók számára a szolgáltatások vonzerejét (Weiermair & Mathies, 2018).

Az integrált programok kialakítása során fontos, hogy a szolgáltatások szorosan illeszkedjenek egymáshoz, és ezáltal biztosítsák a vendégek számára

a folyamatosan pozitív élményt. Személyre szabott kombinált élmények kialakítása lehetővé teszi, hogy az ügyfelek egyéni igényeiknek megfelelő programokat kapjanak. Ezek a programok figyelembe veszik az egyéni egészségi állapotot, az életmódot és a preferenciákat, így biztosítják a jóllét fejlesztését.

A személyre szabott kombinált élmények kialakítása során fontos szerepet kapnak a szakértők, például az egészségtanácsadók, akik segítenek az ügyfeleknek azonosítani azokat a tevékenységeket, amelyek legjobban illeszkednek egyéni igényeikhez.

### 4.3.6. Integrált, nemzetközi jó gyakorlatok

- Szlovénia: Slovenia Green Wellness Route – 680 km-es kerékpáros útvonal, amely minden szakaszt tanúsított termál- vagy gyógyfürdővel köt össze. A moduláris (3–16 napos) csomagok a vasút-kerékpár kombinációnak köszönhetően egész évben értékesíthetőek. Az modell értékét jól jelzi, hogy 2024-re a fürdők kihasználtsága 12%-kal nőtt szezonon kívül (STB, 2023).
- Japán: Forest Therapy Base × Onsen hálózat – 64 erdőterület, ahol szívfrekvencia variabilitás (HRV) mérésen alapuló „erdőfürdő" *(shinrin-yoku)* sétát követően helyi termálfürdőben (onszenben) regenerálódik a vendég. Egy háromnapos program már klinikailag is igazoltan 38–40%-kal csökkenti a stresszt, a résztvevők egyharmada pedig azonnal meghosszabbítja üdülését ugyanazon a desztináción (Forest Therapy Society, 2024).
- Costa Rica: Wellness Pura Vida – A szörf-, dzsungel- és vulkántúrákat jógával, vulkáni forróvizes spa-élményekkel kombináló nemzeti márka. A minőségbiztosítás részeként a szolgáltatók fenntarthatósági audit után csatlakozhatnak. A program 2024-ben a hivatalos online kampányok elérésének 40%-át generálta, miközben az átlagos csomagár 18%-kal emelkedett (ICT, 2024).

### 4.3.7. Fenntartható egészségturizmus

A fenntartható egészségturizmus kulcsfontosságú eleme a környezetbarát építészet és az erőforrás-hatékonyság. A környezetbarát építészet lehetővé teszi, hogy az egészségturisztikai létesítmények minimalizálják a környezeti

hatásokat, miközben maximálisan hasznosítják a természetes erőforrásokat (Bramwell & Lane, 2011). Az erőforrás-hatékonyság érdekében fontos, hogy az egészségturisztikai létesítmények hatékonyan kezeljék az energiát, a vizet és a hulladékokat, és ezáltal biztosítsák a fenntartható működést.

A helyi közösségek bevonása lehetővé teszi, hogy az egészségturisztikai szolgáltatások jól illeszkedjenek a helyi kultúrához és a közösségi értékekhez. A helyi közösségek bevonása során fontos, hogy a szolgáltatók figyelembe vegyék a helyi igényeket és preferenciákat, és ezáltal biztosítsák a közösség támogatását. A helyi közösségek bevonása azt is lehetővé teszi, hogy az egészségturisztikai projektek hosszú távon fenntarthatóak legyenek, és ezáltal biztosítsák a közösség jóllétét.

A nemzetközi példák azt is igazolják, hogy a zöld mobilitási megoldások (például ingyenes e-bike-szállítás a belföldi vasúton) és a kötelező karbonaudit a wellnessszálláshelyeken a környezeti teljesítmény mérését és javítását is ösztönzik, miközben növelik a desztináció versenyképességét a klímatudatos utazók körében.

### 4.3.8. Egészségturisztikai célpontok fejlesztése

Az egészségturisztikai célpontok sikeres fejlesztéséhez elengedhetetlen a hatékony marketing és stratégiai tervezés. A stratégiai tervezés során fontos, hogy a célpontok szorosan illeszkedjenek a piaci igényekhez, és ezáltal biztosítsák a sikeres működést.

A marketingstratégiákban fontos szerepet kapnak a digitális eszközök és a személyre szabott információk, amelyek segítségével a szolgáltatók jobban elérhetik potenciális vendégeiket (Gretzel et al., 2006).

A minőségbiztosítás és a folyamatos fejlesztés kulcsfontosságú a sikeres egészségturisztikai célpontok versenyképességében. A minőségbiztosítás célja a szolgáltatások állandó fejlesztése, és ennek során a piaci igények és trendek szakadatlan nyomon követése.

A regionális „Health & Adventure"-klaszterek jó példát kínálnak arra, hogyan lehet a turizmus, az egészségügy, a sport és a közlekedés szereplőit közös mutatórendszerrel és adatmegosztással összefogni. Egy Balti-tengeri pilot projektben például az egységes „Active Health Destination"-tanúsítvánnyal bíró szolgáltatók 15 kilométeres körzetben kínálnak aktív- és wellnessélményeket, telemedicina-kapcsolattal és helyi közösségi bevonással.

### 4.3.9. Szakpolitikai keretek és megújítási javaslatok

Az Európai Bizottság (2022) külön kezeli az aktív és a well-being turizmust, ezért indokolt egy „Active Health Destination"-minősítési rendszer bevezetése.

Az OECD (2024) kevés operatív útmutatást ad a turizmus és az egészségügy határán; ezt a hiányt a regionális klaszterek és Community Wellness Bond típusú finanszírozás töltheti ki.

Az UNWTO egészségturizmusra vonatkozó anyaga (2018) definiálja ugyan a fogalmat, de nem határozza meg az aktívwellness-integrációt; célszerű lenne kötelező érvényű, transzparens minőségi kritériumokat kidolgozni.

### 4.3.10. Összefoglalás

Az egészségturizmus az egészségszolgáltatások és a turizmus integrációjának új lehetőségeit tárja fel és használja ki. Az egészség mind erősebb előtérbe kerülésével az egészségturizmus egyre nagyobb szerepre számíthat a turizmus piacán, különösen a megelőző egészséggondozás és a jóllét iránti növekvő igények végett. Az elemzések szerint az egészségturizmus fejlesztése lehetővé teszi, hogy a vendégek ne csak pihenjenek, hanem aktívan javítsák fizikai és mentális állapotukat.

A terület fejlődésének egyik legfontosabb tényezője a technológiai innovációk bevezetése. Ezeknek köszönhetően a szolgáltatók még hatékonyabban és személyesebben érhetik el a célközönséget, emellett egyre inkább testre szabott szolgáltatásokat tudnak nyújtani. Egyre nő azon lehetőségek köre, amelyekkel a virtuális térben tudják kiterjeszteni működésüket mind térben, mind időben – növelve a szolgáltatási kört. Ez a hibrid szolgáltatási forma számos új szolgáltatástartalom és támogatási mód megvalósítására nyújt lehetőséget. A virtuális térbe helyezett szolgáltatástartalom növeli a kompetenciaalapú szolgáltatásfejlesztés lehetőségeit, amelyekkel a szerényebb természeti adottságú turisztikai célpontok is ügyfeleiknek kiemelkedő szakmai tartalmú és egyedi élményeket nyújtó szolgáltatásokat tudnak kínálni.

Az egészségturizmus jelentős gazdasági lehetőségeket biztosít, különösen azoknak az országoknak és régióknak, amelyek természeti és kiemelkedő digitális erőforrásokkal rendelkeznek. A foglalkoztatás növelése és a re-

gionális fejlesztés mellett kiemelt szerepet játszhat a turizmus szezonális ingadozásainak csökkentésében is.

A fenntartható egészségturizmus célja, hogy minimalizálja a környezeti hatásokat, miközben maximálisan hasznosítja a természetes erőforrásokat, előtérbe helyezve a környezetbarát építészetet, az erőforrás-hatékonyságot és a helyi közösségek bevonását.

Javaslatként kiemeljük a helyi közösségek bevonását, a fenntartható gyakorlatok bevezetését és a digitális marketing széleskörű alkalmazását.

A helyi közösségek bevonása lehetővé teszi, hogy az egészségturisztikai fejlesztések jól illeszkedjenek a helyi kultúrához és a közösségi értékekhez. A fenntartható gyakorlatok bevezetése pedig lehetővé teszi, hogy az egészségturisztikai fejlesztések minimalizálják a környezeti hatásokat, miközben maximálisan hasznosítják a természeti erőforrásokat.

A fejezetben bemutatott nemzetközi modellek igazolják, hogy a fizikai aktivitásra épülő hibrid termékek növelik a vendégelégedettséget, mérséklik a szezonalitást és támogatják a környezeti fenntarthatóságot. A döntéshozók számára ezért kulcsfontosságú az egységes tanúsítási rendszer, a digitális adatmegosztás és a helyi közösségek bevonására épülő finanszírozási ösztönzők (pl. Community Wellness Bond) mielőbbi bevezetése.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism, 19*(45), 411–421. https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet: The State of eTourism Research. *Tourism Management, 29*(4), 609–623. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.01.005. https://www.researchgate.net/publication/222696021_Progress_in_Information_Technology_and_Tourism_Management_20_Years_on_and_10_Years_After_the_Internet-The_State_of_eTourism_Research.

Chen, S., Lehto, X. Y., & Cai, L. A. (2013). *Tourism and quality of life: Economic, social, and environmental perspectives.* Routledge.

Európai Bizottság. (2022). *Transition Pathway for Tourism*. Publications Office of the European Union. https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425.

Forest Therapy Society. (2024). *Forest Therapy Base Certification Guidelines*. Forest Therapy Forest – Therapy Society. https://fo-society.jp/baseroad/data/ninteihyouka.pdf.

Goodrich, J., & Goodrich, K. (2018). *Medical tourism: Global health care opportunities and policy challenges*. Routledge.

Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., Formica, S., & O'Leary, J. T. (2006). Searching for the Future: Challenges Faced by Destination Marketing Organisations. *Journal of Travel Research, 45*(2), 116–126. DOI: 10.1177/0047287506291598.

GWI. (2023). *Global Wellness Economy Monitor 2023*. Global Wellness Institute. https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023_FINAL.pdf.

ICT. (2024). *Costa Rica's Wellness Pura Vida on display in Termatalia*. Costa Rica Tourism Board – Instituto Costarricense de Turismo. https://www.ict.go.cr/en/featured-news/1322-costa-rica's-wellness-pura-vida-on-display-in-termatalia.html?highlight=WyJzdHJhdGVneSIsInN0cmF0ZWdpZXMiXQ==.

Müller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing, 7*(1), 5–17. DOI: 10.1177/135676670100700101.

OECD. (2024). *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/80885d8b-en. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3/80885d8b-en.pdf.

Smith, M., & Puczkó, L. (2008). *Health and Wellness Tourism*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780080942032.

STB. (2023). *Sustainability Report of the Slovenian Tourist Board 2022 and 2023*. Slovenian Tourist Board. https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/trajnostno_porocilo_sto/Sustainability_report_STB_22_23.pdf.

UNWTO. (2018). *Exploring Health Tourism*. UN World Tourism Organization, & European Travel Commission. ISBN: 9789284420209. https://doi.org/10.18111/9789284420209. https://www.untourism.int/global/publication/exploring-health-tourism.

Weiermair, K., & Mathies, S. (2018). *Tourism and Quality of Life: Exploring the well-being of Tourists and Residents.* Routledge.

## 4.4. KULTURÁLIS TURIZMUS

RÁTZ TAMARA

### 4.4.1. AZ AKTÍV TURIZMUS ÉS A KULTURÁLIS TURIZMUS KAPCSOLATA

Az aktív turizmus és a kulturális turizmus kapcsolata számos szinergikus lehetőséget kínál, hiszen mindkét turisztikai termék szorosan kötődik a hely szelleméhez és az egyedi élményekhez. Az aktív turizmusban való részvétel során a látogatók fizikai tevékenységeken keresztül fedezik fel a meglátogatott desztináció természeti és kulturális értékeit, míg a kulturális turizmus alapvetően a történelmi, művészeti, építészeti örökség, valamint a mindennapi életben megnyilvánuló kortárs kultúra felfedezésére épít. A két termék összekapcsolása nemcsak gazdagabb élményt nyújthat a vendégek számára, de egyúttal hozzájárulhat a fenntartható és felelősségteljes turizmus fejlesztéséhez is, mivel elősegítheti a látogatók térbeni és időbeni koncentrációjának a csökkentését, mérsékelve a túlturizmusból fakadó problémákat is.

Az egyik legnyilvánvalóbb kapcsolódási lehetőséget a két turisztikai termék között a tematikus útvonalak kialakítása jelenti, különösen vallási témájú zarándokútvonalak, illetve a történelmi vonzerőket összekötő utak formájában. A tematikus utak szerepe az aktív turizmusban túlmutat a fizikai aktivitáson: ezek a helyszínek a szemlélődés, a tanulás és a társas interakció színterei is. A hagyományos városnézéssel ellentétben, ahol a turisták leginkább passzívan szemlélik a kulturális látnivalókat, az útvonalak végigjárása aktív részvételt, kitartást és személyes elköteleződést igényel, ahol maga a helyváltoztatás válik egyfajta történetmeséléssé. Az élményt tovább gazdagítják a helyi közösségekkel való találkozások, amelyek során a látogatók megismerkedhetnek a hagyományos kézművesmesterségekkel, a regionális gasztronómiával és az örökségvédelmi kezdeményezésekkel is. Az olyan nemzetközi példák, mint a főként spanyol turisztikai termékként pozícionált – de európai hálózatként létező – Camino de Santiago,[7] az Egye-

[7] A Szent Jakab-út ősi zarándokút-hálózat Európában, amelynek célja a spanyolországi Santiagó de Compostela-i katedrális elérése, ahol Szent Jakab apostol állítólagos földi maradványai nyugosznak.

sült Királyságban található Hadrianus fala[8] mentén kiépült túraútvonal, az ősi japán szentélyeket összekötő Kumano Kodo[9] vagy az olaszországi Via Francigena[10] kiválóan illusztrálják azt, hogyan lehet a történelmi narratívákat fizikai mozgáson keresztül megélni. Ezek az útvonalak nem csupán festői tájakat kínálnak, hanem közvetlen kapcsolatot is teremtenek a modern kor utazói és a múlt társadalmainak mobilitása között. A zarándokutak történelmileg spirituális és kulturális jelentőséggel bíró terek voltak, amelyek olyan utazókat vonzottak, akik vallási beteljesülést vagy önreflexív élményeket kerestek. A modern turizmusban ezek az útvonalak kibővültek, már szélesebb motivációs spektrumot szolgálnak ki, beleértve a kalandkeresést, az örökségértékek felfedezését és a személyes transzformáció elérését. Ennek eredményeként tökéletesen illeszkednek az aktív turizmus elveihez, ahol a fizikai aktivitás – például gyaloglás, kerékpározás vagy lovaglás – a tapasztalat központi elemét képezi. A hazai Országos Kéktúra útvonala, amely hasonló módon köti össze a természeti szépségeket a kulturális örökséggel, számos emlékezetes helyszínt érint, legyen szó középkori várakról, skanzenekről vagy történelmi városokról. Az integrált túraútvonalak a fenntartható turizmus eszközei is, mivel az infrastruktúra fejlesztése egyszerre szolgálja az aktív turisták és a kulturális érdeklődők igényeit, továbbá elősegítik az ún. lassú turizmus *(slow tourism)* népszerűsítését, lehetőséget biztosítva az utazóknak, hogy elmélyüljenek a helyi hagyományokban, miközben a vidéki gazdaságot is támogatják (Pécsek, 2014).

A kulturális és örökségturizmus fontos komponense emellett a kastély- és várturizmus, amely szintén hatékonyan kapcsolható össze az aktív turizmussal. A Loire-völgy kastélyaihoz vezető kerékpáros túraútvonalak például kiváló illusztrációi annak, hogy hogyan lehet a történelmi örökséget mozgásalapú turisztikai élménnyel kombinálni. Ezt a modellt más régiók is átvették, például Ausztria Burgenland tartománya, ahol a kastélytematikájú kerékpárutak ötvözik a történelem megismerését az aktív felfedezéssel. Magyarországon hasonló szerepet tölthetnek be a Dunakanyar és a Balaton-

[8] Kr. u. 122-ben épült, kb. 117 km hosszú római erődítmény Észak-Angliában, amely a Római Birodalom északi határát védte a kelta-pikta törzsektől.

[9] Japán egyik legősibb zarándokút-hálózata.

[10] Történelmi zarándokút, amely Angliából, Canterburyből indul, átszeli Franciaországot, Svájcot, majd megérkezik Rómába, és tovább halad Dél-Olaszországba.

felvidék várromjai mentén kialakított túraútvonalak; egyszerre ösztönözve a kerékpáros turizmust és a gyalogos túrázást. Az ilyen típusú kezdeményezések előnye, hogy nemcsak a kulturális helyszínek látogatottságát növelik, hanem a helyi gazdaság számára is hasznosak, hiszen a turisták hosszabb időt töltenek el a desztinációban, helyi szálláshelyeket és vendéglátóhelyeket véve igénybe.

További hatékony formája az aktív és a kulturális turizmus integrációjának a hagyományos rendezvények és fesztiválok népszerűsítése, leginkább a kerékpározók és a kirándulók körében, de növelhetik események – például koncertek vagy gasztronómiai programok – akár a vitorláskikötők vonzerejét is, különösen akkor, ha a kikötőváros építészeti miliője vagy történelmi öröksége emlékezetes hátteret kínál a látogatáshoz. Horvátországban például a vitorlás útvonalakat úgy alakították ki, hogy UNESCO világörökségi helyszíneket – például Dubrovnikot vagy Splitet – is érintsenek, így a tengeri örökség és a modern jachtturizmus jól ki tudja egészíteni egymást. Hasonlóképpen, a Duna mentén a kajak- és kenutúrák alternatív lehetőséget kínálnak a történelmi folyóparti városok és építészeti emlékek felfedezésére, miközben minimalizálják a környezeti terhelést. A lovas turizmusban is jelentős szerepet játszhatnak a kulturális rendezvények, hozzájárulva a hagyományos lovaskultúra és a vidéki tájak megőrzéséhez. Magyarországon például a Hortobágyi Nemzeti Park biztosít lehetőséget a régió pásztorhagyományainak elmélyült megismerésére, Mongóliában pedig a Naadam Fesztivál az aktív turizmust a kulturális örökség megőrzésével ötvözi, hiszen a birkózás, az íjászat és a lóverseny mind a nemzeti identitásban gyökerező tevékenységek. A téli sportok célpontjai szintén egyre inkább beépítik kínálatukba és kommunikációjukba a kulturális elemeket annak érdekében, hogy szélesebb közönséget vonzzanak: a svájci és osztrák Alpok síközpontjai például mind gyakrabban ötvözik a régiók kulturális örökségét gasztronómiai eseményekkel, népzenei előadásokkal vagy történelmi falutúrákkal. Ez a megközelítés nemcsak a látogatói élményt gazdagítja, hanem elősegíti a helyi hagyományok megőrzését és a vendéglátó közösségek gazdasági fenntarthatóságát is a csúcsszezont meghaladó időszakokban.

Különleges formái a kortárs kultúra és az aktív turizmus összekapcsolódásának az ún. *land art* művek, azaz a természeti tájban megjelenő, gyakran magát a fizikai teret is átformáló, kifejezetten az adott környezetbe tervezett, természetes anyagokat felhasználó szabadtéri művészeti alkotások (England,

2017). Ezek a műalkotások helyspecifikusak és szorosan kötődnek a környezetükhöz, arra ösztönözve a látogatókat, hogy elgondolkodjanak a művészet és a természet kapcsolatáról. Az ilyen élményekben rejlő felfedezés öröme összhangban van az aktív turizmus filozófiájával, amely az aktív részvételt helyezi előtérbe a passzív megfigyeléssel szemben. Sok „földművész" természetes, biológiailag lebomló anyagokkal dolgozik, biztosítva, hogy alkotásaik harmóniában legyenek a környezettel, és fokozatosan változzanak, alakuljanak a természetes folyamatokkal párhuzamosan, így biztosítva a környezet integritásának megőrzését. A land art installációk lényege, hogy a kultúra megszokott urbánus terein kívül találhatók, így a látogatók csak – alkalmanként kihívást jelentő – fizikai aktivitás révén tudják őket elérni. Robert Smithson *Spiral Jetty* című alkotása a Utah állambeli Nagy-sóstóban például



**1. illusztráció. Veszprémi Imre *Emberi komédia* című szoborcsoportja (Rátz Tamara felvétele)**

a tó vízállásától függően hol látható, hol víz alá kerül, ráadásul közel egy mérföldes távolság választja már el a partvonaltól a tó kiszáradása következtében. Hasonlóan izgalmas hazai példa Veszprémi Imre *Emberi komédia* című szoborcsoportja (**1. illusztráció**) a Balaton-felvidéken található Kornyi-tó partján: a figurák leginkább „posztapokaliptikus őrszemekre emlékeztetnek, akik a domb tetejéről figyelik a Káli-medencét" (WeLoveBalaton, 2024).

A land art kezdeményezések támogatása új narratívák létrejöttét is biztosítja a turisztikai desztináció marketingjében, a művészeti alkotások révén az alapvetően az aktív turizmus hátttereként és attrakciójaként funkcionáló természeti táj gondosan megtervezett kulturális élménnyé alakul, amely ötvözi a fizikai megterhelést az intellektuális és esztétikai stimulációval. Ellentétben a hagyományos kulturális látnivalókkal, mint amilyenek a múzeumi tárgyak vagy a történelmi emlékek, a land art installációk dinamikusak és gyakran változnak az idő múlásával, mivel a természetes folyamatok és az időjárás hatására alakulnak. Az átmenetiség arra ösztönözheti a látogatókat, hogy ismételten visszatérjenek, mivel a két élmény sosem lesz teljesen ugyanaz.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


England, E. (2017). The Archive of Place and Land Art as Archive: A Case Study of Spiral Jetty. *The American Archivist, 80*(2), 336–354. https://doi.org/10.17723/0360-9081-80.2.336

Pécsek, B. (2014). Gyorsuló idő, lassuló turizmus: a lassú turizmus modellezése. *Turizmus Bulletin, 16*(1), 3–10. https://www.researchgate.net/publication/322006478_Turizmus_Bulletin_-_Gyorsulo_ido_lassulo_turizmus.

We Love Balaton. (2024. május 28). *Emberi komédia szoborcsoport.* WeLoveBalaton. https://welovebalaton.hu/hely/emberi-komedia-szoborcsoport/

## 4.5. ZARÁNDOKTURIZMUS

ABELOVSZKY ZSÓKA

### 4.5.1. A zarándokturizmus a turizmus rendszerében

A zarándokturizmus egy olyan turisztikai szektor, amely szoros kapcsolatban van a vallási és kulturális örökséggel. A látogatók számára nyújtott élmény egy átfogó, spirituális utazás része, amely az egyéni hit megélésen és a közösségi összetartozáson is alapulhat. A zarándoklatok fontos terepei a zarándokutak. Maguk a zarándoklatok egy rendkívül széles spektrumot fednek le, a vallási turizmus mellett a kulturális, az elvonulás- és az aktív turizmushoz is köthetők (Timothy & Olsen, 2006).

A vallásturizmus egyházi szemszögből a találkozásokról szól: találkozás Istennel és egymással a hit által teremtett kulturális örökségek mentén. Egységes, elfogadott definíció nem létezik a vallásturizmusra, de nemzetközi szinten sok szakirodalom úgy taglalja, mint a valláshoz kapcsolódó helyek, útvonalak vagy fesztiválok felkeresését. A vallási és zarándokturizmus magában foglal minden vallási indíttatású utazást, amely a megszokott környezeten kívülre irányul, s ami nem szakmai természetű (WTO, 1995). A Nemzeti Vallásturisztikai Intézkedési Terv[11] a vallási turizmus motivációi között említi a zarándoklatot, az elvonulást, mint vallásos tevékenységet, de mindez megjelenik a profán oldalon is, mint elvonulás iránti vágy, lelki feltöltődésre való törekvés. A vallás- és zarándokturizmus szorosan kapcsolódik az aktív turizmushoz, de kapcsolódhat a kulturális turizmushoz vagy az elvonulásturizmushoz is. Érdemes kiemelni a kettősséget is, melyet a nevében hordoz, hiszen míg a turizmus önmagában idegenforgalmi tevékenység, viszont a *vallás* kifejezés egyfajta szakralitást is feltételez.

A vallásturizmus célközönsége alapvetően két csoportra osztható: azokra, akik hitük gyakorlása céljából keresnek fel egy kegyhelyet, valamint azokra, akiket elsősorban annak kulturális értékei vonzanak. Itt érdemes kitérni arra,

[11] A 1695/2022. (XII. 30.) Kormányhatározat elfogadja a Nemzeti Vallásturizmus Intézkedési Tervet, de magát a tervet nem közölték külön dokumentumként sem a jogszabálytárban, sem a *Magyar Közlöny*ben, csak maga a kormányhatározat itt olvasható online: https://njt.hu/jogszabaly/2022-1695-30-22.

hogy a turizmusnak ebben az ágában is fontos szerepe van a látogatómenedzsmentnek, hiszen egy népszerű kegyhely, templom esetében az odaérkezők motivációjuk alapján egymástól elkülöníthetők. A vallásos céllal érkezőknek lehetőséget kell biztosítani a hitük gyakorlására, csendes elvonulásra, imára, mindezt úgy, hogy a nézelődök is kapjanak elegendő látnivalót.

Igaz ez a zarándokutak esetében is, hiszen nem feltétlenül csak az járja végig a zarándokutakat, aki hívő, ugyanis sokan a természet szeretete véget, mások önmaguk vagy épp Isten keresése végett indulnak el az úton. Érdemes tehát a zarándokútvonalak esetében is arra törekedni, hogy lehetőség szerint minden célközönséget ki tudjanak szolgálni, nyitottak legyenek azok felé, akik nem spirituális céllal járnak végig egy útvonalat, és meglegyen ez a fajta egyensúly a szolgáltatások esetében is.

Amikor zarándokturizmusról beszélünk, akkor mindenképp meg kell jegyezni, hogy a zarándokutak nem minden esetben turisztikai céllal létesülnek, sok esetben ez csupán egy másodlagos prioritás, ezáltal nem válik minden zarándokútvonal turisztikai értelemben vett termékké, hanem marad csupán vallási és közösségi célokat kiszolgáló jelölt útvonal. Azt, hogy mitől válik a zarándokútvonal termékké, több tényező is meghatározza, de mindenképp befolyásolja az, hogy milyen attrakciókat fűz fel, mi a mögöttes koncepció, milyen céllal létesül, hol létesül, milyen infrastrukturális ellátottsága van, és milyen mértékű brand, marketing kapcsolódik hozzá.

### 4.5.2. Motivációk, célok

A zarándokturizmusban részt vevők elsősorban a zarándokok. A zarándoklat turizmusban betöltött szerepe miatt azonban a résztvevők profilja árnyaltabb. Ennek hátterében alapvetően az áll, hogy egy zarándokutat nem csupán spirituális céllal járhat végig valaki, hajthatja egyszerűen csak a kíváncsiság, a kalandvágy vagy a fizikai kihívás iránti vágy is (Amaro et al., 2018).

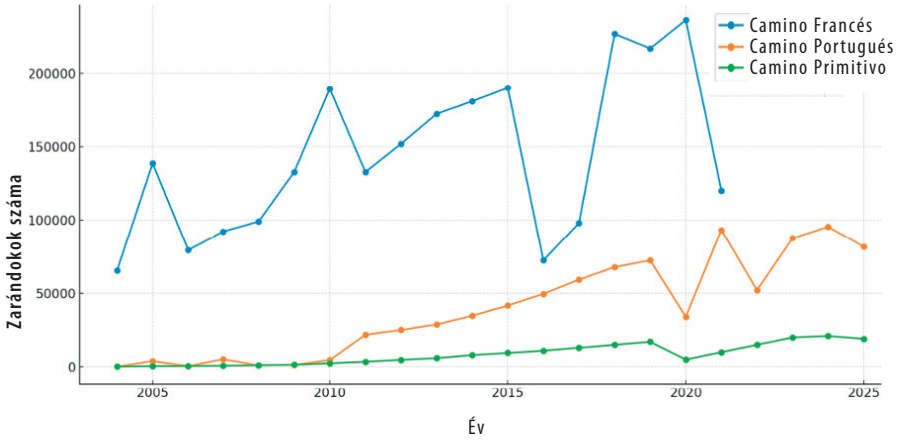
A pandémia óta egyre keresettebbek azok az utazások, melyek az elvonulásturizmushoz kapcsolódnak. „A vallási turizmus napjaink egyik egyre népszerűbbé váló turisztikai ágazata, jelentősége és a benne részt vevők száma is folyamatosan növekszik. Az UNESCO becslései alapján a világ népességének 60%-a gyakorol valamilyen vallást, és ehhez kapcsolódóan évente kb. 600 millió vallási és spirituális utazás realizálódik. [...] A zarándokturizmus növekvő népszerűségét a vallásgyakorlók számának

növekedése mellett az utazásuk során az egyes vallási elemek integrálódásával magyarázzák." (Domjánné & Csáfor, 2023, p. 397–398)

A zarándokturizmus népszerűségét jól érzékelteti az **1. ábra**, mely az El Camino-útvonalak látogatottságát mutatja.

A felgyorsult, globalizált világban egyre inkább felértékelődik a természetben töltött idő, valamint önmagunk lelki egyensúlyának helyreállítása, hiszen a béke megélése alapvető igény. Az élménykeresés fontos eszköze lett a turizmusnak, így maga a természetben való aktív mozgás mindenképp kiemeli a zarándokturizmust a vallási turizmus egyéb megnyilvánulási formái közül. A vallási turizmusban ez fokozottan jelen van, „[a] turista környezetváltozásából eredő lelki és érzelmi transzformatív élményt a vallási célú utazások, különösen a zarándoklatok tovább erősítik" (Mitev et al., 2017, p. 37).

Érdemes kitérni azon motivációkra is, ahol maga az út válik elsődleges céllá, például, ha valaki gyalogosan vagy kerékpárral jár végig egy zarándokútvonalat. Az út során ebben az esetben olyan egyéni vagy akár közösségi élményekkel gyarapodhat a zarándok, melyek további motivációt, erőt adnak a teljesítéshez. Különösen igaz ez a hosszú, embert próbáló távolságok esetében (pl. ilyen a Szent Jakab-út). Összefoglalóan elmondható, hogy a




**1. ábra. Zarándokok száma a Caminókon**
**(Oficina del Peregrino, 2025; saját szerkesztés)**

zarándokútvonalakat mind hívő zarándokok, mind kalandvágyó turisták felkeresik; céljuk, motivációjuk eltérő, így a szolgáltatóknak, a zarándokútvonalak üzemeltetőinek fontos átgondolniuk, hogy kiket, milyen céllal fogadnak, és az odalátogatók igényeit hogyan tudják kielégíteni.

### 4.5.3. Hazai zarándokutak – Helyzetelemzés

A zarándokutak különlegességét adja, hogy ötvözik a természetet és a kultúrát, elősegítve ezzel a hatékony elmélyülést egy-egy táj és térség értékeinek bemutatásával (Konkoly-Gyuró, 2012). A hazai zarándokutak száma 16, hossza 4900 kilométer körül van (Mártonné & Simonyi, 2018).

A hazai zarándokútvonalak üzemeltetői általában civil szervezetek, melyek egyesületi, illetve alapítványi formában tevékenykednek. Az üzemeltetéshez való hozzáállás minden esetben eltérő; fizetett alkalmazott általában nincs, a munkát önkéntesek végzik, így megállapítható, hogy a hazai zarándokutakra zömmel egy nem profitorientált szervezeti rendszerszemlélet jellemző. Az infrastruktúrát illetően ki kell emelni, hogy jelenleg nincsenek egységes szabványok, előírások a zarándokútvonalak jelölésével kapcsolatban, és eltérő kép mutatkozik a szálláshelyekkel kapcsolatban is. A jelenlegi gyakorlat alapján általánosságban megfigyelhető, hogy a zarándokút üzemeltetője nem kezdeményez érdemi kapcsolatfelvételt a térség magánszálláshelyeinek szolgáltatóival, holott azok potenciálisan alkalmasak lennének a zarándokok fogadására. E helyett a szolgáltatási infrastruktúra értékelése során kizárólag azokat a szálláshelyeket veszi figyelembe, amelyek kifejezetten lelki tartalmat is nyújtanak – például lelkigyakorlatos házakat. Ebből azt a következtetést vonja le, hogy a térség nem rendelkezik megfelelő zarándokszállás-kapacitással. Ugyanakkor az egyházi fenntartású szálláshelyek sok esetben nyitottak az általános turisták fogadására is, amennyiben az időpont-egyeztetés megfelelő módon megtörténik, figyelembe véve a már lekötött csoportos programokat (pl. a lelkigyakorlatokat).

A probléma gyökere abban is keresendő, hogy nem létezik egységesen elfogadott definíció arra vonatkozóan, mit tekinthetünk zarándokszállásnak, illetve szükséges-e egyáltalán e kategória külön kezelése. A gyakorlatban jól működő túraútvonalak – például az Országos Kéktúra – esetében sokkal inkább elegendőnek bizonyul a magánszálláshelyek hálózatára támaszkodó infrastruktúra. Ebben az esetben azonban nem társul automatikusan lelki

elmélyülést segítő tartalom. Ennek pótlása alternatív módokon – például zarándokfüzetek kiadása, szentségimádás, lelki vezetés – valósulhat meg. A jövőre nézve alapvető kérdés, hogy a lelki dimenziót e formában kielégítőnek tekintjük-e, vagy szükséges lenne a szálláshelyek részéről tudatosan nyújtott többletszolgáltatás integrálása a zarándokút koncepciójába. A zarándokutakhoz kapcsolódó infra- és szuprastrukturális rendszer fejlesztése, illetve kialakítása potenciálisan pozitívan hathat a turisztikai termék bevételtermelésére azáltal, hogy különböző piaci szereplők jelenhetnek meg, akik a helyi gazdaság fellendítéséhez is hozzájárulnak.

A fentebb ismertetett infrastrukturális hiányosságok alól kivételt képez a Szent Jakab-zarándokút hálózata, amelynek üzemeltetését végző egyesület kiemelt figyelmet fordított az útvonal mentén található szálláshelyek megfelelő mennyiségére és minőségére. Az útvonal fejlesztése átgondolt koncepció mentén zajlott, ennek keretében a Téry Ödön Turistaház Fejlesztési Program támogatásával több településen – így például Aszófőn, Városlődön, Bakonybélben, Vöröstón, Ravazdon és Bakonyszentlászlón – újultak meg a zarándokszállások. Ennek eredményeként a térségbe érkező zarándokok számára megfelelő színvonalú szállásinfrastruktúra áll rendelkezésre. A zarándokutak többsége a katolikus hitélethez kapcsolódik, de van pár egyéb felekezethez tartozó útvonal is.

2020-ban készült el a Nemzeti Vallásturisztikai Intézkedési Terv, mely összefoglalja a vallásturizmus, azon belül pedig a zarándokturizmus jelenlegi helyzetét, és fejlesztési célokat fogalmaz meg. A fejlődéshez elengedhetetlen az információs és infrastrukturális hiányosságok orvoslása, a koordináció erősítése, valamint az egységes, nemzetközi szinten is érvényes stratégiák kialakítása. Ezek révén a magyar zarándokturizmus nemcsak megőrizheti, hanem tovább is erősítheti szerepét a turisztikai ágazatban, hozzájárulva az ország kulturális identitásának és gazdasági potenciáljának növeléséhez.

### 4.5.3.1. Főbb hazai zarándokútvonalak

*I. Gyalogos zarándokutak*

1. Gyöngyök útja – Mindnyájan úton vagyunk. A Via Margaritarum 2006 óta várja a zarándokokat Mátraverebély-Szentkút és Mariazell között. Teljes hossza 760 km, ebből a magyarországi szakasz 558 km. A rövidebb szakasz Budapestről indul, és a kegyhelyig tart, ez 189 km hosszú. (Gyöngyök útja, é. n.)
2. Magyar zarándokút. A spanyol El Camino mintájára épült ki. Az országot észak–déli irányban szeli át, Esztergomból indul, a Pilisen át halad a Duna vonalán, Szekszárd–Baja térségében kanyarodik Pécs, majd Máriagyűd irányába. (Magyar zarándokút, é. n.)
3. Mária-út – Közép-Európa zarándokútja. 2006-ban alapították a Mária Út Közhasznú Egyesületet, amely azóta is folyamatosan fejleszti a hazai zarándokútvonalakat. „A legnagyobb, a Mária út, mely népünk Máriához kötődő szent helyeit (kegyhelyeit, kápolnáit, forrásait) csatolja be az európai zarándok vérkeringésbe. A zarándoklás azonban nem egyszerűen utazás, túra vagy kirándulás. A zarándokút lépései elsősorban belső lépések az emberi szív szentélye és Isten irgalmának élő forrása felé" (Mária-út, é. n.).

   Európán átívelő útvonal Mariazelltől az erdélyi Csíksomlyóig. A teljes útszakasz 1400 km. A Mária Út Közhasznú Egyesület nagy hangsúlyt fektet a marketingre is, és a tagság hosszú távú tervei között szerepel, hogy a Mária-út bekerül az Európai Kulturális Útvonalak közé (Mária-út, é. n.).
4. Pálos út. A pálos rend egy magyar alapítású férfi szerzetesrend, melyet Boldog Özséb alapított. A testi-lelki utazás során a szerzetesek útját járhatja végig a zarándok külön elmélkedésekkel, melyeket online és vezetőfüzetben is elérhetővé tettek. A Pálos út egyszerre épít a természetre, és az ott születő élményekre is. A kirándulások mellett – ahogy ők nevezik – vannak hosszabb-rövidebb zarándoklatok is. 5 tematikus útvonal (Források útja, Remeték útja, Szeretet útja, Találkozások útja, Csendesség útja) közül is választhat az, aki ilyen módon szeretne töltekezni. (Pálos út, é. n.)

5. Szent Erzsébet-út. 2011 óta köti össze Kassát és Sárospatakot hazánk legrövidebb zarándokútvonala. Üzemeltetője a Szent Erzsébet Út Alapítvány, mely Sárospatakon jött létre 2007-ben. Sárospatak Szent Erzsébet szülőhelye, Kassán pedig a Kárpát-medence egyik legjelentősebb gótikus templomát emelték Szent Erzsébet tiszteletére. Az útvonal ezt a két emblematikus helyet köti össze. Hossza 100 km, a Zemplénben csodálatos útvonalon kanyarog, és 5 szakaszra osztható. (Szent Erzsébet-út, é. n.)
6. Szent Jakab-zarándokút – „Indulj el, hogy megérkezhess!" 2009-ben fejlesztették ki a hazai hálózatot, mely csatlakozik az európai Szent Jakab-zarándokút hálózatába. Az útvonala: Budapest–Pannonhalma–Lébény–Rajka. 250 km hosszú, és csatlakozik a spanyol El Camino-útvonalhoz is. Az út során zarándokútlevélben tudja a zarándok a pecséteket gyűjteni, mely igazolja, hogy felkereste a szent helyeket, állomásokat; ezek összegyűjtésével tanúsítvány szerezhető. Az útvonal két részét a Szent Jakab Zarándokút Egyesület üzemelteti, melyek hazánk turisztikai attrakciókban gazdag területein vezetnek keresztül:

   – Camino Húngaro: Budapest–Pannonhalma–Lébény–Pozsony; 200 km.
   – Camino Benedictus: Tihany–Bakonybél–Lébény–Pozsony; 170 km. (Szent Jakab-zarándokút, é. n.)

   Érdemes megemlíteni egy újabb kezdeményezést is, melynek célja a harmadik szakasz kialakítása:

   – Via Pannónia: Magyarországon nyugat–keleti irányban haladna át.

7. Via Sancti Martini – Szent Márton-út. Hazánkban 700, a teljes európai úthálózat 4000 km hosszú, és Szombathelytől a franciaországi Tours-ig tart. 2005-ben bekerült Európa Kulturális Útvonalai közé. Több szakasza is hazánkban található: az úgynevezett déli útvonal Szombathely és Mártonhely között, az északi útvonal Szombathely és Pozsony között, a harmadik pedig Pannonhalma irányába halad. (Via Sancti Martini, é. n.). Az út során jelvényszerzésre is van lehetőség. Több szakaszát kerékpárral is lehet teljesíteni.

*II. Elsősorban nem gyalogos zarándokutak*

1. Középkori templomok útja. A Kárpát-medencében egyedülálló kulturális és vallási értékeket hivatott felfűzni a Felső-Tisza-vidéken. „Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye középkori templomokban Magyarország egyik leggazdagabb vidéke, a középkori templomoknak itt olyan sűrű hálózatuk maradt fenn, amely egyedülálló. Szatmár és Bereg középkori egyházi örökségének egyedi hangulatát idézik a kisméretű templomok, a melléjük épített fa harangtornyok, a gazdagon fennmaradt középkori freskók, a festett karzatok, a díszes kazettás mennyezetek, faragott szószékek." (Prelúdium, é. n.) A templomút kerékpáros útvonal is egyben, melynek egyik szakasza, a Beregi kör 2024-ben az Év kerékpárútja büszke címet is elnyerte. Az útvonal a református zarándokok körében is egyre népszerűbb.
2. Csodarabbik útja. A Csodarabbik útja Mádon indul és ott is ér véget. 150 kilométeren át kanyarog a Zemplén településein keresztül, útközben az egykor ott élő rabbik életével ismerkedhet meg a zarándok, valamint megtekinthetőek a rabbik életéhez kapcsolódó emlékhelyek is. A Csodarabbik útja nem egybefüggő útvonalhálózat, hanem pontszerűen felfűzött emlékhelyek sora. Az útvonal autóval is bejárható. (Csodarabbik útja, é. n.)

#### 4.5.3.2. Külföldi példa: El Camino – Szent Jakab-zarándokút

Az El Camino de Santiago, magyarul Szent Jakab-út, Európa egyik legismertebb és legnépszerűbb zarándokútvonala. A célállomása a spanyolországi Santiago de Compostela, ahol a hagyomány szerint Szent Jakab apostol sírja található.

Az útvonal gyökerei a középkorra nyúlnak vissza. Már a 9. századtól kezdve érkeztek zarándokok Európa minden tájáról Santiago de Compostelába. A keresztény világ egyik legfontosabb zarándokhelyévé vált Róma és Jeruzsálem mellett.

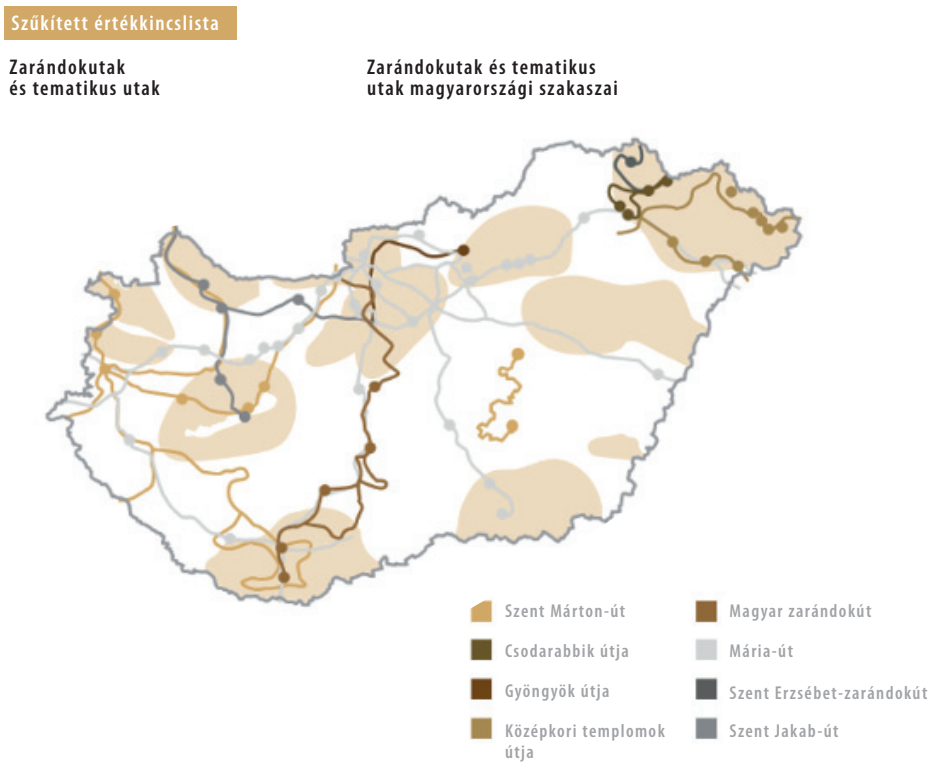
Az El Caminónak több útvonala is létezik, de a legismertebb a Camino Francés (Francia út), amely a franciaországi Saint-Jean-Pied-de-Port városból indul, és körülbelül 800 km hosszan vezet Santiago de Compostelába.

Népszerű útvonal még: a Camino Portugués (Portugál út), a Camino del Norte (Északi út) és a Via de la Plata (Ezüst út).

A zarándokok sokféle okból kelnek útra: vallási meggyőződésből, lelki megtisztulás vagy önismeret keresése végett, de sokan sportként, kihívásként, vagy egyszerűen kulturális élményként élik meg az utat.

Az út mentén jól kiépített szállás- és ellátórendszer működik, főként zarándokszállások *(albergue-k)* formájában. A legtöbb helyen zarándokigazolványt lehet bélyegeztetni, amely igazolja az út megtételét.

A hivatalos Compostela oklevél megszerzéséhez gyalogosan legalább 100 km-t, kerékpárral 200 km-t kell megtenni. Az utolsó szakasz sokak számára Sarria városától indul. Az El Camino nemcsak fizikai kihívás, hanem lelki utazás is: sokak életét megváltoztatja, új nézőpontokat ad, és mély emberi kapcsolatok születnek útközben. 1993 óta a Világörökség része.




**1. térkép. A hazai zarándokutak**
**(Nemzeti Vallásturisztikai Intézkedési Terv, 2020)**

Ahogyan korábban is említettük, a zarándokútvonal töretlen népszerűségnek örvend. 2024-ben a Camino de Santiago-zarándokút történelmi csúcsot ért el: összesen 499 239 Compostelát (zarándokigazolást) adtak ki. Ez 12%-os növekedést jelent a 2023-as évhez képest. Fontos azonban megjegyezni, hogy a Compostelát kiváltók csak egy részét képviselik a tényleges zarándokoknak – a valós szám akár 1,5 millió főre is becsülhető (Oficina del Peregrino, 2025).

A zarándokútvonalat több módon is lehet teljesíteni, erre vonatkozóan 2024-ben az alábbiak szerint alakultak a számok:

Gyalogosan: 425 045 fő ( ≈ 93%).
Kerékpárral: 20 776 fő ( ≈ 4,6%).
Lovon: 591 fő.
Hajóval: 9146 fő.
Vitorlással: 272 fő.
Kerekesszékkel: 270 fő.

A legtöbb zarándok továbbra is gyalog teljesíti az utat, arányuk meghaladja a 90%-ot (Whitaker, 2025). Az El Camino de Santiago sikerének több összetevője van – ezek együtt adják azt az egyedi élményt, ami miatt évente zarándokok százezrei indulnak útnak. Íme a legfontosabb tényezők (Pardo et. al., 2023), amelyek hozzájárulnak a Camino népszerűségéhez és időálló sikeréhez:

- *Egyetemes üzenet és nyitottság.* Nem kizárólagos zarándoklat, hanem mindenki megtalálhatja benne a saját céljait.
- *Kiemelkedően jó infrastruktúra.* Az út mentén sok a szálláshely, ezekből is többféle van. Maga az út nagyon jól van kijelölve, ami szintén fontos egy hálózat esetében. Több olyan szolgáltatás is van az út során, mely kimondottan a zarándokok számára jött létre; ilyenek a boltok, az éttermek, de vannak például mosási lehetőségek is.
- *Rugalmasság.* Az útvonalat mindenki saját magának tervezheti meg, illetve kerékpárral is lehet teljesíteni.
- *Brandmarketing.* Az útvonalhálózat egy termékként jelenik meg a turisztikai piacon annak ellenére, hogy számos településen áthalad. Ez

kommunikációs szempontból nagyon jól illusztrálja, hogyan vállhat egy aktív turisztikai hálózat vagy zarándokútvonal ismertté.

Helyben élők számára is pozitív. A Camino de Santiago első európai kulturális útvonalként ismert, és évente több százezer zarándokot vonz a világ minden tájáról. A zarándoklat gazdasági és turisztikai szempontból is jelentős, különösen a vidéki területeken, ahol hozzájárul a helyi közösségek fejlődéséhez.

#### 4.5.3.3. Programok a zarándokutakon

A zarándokturizmust eddig az önálló útkeresés, az elvonulás oldaláról vizsgáltuk, azonban az útvonalhálózatok fontos események helyszínei is egyben. Több közösség, egyházi személy szervez rendszeresen csoportos zarándoklatokat, ezek között szerepelnek kiemelt helyszínek, események, mint például a Pálos 70 gyalogos teljesítménytúra vagy a Vándortábor Program keretein belül indított zarándoktáborok. De érdemes megemlíteni a fontosabb szakrális helyekhez köthető tematikus zarándoklatokat is, melyek között találhatunk kimondottan aktív mozgásra ösztönző eseményeket, mint amilyen például Máriapócson a futózarándoklat. Ezek az események élővé tudják tenni a hálózatokat, és szélesebb közönséggel is meg tudják ismertetni a zarándoklás pozitív testi-lelki hatásait.

#### 4.5.3.4. Jövőbeni célok

A Nemzeti Vallásturisztikai Intézkedési Terv több egyértelmű irányvonalat határoz meg, melyek hozzájárulnak a zarándokturizmus fejlesztéséhez.

1. Az infrastruktúra fejlesztése. Habár fontos szerepet töltenek be a zarándokutak a vallásturizmusban, ennek jelentős újjászervezésére van szükség hazánkban. Egyik ilyen fejlesztendő terület, hogy a megfelelő minőségi szálláshelyek elérhetőek és foglalhatóak legyenek. Ide tartozik továbbá a jelölések, a táblázás felülvizsgálata az útvonalakon, a hiányok javítása, hogy az növelje az úton lévők biztonságát.

2. Adatbázisépítés. Fontos lenne az adatbázisépítés is, hogy így jobban mérhető legyen, kik látogatják a zarándokútra kelést, és milyen céllal. Nemzetközi jó gyakorlatok között említi a vallásturisztikai terv a csehországi Szent Jakab-zarándokút üzemeltetését, ott ugyanis mérik a zarándokutak látogatóinak számát, és erről rendszeres jelentés is készül.
3. Központi koordináció. A központi koordináció elengedhetetlen ahhoz, hogy létrejöjjön egy egységes irányelveket tartalmazó akcióterv, melyben a célok úgy kerülnek kialakításra, hogy az minden zarándokútvonal fejlődését szolgálja. A koordinációs iroda feladata a marketing, a kommunikáció. A jövőben előremutató volna egy közös online platform, melyen a hazai zarándokútvonalakról friss információk jelennének meg, valamint egy applikáció, melyben a zarándok akár útvonalat is tudna tervezni.

2024-ben megnyílt a Mária Út Zarándokiroda, mely a Mária-úttal kapcsolatos információk átadását szolgálja, zarándokútlevél kiváltására is lehetőség nyílik.

Emellett létrejött a Zarándokközpont, mely gyakorlatilag betölti a fentebb leírt központi koordinációs szerepet. „A Zarándokközpont célja, hogy információt és támogatást nyújtson a magyarországi zarándokok számára. A központ közösségi teret biztosít a zarándoklással kapcsolatos párbeszédhez, és szakmai eseményeknek ad helyet, mint például képzések, találkozók és workshopok" (Zarándokközpont, é. n.). A központ folyamatos programokat is szervez: ilyen a Zarándokfórum, amely havonta kínál találkozási lehetőséget a zarándokok számára, az évenként megrendezésre kerülő Zarándok Akadémia, amely egy konferenciajellegű műhelytalálkozó, és itt vannak az ún. lelki túrák is.

### 4.5.4. Összefoglalás

Összeségében elmondható, hogy Magyarországon rendkívül kiterjedt a zarándokútvonalak hálózata. A zarándokok számára számos lehetőség nyílik, akár könnyebb, akár nagyobb kihívásokkal teli útra szeretnének indulni. Az elhivatott civil szervezetek igyekeznek erejükhöz mérten mindent megtenni azért, hogy a zarándok az út során minél komfortosabban érezze magát. A zarándokturizmus egyre népszerűbbé válik, hiszen a rohanó világban az

ember egyre messzebb kerül istentől, önmagától, így sokan indulnak útnak, hogy időt kapjanak, és visszataláljanak belső hitükhöz.

Javasolt hazánkban egy pár zarándokút fejlesztése, erősítése, melyek pilot jelleggel hasonló termékké tudnak válni, mint az El Camino. A cél, hogy az út maga váljon turisztikai termékké, melyen az alapvető infrastruktúra nem szenved hiányt, szolgálja az úton levőket, és közben szakrális és egyéb turisztikai attrakciókat fűz fel. Ezeket az utakat az egységes kommunikációs és marketingtevékenység kapcsán érdemes népszerűsíteni, élővé tenni nem csupán vallási körökben, hanem általában, mindenki számára, aki az aktív turizmus iránt érdeklődik. A programok, a szervezett túrák mind segítenek abban, hogy minél többen jussanak el olyan zarándokutakra, melyeket járva, figyelmük Isten felé, önmaguk felé irányulhat.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Amaro, S., Antunes, A., & Henriques, C. (2018). A closer look at Santiago de Compostela's pilgrims through the lens of motivations. *Tourism Management, 64,* 271–280. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.007.

Csodarabbik útja. (é. n.). *Csodarabbik útja: Keressük a múltat*. Egységes Magyarországi Izraelita Hitközség (EMIH); Chábád Lubavics Zsidó Nevelési és Oktatási Egyesület. https://csodarabbikutja.hu/hu/.

Domjánné Ny. R., & Csáfor, H. (2023). Zarándokok nyomában: A vallási turizmus jelentősége és történetisége az Egri Főegyházmegye területén. In Nagy, A. (szerk.), *Nagy elődök nyomában: A 70 éves Ternyák Csaba érsek köszöntése* (pp. 397–416). Líceum Kiadó. ISBN 9789634962595. https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/7898/1/397_Domjánné.pdf.

Gyöngyök útja. (é. n.). Gyöngyök Útja: *Mindnyájan úton vagyunk*. Via Margaritarum Zarándok Egyesület. https://www.gyongyokutja.hu.

Konkoly-Gyuró, É. (2012). Európai kitekintés, zarándokutak jelentősége a jelenkorban. In Filepné K. K. (szerk.), *A Mária Út hálózat és kialakítása* (pp. 21–24). Budapesti Corvinus Egyetem Tájépítészeti Kar Tájtervezési és Területfejlesztési Tanszék.

Magyar Kormány. (2022). 1695/2022. (XII. 30.) *Korm. határozat a Nemzeti Vallásturizmus Intézkedési Terv elfogadásáról és a megvalósításához szükséges egyéb intézkedésekről*. Nemzeti Jogszabálytár. https://njt.hu/jogszabaly/2022-1695-30-22.

Magyar zarándokút. (é. n.). *Útismertető*. Magyar Zarándokút Egyesület. https://magyarzarandokut.hu.
Mária-út. (é. n.). *Mária Út: Közép-Európa Zarándokútja*. Mária Út Közhasznú Egyesület. https://mariaut.hu.
Mártonné, M. K., & Simonyi, N. (2018). Az elvonulásturizmus keresleti és kínálati tényezői, üzleti modelljei és turisztikai potenciálja. *Turizmus Bulletin, 18*(4), 41–51.
Mitev, A., Irimiás, A., & Michalkó, G. (2017). Rítusba oltott átalakulás: transzformáció a vallási turizmusban. In Régi T., Rátz T., & Michalkó G. (szerk.), *Turizmus és transzformáció* (pp. 37–50). (Turizmus Akadémia 8). Kodolányi János Főiskola. ISBN: 9786155075384. ISSN: 1786–2310. https://real.mtak.hu/54049/1/Turizmus_es_transzformacio2017_p37_50_u.pdf.
Oficina del Peregrino. (2025). *Statistics*. Oficina del Peregrino. https://oficinadelperegrino.com/en/statistics-2/.
Pálos út. (é. n.). *Pálos út: Pálos zarándokutak*. Magyar Pálos Rend. https://palosut.hu.
Pardo, M. C., García, M. C. C., & Silva, G. (2023). Developing Pilgrimage Tourism in Latin America: Lessons Learned from the Camino de Santiago. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 11*(4), 31–40. ISSN : 2009-7379. https://arrow.tudublin.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1941&context=ijrtp.
Pilgrim's Reception Office. (n. d.). *Oficina del Peregrino: Cathedral of Santiago de Compostela*. Oficina de Acogida al Peregrino. https://oficinadelperegrino.com/en/.
Prelúdium. (2024). *Középkori Templomok Útja*. Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Területfejlesztési és Környezetgazdálkodási Ügynökség. http://www.templomut.hu/hu/preludium.
Roszak, P., & Mróz, F. (2024). The Camino de Santiago as a 'Spiritual Journey': A Contemporary Challenge to Religion? *Journal of Religion and Health, 63*, 4861–4875. https://doi.org/10.1007/s10943-024-02108-2.
Szent Erzsébet-út. (é. n.). *Szent Erzsébet-út*. Szent Erzsébet Út Alapítvány. https://www.szenterzsebetut.hu.
Szent Jakab-út. (é. n.). *Szent Jakab-út: Magyar Camino: Indulj el, hogy megérkezhess!*. Szent Jakab Baráti Kör Közhasznú Egyesület. https://www.szentjakabut.hu/hu/.

Timothy, D. J., & Olsen, N. D. (Eds.). (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203001073.

Via Sancti Martini. (é. n.). *Via Sancti Martini: Szent Márton-út, az Európai Tanács nagy kulturális útvonala*. Via Sancti Martini. https://viasanctimartini.hu.

Whitaker, M. (2025, January 4). *Camino de Santiago statistics 2024*. The Unanchored Passenger. https://unanchoredpassenger.com/camino-de-santiago-statistics/.

WTO. (1995). *Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics: Technical Manual No. 1: (English version)*. World Tourism Organization. eISBN: 978-92-844-0103-1. https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284401031?role=tab.

Zarándokközpont. (é. n.). *Zarándokközpont*. Viator Egyesület. https://www.zarandokkozpont.hu.

# AZ AKTÍV TURIZMUS TÍPUSAI

A könyv az aktív turizmus típusai közül csak néhányat, a legismertebbeket mutatja be és elemzi. Magyarországon a legnagyobb tradícióval a természetjárás rendelkezik, a kerékpáros turizmus pedig a legdinamikusabban fejlődő aktív turisztikai ágazat. Ez a két legnépszerűbb aktív turisztikai forma, így az itt tapasztalható pozitív jelenségek, összefüggések, valamint negatív következmények jól hasznosíthatók, általánosíthatók az ágazat tervezői, a policy anyagok készítői számára. A lovas és a vízi turizmus gyakoriságában elmarad ugyan az előbb említett kettőtől, de sajátságaik miatt a szerzők fontosnak találták ismertetésüket.

A szerkesztők

# 5. Az aktív turizmus típusai

## 5.1. TERMÉSZETJÁRÁS

Pál Máté – Argalász Péter

### 5.1.1. A hazai természetjárás kialakulása és fejlődése

A gyalogos természetjárás nem csupán aktív szabadidős tevékenység, hanem tudás- és kalandvágytól hajtott felfedezés, a természetből fakadó inspirációk keresése akár egyéni, akár közösségi formában, amelyen a társadalmi változások folyamatosan rajta hagyják lenyomatukat. A magyarországi természetjárás a Kárpátok hegyei között, a Magas-Tátrában alakult ki, és szinte a kezdetektől létező, szervezett formája – a köz érdekében alkotó, nagybetűs Turistatagságával – az idők folyamán kialakította korunk természetjárói által is használt aktív turisztikai infrastruktúra alapjait; így téve lehetővé, hogy napjainkban bárki egyénileg is túrázhasson, kirándulhasson. Az alábbiakban bemutatjuk, hogyan alakult a természetjárás gyakorlata és társadalmi szerepe különböző történeti korszakokban, és hogyan vált az egyéni kezdetektől a nagy tagságú, egyesületi, szövetségi kereteken át egyre inkább újra az egyének és a kis csoportok rekreációs időtöltésévé.

A völgyekből égbetörő csúcsok mindig is mély hatást gyakoroltak az emberekre, és meghódításukra csábították őket. A 16. századtól már megindult a hegyek világának felfedezése. A késmárki líceum évkönyveiből kitűnik, hogy az 1590-es években a diákok már rendszeresen járták a Tátra ekkor még úttalan útjait. A késmárki Fröhlich Dávid 1639-ben kiadott geográfiai tankönyvében egy 1615-ben történt csúcsmászásról ír, melyet az ismert úton vezető segítségével teljesített. Foglalkozásukból fakadóan a tátrai csúcsok első meghódítói zergevadászok lehettek, mégis a Tátra első hegyi vezetői a tátraalji falvak tanítói, tehát értelmiségiek voltak (Bucsek, 1973). A következő századokban főként tanáraik által motivált diákok és az arisztokrácia tagjai járták a hegyeket, és vették igénybe a vezetők szolgáltatásait, akik díjazásért cserébe felszerelést is adtak, a nehezen leküzdhető helyeken pedig kötéllel biztosították a mászókat. A természetjárás főbb motivációja a kalandvágy volt. Írásos dokumentumok a tátrai kezdetekről maradtak fenn nagyobb

számban, de dr. Déchy Mór és dr. Eötvös Lóránd kiváló természettudósok és hegymászók már fiatal korukban osztrák és svájci hegymászó túrákon vettek részt, és jó néhány alpesi csúcsot hódítottak meg az 1800-as évek második felében (Neidenbach & Pusztay, 2005). Egészen a 19. századig kevesek kiváltsága volt élménykeresés céljából a természetben járni, hiszen a paraszti, kézműves társadalmakban a munka és a pihenés ciklikusan, nem pedig elkülönülten volt jelen az emberek életében, és az alacsony diszkrecionális jövedelem sem tette lehetővé az utazási költségek finanszírozását.

A 19. század folyamán a polgári réteg növekvő életszínvonala, szabadidőhöz és közlekedéshez való hozzáférése lehetővé tette, hogy a városi középosztály tagjai megismerjék a természetet. A hegymászás, a tájképek felfedezése, valamint a természeti értékek tisztelete a nemzeti identitás részévé vált, és jelentős mértékben összeolvadt a nemzeti tájak iránti romantikus érdeklődéssel. A természetjárás az európai polgárság körében a 19. század derekán kezdett intézményes formát ölteni. A szervezetek idővel képessé váltak természetjáró létesítményeket is létrehozni, utakat kijelölni, kilátókat és menedékházakat építeni. 1873-ban Magyarországon elsőként, a világon hetedikként, megalakult a Magyarországi Kárpát Egyesület (MKE), mely nagy lendülettel vetette bele magát a turista-infrastruktúra kiépítésébe. 1875-ben a Tarpataki-völgyben állították fel az MKE első turistaházát, a Rózsa-menedékházat, s még ugyanebben az évben felépült a Csorba-tavi József-menedékház is. A következő években is kitartott a lendület, és újabb házak: a Zöld-tavi Egyed-menedékház (1876), a Felka-tavi Hunfalvy-menedékház (1878), a Poprád-tavi Majláth-menedékház (1879), illetve kunyhók épültek: a Szalóki Háromtónál (1878) és a Menguszfalvi-völgyben (1880). A fentieken kívül nagy jelentőségű útépítések is folytak: a Tarpataki-, a Felkai-, a Menguszfalvi és a Fehérvíz-völgyben, de elkészült a nagy jelentőségű Tátra-körút is.

Az MKE székhelye az első években Késmárkon, majd Lőcsén volt, de a növekvő népszerűségnek köszönhetően a tagság gyorsan kinőtte a keretet, és az MKE-n belül osztályok jöttek létre: Ungvárott, Máramarosszigeten, Rozsnyón, Iglón, Selmecbányán, Liptószentmiklóson és Gyöngyösön. A turizmus ügye Magyarországon 1888-ban kapott hatalmas lökést, miután dr. Téry Ödön és dr. Thirring Gusztáv kezdeményezésére az MKE budapesti osztálya az első, rövid életű próbálkozás után másodszor is megalakult. Az osztály vezetői a kezdetektől az MKE tevékenységének országossá bővítésén

dolgoztak, feltérképezték a főváros környéki túrautakat, és ezzel megtörték a hazai természetjárás magashegyi kultuszát.

Nem sokkal később a munkásmozgalom is létrehozta a maga hasonló típusú egyesületeit. Elsőként 1896-tól a Vorwärts Német Munkásképző Egylet fejtett ki ilyen irányú tevékenységet, majd helyét 1908-ban a Munkás Testedző Egyesület (Munkás TE) vette át már külön turistaszakosztállyal, amely – 1910-ben, csatlakozva a nemzetközi munkásturista-szervezeteket tömörítő bécsi székhelyű Touristenverein die Naturfreundéhoz – Természetbarátok Turista Társasága néven önállósodott (Kormány, 2021). A szervezett természetjárás egyesületei, tagságuk világnézete alapján, eltérő elveket vallottak, különböző módon szervezték túráikat, és eltérő módon vették ki részüket a természetjáró-infrastruktúra felépítéséből is.

A polgári természetjárás ideáit követve a szabadság eszményét és inspirációt keresett a hegyek között, illetve a sportos életmóddal a „tökéletes" testalkat elérését tűzte ki célul, tehetősebb tagsága révén pedig lehetősége nyílt költségesebb létesítményeket létrehozni, mint a menedékházak és kilátók.

A munkás-természetjárók racionálisabb okokból keresték a városi környezetből való kiszakadás lehetőségét, részben egészségtelenebb munkakörülményeik ellensúlyozására, részben közösségépítési célzattal. Számukra az öncélú távolba révedés nem képviselt értéket, épp ezért hamar a munkástagság szellemi pallérozását is célul tűzték ki, és ismertetőfüzeteket adtak ki, és előadásokat tartottak. Visszafogottabb anyagi lehetőségeik révén kezdetben források foglalásával és elnevezésével, valamint a polgári egyesületektől átvett néhány útvonal karbantartásával vették ki részüket a „technikai munkából", később jelentős mennyiségű önkéntes munkával már menedékházakat is létesítettek (Csatlós, 2021).

Az egyesületek által képviselt zsenge turistamozgalomnak hátrányt jelentett az erők megoszlása, elaprózódása, az egyre több egyesület, a többféle újság, a különböző világlátás miatt akadozó együttműködés – egy összefogó szervezet hiánya. Ezt a hátrányt ledolgozandó – több évnyi előkészítő munka és több sikertelen próbálkozás után – a 11 662 turistát képviselő 21 egyesület 1913. november 30-án létrehozta az első hazai érdekképviseleti szervezetet, a Magyar Turista Szövetséget (MTSZ).

A háború utáni terrorhullámok és a trianoni békeszerződés következményei a magyar társadalomban mély nyomot hagytak, ami a természetjárás szimbolikus értelmezésére is hatással volt. A korábbi, eltérő világnézetekből

származó különbségek tovább éleződtek a polgári és munkás-természetjárók között. A hegységek elvesztésével a megmaradt magyar táj felértékelődött, és a természetjárás egyre inkább a nemzeti önazonosság egyik eszközévé vált. A korszak hivatalos diskurzusa a természetjárást nemcsak rekreációs vagy sporttevékenységként értelmezte, hanem a nemzeti identitás megerősítésének egyik formájaként is. A nemzeti ideológia elvárásai közé tartozott az is, hogy a belügyminisztérium kötelezte a turistaegyesületeket, hogy alapszabályuk módosítása révén kizárhatóak legyenek hazafiatlan tagjaik, míg az MTSZ Nagy-Magyarország térképének kifüggesztését kérte az egyesületi helyiségekben (Csatlós, 2021).

A két világháború közötti időszakban a természetjárás erőteljesen összefonódott az ifjúsági mozgalmakkal. Az 1920-ban bevezetett leventeoktatás keretében kötelezővé tették a túrázást, ami nemcsak fizikai edzést biztosított, hanem a honvédelmi nevelés szerves részét is képezte. A cserkészmozgalom, amely már korábban is jelentős szerepet játszott a természetjárásban, ebben az időszakban a hazafias nevelés egyik fontos intézményévé vált. A cserkészcsapatok túrái során a magyar táj szépségeinek felfedezése és a hazaszeretet megerősítése kiemelt szerepet kapott (Tabajdi & Szigeti 2020).

A háborús sokk után újjáéledő turistaság rohamtempóban kezdte pótolni a trianoni határon kívülre került természetjáró létesítményeket, így 1933-ban, az MTSZ 20 éves jubileumán már 50 menedékház hirdette a magyar turistaság életképességét, több mint egymillió pengő értékben; 81 foglalt forrás volt az ország területén, és mintegy 3500 km jelzett út kalauzolta a turistákat a magyar hegyekben és erdőkben.

A második világháború utáni időszakban a természetjárás a szocialista rendszer keretei között új szerepet kapott. Az állam által támogatott tömegsportprogramok egyik fontos eleme lett, amelyet az egészségmegőrzés és a szocialista közösségépítés eszközeként propagáltak. A természetjáró létesítmények szempontjából drámai lépés volt, hogy 1949-ben államosították az egyesületek kezelésében lévő turistaházakat; 38 turistaházzal és 300 férőhellyel létrehozták a Turistaházakat Kezelő Nemzeti Vállalatot, mely több átalakítás után végül 1975-ben megszüntetésre került, és ezzel megindult a turistaházak lassú agóniája.

A munkásosztály számára a vállalati üdültetés és a szervezett természetjáró mozgalmak biztosították a pihenés és kikapcsolódás lehetőségét. A nagyvállalatok gyakran támogatták saját turistaszakosztályaikat, amelyek

hétvégi túrákat szerveztek dolgozóik számára. A természetjárás így egyfajta szociális juttatássá is vált. Az országos szövetséget több néven és több irányító szerv alatt szervezték meg újra meg újra. A nagyvállalati turistaszakosztályok részben mesterséges duzzasztó hatása miatt ekkor a százezres taglétszámot is meghaladták a szervezett turisták.

Ugyanakkor a hivatalos természetjárás mellett létezett egy alternatív természetjáró közösség is, amely kevésbé volt alávetve az állami kontrollnak. Ezek a csoportok a természetjárást inkább a személyes szabadság megélésének a formájaként értelmezték. Az 1970–1980-as években egyre többen fordultak el a szervezett túráktól, és választottak informális, önszerveződő kirándulásokat, amelyek gyakran egyfajta ellen kulturális attitűddel is rendelkeztek.

Az új szelek hatására a korábban jelentősebb ideológiai befolyás alatt álló országos szövetséget 1987. november 30-án önálló jogi személyiséggel újraalakították, harmadszor is Magyar Természetbarát Szövetség néven, így a szervezet a jelenlegi Magyar Természetjáró Szövetség jogelődjének tekinthető.

A rendszerváltás után a természetjárás intézményes keretei átalakultak. Az állami támogatás megszűnésével a hagyományos turistaegyesületek nehéz helyzetbe kerültek, és sok szervezet működése visszaesett vagy teljesen megszűnt. Az egyesületi tagság csökkent, és a természetjárás egyre inkább egyéni vagy kisebb, informális közösségi tevékenységgé vált. Az egyesületek szerepének háttérbe szorulásával fokozatosan halványult a turistaattitűd (a köz érdekében vállalt önkéntes munka mennyisége), és az egyesületi keretek között korábban jellemző túrázói tudásátadás is elenyészett.

Ugyanakkor a természetjárás új formái is megjelentek, amelyek a piaci mechanizmusokhoz alkalmazkodtak. A teljesítmény- és kalandtúrák, az extrém sportok (pl. terepfutás, via ferrata) népszerűsége nőtt, és a túrázás egyre inkább individualizálódott. A digitális térkép és a GPS-es navigáció lehetővé tette az önállóbb természetjárást, csökkentve a hagyományos turistaegyesületek szerepét.

A fenntarthatóság kérdése szintén egyre hangsúlyosabbá vált. Az ökoturizmus és a természetvédelem szerepe megnőtt, különösen a 2000-es években. A nemzeti parkok és védett területek látogatása szabályozottabbá vált, és a természetjárás egyre inkább összekapcsolódott a fenntartható turizmus elveivel. Az állami és a civil szervezetek egyaránt próbálták szabályozni a turizmus ökológiai lábnyomát, hogy minimalizálják a természeti területekre gyakorolt káros hatásokat.

### 5.1.2. A hazai természetjáráshoz kapcsolódó legfontosabb turisztikai attrakciók és szolgáltatások

A természetjárás az egyik legősibb és legnépszerűbb szabadidős tevékenység, amely az utóbbi évtizedekben a fenntartható turizmus egyik meghatározó ágává vált (Puczkó & Rátz, 2011). Magyarország természeti adottságai és az ehhez kapcsolódó épített infrastruktúra széles körben biztosítják a különböző érdeklődésű turisták számára a kikapcsolódás lehetőségét. Az alábbi fejezetekben ezeknek az aktív turisztikai fejlesztéseknek a gyalogos természetjáráshoz kapcsolódó turisztikai attrakciói kerülnek bemutatásra.

Kilátók. A kilátók a gyalogos természetjárók egyik legkedveltebb célpontjai, mivel egyedülálló lehetőséget biztosítanak a táj szépségének megfigyelésére. Az épített kilátók hazai története messzire nyúlik vissza, hiszen már a 19. század második felében elkezdődtek a különböző kilátók építési munkálatai. Magyarország első kilátója a János-hegyi kilátó elődje volt, amelyet 1880-ban építettek fából a Budai-hegységben. Ezt az építményt később lebontották, és helyére épült a ma is ismert Erzsébet-kilátó, amelyet 1910-ben adtak át (Majtényi et al., 2005). Ahogy a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 is fogalmaz, a kilátók elsődleges célja „[a]ttraktív tájképi jelleggel rendelkező magaslati pontokról megfelelő kilátást biztosítása, a helyi vonzerő növelése érdekében a természetes környezet rendezése… összhangban a vonatkozó természetvédelmi előírásokkal és korlátozásokkal" (AÖFK, 2023b). Jó gyakorlat erre az a Kéz kilátó (Isten tenyere kilátó), amelyet a Cserhátban, az Országos Kéktúra útvonalának Hollókő és Felsőtold közötti szakaszán, a Farkaskútvölgy nevű területen építettek. A kilátó kialakítását egy helyi egyesület kezdeményezte, a kilátó pedig mára önálló, utazásra motiváló attrakcióvá vált.

Hasonlóan a jó gyakorlatok között lehet említeni azt a Galya-kilátót is, melynek 2015-ös felújítása során felismerték a kitűnő lokációval és egyéb jó adottságokkal rendelkező épületegyüttes komplex szemléletű fejlesztésében lévő potenciált. Ennek eredményeképpen a bakancsos turizmus mellett az aktív turizmus egyéb ágait is kiszolgáló, színvonalas szolgáltatásokat nyújtó turistacentrum született.

Turistaszállások és menedékházak. A magyarországi gyalogos természetjárás során a turistaszállások és menedékházak kiemelt jelentőséggel bírnak, mivel ezek biztosítják a túrázók számára a pihenés és regenerálódás lehetőségét, hozzájárulva ezzel a természetjárás élményének teljességéhez. Az elmúlt években a természetjárás népszerűsége növekedett, különösen a nagyvárosokhoz közeli desztinációk látogatottsága emelkedett meg. Ez a tendencia rámutat a megfelelő infrastruktúra, így a turistaszállások és menedékházak fontosságára a túrázók igényeinek kielégítésében (Benkhard, 2021). A Magyar Természetjáró Szövetség által fenntartott több mint 17 000 km jelzett turistaút hálózatának közel fele erdőterületen található, és számos menedékház és turistaszállás kapcsolódik hozzá, amelyek elengedhetetlenek a gyalogos természetjárás infrastruktúrájában. A védett természeti területeken folyó turizmus tervezésekor és szervezésekor kiemelt figyelmet kell fordítani a látogatómenedzsment-technikák alkalmazására. Ez magában foglalja a turistaszállások és menedékházak megfelelő elhelyezését és fenntartását, hogy minimalizálják a természeti környezetre gyakorolt negatív hatásokat, miközben biztosítják a látogatók kényelmét és biztonságát (Benkhard & Martonné, 2018.)

Látogatóközpontok. A magyarországi gyalogos természetjárás során a látogatóközpontok kiemelt szerepet töltenek be, mivel ezek az intézmények nemcsak információt nyújtanak a természeti értékekről és túraútvonalakról, hanem hozzájárulnak a környezeti neveléshez és a fenntartható turizmus fejlesztéséhez is. A Nemzeti Környezeti Nevelési Stratégia hangsúlyozza, hogy a látogatóközpontok jelentős mértékben hozzájárulnak a környezeti tudatosság növeléséhez, mivel lehetőséget biztosítanak a látogatóknak, hogy mélyebb ismereteket szerezzenek a helyi ökoszisztémákról, elősegítve ezzel a természettel való harmonikus kapcsolat kialakítását (Vásárhelyi, 2010). Ezek az intézmények a turisztikai terméktervezés és fejlesztés folyamatában is kulcsszerepet játszanak, hiszen a természeti és kulturális erőforrások fenntartható hasznosítását célozzák meg. (Michalkó, 2011)

Erdei vasutak. A magyarországi erdei kisvasutak jelentős szerepet töltenek be a gyalogos természetjárásban, mivel lehetővé teszik a nehezen megközelíthető természeti területek elérését, ezáltal növelve azok turisztikai vonzerejét. Ezek a keskenynyomközű vasutak eredetileg gazdasági célokat

szolgáltak, főként faanyag és egyéb erdei termékek szállítására épültek a 19. század végétől kezdődően (Misóczki, 2010). A Mátra és a Börzsöny vidékén is számos gazdasági, erdei, bánya- és ipari kisvasút létesült a 19. század végén és a 20. század elején, amelyek kezdetben az erdőgazdálkodás és a bányászat igényeit szolgálták ki, majd idővel turisztikai célú felhasználásuk is előtérbe került (Tóbiás, 1996). Az erdei vasutak egyik kiemelkedő hazai turisztikai attrakciója, a Lillafüredi Állami Erdei Vasút története 1920-ban kezdődött, amikor a Bükk hegységben kitermelt faanyag és egyéb erdei termékek szállítására létrehozták; a személyszállítás csak később, 1924-ben indult meg, hozzájárulva a térség turisztikai fejlődéséhez (Szűcs, 2010).

Napjainkban ezek az erdei kisvasutak nemcsak kulturális örökségünk részét képezik, hanem aktív szereplői a természetjáró turizmusnak, hozzájárulva a fenntartható turizmus és a természeti értékek megőrzéséhez.

Via ferrata utak. A via ferrata, vagyis a vasalt utak különleges turisztikai attrakciókká váltak Magyarországon, különösen a gyalogos természetjárók körében. Ezek a mesterségesen kialakított mászóutak lehetővé teszik a látogatók számára, hogy biztonságos körülmények között élvezhessék a sziklamászás izgalmát. A via ferrata története Magyarországon 2013-ra nyúlik vissza, amikor az első utakat a bakonyi Cuha-patak völgyében és Cseszneken kialakították. Ezeket követték a tatabányai Kő-hegyi vasalt utak, majd további pályák épültek Felsőtárkányban, Demjénben és Esztramoson. A via ferrata utak nemcsak a természetjárás élményét fokozzák, hanem hozzájárulnak a fenntartható turizmushoz is, mivel a látogatók közvetlen kapcsolatba kerülnek a természettel, miközben tiszteletteljesen viszonyulnak hozzá. A vasalt utak különböző nehézségi fokozatokban állnak rendelkezésre, így kezdők és tapasztalt mászók egyaránt megtalálhatják a számukra megfelelő kihívást.

Hegyek és természetes kilátók. A magyarországi hegyek és természetes kilátók kiemelkedő szerepet játszanak a természetjárásban, mint fontos turisztikai attrakciók. A Mátra hegységben található Kékestető (1015 m), Magyarország legmagasabb pontja, népszerű célpont a túrázók számára, lenyűgöző panorámát nyújt a környező tájakra. (Kékes Online, 2020). Mindezek a természetes kilátók és hegyek hozzájárulnak a hazai turizmus gazdagításához, miközben figyelmet fordítanak a természeti értékek megőr-

zésére és fenntartható hasznosítására is. Ilyen jellegű aktívturizmus-fejlesztési programok zajlanak a természeti vonzerők védelme érdekében a Mátra térségében is, amelyek célja a környezet megóvása mellett a helyi közösségek gazdasági helyzetének javítása is (AÖFK, 2023a).

Vízesések. A természeti vonzerők szerepe és azok hatása a turizmus fejlődésére kiemelt jelentőséggel bír, különösen a védett területeken, ahol a fenntartható turizmus és a környezetvédelem szorosan összefonódik (CEETO, 2018). A vízesések és más természeti adottságok gyakran alkotják a turizmus központját, és fontos szerepet játszanak a helyi gazdaságokban is (Rátz & Michalkó, 2015). A vízi turizmus és ökoturizmus különböző aspektusait vizsgálva a kutatások rávilágítanak a természeti vonzerők, például a vízesések, fenntarthatóságának fontosságára, és arra, hogy miként lehet ezeket a helyi közösségek és a látogatók javára fejleszteni anélkül hogy káros hatással lennének a környezetre (Insomnia Reklámügynökség Kft., 2008). A vízesések látogatottságának és turisztikai vonzerejének növekedése új lehetőségeket nyújt a térség fejlődésében, és az egyre bővülő kulturális és természeti turizmus számára is vonzó célt jelenthet (Tóth, 2024).

Erdők. A magyarországi erdők jelentős szerepet töltenek be a gyalogos természetjárásban, mint fontos turisztikai attrakciók. Az erdők vonzereje abban rejlik, hogy nemcsak a természeti szépségüket kínálják, hanem olyan ökoturisztikai élményeket is nyújtanak, amelyek segítik a látogatókat abban, hogy közvetlen kapcsolatba lépjenek a természettel. A hazai erdők környezeti és gazdasági értékei mellett az erdőterületen történő gyalogos természetjárás népszerűsége is folyamatosan nő, a túrázók számára pedig a különböző tanösvények és kijelölt gyalogos turistautak biztosítják az élményeket. A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 hangsúlyozza az erdők védelmét és a fenntartható turizmus fejlődését, különös figyelmet fordítva a természetjáró útvonalak kiépítésére és fenntartására, amelyek elősegítik a természetbarát aktivitásokat (AÖFK, 2023b). A Pilisi Parkerdő, amely a budai hegyek egy jelentős részét is magában foglalja, szintén kiemelkedő szerepet játszik a hazai gyalogos természetjárásban, hiszen számos turistautat és tanösvényt kínál a látogatók számára (Pilisi Parkerdő, é. n.). A fenntartható turizmus iránti igény növekedésével a hazai erdők, mint turisztikai attrakciók, továbbra is központi szerepet játszanak, miközben folyamatosan biztosítják a természet

értékeinek megőrzését és fenntartható használatát (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2020).

Túrák és túramozgalmak. A természetjárók széles rétege számára a különféle túramozgalmak adják a játékos honismeret élményét akár regionális, akár országos szinten. Regionális túramozgalom például a Közép-dunántúli Pirostúra vagy a Kohász Kéktúra; országos mozgalmak a napjainkra minden korábbi elképzelést felülmúlóan népszerű Kéktúrák (Országos Kéktúra, Rockenbauer Pál Dél-dunántúli Kéktúra és az Alföldi Kéktúra). A túramozgalmak mögött minden esetben áll egy fenntartó, koordináló szervezet, amely lehet egyesület, megyei szövetség, vagy akár, mint a Kéktúrák esetében, országos szövetség. Túramozgalmakhoz is kapcsolódhatnak egynapos események, mint amilyen a Kéktúrázás Napja elnevezésű országos esemény, amely a Kéktúra útvonalain vezetett túrákkal népszerűsíti a természetjárás hagyományát, ugyanakkor közösségi élményt nyújt a résztvevőknek.

A teljesítménytúrák közül kiemelkedik a Gerecse 50, amely az egyik legnépszerűbb hazai túramaraton; évente több ezer túrázó vesz részt rajta. Az 50 kilométeres táv mellett rövidebb szakaszokat is kínál, így szélesebb közönség számára is teljesíthető.

A modern természetjárás és a fenntartható turizmus együtt jár a digitális eszközök elterjedésével is: online térképek, GPS-alapú útvonaltervezők és okostelefonos alkalmazások segítik a túrázókat. Az infrastruktúra fenntartásában továbbra is fontos szerepet játszanak a természetjáró egyesületek és az önkéntesek, így biztosítva, hogy a természetjárás hosszú távon is fenntartható és elérhető maradjon mindenki számára.

A bemutatott attrakciók, a turisztikai infrastruktúra és a kapcsolódó túrakínálat jelentős szerepet játszik a hazai gyalogos természetjárásban, mivel különböző módokon járulnak hozzá a túrázók élményszerzéséhez és a természetvédelmi célok eléréséhez. A Magyarországon oly széles körben elterjedt kilátók a táj és környezetünk szépségének megfigyelését biztosítják, miközben segítenek az egyre közkedveltebb aktív turizmus további népszerűsítésében. Az erdei vasutak és a via ferrata utak hozzáférhetővé teszik a nehezen megközelíthető helyeket, és fokozzák a turisták élményeit természettel való közvetlen kapcsolatuk révén. A turistaszállások és menedékházak kiemelt szerepet kapnak az aktív pihenés biztosításában, míg a látogatóközpontok

lehetőséget adnak a környezeti nevelésre és a fenntarthatóságra vonatkozó tudatosság növelésére. A természeti látnivalók: a hegyek, a vízesések és az erdők, nemcsak a szabadidős tevékenységek színterei, hanem a helyi közösségek gazdasági fejlődésére is kedvező hatással vannak. Összességében ezek az attrakciók hozzájárulnak a fenntartható, aktív turizmus fejlődéséhez, a turisták számára izgalmas, változatos élményeket kínálnak, és a kapcsolódó szolgáltatásokon és edukatív tartalmakon keresztül kiváló lehetőséget biztosítanak az egészséges életmód és a szelíd természetjárás megvalósításához.

### 5.1.3. A természetjárás jelenlegi kihívásai

A természetjárás napjainkban egyre nagyobb népszerűségnek örvend, és az aktív turizmus egyik meghatározó formájává vált Magyarországon is. A természetjárás növekvő népszerűsége ugyanakkor komoly kihívások elé is állítja a természetvédelmet, hiszen az emberi jelenlét hatással van az ökoszisztémákra, az élővilágra és a táji értékekre. A fenntartható természetjárás biztosítása érdekében egyre nagyobb figyelmet kapnak azok a kérdések, amelyek a természeti környezet megóvását és a látogatói terhelés szabályozását célozzák (Ásványi, 2022).

Az egyik legidőszerűbb kérdés a természetjárás által érintett természetvédelmi területek túlhasználata és az ebből fakadó környezeti károk csökkentése. A CEETO (2018) kiemeli, hogy a fokozott látogatottság talajerózióhoz, a helyi növény- és állatvilág élőhelyeinek megzavarásához vezethet. A látogatómenedzsment egyik megoldása az ökoturisztikai fejlesztések előtérbe helyezése; például alternatív útvonalak kijelölése vagy a turistaforgalom szezonális szabályozása (Irimiás et al., 2019). A klímaváltozás is egyre nagyobb hatással van a természetjárás feltételeire. A hőmérséklet-emelkedés, a csapadékviszonyok változása és az extrém időjárási események mind befolyásolják a túraútvonalak állapotát és a természeti környezet regenerálódását (Gyulai, 2012). Nem véletlen, hogy az Európai Bizottság jelentése szerint a klímaváltozás következményei hosszú távon befolyásolhatják a turizmus fenntarthatóságát is (é. n. [2023]). Ezen túlmenően az emberi tevékenységből eredő környezetszennyezés – például a hulladéktermelés, az illegális tűzrakás és a nem megfelelő erdei közlekedés – tovább súlyosbítja a természetvédelmi problémákat (Happ, 2014). A fenntarthatóság érdekében elengedhetetlen az edukáció és a felelős turistamagatartás népszerűsítése, amelyben az

ökoturisztikai szemléletű fejlesztések és a környezetbarát infrastruktúra kiépítése is fontos szerepet játszik (Gonda, 2022).

A természetjárást érintő kihívások kezelésére tehát komplex megoldások szükségesek: a szabályozások szigorítása, a látogatók tudatosítása, valamint az éghajlatváltozás hatásainak figyelembevétele egyaránt hozzájárulhat a fenntartható természetjárás kialakításához. A fenntartható turizmus egyik alapelve, hogy a természeti területeken kialakított infrastruktúrát úgy kell fejleszteni, hogy az minimalizálja a környezeti terhelést, miközben elősegíti a látogatók megfelelő tájékoztatását és a felelős viselkedés kialakítását (Gonda, 2022). Magyarországon a turistautak fenntartásának egyik fő nehézsége az anyagi források hiánya, valamint az önkéntes és szakmai munkaerő korlátozott elérhetősége. A fenntartható turizmus gyakorlati megvalósítása ezért komoly kihívást jelent a természetvédelmi területeken, ahol az infrastruktúra kiépítésének és fenntartásának egyensúlyát kell megtalálni (CEETO, 2018).

Az éghajlatváltozás további nehézségeket okoz a turisztikai infrastruktúra fenntartásában. Az egyre szélsőségesebb időjárási viszonyok – például a heves esőzések, az áradások, a hőhullámok, az aszályok – károsíthatják a turistautakat, hidakat és egyéb létesítményeket, amelyek rendszeres karbantartást igényelnek (Európai Bizottság, é. n. [2023]). Emellett a látogatószám növekedése is kihívásokat jelent, mivel a fokozott terhelés gyorsítja az infrastruktúra amortizációját, és növeli a természetvédelmi szempontból érzékeny területek sérülésének kockázatát (Ásványi et al., 2022).

### 5.1.4. Túlturizmus és látogatómenedzsment a természetjárásban

A túlturizmus egyre nagyobb problémát jelent a természetjárásban, különösen a népszerű túra helyszíneken, ahol a látogatók túlzott száma komoly környezeti és társadalmi hatásokkal jár. A túlzott terhelés nemcsak az ökoszisztémákra van negatív hatással – például a turistautak nyomvonalának eróziója, az élővilág megzavarása és a hulladéktermelés növekedése révén –, hanem a látogatók élményét is ronthatja a zsúfoltság és a megnövekedett infrastruktúra-terhelés (Ásványi, 2022).

A túlturizmus kezelésére a látogatómenedzsment különböző stratégiákat alkalmazhat. Az egyik fontos megoldás a szezonális és térbeli forgalomelosz-

tás, amely az alternatív túraútvonalak és kevésbé ismert helyszínek népszerűsítésével csökkenti a túlzsúfoltságot (Gonda, 2022). Emellett a digitális technológiák – például látogatói számlálók, online foglalási rendszerek és okostelefonos applikációk – segíthetnek a turisták tájékoztatásában és az időszakos korlátozások bevezetésében (CEETO, 2018).

A látogatómenedzsment eszközei közé tartozik a belépők bevezetése, vagy a látogatók számának korlátozása is, amelyet több európai természetvédelmi területen sikeresen alkalmaznak (Európai Bizottság, é. n. [2023]). Magyarországon is egyre nagyobb figyelmet kap a fenntartható turizmus, amelynek célja a természeti erőforrások megőrzése mellett a helyi közösségek bevonása és a látogatói élmény hosszú távú fenntarthatóságának biztosítása (Gonda, 2016). A természetjárás népszerűsége folyamatosan növekszik, azonban a fenntartható turizmus érdekében elengedhetetlen az erdei viselkedés szabályozása. A természetes élőhelyek védelme, az ökoszisztémák megóvása és a látogatók biztonságának szavatolása érdekében egyre több szabályozás lép életbe Magyarországon is (Ásványi, 2022).

A természetjárás népszerűségének növekedése komoly kihívások elé állítja nemcsak a természetvédelmet, hanem az infrastruktúra fenntartását végző szervezeteket is. A fokozott emberi jelenlét az ökoszisztémák sérüléséhez, a természeti környezet túlhasználatához és a fenntartható turizmus egyensúlyának megbomlásához vezethet. A túlturizmus, az éghajlatváltozás hatásai és az infrastruktúra terheltsége miatt egyre nagyobb szükség van integrált látogatómenedzsmentre és tudatos szabályozásra.

A jövőben minden valószínűség szerint az egyik legnagyobb kihívást a klímaváltozás hatásainak kezelése jelenti majd, mivel a szélsőséges időjárási jelenségek veszélyeztetik a turistautak állapotát, valamint az élővilág regenerálódását is. A látogatómenedzsment kérdésében a digitális eszközök és az innovatív technológiák – például a látogatószámlálók, az interaktív térképek és a fenntartható turisztikai applikációk – hatékony megoldást nyújthatnak a problémák kezelésére.

A hosszú távú fenntarthatóság érdekében elengedhetetlen a természetjárók tudatosságának növelése és a környezetbarát viselkedés ösztönzése. A felelősségteljes erdei magatartás, a hulladékmentes túrázás és az ökoszisztémák megóvása olyan kulcsfontosságú tényezők, amelyek nélkül a természetjárás jövője veszélybe kerülhet. A természetvédelem, az infrastrukturális fejlesztések és a tudatos látogatómenedzsment összehangolt alkalmazása nélkülözhetetlen

lesz annak érdekében, hogy a gyalogos turizmus hosszú távon fenntartható maradjon, miközben megőrzi a természeti és kulturális értékeket.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


AÖFK. (2023a). *Mátra Térségi Aktív Turisztikai Stratégia* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://aofk.hu/wp-content/uploads/2024/07/matra_tats_aktualizalt_2023_fin.pdf.

AÖFK. (2023b). *Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf.

AÖFK. (2024). *Börzsöny-Dunakanyar Térségi Aktív Turisztikai Stratégia* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://aofk.hu/wp-content/uploads/2024/07/borzsony-dunakanyar-aktiv-turisztikai-fejlesztesi-program.pdf

Ásványi K. (szerk.). (2022). *Fenntarthatóság a turizmusban*. Akadémiai Kiadó. ISBN: 9789634547860. https://mersz.hu/hivatkozas/m950fat_0/#m950fat_0

Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat. (2020). *Bács-Kiskun megyei erdők és turizmus.* Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat. https://bacs-kiskun.hu/erdo-turizmus/.

Benkhard, B. (2021). Túrázók a Pilis és a Visegrádi-hegység területén: a megközelítés problémája – Hiking in the Pilis and Visegrád Hills: the problem of access. *Turizmus Bulletin, 21*(3), 5–12. DOI: 10.14267/TURBULL.2021v21n3.1. https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/turizmusbulletin/article/view/819/2021vol21no3a1.

Benkhard, B., & Martonné, E. K. (2018). Látogatómenedzsment a hazai védett természeti területeken. *Turizmus Bulletin, 18*(1), pp. 29–36. https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/turizmusbulletin/article/view/932.

Bucsek H. (1973). A magyar hegymászás története 1873-ig. *Hegymászó Híradó, 3*, 3–11. https://adt.arcanum.com/hu/view/Hegymaszo_1973/?pg=115&layout=s.

CEETO. (2018). *Kézikönyv a fenntartható turizmus jó gyakorlatáról a védett területeken* [PDF]. Central Europe Eco-Tourism. https://

programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/Handook-Sustainable-Tourism-HU-CEETO-Interreg.pdf.
Csatlós, J. (2021). Turisták a tilos táblák árnyékában: A szabadidő átpolitizálódása a munkáskultúrában. *Korall, 84*, 104–121. https://epa.oszk.hu/00400/00414/00075/pdf/EPA00414_korall_2021_84_104-121.pdf.
Donka, A. (2017). A szerepek változása az aktív turizmus fejlesztésében. In Reisinger A. (szerk.), *Sport – Gazdaság – Turizmus: Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 8. elektronikus formában megjelenő kötete* (pp. 1–11). Széchenyi István Egyetem. ISBN 9786155837180. https://kgk-archiv.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2017/Donka_Kautz_2017.pdf.
Európai Bizottság. (é. n. [2023]). *Az éghajlatváltozás következményei*. European Commission – Climate Action. https://climate.ec.europa.eu/climate-change/consequences-climate-change_hu.
Gonda T. (2016). *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar. https://mek.oszk.hu/16600/16658/.
Gonda T. (2022). *Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljesség a turizmusban*. Akadémiai Kiadó. https://mersz.hu/keres/Gonda%20Tibor%20Alternat%C3%ADv%20turizmus/hivatkozas/m969at_book1/#m969at_book1.
Gyulai I. (2012). A *fenntartható fejlődés*. Ökológiai Intézet. https://mek.oszk.hu/15500/15563/15563.pdf.
Happ É. (2014). Fenntartható turizmus és felelősségvállalás. *Gazdaság & Társadalom – Journal of Economy & Society, 6*(1), 90–101. DOI: 10.21637/GT.2014.1.07. http://publicatio.uni-sopron.hu/719/1/GT_2014_1_07_Happ.pdf.
Insomnia Reklámügynökség Kft. (szerk.). (2008). *Ökoturizmus és Vízi turizmus* [PDF]. Vízügyi és Környezetvédelmi Központi Igazgatóság. https://www.vizugy.hu/uploads/csatolmanyok/160/cigand_tajekoztato_okoturizmus_a5.pdf.
Irimiás A., Jászberényi M., & Michalkó G. (szerk.). (2019). *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai Kiadó. ISBN 978 963 454 408 1. https://mersz.hu/dokumentum/m580turtei__1/.

Kékes Online. (2020. július 18.). *Az ország Mátra-látó kilátóhelyei*. Kékes Online. https://kekesonline.hu/2020/07/18/az-orszag-matra-lato-kilatohelyei/.

Kormány, Á. (2021). A munkás természetjárók és a polgári világ kapcsolata a Horthy-korszakban, *Múltunk, 66*(2), 101–139. ISSN 0864-960X (nyomtatott). ISSN 2677-156X (online). https://real.mtak.hu/140224/1/kormanya_21_2.pdf.

Majtényi Gy., Szatucsek Z., & Balázs A. (2005). *Erzsébet-kilátó.* (Hegyvidéki Históriák). Magánkiadás. ISBN: 963-9570-19-2.

Majtényi, Gy., & Szatucsek, Z. (2016). *Erzsébet-kilátó*. Tarsoly Kiadó. ISBN: 9639570192.

Michalkó, G. (2008). *A turisztikai tér társadalomföldrajzi értelmezésének új dimenziói* [MTA doktori értekezés]. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet. https://real-d.mtak.hu/95/1/Michalko.pdf.

Michalkó, G. (2011). *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem.

Misóczki, L. (2010). Gazdasági, erdei, bánya és ipari kisvasutak a Mátra vidékén a 19–21. században. *Acta Academiae Agriensis, Sectio Historiae, 37*, 173–191. https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/4015/1/Mis%C3%B3czki_174_193.pdf

Neidenbach, Á., & Pusztay, S. (2005). *Magyar hegyisport és turista enciklopédia*. Kornétás Kiadó. ISBN 9789639353398.

Pilisi Parkerdő. (é. n.). *Ökoturisztikai fejlesztések a Parkerdő területén – VEKOP-GINOP* [Projekt befejezésének dátuma: 2022. november 1.]. Pilisi Parkerdő. https://parkerdo.hu/okoturisztikai-fejlesztesek-pilisi-parkerdo-teruleten-vekop-ginop/.

Polgárdy G. (szerk.). (1941). *Magyar Turista Lexikon: A–Z*. Főbizományos Eggenberger-féle Könyvkereskedés (Rényi Károly).

Puczkó, L., & Rácz, T. (2011). *Az attrakciótól az élményig: A látogatómenedzsment módszerei.* Akadémiai Kiadó. ISBN 9789630598835. DOI: 10.1556/9789630598835. https://mersz.hu/dokumentum/dj235aaae__1/.

Rátz, T., & Michalkó, G. (2015). Kreativitás és innováció a turizmusban. In Rátz T., & Michalkó G. (szerk.), *Kreativitás és innováció a turizmusban* (pp. 8–10). (Turizmus Akadémia 7). Kodolányi János Főiskola;

MTA CSFK Földrajztudományi Intézet; Magyar Földrajzi Társaság. ISBN: 978-615-5075-32-2. ISSN: 1786–2310. https://www.researchgate.net/profile/Alpar-Horvath/publication/357901062_A_nemzeti_identitasturizmus_kreativitasigenye/links/61e696a79a753545e2dcf5d4/A-nemzeti-identitasturizmus-kreativitasigenye.pdf.

Rézler, Gy. (1938). *A magyar nagyipari munkásosztály kialakulása: 1867–1914*. Rekord Könyvkiadó. https://adt.arcanum.com/hu/view/BMEKonyvek_TarsadalomtudomanyiKonyvtar_1570313/?pg=0&layout=s.

Sulyok, J., & Magyar, Zs. (2014). Az aktív turizmus helyzete Magyarországon: Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás. *Turizmus Bulletin, 16*(3), 15–26. https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_Évf.16_2014_03_04.pdf.

Szűcs Z. J. (2010. november 10.). *A Lillafüredi Állami Erdei Vasút története*. Kisvasút.hu. https://www.kisvasut.hu/view_cikk.php?id=663&rfa=50

Tabajdi, G., & Szigeti, L. (szerk.). (2020). *Magyar cserkészélet: (1910–1948).* Magyar Cserkészszövetség. https://www.cserkesz.hu/sites/default/files/2020-10/tabajdi-szigeti-magyar-cserkeszelet-1910-1948.pdf?utm_source=chatgpt.com.

Takács Á. (2015. január 29.). *Új kilátás Galyatetőn*. Építészfórum. https://epiteszforum.hu/uj-kilatas-galyateton.

Tóbiás, L. (1996). *A magyarországi kisvasutak idegenforgalmi földrajzi adottságai*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet. ISBN 9637395768. ISSN 0139-2875. https://real-eod.mtak.hu/4768/1/Magyarorszagi_kisvasutak.pdf.

Tóth A. P. (2024. július 3.). *Fedezzük fel a legszebb hazai vízeséseket!* Tudas.hu. https://tudas.hu/fedezzuk-fel-a-legszebb-hazai-vizeseseket.

Vásárhelyi J. (szerk.). (2010). *Nemzeti Környezeti Nevelési Stratégia: Alapvetés* (3., jav. kiad.) [PDF]. Magyar Környezeti Nevelési Egyesület. https://mek.oszk.hu/13400/13463/13463.pdf.

## 5.2. KERÉKPÁROS TURIZMUS

BERENCSI MIKLÓS – GLÁSZ ATTILA – BODROGAI LÁSZLÓ ANZELM

### 5.2.1. A FEJEZET CÉLJA

A fejezet célja, hogy az aktív túratípusok közül bemutassa a kerékpáros turizmus meghatározó hazai jellemzőit, az infrastrukturális feltételeket, a szereplőket, az attrakciókat, a vonatkozó szabályozásokat, a jellemző szolgáltatásokat, az információs rendszert, a jelenleg alkalmazott és a jövőben alkalmazható digitális eszközöket, a mesterséges intelligencia szerepét.

Bemutatásra kerülnek a hazai adottságok, domborzati és klimatikus viszonyok, valamint a kerékpáros turizmus általános helyzete, népszerűsége, turizmusban betöltött szerepe. Az infrastruktúra esetében a hazai EuroVelo, valamint az országos főhálózat, mint a kerékpáros útvonalhálózat gerince, kerül bemutatásra kiegészítve a jelentősebb regionális és térségi hálózatokkal, a tókerülő útvonalakkal, a kerékpározható árvédelmi töltésekkel, a mezőgazdasági és az erdészeti utakkal, a kerékpározható közúthálózattal együtt. Ismertetésre kerülnek a legfontosabb központi és területi államigazgatási szereplők, szakmai és civil szervezetek, egyesületek, illetve a szereplők közötti együttműködés keretei. Bemutatásra kerül a kerékpáros útirányjelző táblázási és információs rendszer, a kerékpáros útvonalakat, ajánlott túrákat tartalmazó adatbázisok, honlapok, applikációk.

A kerékpározás és a turizmus kapcsolata már az 1990-es években nagy figyelmet kapott. Holland és brit minták alapján 1999-ben elkészült az első stratégia, amely alapján 2003 áprilisában a magyar országgyűlés törvényben fogadta el a kerékpárbarát főútvonal-hálózat nyomvonaltervét. Már ekkor érvényesült a magyarországi szemléletben a European Cyclists Federation (ECF) által kidolgozott EuroVelo fejlesztési program, amely kerékpár-turisztikai folyosókat jelölt meg szerte Európában. Az egyenként is tekintélyes hosszúságú fejlesztési folyosók közül négy Magyarországon is áthalad (EV6, EV11, EV13 és EV14). A folyosói jelleg azért hangsúlyozott, mert a nagy folyók mentén vezetett nyomvonalak bármelyik oldalon kijelölhetőek, a helyi fejlesztések pedig módosíthatóak (Berendy, 2006).

2009-ben elkészült turizmusfejlesztési stratégiában tovább erősödött a szerep és a figyelem. Főleg mert az addigra egy évtizedes tevékenység után a stratégia bevezetője azzal kezdődik, hogy „Magyarország kedvező adottságokkal rendelkezik a kerékpáros turizmus fejlesztéséhez, a számos pozitív érték ellenére azonban a kerékpáros turizmusban rejlő lehetőségek kiaknázására mindezidáig nem, illetve csak korlátozott mértékben került sor. Ennek következményeként jelenleg nem beszélhetünk Magyarországon komplex kerékpáros turisztikai termékről, még a legfejlettebb infrastruktúrával rendelkező helyszíneken sem" (EconoConsult Kft. & COWI Magyarország Kft., 2009, p. 3).

Az azóta eltelt 15 évben nagy változások történtek, hiszen a legújabb stratégia már sokkal optimistábban vázolja a helyzetet. Napjainkban a kerékpározás az egész világon reneszánszát éli. Egyre többen ismerik fel, hogy a kerékpár a mindennapi közlekedésben gyors, kényelmes, biztonságos és környezetbarát utazási lehetőség. A kerékpárnak a turizmusban is növekszik a szerepe. A mérések szerint Magyarországon a második legnépszerűbb aktív turisztikai túratípus, melyet jól bizonyít a nagyobb tavainkat körülvevő kerékpárutak szezonbeli kihasználtsága. A kerékpározás az egészségi állapot javítása mellett hozzájárul a gazdasági fejlődéshez és a vidék fejlesztéséhez is, így a kerékpározást érintő pozitív trendekre kiemelt figyelmet kell fordítani. (AÖFK, 2023).

### 5.2.2. A kerékpárturizmus fogalma és típusai

A nemzetközi és a hazai kerékpározási szakirodalom alapján a következő definíciót használja a 2009-es kerékpáros turizmus fejlesztési stratégia. „Kerékpáros turizmus (Cycle tourism): speciálisan két hely közötti, a szabadidőt turisztikai céllal eltöltő, kerékpárral történő utazást jelöl" (EconoConsult Kft. & COWI Magyarország Kft., 2009, p. 3). Abban is különbözik a napihivatásforgalmi kerékpározástól, hogy maga a kerékpározás integráns része a turisztikai élménynek (Jászberényi et al., 2022).

Az alábbi, típusokat különböztetjük meg:

- A kerékpáros nyaraláson a kerékpározás, mint fő közlekedési eszköz, a helyi és a helyközi közlekedésben motivál az utazásra, kör-, csillag- vagy vándortúra formájában.

- A nyaralás közbeni kerékpározás során a kerékpározásra, mint programfajtára, tekintenek, és összekötik más tevékenységekkel.
- A hosszútávú kerékpáros utak olyan kerékpáros útvonalak, amelyeknek az a céljuk, hogy arra ösztönözzék a kerékpáros turistákat, hogy egy országon belül vagy országok között különböző desztinációkat keressenek fel. Több mint 100 km hosszúságúak, de nem ritka az 500 km-es útvonal sem. Ezekre, illetve általában a kerékpáros régiókra, azaz útvonalhálózatokra jellemző, hogy jól kitáblázottak és különböző interpretációs eszközökkel is felszereltek a kerékpárosok minél jobb tájékoztatása érdekében. Gyakran egy brand köré építettek, és különböző piacokon hirdetik őket a nagyközönségnek vagy a szervezeteknek.
- A kerékpáros események olyan nemzeti vagy nemzetközi kerékpáros versenyek, teljesítménytúrák vagy egyéb kerékpáros rendezvények, programok, amelyek valamilyen téma vagy esemény alapján kerülnek (akár évről évre) megrendezésre. Hatásuk több szempontból is jelentős, ugyanis a közvetlen eseményen való részvétel mellett a kísérő családtagok és egyéb érdeklődik (pl. nézők) által is hozzájárul a helyi gazdaság erősödéséhez (*lásd* Tour de France, Tour de Hongrie, Giro d'Italia). A kerékpáros események közé sorolhatjuk a szakmai konferenciákat (pl. az EuroVelo és a Kerékpáros Turisztikai Konferencia), a műhelytalálkozókat és az egyéb szakmai eseményeket is.

### 5.2.3. A kerékpárturizmus gazdasági és társadalmi hatásai

A kerékpározás népszerűsége a Covid–19-járvány korlátozásainak pozitív mellékhatásaként világszerte megnőtt. A tendencia magas potenciált hordoz az élhető városi mobilitás és a fenntartható turizmus térnyeréséhez. Leginkább az infrastruktúra minősége, a járműforgalom volumene és a kerékpárosbarát szolgáltatások igényelnek fejlesztést (Molnár et al., 2023).

A turisták egyre nagyobb aránya kívánja aktívabb és felelősebb módon eltölteni a kikapcsolódásra szánt időt, ami egyben azt is jelenti, hogy több élményre és tevékenységekre van szükségük. Ez az aktívabb, tevékenységgel teli életmód hozzájárulhat a flow-élmény eléréséhez is, mely összességében boldogabb életet eredményezhet. A kerékpárturizmus keresleti trendje szorosan kapcsolódik a társadalmi és demográfiai változásokhoz (például

a családi struktúra megváltozása, az oktatás szintjének általános növekedése, valamint a tanulási és a tudásigény növekedése). Mindezek növelik a turisták számát, akik érdeklődnek és részt vesznek az aktív turizmusban. Több tanulmány igazolja, hogy a kerékpározás a legkedveltebb szabadidős tevékenység (Lőrincz et al., 2020).

Az elmúlt időszakban több, a kerékpáros turizmus gazdasági hatását bemutató tanulmány és kutatás készült Európában. A teljesség igénye nélkül ezekből pár jellemző adatot mutatunk be:

- Olaszországban a kerékpáros turizmus éves szinten 10 miliárd EUR bevételt jelent (30 000 fős minta megkérdezése alapján).
- Hollandiában csak a belföldi kerékpáros turizmus 1 miliárd EUR éves bevételt jelent.
- Az Európai Parlament 2012-es jelentése alapján éves szinten 44 miliárd EUR bevételt generál Európában a kerékpáros turizmus.
- A német kerékpárosklub (ADFC) évente készít részletes, reprezentatív kutatást (2023-ban 16 000 válaszadóval) vizsgálva az 1, az 1-2 napos és a 3 vagy többnapos túrákat, kerékpáros nyaralásokat, és azokat is, akik nem túráznak. A kutatás szerint a rövid túrák száma nő, hosszabb túrák száma csökken. Éves szinten 22–25 milliárd EUR-t költenek Németországban a kerékpáros turisták, és még jelentős potenciál van a szektorban.

Érdemes megnézni az ADFC kutatását kicsit részletesebben is annak érdekében, hogy az egyes túratípusok jellemzőit jobban megismerjük.

1-2 éjszakás rövid kerékpáros túrák. Fő motiváció: a biciklizés:

- 7 millió rövid kerékpártúra.
- 5 millió kerékpáros.
- 1,8 vendégéjszaka átlagosan.
- Költés: 130 euró/fő/nap (benne a ki- és a beutaztatás költsége is).
- Átlagos táv: 61,8 km/nap.

Kerékpározás a nyaralás alatt. A fő motiváció nem a kerékpározás volt, csak biciklihasználat alkalmanként:

- 29 millió ember az elmúlt három év alatt (2021–2023).
- 10,6 millió ember 2023-ban.

- 9,8 vendégéjszaka átlagosan.
- Költés: 123 euró/fő/nap (benne a ki- és a beutaztatás költsége is).
- Átlagosan 6 nap biciklihasználat.

Egynapos túrák kerékpárral. Szabadidős kerékpártúrák (nem nyaralás), éjszakai szállás nélkül:

- 455 millió egynapos túra.
- 36,4 millió ember.
- 12,5 egynapos túra személyenként, átlagosan.
- Költés: 32 euró/fő/nap.
- Átlagosan 44 km/nap.

Hosszabb, 3+ éjszakás túrák, amikor a kerékpározás a fő cél:

- 5,5 millió kerékpáros túra.
- 3,6 millió ember.
- 7,6 vendégéjszaka átlagosan. (benne a ki- és a beutaztatás költsége is).
- Átlagosan 64,7 km/nap.

### 5.2.4. Kerékpáros turizmus szempontjából fontos adottságok

Geográfiai jellemzők. Magyarországon a rekreációs és hivatásforgalmi kerékpározás népszerű tevékenységnek számít. Ez nagyban köszönhető a kedvező földrajzi adottságoknak is. Az ország jelentős része sík- vagy dombvidéki terület, ahol a kerékpáros útvonalhálózaton csak kisebb és rövid emelkedők vannak. A hegyvidéki területek is jóval kisebb kihívást jelentenek a kerékpárosok számára, mint a szomszédos Alpok vagy a Tátra emelkedői. Ugyanakkor ez azt is jelenti, hogy bizonyos szempontból kevésbé látványosak, vagy éppenséggel egy más jellegű látnivalót kínálnak a hazai kerékpáros turisztikai desztinációk. A kerékpáros turisták bizonyos szegmensei kifejezetten keresik a dombos-hegyes útvonalakat egyrészt a fizikai kihívás, másrészt a látvány végett. Erre jó példa a Pilis Bike hálózat, mely a Pilisben mintegy 350 kilométernyi kerékpáros túraútvonalat tartalmaz sokszor jelentős emelkedőkkel. A hazai domborzati viszonyok alapvetően

nagyon kedvező adottságot jelentenek a kerékpáros turizmus számára. Mind a kezdő, mind a haladó kerékpárosok megtalálhatják a tudásuknak, erőnlétüknek megfelelő terepet vagy kerékpáros útvonalat.

A domborzat mellett a turizmus szempontjából a természeti attrakciók jelentik a másik fontos tényezőt. E tekintetben ugyancsak jók Magyarország adottságai: a természetes állapotban megmaradt erdőterületek, árterek, folyóvölgyek kellemes környezetet jelentenek az aktív turisták számára. Fontos megjegyezni, hogy az ország területének 21%-a Natura 2000 besorolású terület, ami egyrészt különös figyelmet követel az infrastruktúra fejlesztése során, ugyanakkor az értékes területek hosszú távú védelmét biztosítja. Az álló- vagy folyóvizek mentén haladó kerékpáros útvonalak egész Európában népszerűek (például Loire vagy Rajna menti kerékpárutak); ennek megfelelően hazánkban is a Duna és Tisza menti területek, a Balaton, a Tisza-tó, a Velencei-tó és a Fertő-tó a legnépszerűbb kerékpáros térségeknek számítanak.

Klimatikus viszonyok. A klimatikus viszonyok egyre inkább meghatározó tényezői a kerékpáros turizmusnak. Míg a korábbi évtizedekben egyértelműen a nyári hónapok számítottak a fő kerékpáros szezonnak, a klímaváltozás hatására már a tavaszi és az őszi időszak is egyre népszerűbb. Ez lehetőséget jelent a turizmus szezonalitásának csökkentésére azokban a turisztikai desztinációkban, ahol korábban csak a nyári szezonban volt számottevő mértékű turista. Az egy helyett három- (tavasz, nyár, ősz) vagy négyévszakos szezon összességében kiszámíthatóbb bevételi forrást jelent a szolgáltatók számára, kevésbé vannak kitéve az aktuális év nyári időjárási hatásainak. Ugyanakkor a klímaváltozás hatására az extrémitások gyakorisága is nő, egyre gyakoribbak lehetnek a nyári hőhullámok vagy a szokatlanul nagy mennyiségű csapadékot hozó napok, amelyek hatására viszont néhány napos vagy hetes időszakokban – előre nem jelezhető módon – a megszokottnál sokkal alacsonyabb lehet a desztinációk látogatottsága. A szolgáltatóknak időben fel kell készülnie arra is, hogy a klímaváltozás hatására hosszú távon megváltozhat a térség bioszférája, vízrajza, mezőgazdasága és ezekkel a megváltozott jellemzőkkel is vonzó kínálatot kell tudni biztosítani a turisták számára (Kulcsár, 2014).

Demográfia. A Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) által közzétett népszámlálási adatok alapján Magyarország népességszáma az

1980-as években 10,7 millió fővel tetőzött, azóta ez a szám csökken, 2022-ben 9,6 millióan éltek az országban. A születések száma az 1970-es évek óta jelentősen csökken, így 2022-ben a 15 év alattiak száma már nem érte el az 1,4 millió főt; lakosságon belüli arányuk 15% alatti. A 15–64 évesek száma ugyanebben az évben 6,2 millió fő volt, azaz a lakosság közel 65%. A 65 évnél idősebbek száma és aránya az utóbbi évtizedekben folyamatosan nő: 2022-ben majdnem elérte a 2 millió főt (kb. 21%). Magyarország népesége tehát nem csak csökken, de közben öregszik is (Obádovics & Tóth, 2021). A kerékpáros turisztikai szektornak így egyre nagyobb hangsúlyt kell fektetnie az időskorú vendégek kiszolgálására: a számukra megfelelő túraajánlatok összeállítására, elektromos rásegítésű kerékpárok biztosítására, valamint a szolgáltató épületek akadálymentes kialakítására. A népesség korösszetétele területileg nem egyenletes, így az egyes térségekben a népesség öregedésének mértéke eltérő. Az időskorú betelepülők miatt például a Balaton térségében fokozottan jellemző (Kulcsár et al., 2024).

### 5.2.5. Fenntartható kerékpárturizmus

A 2024-ben elfogadott európai kerékpáros nyilatkozat (European Declaration on Cycling) és a 2030-as hazai és uniós stratégiák alapján megállapítható, hogy a kerékpározás a turisztikai klímamegfelelés egyik legfontosabb tényezője. A jelenlegi helyzetben a turizmus a globális kibocsátás 8%-át teszi ki, és 2030-ra legalább 25%-kal növekedni fog. A közlekedés felelős a turisztikai szektor globális kibocsátásának körülbelül 50%-áért.

Az ENSZ Éghajlatváltozási Konferenciáján (COP29), amelyet 2024. november 11–22. között Bakuban rendeztek meg, aláírásra került az idegenforgalomban a klímavédelem fokozásáról szóló nyilatkozat, amely megemlíti „az alacsony és nulla kibocsátású közlekedési lehetőségek előmozdítását". Bár a dokumentumban a kerékpározás tételszerűen nincs megemlítve, mégis a legkézenfekvőbb lehetőségnek tűnik.

A kerékpározás más fenntartható közlekedési módokkal kombinálva egyfajta multimodalitásként is működik. A kerékpározás önmagában korlátozza az otthonunktól vagy szálláshelyünktől elérhető turisztikai célpontok számát. A kerékpár és a vonat vagy a busz kombinálásával azonban a kerékpáros nyaralás fenntarthatóvá válik, és sokkal több lehetőséget kínál. Kétségtelenül nagy potenciál rejlik a multimodális kerékpáros turizmus

fejlesztésében, feltéve, hogy a kínálat jól fejlett és elérhető a felhasználók számára. Szükség van minőségi szolgáltatásokra, információkra a kerékpárok vonaton és buszon történő szállításáról, megoldásokra a multimodális közlekedési csomópontokban való eligazodáshoz, és foglalási lehetőségekre.

Az Európai Kerékpáros Szövetség (ECF) 2021-ben tett először közzé jelentést arról, hogy az európai vasúti üzemeltetők mennyire szolgálják ki a kerékpárosok igényeit. A *Cyclists Love Trains* című második jelentés 2025-ben jelent meg azzal a céllal, hogy bemutassa a legnagyobb vasúti szolgáltatók kerékpárosbarát intézkedéseit, értékelje a távolsági járatokon a kerékpárszállítási lehetőségeket és kiegészítő szolgáltatásokat, valamint azonosítsa azokat a területeket, ahol még további fejlesztések szükségesek. Általánosságban elmondható, hogy a vizsgált 67 szolgáltató közül csak 3 (4,5%) vállalat – köztük a MÁV – kapta meg a kitűnő minősítést, további 18 (26,9%) kapott jó értékelést. A többség, tehát 46 szolgáltató (68,7%) csak közepes vagy gyenge minősítést nyert. Ezen felül 13 szolgáltató egyáltalán nem biztosít kerékpárszállítási lehetőséget. Jelenleg a szolgáltatók átlagosan 4 kerékpár szállítását teszik lehetővé egy vonaton (a hamarosan életben lépő 2021/782 EU szabályozás minimum 4 kerékpár szállítását írja elő).

Az alábbiakban bemutatásra kerül, hogy miért tekinthető fenntarthatónak a kerékpáros turizmus:

- Erős a területfejlesztő hatása. Magyarországon ez különösen fontos, mivel a kerékpáros térségek jelentős része gazdasági szempontból elmaradott, leszakadó térséget érint. Itt sokszor csak az aktív vagy a kerékpáros turizmus jelenti az egyetlen bevételi forrást. Így jelentős a gazdasági hatás: munkalehetőséget biztosít a helyi lakosoknak, hozzájárul az elvándorlás csökkenéséhez. Jó példa a Bringásvándor program. A kerékpáros turizmus megjelenése egy térségben generálja, hogy az útvonalak mentén szolgáltatók jelenjenek meg, akik az általános (étel, ital, szállás stb.) és a kerékpárosok speciális igényeit (kerékpárszervíz, szervízpontok, kerékpárosbarát szolgáltatások stb.) is megpróbálják kielégíteni. A kerékpáros turizmust nem csak önmagában kell kezelni, hiszen az egyéb turisztikai attrakcióknak a megtekintése, illetve az azokhoz való eljutás egyre jobban előtérbe kerül az aktív túrázók szemében. Azokban a térségekben, ahol a kerékpáros turizmus erőteljesen megjelenik és folya-

matosan jelen van, a szezonalitás egyre inkább háttérbe szorul, mert a magyarországi klimatikus viszonyok lehetővé teszik a négyévszakos aktív turizmust. Nagyon jó magyarországi példa erre a Velencei-tó és térsége, ahol az elmúlt 20 évben a kínálati oldal megfelelő dinamikával válaszolt az egyre növekvő keresletre.

- Környezeti szempontból: a kerékpározás elsődleges és legfontosabb hatása a környezetre, hogy a tevékenység folyamán zéró emissziós hatása van. A szén-dioxid-kibocsátás minimális, ami közvetlen hatással lehet a levegő minőségére, ugyanakkor minimális zajterheléssel jár. A kerékpáros infrastruktúra kialakítása is alacsonyabb környezeti hatással jár a hagyományos közlekedési eszközök (gépkocsi, vonat) pályáinak kialakításához képest. Fontos kérdés környezeti szempontból azonban az, hogy a kerékpárturisztikai belépési pontot milyen módon közelítik meg a túrázni, illetve sportolni vágyók. Ügyelni kell arra, hogy a környezeti hatásokat reálisan mérjük és értékeljük (pl. autóval mennek-e a be- és kilépő pontra?). A kerékpáros turizmus akkor lesz igazán fenntartható, ha a közösségi közlekedéssel kombinálják, és figyelmet fordítanak arra is, hogy milyen messze utaznak lakóhelyüktől a túrázók.
- Társadalmi szempontból: A kerékpározásnak és azon belül a kerékpáros turizmusnak jelentős szerepe van össztársadalmi szinten. A fizikai aktivitás az egyén szintjén egészségesebb életvitelt tesz lehetővé, ami elősegíti a fizikális és a mentális egészség megőrzését. Természetesen az egyének egészségesebb életvitele kihatással van a társadalom egészére is. Közvetlen gazdasági haszna, hogy az egészségesebb emberek kevesebb ráfordítást igényelnek az egészségügyi ellátórendszerben. A mentális egészség megőrzése hatással van a közösségek életvitelére és megfelelő környezetet biztosít a pozitív életszemlélethez. A kerékpározásnak erős közösségformáló hatása van mind lokális, mind országos, mind pedig nemzetközi szinten. Az aktív kikapcsolódásban résztvevők megtalálják a hasonló érdeklődésű embereket, és így kialakulnak azok a kerékpáros mikroközösségek, amelyek biztosíthatják térségi szinten az összetartozás élményét. Ezek a mikroközösségek a régiós és országos szinten is megjelennek a különböző kerékpáros eseményeken, rendezvényeken, így is erősítve, segítve az adott térség szolgáltatóit, lakosait az attrakciók és az egyéb turisztikai kínálat fejlesztésében. A látogatók pozitív visszajelzései hozzájárulnak a helyi lakosság identitásának erősödéséhez.

### 5.2.6. A kerékpározási szokások és a segítő technológia

A kerékpározási szokások jelentősen átalakultak az elmúlt évtizedekben, és különösen felgyorsult ez a változás a közelmúltban. A hagyományosnak mondható hobbikerékpározás és az országúti (sportolói) kerékpározás mellett megjelentek az egyéb szakágak is nem csupán a versenysportban, hanem a mindennapos kikapcsolódásban is.

A mountain bike szerelmesei Magyarországon, de külföldön is egyre több kijelölt és épített pályát találnak, és a hegyek között a nem kiépített útvonalak is egyre népszerűbbek. Az utóbbi évek legnagyobb nyertese azonban mindenképpen a gravel kerékpározás, amely amint a neve is sejteti, egy fajta terepkerékpározás, de a bicikli kialakítása lehetővé teszi akár az aszfalton történő nagysebességű haladást is. A gravelt egyre többen választják, hiszen a legkisebb a kompromisszum, ha valaki egyszerre akar terepen, aszfalton és úttalan utakon kerékpározni úgy, hogy egy viszonylag kényelmes geometriájú biciklin teszi azt meg. A 2010-es évek végén a nemzetközi trendet követve, Magyarországon is megjelent a gravel irányvonal a kerékpáros turizmusban. A gravel ('murva') kerékpározás a burkolt és kijelölt kerékpárutak mellett a szilárd burkolattal nem ellátott utakat (mezőgazdasági, erdészeti utak, töltések, erdei ösvények) is felhasználó kerékpározást és túrázást jelenti. Az ilyen jellegű kerékpározáshoz a gyártók speciális kerékpárokat fejlesztettek ki, melyek ötvözik az országúti kerékpárok gyorsaságát és alacsony súlyát a hegyi kerékpárok terepjáró képességével. Ez az irányzat kedvező a hazai kerékpáros turizmus szempontjából, hiszen a még kiépítetlen, sokszor nem összefüggő regionális és lokális hálózatok hiányzó kapcsolatai a burkolatlan utakkal áthidalhatók, így az erre nyitott kerékpárosok számára sokkal több útvonal, körtúra válik elérhetővé, melyek részben vagy teljesen elkerülik a közutakat, és egyben kellemes természeti környezetben vezetnek. Fontos szempont, hogy a burkolatlan utak különösebb beruházás nélkül bevonhatók a hálózatba. Az egyéni túrázás mellett megjelentek a szervezett gravel túrák, események. Nem véletlen tehát, hogy a Magyar Kerékpáros Szövetség 2024-től országos bajnokságot is szervez az új gravel szakágban. A hazai kerékpáros turizmus szereplői számára fontos feladat, hogy minden térségben feltérképezzék és nyilvántartsák a burkolatlan, de kerékpározásra alkalmas infrastruktúra-hálózatot, valamint túraajánlatokat és termékeket

dolgozzanak ki ezen útvonalak – valamint a meglévő, burkolt útvonalhálózat – igénybevételével. Jó példa erre a Horizont kerékpáros kalandtúra útvonala, melynek első, Nagyoroszi és Bakonybél közötti szakaszát 2025 márciusában adták át. A Horizont rövid időn belül nagy népszerűségre tett szert, köszönhetően az egyértelmű és jól követhető útjelző tábláknak, a kijelölt útvonalnak, az útvonalhoz kifejlesztett applikációnak és az egyes szakaszok teljesítését igazoló pecsételő rendszernek.

Az átalakuló kerékpáros túrázási szokások magukban foglalják a technológia használatát (GPS, appok), a fenntartható utazási trendek növekedését, a rugalmasság fontosságát a tervkészítésben, valamint a közösségi élmények keresését és a digitális nomád életmódhoz való kötődést. A túrázók a megbízhatóságra, a kényelemre és a biztonságra helyezik a hangsúlyt, figyelembe véve a szezonális viszonyokat és a saját tempóhoz illő útvonalat. A saját teljesítményt és az ehhez alkalmas kerékpárt.

Az előzetes és a helyszíni tájékozódásban, a tervezésben a hagyományos papírtérképek és hirdetők helyett egyre inkább a digitális platformok (GPS-navigáció, appok, egyéb alkalmazások) és azok állandó elérhetősége kerül előtérbe. Az egyéni tapasztalatok széleskörű és azonnali megosztása, illetve ezeknek megismerése vagy csupán a megismerés lehetősége is nagyban befolyásolja egy-egy túra kiválasztását és megtervezését. A tervezhető megállók és szállások, a jól kiépített városok és térségek közötti kerékpárutak a digitális nomádok számára is könnyen választhatóvá tehetik a munka, a pihenés és a mozgás rugalmas, akár napi váltakozását is.

A digitális eszközök és az e-bike-ok adta lehetőségek erősítik a túrázók rugalmas és rögtönzött újratervezéseit, áttervezéseit a túra során akár időjárási, akár egyéb okok miatt. Továbbra is a központi szervező elv az aktív pihenés, a mozgás és felfrissülés összhangja – legyen szó akár egy napon belüli rövid túrákról vagy hosszabb utazásokról, melyek egésze vagy egy része kapcsolódik a kerékpározáshoz.

### 5.2.7. A kerékpáros turizmus és az aktív turizmus kapcsolata

Az aktív turizmus világszerte és Magyarországon is egyre népszerűbb kikapcsolódási forma, amely a testre és a lélekre is pozitív hatással van. Különösen a pandémia időszakában értékelődött fel, az emberek természetközelibb

élményeket kerestek egyénileg vagy akár kisebb csoportokkal. Erre a kerékpározás remek lehetőséget nyújtott (Ágoston, 2023). Az aktív turizmus iránt hazánkban is egyre nagyobb érdeklődés mutatkozik, ezen belül is főleg a kerékpározás és a természetjárás iránt. Országunk a fejlődő piacok közé sorolható a kerékpáros turizmus szempontjából, így még akad sok hiányosság e területen, azonban felkerültünk a kerékpáros nemzetek közé. Egy 2018-as felmérés szerint a felnőtt lakosság 70%-a szokott kerékpározni, 17%-a pedig elsődleges közlekedési eszközként használja a kerékpárt, a túlnyomó többség támogatja a biciklis infrastruktúra-fejlesztést is.

A Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség (továbbiakban: MAKETUSZ) – az Aktív Magyarország program támogatásával – évek óta lehetőséget biztosít arra, hogy minél többen megtapasztalják a közösségi kerékpározás szépségeit. Két olyan programot is kínál évről évre, amelyek évente ezreket mozgatnak meg. A MAKETUSZ szerint a „Tekerj a zöldbe!" kezdeményezés célja, hogy népszerűsítse a kerékpározást mindenki számára teljesíthető, könnyű, vezetett, 26–40 fős kerékpártúrákkal. A távok teljesítéséhez nem kell sportolói múlt, kortól és erőnléttől függetlenül bárki könnyedén végig tudja tekerni a 20–60 kilométeres túrákat. A „Tekerj a zöldbe!" sorozattal azt szeretnék elérni, hogy a felkapott kerékpáros turisztikai desztinációkon túl további, alternatív útvonalakat is megismerjenek az érdeklődők. A kerékpártúrázás szeretetének erősítése mellett a túrák célja, hogy a résztvevők felfedezzék környezetük rejtett kincseit, a helyi attrakciókat, valamint hogy elsajátítsák a közlekedésbiztonság alapjait. A „Tekerj a zöldbe!" rendezvénysorozat 2020-ban indult, és már a járványügyi helyzet folyamatosan változó szabályozásai mellett is sikeres volt, majd 2022-ben egyre nagyobb hírnevének köszönhetően 200 túra valósult meg 7000 fő részvételével, 2023-ban több mint 8000 fő, 2024-ben pedig közel 6500 fő vett részt ezeken a túrákon.

A MAKETUSZ másik országos programja a Ring Sorozat, amely a szervezők megfogalmazása szerint olyan amatőr kerékpárosoknak szóló kerékpártúra-sorozat, amely 2022-ben 5, 2023-ban 7, 2024-ben 11, 2025-ben pedig 12 helyszínt foglalt magában, és hazai hegységeinkben és környékükön került megrendezésre. A Ring Sorozat célja, hogy minél többen fedezzék fel az ország középhegységeinek legszebb részeit két keréken, illetve ismerjék meg a kevésbé népszerű erdei kerékpáros útvonalakat is. Ezek a rendezvények nem versenyek, a kijelölt útvonalak bármilyen kerékpárral, akár elektromos rásegítésű biciklivel is teljesíthetők. A Ring Sorozat célcsoportjába tartoznak:

- a túrakerékpárosok, akik szívesen fedeznek fel egy-egy új bringaterületet biztonságosan, szervezett körülmények között;
- a hétvégi bringások, akik kipróbálnák magukat egy-egy dimbes-dombos terepen;
- az amatőr országútisok, akik szeretnek gyorsan kerékpározni, és akik imádják feszegetni fizikai képességeik határait;
- a családok, hiszen a rövidebb vagy a kifejezetten családoknak szánt túrák a nagyobb gyerekek számára is teljesíthetőek;
- az e-bike-kal tekerők, akik egy kis rásegítéssel egy nagy csapat tagjaiként bringázhatnak.

A Ring Sorozat rendkívül népszerű, és egyre több helyszín csatlakozik a rendezvények sorába. 2022 óta, amikor elindították a sorozatot, a résztvevőszám 2024-re majdnem megduplázódott: 2640-ről 5125-re nőtt.

### 5.2.8. Kerékpárturisztikai célpontok fejlesztése

Az elmúlt évtizedben megfigyelhető volt, hogy lokálisan és globálisan is egyre több kihívást jelentett a hagyományos életvitel, a szokások fenntartása a háborúk, a pandémia, elszigetelődés stb. ellenére. Ezek a kihívások természetesen érintették a turizmust is. Alapvetően strukturálódott és strukturálódik át a turisztika keresleti és – ennek megfelelően – a kínálati oldala is. A pandémia újabb mérföldkő volt az aktív turizmus térnyerésének szerepében. A bezártság idején egyre markánsabban jelent meg az igény arra, hogy olyan aktív időtöltést találjanak az emberek maguknak, amely nem veszélyezteti az egészségüket. A kerékpározás szerepe felértékelődött, és olyan családok is elkezdtek biciklizni, akik korábban nem választották az időtöltésnek ezt a formáját. A keresleti oldalon nagyságrendi ugrás volt megfigyelhető, amit a szolgáltatási rendszer és a kerékpárkínálat nem tudott azonnal lereagálni. A kerékpárkínálat viszonylag gyorsan, 1-2 éves csúszással utolérte a keresletet, azóta is teljes spektrumon tudja kiszolgálni a kerékpárvásárlókat. A turisztikai szolgáltatók azonban folyamatosan keresik a lehetőséget a nagy számban megjelenő kerékpárosok igényeinek kielégítésében. A Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030 16 kiemelt kerékpáros turisztikai térséget határoz meg, és még 10-et jelenlegi és jövőbeni potenciáljuk alapján.

A kerékpáros turisztikai térségek jellemzői:

- Összefüggő, biztonságos kerékpáros útvonalhálózat.
- Koherens táblázási és információs rendszer.
- Kerékpárral elérhető turisztikai attrakciók, látnivalók.
- Kerékpárosbarát szolgáltatói hálózatban jelenlevő vendéglátók.
- Kerékpáros termékcsomagok széleskörű kínálata, amely tartalmazza más turisztikai ágazatok kínálatát is.
- Megfelelő kommunikáció, GPS-alapú navigáció elérhetősége.

A kerékpárturisztikai célpontok fejlesztése a nemzetközi tapasztalatok alapján folyamatos, a mindenkori igényeknek megfelelő menedzselést igényel. A fent említett ismérvek folyamatos karbantartása és megújulása biztosíthatja egy-egy térségnek azt, hogy a kerékpározás szerelmeseinek vonzó célpontja lehessen.

Magyarország első számú kerékpáros desztinációja a Balaton és térsége, amelynek népszerűsége adottságainak és a szolgáltatásfejlesztésnek köszönhetően folyamatosan emelkedik. Az új kerékpáros útvonalak kijelölésével a 220 km hosszú Balatoni Bringakörúthoz kapcsolódóan körülbelül 600 kilométernyi, magas minőségű alapszolgáltatással működő kerékpáros túraútvonal-hálózat jött létre, amely révén mind a belföldi, mind a külföldi turisták tekintetében a vendégéjszakák számának növekedése várható. Az új hálózatnak köszönhetően javul a desztinációban található attrakciók megközelíthetősége, továbbá számítani lehet a látogatószám növekedésére. Az útvonalak révén a kerékpáros turizmus valamennyi – eszközben (országúti, trekking, MTB, családi, e-bike, gravel stb.), edzettségben és életkorban eltérő – szegmensének új útvonalak állnak rendelkezésére. A fejlesztés földrajzilag öt területi elemre bontható: a Balatoni Bringakörútra, a Balaton déli partjára, Balaton-felvidékre, a Nyugat-Balatonra, (Kis-Balaton térségére) és az erdei élményútvonalakra.

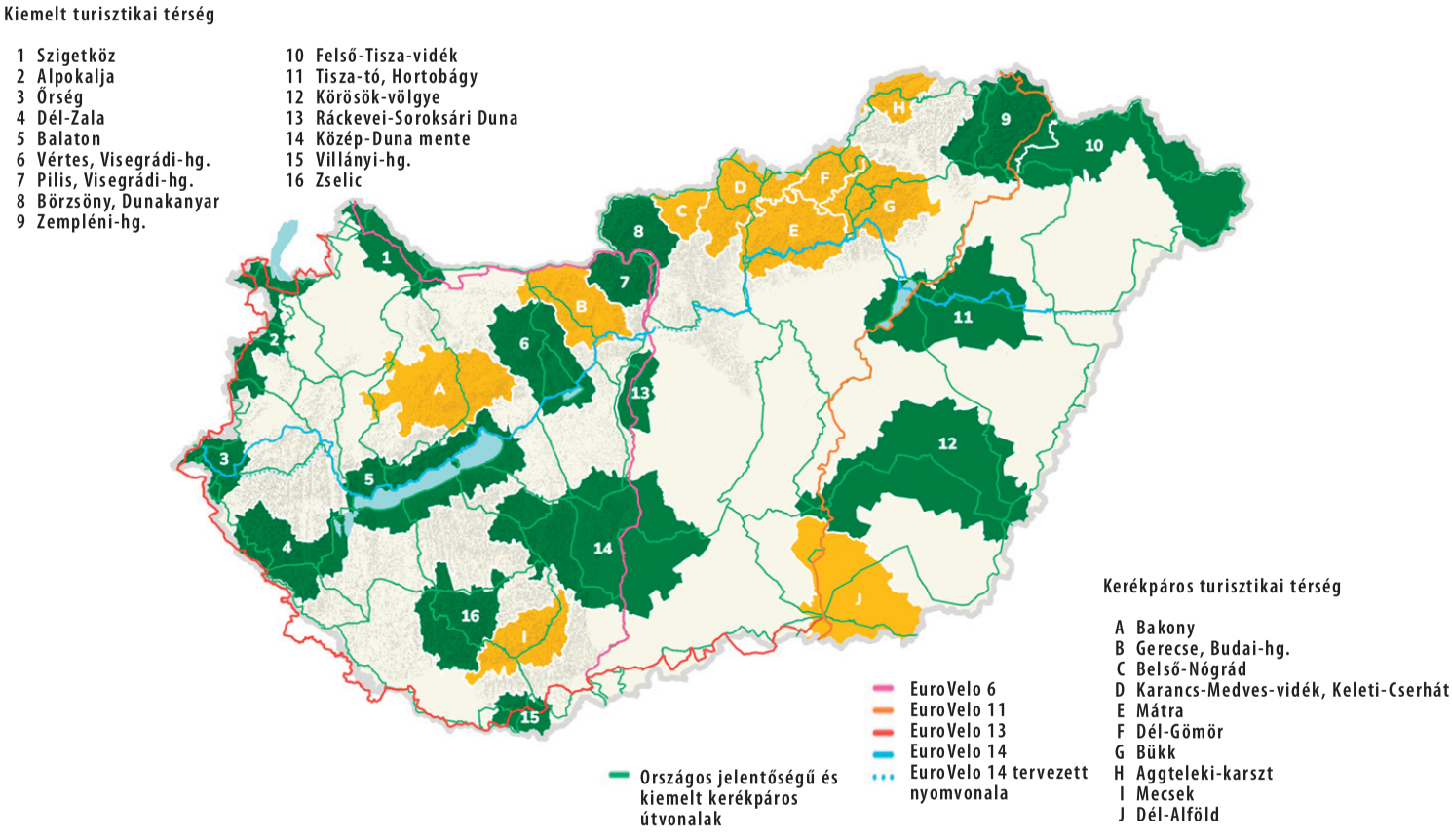
A BB365 elsősorban a kerékpáros turisták, illetve az aktív életmódot folytató vendégek részére fog alternatívát kínálni az őszi-tavaszi időszakban is, ami hozzájárul majd a főszezonon kívüli turizmus mennyiségi és minőségi bővüléséhez. A fejlesztés elősegíti a helyi foglalkoztatás gyarapodását, a meglévő munkahelyek megtartását és a munkapiaci kereslet szezonalitásának csökkentését; így közvetetten hatással lehet az elvándorlás csökkentésére és a

helyi lakosság életminőségére is (MTÜ, 2017). Az elmúlt évtized legnagyobb kerékpárturisztikai fejlesztését a BalatonBike365 hajtotta végre, amelyet kötetünk a módszertani esettanulmányok között részletesen is bemutat.

A turizmus minden szegmensében megfigyelhető, hogy bizonyos desztinációk, esetlegesen valamilyen különleges attrakció kiemelten vonzza az abban résztvevő embereket. Így van ez a kerékpáros turizmus esetében is. Jellemzően a turisták számára a jól kiépített kerékpárutak a legvonzóbbak, azok, amelyek valamilyen természeti környezet mellett vagy kulturális szempontból fontos térségben találhatóak (**1. térkép**).

A Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030 összesen 26 kerékpáros turisztikai térséget említ, s ebből 16 térséget „kiemelt kerékpáros turisztikai térségként" nevesít. Kiemelt kerékpáros és turisztikai térségek: Szigetköz, Alpokalja, Őrség, Dél-Zala, Balaton, Vértes, Velencei-hegység, Pilis, Visegrádi-hegység, Börzsöny, Dunakanyar, Zempléni-hegység, Felső-Tisza-vidék, Tisza-tó, Hortobágy, Körösök völgye, Ráckevei (Soroksári)-Duna, Közép-Duna mente, Villányi-hegység, Zselic. További kerékpáros turisztikai térségek: Bakony, Gerecse, Budai-hegység, Belső-Nógrád, Karancs–Medves-vidék, Keleti-Cserhát, Mátra, Dél-Gömör, Bükk, Aggteleki-karszt, Mecsek, Dél-Alföld. Magyarország kiemelt kerékpáros turisztikai térségei jól körülhatárolható módon rajzolódnak ki az ország különböző földrajzi egységeiben, tükrözve a nemzeti szintű aktívturizmus-fejlesztési stratégia területi prioritásait. E térségek közös jellemzője, hogy olyan változatos természeti adottságokkal, fejleszthető infrastruktúrával, kulturális örökséggel és turisztikai potenciállal rendelkeznek, amelyek lehetővé teszik a kerékpáros turizmus célzott és fenntartható bővítését. Az érintett régiók lefedik az ország területének nagy részét, a nyugat-magyarországi dombságoktól és határ menti térségektől kezdve a középhegységek panorámás tájain át egészen az alföldi vízparti és síkvidéki zónákig.

A kerékpáros turisztikai térségek az őket összekötő hazai és nemzetközi besorolású kerékpárutak révén egész Magyarországra kiterjedő hálózatot biztosítanak a kerékpározás iránt érdeklődőknek. A különböző kerékpáros célcsoportok (sportolók, családok, hobbikerékpárosok) az ország bármely részében alkalmas helyszínt találnak arra, hogy aktívan tudjanak kikapcsolódni. A **2. térkép**en látható, hogy a kiemelt térségek jelentős része tavakhoz vagy folyókhoz kapcsolódik, amelyek terepviszonyai megfelelően képesek kiszolgálni a különböző nehézségi igényeket.

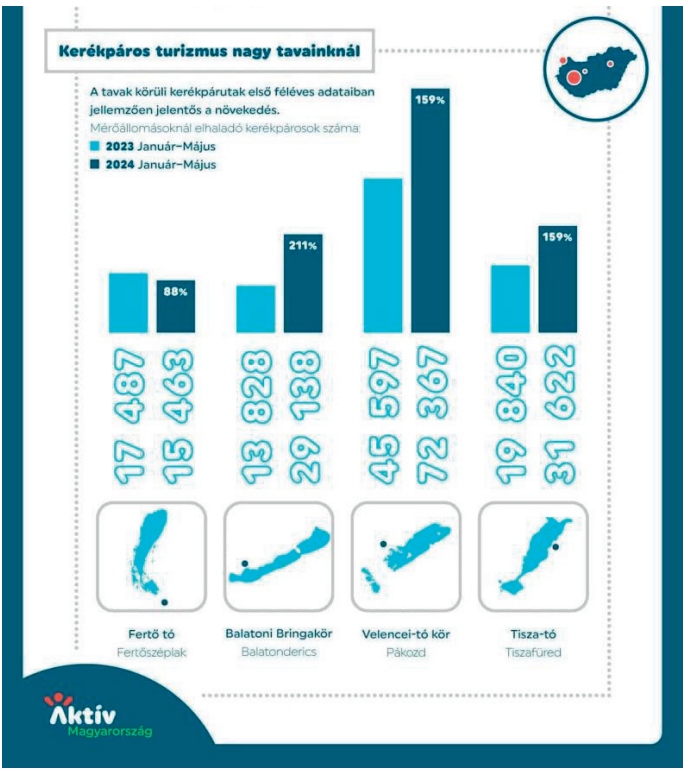



1. térkép. Kerékpáros turistákat vonzó magyarországi térségek (AÖFK, 2023)

A kihívásokat kereső kerékpárosok egyre jobban felfedezik a hegységek adta lehetőségeket, de nagy tömegben, gazdaságilag meghatározó szerepben Magyarországon elsősorban a nagy tavak a leginkább látogatott térségek. Jellemzően könnyen körülkerékpározhatóak, így a családok számára is vonzó, de emellett a teljesítménycentrikus kerékpárosok is jelentős számban bringáznak ezekben a térségekben.

### 5.2.9. Kerékpáros infrastruktúra

A kerékpáros infrastruktúra alapját a kerékpározható utak hálózata adja. Alapvetően minden olyan út kerékpározható, azaz szabályosan lehet rajta kerékpárral közlekedni, ahol az nem tilos. A tiltás módját és a kerékpározás




**2. térkép. Kerékpáros turizmus a nagy tavaknál (Aktív Magyarország, 2024)**

egyéb feltételeit különböző jogszabályok részletezik. Ezek közül a kerékpáros turizmus szempontjából a két legfontosabbat mutatja be röviden a következő két alfejezet.

Az erdei kerékpározás lehetőségeit alapvetően az erdőről, az erdő védelméről és az erdőgazdálkodásról szóló 2009. évi XXXVII. törvény és annak végrehajtási rendeletei szabályozzák. E szerint az erdőben pihenés, üdülés, sportolás és kirándulás céljából kerékpárral az erdészeti feltáróhálózat részét képező erdei úton bárki saját felelősségére közlekedhet. A jelzett turistautakon akkor lehet kerékpározni, ha az külön piktogrammal jelölve van, és az út vagy ösvény paraméterei megengedik az együttes kerékpáros és gyalogos közlekedést (pl. ilyenek a PilisBike-hálózat egyes szakaszai). Ennek megfelelően számos hazai erdészet jelölt ki kerékpáros útvonalakat. Az erdei kerékpáros ösvények – melyek nem képezik ez erdei feltáróhálózat részét – létesítése is lehetséges, ezek technikai paramétereit külön rendelet szabályozza. Ennek ellenére az országban jelentős mennyiségű, illegálisan létrehozott, jelöletlen, de gyakran használt erdei ösvény található. Cél, hogy hosszú távon ezek legalizálása megtörténjen, és szabályozott keretek között – a természetvédelmi szempontokat is figyelembe véve – épüljenek új ösvények.

A kerékpáros közlekedés hálózatát a következő csoportosításban mutatjuk be, egyrészt az út típusa, másrészt az útvonal hálózatban betöltött szerepe szerint.

Az út típusa szerint három fő csoportba sorolhatók a kerékpárutak:

- Önálló kerékpárforgalmi létesítmények (kerékpársáv, kerékpárút, gyalog- és kerékpárút, gyalogos és kerékpáros övezet).
- Útpálya felületén burkolati jellel jelölt kerékpárforgalmi létesítmények (kerékpáros nyom, nyitott kerékpársáv).
- Kerékpározás céljára igénybe vehető vegyes forgalmú felületek (lakó-pihenő övezet, korlátozott sebességű övezet, széles forgalmi sáv, autóbuszforgalmi sáv, egyirányú forgalmú utca (ellenirányú kerékpározás lehetőségével), részlegesen vagy teljesen burkolt útpadka, kisforgalmú utca, párhuzamos szervizút, árvédelmi töltés, erdészeti üzemi utak, mezőgazdasági utak, egyéb utak).

Magyarországon a Magyar Közút Nonprofit Zrt. által üzemeltetett Kerékpárút Nyilvántartó Rendszer (a továbbiakban: KENYI) adatbázisa alapján 2025-ben mintegy 5000 kilométernyi önálló kerékpárforgalmi létesítmény volt hazánkban, és további, mintegy 6000 kilométernyi útvonal ajánlott kerékpározásra. A Közigazgatási és Területfejlesztési Minisztérium Aktív Magyarországért Felelős Államtitkársága (a továbbiakban: KTM) finanszírozásában, a Magyar Közút Nonprofit Zrt. és a MAKETUSZ közreműködésével a 2017-es évtől kezdődően összesen 3000 km kerékpáros útvonal került kijelölésre, és további 2000 kilométernek a kijelölése van folyamatban az arculati kézikönyvnek megfelelő, új arculatú útbaigazító táblákkal (Bejárható Magyarország – Arculati Alapvetés). Ezek az útvonalak részben átfedésben vannak a KENYI-ben szereplő hálózattal, részben viszont további új, alacsony forgalmú útvonalak kerülnek itt felhasználásra.

A hazai kerékpárutak kezelői jellemzően a települési önkormányzatok, azonban a 2017-es évtől kezdődően a Magyar Közút Nonprofit Zrt. folyamatosan átvette az OTrT kerékpárút-törzshálózatába tartozó kerékpárutak azon szakaszait, amelyek az országos főutakkal párhuzamosak, és lakott területen kívül helyezkednek el. Az általuk kezelt kerékpárutak hossza 2025-ben mintegy 1160 km. Erdőn átvezető utak esetében az adott erdészet, vízügyi töltésen vezetett útvonal esetében pedig az illetékes vízügyi hatóság az útkezelő.

A fenti útvonalak hossza évről évre nő, a fejlesztések során pedig fontos szempont, hogy az újonnan létesülő szakaszok a meglévő hálózatba illeszkedjenek bele, illetve hálózati hiányosságokat szüntessenek meg. Ennek köszönhetően vált például összefüggővé a Budapestet a Balatonnal összekötő kerékpáros útvonal (amely egyben az EuroVelo 14-es útvonal része is), illetve a Poroszló és Tiszafüred közötti kerékpáros híd megépítésével a Tisza-tavi kerékpáros kör. A törekvések ellenére továbbra is sok szakaszon hiányzik a biztonságosan kiépített vagy kijelölt kerékpározási lehetőség, ami még az OTrT hálózatának is jellemző vonása.

A meglévő kerékpárutak állapota igen változó: újonnan épült, jó állapotú és erősen leromlott állapotú szakaszok egyaránt előfordulnak az országban. A Magyar Közút Nonprofit Zrt. által kezelt kerékpárutak állapotáról megállapítható, hogy mintegy a felének közepes vagy rossz az állapota (5-nél több hiba 100 méterenként). Az útállapotok javításához, a magasabb szolgáltatási színvonal fenntartásához több forrás bevonására lenne szükség.

Az útvonalhálózatban betöltött szerepe szerint legfontosabbak a nemzetközi kerékpáros túraútvonalak. Ezek közül a legismertebb az Európai Kerékpáros Szövetség (ECF) által kezdeményezett EuroVelo elnevezésű hálózat, amelynek célja, hogy egy magas színvonalú kerékpáros úthálózat jöjjön létre, amely összeköti Európa minden országát. Az EuroVelo hálózatnak 4 útvonala Magyarországon is áthalad, ezek az alábbiak:

- EuroVelo 14-es útvonal. Neve: Közép-Európa Vizei / Waters of Central Europe. Érintett nagyobb települések: Szentgotthárd – Keszthely – Balatonfüred – Székesfehérvár – Budapest – Gödöllő – Hatvan – Gyöngyös – Eger – Tiszafüred – Debrecen.
- EuroVelo 6-os útvonal. Neve: Folyók Útja / Atlantic – Black Sea. Érintett nagyobb települések: Rajka – Győr – Esztergom – Budapest – Dunavecse – Baja – Mohács.
- EuroVelo 11-es útvonal. Neve: Kelet-Európai Útvonal / East Europe Route. Érintett nagyobb települések: Tornyosnémeti – Sátoraljaújhely – Sárospatak – Tokaj – Tiszafüred – Szolnok – Csongrád – Szeged.
- EuroVelo 13-as útvonal. Neve: Vasfüggöny Útvonal / Iron Curtain Trail. Érintett nagyobb települések: Fertőd – Sopron – Kőszeg – Szentgotthárd – Letenye – Barcs – Mohács – Szeged.

Az ECF egy ajánlást is megfogalmazott, amely lefekteti az EuroVelo útvonalak legfontosabb jellemzőivel szemben támasztott követelményeket (Glász, 2021). Jelenleg az EuroVelo hálózatnak egy csekély része teljesíti a legmagasabb elvárásokat, de a cél az, hogy Magyarországon és Európában hosszú távon minden ilyen útvonal a megszabott színvonalas szolgáltatást nyújtsa.

A hierarchia második szintjén a Magyarország és egyes kiemelt térségeinek területrendezési tervéről szóló 2018. évi CXXXIX. törvényben[12] (a továbbiakban: OTrT) meghatározott „országos kerékpárút-törzshálózat" elemei tartoznak: az országos jelentőségű turisztikai célpontokat érintő és azokat hálózatba kötő kerékpáros útvonalak. (A hazai EuroVelo útvonalak egyben az OTrT részei is.)

[12] Az Országos Területrendezési Tervről szóló 2003. évi XXVI. törvényben (OTrT) rögzített országos kerékpáros törzshálózat, valamint azok a nyomvonalak, amelyek tervezés alatt állnak.

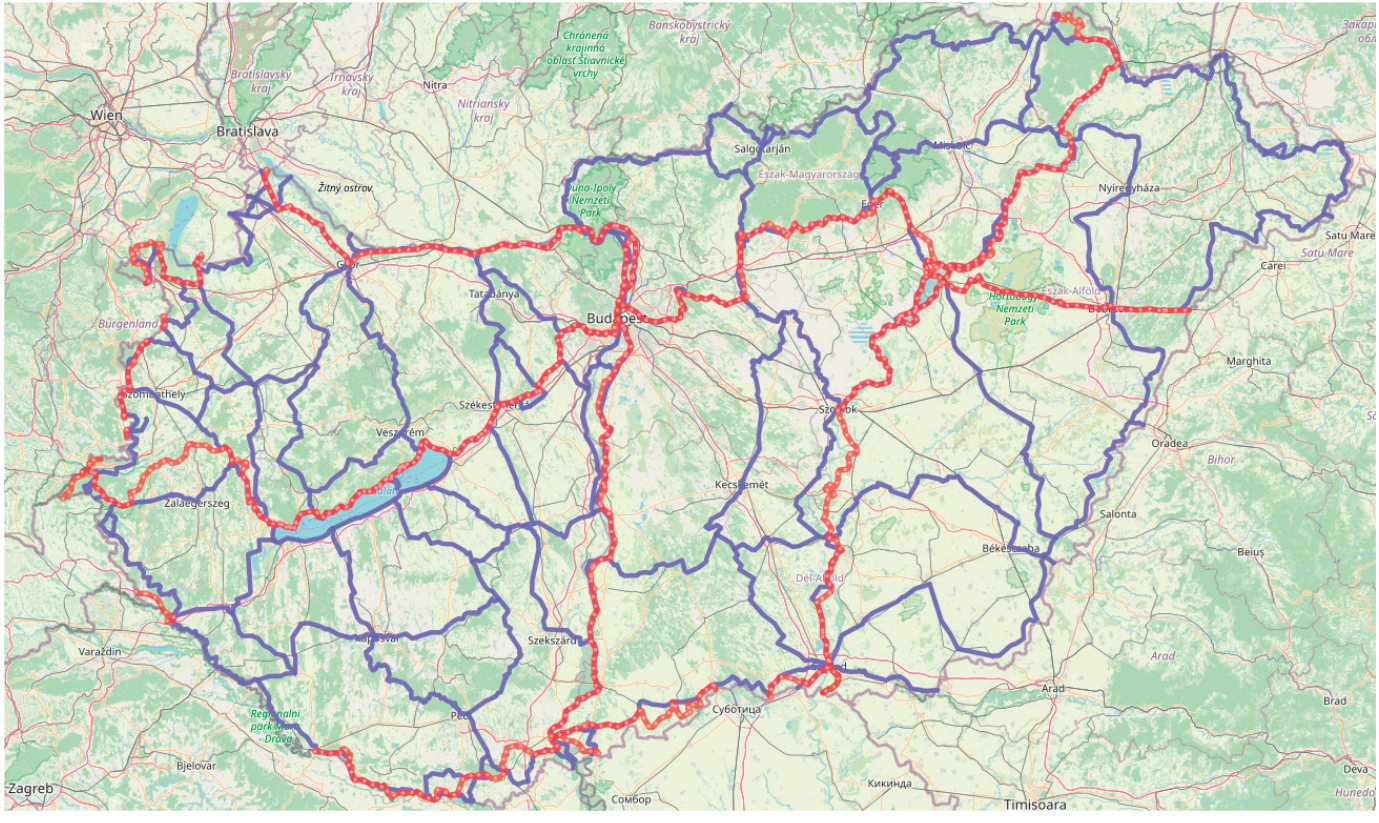
Az EuroVelo hálózat magyarországi szakaszait, valamint az OTrT kerékpáros hálózatát a **3. térkép** mutatja be. Az OTrT útvonalakat az OTrT 4/5. melléklete sorolja fel részletesen.

### 5.2.10. Kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat nemzetközi jellemzői

Egy térség akkor lehet vonzó a kerékpáros turisták számára, ha a jó minőségű, attraktív és biztonságos infrastruktúra mellett a specifikus, a kerékpárosok igényeit értő és kielégítő szolgáltatók hálózata is rendelkezésre áll. A kerékpárosbarát szolgáltatói hálózatok különböző formában, de egész Európában jelen vannak. A hálózatok közös jellemzője, hogy kerékpárosbarát kritériumokat teljesítve tudnak a szolgáltatók csatlakozni. A hálózat a tagok számára elsősorban aktív kommunikációval tud nagyobb elérést biztosítani a kerékpáros célcsoport irányába.

A kritériumok szinte minden országban hasonlóak: a szolgáltatóknak biztosítaniuk kell a kerékpárok biztonságos parkolását és tárolását, szállások esetén az egyéjszakás tartózkodás lehetőségét felár nélkül, ingyenes vízvételi lehetőséget, kerékpárosbarát szemléletet, információt a közelben található útvonalakról és attrakciókról, továbbá a bérlési lehetőségekről, szervizekről, kerékpárszállítási körülményekről, valamint szerelő-javító alapcsomagot, e-bike- és telefontöltési lehetőséget kell kínálniuk. Az alapvető kritériumokat opcionális kritériumok is kiegészíthetik (pl. transzfer, kerékpármosás, túravezetés). A szolgáltatók minősítését egy koordinátorszervezet végzi, mely később rendszeresen ellenőrzi is a szolgáltatások rendelkezésre állását, illetve gondoskodik a promócióról, a szolgáltatók képzéséről és a szakmai workshopok szervezéséről.

Németország (Ausztria, Dánia és Luxemburg). A világ legnagyobb kerékpárosbarát szolgáltatói hálózata a német Bett+Bike 5900 taggal. A tagok nagy része (5000) Németországban található, de ez lett a hivatalos nemzeti hálózat Luxemburgban és Ausztriában is. Ausztriában fokozatosan helyettesítik a regionális hálózatokat az egységes Bett+Bike hálózattal, melynek már ott is 500 tagja van. A teljes hálózatot a Német Kerékpárosklub (ADFC) koordinálja, mely egyben a nemzeti EuroVelo koordinátora is. A szolgáltatások minősítése 3 évre szól, de a képzett el-




**3. térkép. Az EuroVelo hálózatának (piros) magyarországi szakaszai és az OTrT útvonalai (lila) (Magyar Közút Nonprofit Zrt., 2023)**

lenőrök évente felügyelik a színvonalat. A hálózatnak csak szálláshelyek lehetnek a tagjai, mégpedig a következő kategóriákban: szálloda, nyaralóház és kemping. A szállodáknak 6 alapvető és 11 opcionálisból 3 választott, a nyaralóházaknak 6 (részben különböző) alapvető és 11 opcionálisból 3 választott, a kempingeknek 7 (részben különböző) alapvető és 16 opcionálisból 3 választott kritériumnak kell megfelelniük. A hálózat tagjai a tagdíjért cserébe honlapon, applikáción, nyomtatott kiadványban és POI-ként[13] az online nemzeti kerékpáros turisztikai rendszerben is megjelennek, illetve használhatják a logót.

Olaszország. Az olasz Alberga Bici hálózatnak 600 szálláshely a partnere. A teljes hálózatot az Olasz Kerékpárosklub (FIAB) koordinálja. A hálózat tagjai a tagdíjért cserébe honlapon, nyomtatott kiadványban és POI-ként az online nemzeti kerékpáros turisztikai rendszerben is megjelennek, illetve használhatják a logót.

Hollandia. A holland Fietsers Welcome rendszernek 1000 tagja van, és munkájukat országosan a Landelijk Fietsplatform nevű szervezet koordinálja, mely az EuroVelo nemzeti koordinátora is egyben. A partnerek 3 kategóriában csatlakozhatnak: mint catering- és kemping-, illetve mint szállodai, hotel-, motel-, kiadószoba-szolgáltatók.

Csehország (Szlovákia és Lengyelország egyes régiói). A cseh Cyklisté Vitani hálózatnak 1000 szolgáltatói partnere van Csehországban és további 600 e-bike-töltőpont is a partnere. A szolgáltatók a következő 4 kategóriában lehetnek tagok: mint szállodák, kempingek, éttermek és látnivalók. Minden kategóriában vannak kötelező és opcionális kritériumok. A cseh rendszerre alapozva minimális design-különbséggel hasonló rendszereket vezettek be Szlovákiában és Lengyelországban is a cseh koordinátor (Nadace Partnerstvi) ottani testvérszervezetei.

[13] Point of Interest (POI) jelentése magyarul: 'érdekes pont, érintett hely, helyszín', amely egy adott térképen vagy alkalmazásban megjelölt objektumot jelöl (pl. étterem, bolt, múzeum, buszmegálló, látnivaló stb.).

Franciaország. A francia Accueil de Velo hálózatnak összesen 8500 szálláshely, kerékpárkölcsönző és -szerelő, étterem, tourinform és látnivaló a tagja. A kritériumok mindössze 4 pontban összefoglalhatóak: egy kerékpáros útvonaltól maximum 5 km-re fekszik, kerékpáros információval, kerékpárosbarát felszereléssel (tároláshoz és javításhoz) és kerékpárspecifikus választható szolgáltatásokkal (pl. kerékpármosás, csomagszállítás stb.) rendelkezik.

Spanyolország. A Cycling Friendly nemzeti hálózatnak 1000 szerződött partnere van Spanyolországban: szállodák, éttermek és kerékpárspecifikus szolgáltatók (kölcsönzők, szerelők stb.). A Cycling Friendly ugyan partnerségben működik a nemzeti EuroVelo koordinációs testülettel, de alapvetően for profit cég működteti. Ennek megfelelően széles körű szolgáltatásokat (tanácsadás, segítség a beszerzésben, *study tour*, vagyis iparági bemutatók szervezése újságíróknak, csomagajánlatok, csoportok szervezése) nyújtanak térítés ellenében a partnereknek az alapszolgáltatás mellett (alapszintű tanácsadás, ellenőrzés, megjelenés egy webportálon).

Magyarország. A külföldi jó gyakorlatokat alapul véve, 2020-ban került kidolgozásra a hazai kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat, illetve annak kritériumrendszere. A szolgáltatók szálláshely, vendéglátóhely és attrakció kategóriában lehetnek tagok. A rendszer hivatalos bevezetésére az Országos Kerékpárosbarát Szolgáltatói Hálózathoz kapcsolódó védjegy bejelentéséről és a vonatkozó minősítési rendszerről szóló 1326/2023. (VII. 27.) Korm. határozat hatályba lépését követően került sor. A rendszer üzemeltetője a MAKETUSZ. A szövetség weboldalt és applikációt üzemeltet, minősít, partnereket kutat fel, tanácsot ad, és promóciós tevékenységet is végez – állami támogatás felhasználásával. Szolgáltatók számára a csatlakozás ingyenes. 2025 májusában a hálózatnak 923 tagja volt, ebből 365 szálláshely, 223 vendéglátóhely, 167 attrakció és 158 kerékpárbolt vagy szerviz. A Kerékpárosbarát applikációt mintegy 40 000 kerékpáros töltötte le, és használja. Többek között az applikáció fejlesztésével sikerült elérni, hogy a szolgáltatók száma 2025 végére már meghaladta az 1300-at.

A rendszer – alapul véve a külföldön már régóta működő hálózatokat – akkor tud fenntartható módon működni, ha a tagok száma egy kritikus szintet (szakértői becslések alapján Magyarországon ez kb. 3000 tag) átlép,

és a rendszer már önmagában attraktív kínálatot nyújt a kerékpárosoknak, illetve a turisztikai partnereknek (pl. szallas.hu). Így a hálózat támogatás nélkül, csak a tagság díjbefizetéséből tud működni. Természetesen a tagok számára is plusz forgalmat és többlet szolgáltatást kell, hogy nyújtson a rendszer annak érdekében, hogy szívesen csatlakozzanak, tagdíjat fizessenek. Az előzetes elképzelések szerint megfelelő mennyiségű szolgáltató esetén 2-3 éves időszak alatt fokozatosan lehetne bevezetni díjat, mely egyszeri regisztrációs díjból és éves tagdíjból állna. A díj mértéke függ a szolgáltató típusától és méretétől, de jellemzően 50-200 EUR/év körül várható. Jelenleg a MAKETUSZ számára kihívást jelent a tagok számának növelése.

### 5.2.11. Kerékpározási szokások, kutatások

A döntéshozók számára fontos, hogy a kerékpáros turizmus jelentőségét adatokkal, valamint a konkrét gazdasági hasznok bemutatásával lehessen igazolni. Nemcsak a helyzet vagy a tervek igazolása a lényeges, hanem a helyzet feltárása, a fejlesztések lehetőségeinek és korlátainak a megismerése is a hatékony tervezés érdekében. Ehhez azonban még mindig nem állnak rendelkezésre megfelelően részletes adatok, illetve ezen alapuló számítások, szakértői becslések. Így a jövőben tovább kell fejleszteni a kerékpárosok mennyiségét és mozgását monitorozó rendszert (a Magyar Közút Nonprofit Zrt. által üzemeltetett VeloClass hálózat, valamint további számlálók), illetve részletes adatokat kell gyűjteni a kerékpáros turisták költéseiről, a szolgáltatók bevételeiről, társadalmi összetételének alakulásáról.

Egy, a magyar felnőtt korú lakosság körében 2022 július–augusztusában reprezentatív, online mintavétellel végzett kutatás eredményei alapján kiderült, hogy a lakosság 67%-a szokott kerékpározni, 16%-ának pedig elsődleges közlekedési eszköze a kerékpár. Ezek az értékek azonban korcsoportonként és területileg is jelentősen eltérnek. Az életkor előrehaladtával a kerékpározási kedv csökken. Míg a 18–29 éves korosztályban a megkérdezettek 81%-a szokott kerékpárt használni, addig a legalább 60 évesek között ez az arány már csak 55%. Területi megoszlás szerint az elsődlegesen kerékpárt használók aránya főként a sík, alföldi régiókban magas, itt a lakosság közel harmadának ez az elsődleges közlekedési eszköze. A magas használati arányok ellenére a turisztikai célból kerékpározók száma viszonylag alacsony. Rövid, egynapos kirándulásokra a megkérdezettek 17%-a, míg hosszabb,

többnapos kerékpártúrákra mindössze 3%-a használja a kerékpárt. E tekintetben tehát jelentős a kihasználatlan potenciál, a lakosságnak több mint 4/5-ét lehetne még valamilyen módon bevonni a kerékpáros turizmusba. Ahogy az *Így bringázik Magyarország* című kutatás anyagában olvasható, a válaszadók szerint a kerékpározás népszerűségét főként a kerékpáros infrastruktúra fejlesztésével és a közlekedési kultúra javulásával lehetne növelni, valamint fontosnak tartják a közforgalmú közlekedéssel történő kombinálás lehetőségét is (kerékpártárolók kialakítása a megállóknál, kerékpárszállítási lehetőségek bővülése) (Medián, 2022).

Glász és Hóz (2021) tanulmányából kiderül, hogy a kerékpáros-forgalom nagyságának vizsgálata régebben jellemzően kézi mérésekkel történt, azonban ma már általánosan elterjedtek a különféle automata eszközök, amelyek közül a mérés céljának megfelelően választják ki a szakemberek az optimálist. Kézi forgalomszámlálások közül a legjelentősebb 2015-ben készült Magyarországon, amikor is 200 helyszínen történt keresztmetszeti forgalomszámlálás. A számlálásokat egy nyári hétköznapon, egy nyári hétvégi napon és egy őszi hétköznapon végezték, napi 15 órában (Tombor, 2015). A számlálást mintegy 100-100 helyszínen, azonos módszertannal ismételték meg 2018-tól minden évben. A méréssorozat eredményeképpen megállapítható, hogy a kerékpáros-forgalom nagysága az elmúlt években emelkedést mutat, 2024-ben a 2015-ös évhez képest jellemzően 20–60%-kal nőtt a kerékpáros-forgalom a mérés napjától függően (a legnagyobb növekedést az őszi hétköznapon tapasztalni). Ahogy a Közigazgatási és Területfejlesztési Minisztérium adataiból kiderül, a mérési helyszínek közül a legforgalmasabbak Békéscsabán, Szegeden és Debrecenben vannak. A mérési módszernek köszönhetően nem csak a kerékpáros-forgalom nagyságának vizsgálata lehetséges, hanem – a nyári hétvégi és az őszi hétköznapi forgalomnagyságok aránya alapján – annak meghatározása is, hogy az egyes helyszíneken a turisztikai vagy a hivatás célú forgalom a jellemzőbb (Glász & Hóz, 2021).

Hazánkban a kerékpáros-forgalom nagyságát és irányát mérő automata eszközök is elterjedtek, jelenleg közel 100 db ilyen eszköz működik országszerte. Ezek nagy előnye, hogy többnyire teljesen folyamatos mérést biztosítanak az év minden napján, 24 órán keresztül mérnek, így hosszabb távon az adatokból a napi, heti, havi és éves forgalomlefolyásokat megfelelően lehet vizsgálni. A két leggyakoribb típus egyike a Magyar Közút Nonprofit Zrt. kezelésében lévő ultrahangos vagy pneumatikus kialakítású VeloClass

számláló (veloclass.kozut.hu/hu/map). Ezen eszközök elhelyezkedése és az általuk mért adatok online elérhetők az üzemeltető honlapján. A mérési adatok alapján a legnépszerűbb a Balatoni Bringakör, valamint a Velencei-tó körüli, illetve a Budapest és Szentendre közötti útvonalak. Ezeken a kerékpáros-forgalom nagysága 300-400 ezer kerékpározó évente. A másik gyakori típus az EcoCounter által gyártott, jellemzően hurokdetektoros kialakítású számláló, amelynek mérési adatai szintén elérhetők online. Ezek mérési adatai alapján a Budapest–Balaton kerékpáros útvonal biatorbágyi, majd etyeki szakasza a legforgalmasabb, de a Balaton és a Tisza-tó körüli útvonalak is igen népszerűek.

Az elmúlt időszakban viszonylag kevés kutatás vizsgálta részletesen a hazai kerékpáros turizmust. Az Aktív- és Ökoturisztikai Központ Nonprofit Kft. 2020-ban és 2022-ben végzett reprezentatív, személyes kérdezéssel kutatásokat, melyek a kerékpáros túratípusra is kitértek. A megkérdezettek 32%-a vett részt kerékpáros túrákon, és a jövőben is tervezi ezt. A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány felkérésére és támogatásával a Kodolányi János Egyetem 2024-ben végzet a Balaton térségében kutatást, vizsgálta a kerékpározók demográfiai összetételét (Kulcsár et al., 2024). Ez a kutatás alátámasztotta a Magyarországon és Európában is tapasztalható trendet, miszerint az idősebb, 40 év feletti korosztály felülreprezentált, illetve jellemző a férfi dominancia. A szektor számára az egyik fontos kihívást éppen az jelenti, hogy a kerékpáros turizmus célcsoportjában minél nagyobb számban jelenjen meg a fiatal korosztály, illetve a nők aránya nőjön. Ehhez nem csak vonzó látványosságokra vagy szolgáltatásokra, de biztonságos kerékpáros infrastruktúrára is szükség van, hiszen a kevés tapasztalattal rendelkező kerékpárosok a biztonságos, forgalomtól mentes kerékpárutakat részesítik előnyben.

### 5.2.12. Digitalizáció jelenléte és jövőbeli fejlesztési lehetőségek

Utazás előtt és közben a közlekedőknek célszerű biztosítani az úti céljuk elérését megkönnyítő közlekedési információkat. Utazás előtt ez jellemzően nyomtatott vagy interneten található térképek segítségével történik; ez utóbbiak általában útvonaltervezésre is alkalmas felületek szoktak lenni. Kerékpárral történő utazás esetén érdemes gondolni arra, hogy a térképek

kerékpáros infrastruktúrára vonatkozó adatai hiányosak, pontatlanok lehetnek. Több olyan online térkép is elérhető, amelyek tartalmaznak kerékpárút-hálózati réteget, a tapasztalat azonban az, hogy ezek kisebb-nagyobb számban tartalmaznak hibákat. Manapság a digitális eszközök elterjedésével már szinte minden közlekedőnek lehetősége van arra, hogy okostelefonnal vagy kerékpáros GPS-szel és egy erre kifejlesztett szoftver segítségével utazás közben tájékozódjon. Léteznek olyan szoftverek is, amelyek az utazás után lehetőséget nyújtanak a felhasználónak annak kiértékelésére, hiszen rögzítik az útvonalat, a megtett távolságot, a haladási sebességet stb. A szolgáltató által feldolgozott felhasználói adatok pedig akár a közlekedéstervezésben is hasznosíthatók, például meghatározhatók a legnépszerűbb útvonalak és a kerékpározók jellemző haladási sebessége egy-egy szakaszra vonatkozóan (Glász, 2016).

Ahhoz, hogy a fenti szoftverek megbízhatóan ki tudják szolgálni a felhasználói igényeket, feltétlenül szükséges különösen a kerékpáros térképek fejlesztése. Ezen belül is a legfontosabb a KENYI mint hivatalos nyilvántartási rendszer kerékpáros hálózati rétegeinek folyamatos frissítése, valamint további adatok integrálása, mint például az egyes szakaszok útállapotának feltüntetése.

Különösen tervezői és döntéshozói szempontból lenne hasznos a forgalomszámlálási adatok egységes rendszerben történő gyűjtése, feldolgozása és nyilvános elérhetőségének biztosítása. A mai technológiai színvonalon már arra is nyílna lehetőség, hogy az adatokat dinamikus módon, API-n (alkalmazásprogramozási interfész) keresztül bárki elérhesse, és valós időben feldolgozhassa, hogy azokat az adott célnak megfelelően azonnal tudja a felhasználók felé kommunikálni. Ilyen, API-n keresztül lekérdezhető forgalomszámlálási adatbázis működik például az olaszországi Dél-Tirolban.

### 5.2.13. Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030

A Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030 (AÖFK, 2023) 2023-ban került elfogadásra azzal a céllal, hogy hosszú távon meghatározza a kerékpározás hazai jövőképét, céljait és a célok eléréséhez szükséges intézkedéseket. A stratégia által kitűzött általános cél, hogy Magyarországon 2030-ban a kerékpározás gyors, biztonságos, hozzáférhető és gazdaságos legyen, ezáltal pedig vonzó alternatívát jelentsen a mindennapi közlekedésben, ezen felül egyben a

legkedveltebb szabadidős eszköz is legyen. Így lehetne Magyarország Kelet-Közép-Európa első számú kerékpárosbarát országa.

A stratégia készítése során a szakértők figyelembe vették a legfontosabb európai és hazai jó gyakorlatokat, tehát a stratégia fő alapelvei és céljai is ebből vezethetők le. A jelenlegi helyzet bemutatása, értékelése, valamint az átfogó célok mellett az egyes szakterületekre vonatkozó célokat és intézkedéseket is tartalmaz a dokumentum. A kerékpáros turizmus esetében a cél a külföldi és belföldi turisták, a rendszeresen rekreációs céllal kerékpározók – különösen a fiatalok – számának növelése, a kerékpáros turizmusból származó bevételek növelése, az ágazat kiterjesztése különösen a hátrányos helyzetű térségek bekapcsolásával, valamint a kerékpáros turizmus integrálása egy-egy térség turisztikai kínálatába. Ezen felül a stratégia konkrét indikátorokhoz kötött vállalásokat is megfogalmaz, többek között 15 000 km hosszú kerékpáros gerinchálózatot, publikus adatbázisfejlesztést, 3000 kerékpárosbarát szolgáltatót, nemzetközi színvonalú kerékpáros térségeket és bringaparkokat, EuroVelo útvonalak fejlesztését. A stratégia a célok eléréséhez és a vállalások teljesítéséhez intézkedéseket tartalmaz. A tervdokumentum elfogadása óta eltelt 2 év alatt elsősorban a kisebb költséggel járó intézkedések megvalósítása kezdődött meg, például 2025 júniusában már 923 regisztrált és minősített kerékpárosbarát szolgáltató működött, a MÁV tovább javította a kerékpárszállítási lehetőségeket, kidolgozásra került a kerékpáros túravezető-képzés rendszere, és bár nem egységesen, de növekedett a kerékpáros események népszerűsége.

A stratégiában azok az alapelvek is rögzítésre kerültek, melyek az egyes fejlesztések és az egész szektor környezeti, gazdasági és társadalmi fenntarthatóságát hosszú távon biztosítani tudják. Ugyanakkor a hazai és az európai uniós források hiánya miatt a turisztikai célú kerékpárutak építése, fejlesztése lassan halad. A 2010-es évek végén rendelkezésre álló források felhasználása a kerékpárút-tervek és -engedélyek hiánya miatt szenvedett hátrányt. Erre reagálva 2021-ben egy jelentős – mintegy 4 milliárd forint összértékű – program indult, melynek eredményeként 2025-re további kerékpárút, illetve kerékpározható vegyes forgalmú út engedélyezése és kiviteli terve készült el, és kiadásra kerültek az engedélyek is. Ezek a turisztikai szempontból fontos és hiányzó kapcsolatok rövid átfutási idővel kivitelezhetők lennének, azonban a kerékpárút-építésre rendelkezésre álló európai uniós források volumene a 2021–2027-es ciklusban csökkent, költségvetési forrás pedig

nem áll rendelkezésre ilyen célokra. A jövőben mind a hazai, mind pedig az európai uniós költségvetési forrásokból nagyobb összeget szükséges a kerékpárutak fejlesztésére fordítani nem csak településeken belül, hanem azok között is bővítve a turisztikai kínálatot. Ez azért is fontos, mert regionális és globális adatok is azt mutatják, hogy a turisztikai célú kerékpározás töretlen népszerűségnek örvend, és a kerékpáros turizmus jelentős bevételi forrást jelent minden országban. Ez Magyarország esetében különösen a hátrányos helyzetű, iparral nem rendelkező, de természeti látnivalókban gazdag térségek esetében lenne fontos, hiszen itt bevételt és munkalehetőséget jelentene a lakosság számára.

### 5.2.14 Összefoglalás, következtetések, javaslatok

Számos eszköz áll rendelkezésre a kerékpáros szolgáltatások minőségének javítására. A helyi érdekelt felek támogatására az ECF (2025) kiadta az EuroVelo fejlesztési útmutatót, amely általános iránymutatást ad az EuroVelo és a kerékpárutak fejlesztéséhez. Az európai tanúsítási szabvány módszertana szintén egy azonnal használható eszköz a hosszútávú kerékpárútvonalak tervezéséhez és minőségének értékeléséhez, amelyet egyre szélesebb körben alkalmaznak Európában.

A kerékpározás élményjellegének egy része a közösségi összetevőn alapul. A kerékpáros nyaralás lehetőséget nyújt arra, hogy más emberekkel, kerékpáros társakkal, helyi lakosokkal kerüljünk kapcsolatba. A kerékpárosok szívesen osztják meg élményeiket, hallgatják mások történeteit, vagy fogadják a helyiek vendégszeretetét. Sok kerékpáros számára ez a legemlékezetesebb élmény (Daudibon, 2025). Az aktív turizmuson belül a kerékpáros turizmusnak tehát különös fontossága lehet a társadalmi kohézió erősítésében – gazdasági, egészségügyi és társadalmi előnye mellett.

A következő SWOT-elemzés összefoglalja a korábban tárgyalt helyzetképből adódó legfontosabb jellemzőket, amelyek között egyaránt szerepelnek: társadalmi, demográfiai, gazdasági és infrastrukturális tényezők, amelyek a jövőbeni tennivalók komplexitását érzékeltetik.

| Erősségek | Gyengeségek |
|---|---|
| Kedvező domborzati viszonyok, az erdők és természetvédelmi területek aránya jelentős<br>Közkutaknál víztöltési lehetőségek<br>Sok más európai országgal szemben legális a vadkempingezés<br>Kialakult a kerékpározás fejlesztéséért felelős szervezeti háttér, amely évek óta stabil | A kiépített kerékpáros úthálózat hossza, minősége, hálózati hiányosságai<br>Az utak üzemeltetéséért nem egy útkezelő felel a törzshálózat esetében sem<br>Kevés és kiszámíthatatlan a hazai forrás a fejlesztésekre, üzemeltetésre és útkezelésre |
| Kedvező kerékpárszállítási feltételek a vasúton<br>Kormány által is elfogadott kerékpáros stratégia | A kerékpáros útszámozás rendszere nem elérhető nyilvánosan<br>A kerékpáros hálózatot nyilvántartó hivatalos térkép (KENYI) hiányosságai<br>Erdei kerékpáros ösvények, e-bike-parkok hiánya |
| **Lehetőségek** | **Veszélyek** |
| Az országon négy EuroVelo útvonal halad át<br>A kerékpáros szezon idejének meghosszabbítása 3-4 évszakos szezonra<br>Az e-bike elterjedésének növekedése<br>A KRESZ megújítása és egyéb, vonatkozó szabályozási háttér aktualizálása<br>Európai viszonylatban magas kerékpározási részarány<br>Sűrű infrastruktúra-hálózat, amely kerékpározásra alkalmassá tehető<br>Növekvő igények, a keresleti oldal erősödése<br>Digitális háttér erősödése<br>Kutatások és adat alapú fejlesztések | A hálózat lassú fejlesztése miatt a környező országok jelentős versenyelőnyre tesznek szert<br>Európai uniós források csökkenése, hiánya<br>A motorizáció növekedése<br>Klímaváltozás (az extremitások gyakoribbá válása)<br>Öregedő társadalom, korosodó kerékpáros célcsoport |

**1. táblázat. SWOT-analízis**

FELHASZNÁLT IRODALOM


Ágoston, C. A. (2023). *Kerékpáros rendezvények helyzete és fejlesztési távlatai*. Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Szent István Campus Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet Fenntartható Turizmus Tanszék turizmus-vendéglátás alapképzési szak.

Aktív Magyarország. (2024. június 3.). *Kerékpáros körkép 2024*. Aktív Magyarország. https://aktivmagyarorszag.hu/egyre-tobb-kerekparuton-egyre-tobbet-teker-a-magyar/.

AMFK. (2017). *Bejárható Magyarország: Arculati Alapvetés* [PDF]. Aktív Magyarország Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/wp-content/uploads/2024/06/bejarhato-magyarorszag-arculati-alapvetes-2024-06-14_v02.pdf.

Analytics. (n. d.). *Open Data Hub Analytics*. Analytics Open Data Hub. https://analytics.opendatahub.com/.

AÖFK. (2023). *Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://cdn.kormany.hu/uploads/document/d/d5/d56/d56d7d20ced654ca5bc98ad589e9a3c4abb7bf4e.pdf.

Berendy, B. (2006). *Dunántúli kerékpáros turizmus a jövő tükrében* [Diplomadolgozat]. Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszék. https://csongor6.fw.hu/ptkk/dok/kpturizm.pdf.

Daudibon, A. (2025, January 30). *Cycling tourism trends to watch in 2025*. European Cyclists' Federation (ECF). https://www.ecf.com/en/news/cycling-tourism-trends-to-watch-in-2025/.

Eco-Counter. (n. d.). *ParcPublic data for site 8076*. Eco-Counter public dataset. https://data.eco-counter.com/ParcPublic/?id=8076.

EconoConsult Kft., & COWI Magyarország Kft. (2009). *A kerékpáros turizmus fejlesztési stratégiája: Egyeztetési munkaanyag* [PDF]. Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárság. https://2010-2014.kormany.hu/download/3/a0/30000/Kerekparos%20turizmus%20strategia_egyeztetett_12.21.pdf#!DocumentBrowse.

Értékterv. (é. n.). *Kerékpárforgalom: 20 mérési helyszín*. Értékterv Mérnöki Szolgáltató és Tanácsadó Kft. https://data.eco-counter.com/ParcPublic/?id=8076#.

Eurostat. (n. d.). *Terrestrial Natura 2000 area, 2019* [Infographic]. European Commission. https://ec.europa.eu/

eurostat/documents/4187653/10321599/Terrestrial+Natura+2000+area%2C+2019.jpg/2d3c8f54-e138-35bf-be47-2e82a4274f40?t=1589966084192.

Farkas, M., & Balogh, G. (összeáll.). (2001). Széchenyi Terv: Két kerékkel kevesebb, számtalan eredménnyel több!: A kerékpáros turizmus Magyarországon. *Turizmus Bulletin, 5*(2), 61–76. https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_Évf.5_2001_02.pdf.

Glász, A. (2016). *A kerékpáros közlekedés szerepe a városi személyközlekedésben* [Diplomaterv, PDF]. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Közlekedésmérnöki és Járműmérnöki Kar Közlekedésüzemi és Közlekedésgazdasági Tanszék. https://kerekparosklub.hu/storage/images/Glasz_Attila-A_kerekparos_kozlekedes_szerepe_a_varosi_szemelykozlekedesben.pdf?srsltid=AfmBOoplrCDa4W2J5zyCSoHLRQLIuL9GIuckEGeY8YPlnmgNfCkVqBWN.

Glász, A. (2021). *Kézikönyv kerékpáros túraútvonalak felméréséhez*. Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség. https://maketusznonprofit.sharepoint.com/sites/MAKETUSZ/Shared%20Documents/Forms/AllItems.aspx?viewid=ce94f2e8%2D8a2e%2D41de%2D8fd5%2Dad622ae2e585&ga=1&id=%2Fsites%2FMAKETUSZ%2FShared%20Documents%2FProjektek%2FNIFOP%2FMonitoring%2FKézikönyv%2FMonitoring%20Kézikönyv%2Epdf&parent=%2Fsites%2FMAKETUSZ%2FShared%20Documents%2FProjektek%2FNIFOP%2FMonitoring%2FKézikönyv.

Glász, A., & Hóz, E., (2021). Kerékpárutak forgalmi lefolyásának elemzése. In Horváth B., & Horváth, G. (szerk.), *Közlekedés a járvány után: folytatás vagy újrakezdés* (pp. 353–365) [XI. Nemzetközi Közlekedéstudományi Konferencia, Győr, 2021. június 10.]. Széchenyi István Egyetem. ISBN: 9786155837869.

Jászberényi, M., Boros, K., & Miskolczi, M. (szerk.). (2022). *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. ISBN: 9789634548218. DOI: 10.1556/9789634548041. https://mersz.hu/dokumentum/m963vakt__252/#m963vakt_249.

Kulcsár, L. (Ed.). (2014). *Social and Economic Impact of Climate Change in Rural Hungary: Analysis and Monitoring.* University of West Hungary Faculty of Economics. ISBN: 9789633342107. https://www.researchgate.net/publication/273204218_Social_and_Economic_impact_of_climate_change_in_Rural_Hungary.

Kulcsár, L. I., Bodrogai, L. A., Domokos, T., & Turzó-Németh, A. V. (2024). *Kerékpáros turisták a Balaton körül: Kerékpáros turisták számlálása és demográfiai összetételének vizsgálata: Turisztikai és szociológiai felmérés a kerékpáros turisták demográfiai-társadalmi összetételéről és a szolgáltatások igénybevételéről* [Kutatási jelentés]. Kodolányi János Egyetem Alkalmazott Kutatási és Innovációs központ Aktív- és Ökoturisztikai Kutatóintézet. https://www.kodolanyi.hu/wp-content/uploads/2025/08/Kerekparos-turistak-a-Balaton-korul-Kodolanyi-Egyetem-Kutatasi-Jelentes.pdf.

Lőrincz, K., Banász, Zs., Vizi, I. Gy., & Princzinger, P. (2020). Kerékpáros turizmus újragondolva – a kerékpáros túraútvonalak és -szolgáltatások iránti kereslet felmérése a Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben – Cycling tourism rethought – a survey on demand for cycling routes and services in the Balaton Tourism Development Region. *Turizmus Bulletin, 20*(4), pp. 4–14. DOI: 10.14267/TURBULL.2020v20n5.1. https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_Évf.20_2020_04.pdf.

Magyar Közút. (é. n.). *VeloClass kerékpárforgalom-számláló berendezés és rendszer.* [Interaktív térkép]. Magyar Közút Nonprofit Zrt. https://veloclass.kozut.hu/hu/about.

Magyar Közút. (2023). *KENYI kerékpárút-nyilvántartás* [Jogi keret: 337/2016. (XI. 17.) Korm. rendelet a kerékpárutakkal összefüggő egyes műszaki adatok nyilvántartásáról]. Magyar Közút Nonprofit Zrt. https://kenyi.kozut.hu.

Magyar Közút. (2025). *Útügyi Műszaki Előírások: Kerékpározható közutak tervezése (A 2. számú módosítással egységes szerkezetbe foglalva)* [PDF]. Magyar Közút Nonprofit Zrt. https://ume.kozut.hu/dokumentum/1751.

Medián. (2022). *Így bringázik Magyarország 2022: Országos reprezentatív kutatás* [3000 fős, Magyarország felnőtt lakosságára kiterjedő mintavétellel a Magyar Kerékpárosklub megbízásából, az Aktív Magyarország támogatásával]. Medián. https://drive.google.com/file/d/1xSZ5Wbd6vc1jeixDH182wFX3DMSWi9xP/view.

Molnár, B., Munkácsy, A., & Jászberényi, M. (2023). Budapest vizsgálata belföldi kerékpáros turisztikai desztinációként – Analysing Budapest as a domestic cycling tourism destination. *Turizmus Bulletin*, *23*(4), pp. 5–14. DOI: 10.14267/TURBULL.2023v23n4.1. https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/turizmusbulletin/article/view/1514/1013.

MTÜ. (2017). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia* [PDF]. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://www.edutus.hu/wp-content/uploads/2020/10/Nemzeti-Turizmusfejlesztasi-Stratagia-2030.pdf.

Munkácsy, A., Virág, Á., & Csendes, B. (2020). Kerékpározás az erdészeti utakon: gondolatok egy kerékpáros turisztikai útvonalak értékelésére szolgáló módszer első alkalmazása nyomán. *Útügyi Lapok, 8*(13), pp. 61–76. DOI: 10.36246/UL.2020.1.05. https://epa.oszk.hu/02300/02390/00013/pdf/EPA02390_utugyi_lapok_2020_13_061-076.pdf.

Obádovics, Cs., & Tóth, G. Cs. (2021). A népesség szerkezete és jövője. In Monostori, J., Őri, P., & Spéder, Zs. (szerk.). *Demográfiai portré 2021: jelentés a magyar népesség helyzetéről* (pp. 251–275). KSH Népességtudományi Kutatóintézet. ISSN 2061-3741 (Nyomtatott). ISSN 2630-8894 (Online). https://www.demografia.hu/kiadvanyokonline/index.php/demografiaiportre/article/view/2836/2726.

Rozenburg, J. (2025). *Cyclists Love Trains 2025: An analysis of the bicycle friendliness of European railway operators* (2nd ed.) [PDF]. European Cyclists' Federation (ECF). https://ecf.com/media/ecf%20at%20velocity/CLT/Cyclists%20Love%20Trains%202025%20Report.pdf.

Tamobyke. (2025, May 2). *Cycling tourism trends to watch in 2025*. Tamobyke (Cycling Routes). https://tamobykesport.com/blogs/blog/cycling-tourism-trends-to-watch-in-2025.

Tombor, K. S. (2015). Forgalomszámlálás – Monitoring – KENYI. In *Bringázni élmény! – Kerékpáros Konferencia* (pp. 6–21).

## 5.3. LOVAS TURIZMUS

OBÁDOVICS CSILLA – KULCSÁR LÁSZLÓ

### 5.3.1. BEVEZETÉS

Magyarországon fontos szerepe van a lovas turizmusnak, mely a magyar turizmus egyik vonzereje, növekedési lehetőségének fontos eleme, tartaléka. Európa legtöbb országában a természetes környezetben való lovaglás – a zárt magánterületek és -utak miatt – szinte már lehetetlen. Hazánk legszebb tájain, erdeiben, sok helyen engedélyezett a lovaglás.

A lovas turizmus mint szolgáltatás olyan egységes túrázási formát jelent, amikor a résztvevők a túra útvonalat lóháton teszik meg. A lovas turizmus gyakorlatilag a tereplovaglás szervezett formája. Rendszerint erre szakosodott lovarda, lovastanya vagy lovas vállalkozás szervezi. Magyarországon az új szabályok bevezetése óta lovat bérelni nem lehet, tehát arra nincs mód, hogy túravezető nélkül, pénzért lovat kölcsönözzünk. A túravezetővel szemben támasztott követelmény: a megfelelő nyelvtudás, a történelmi, a természeti és a kulturális ismeret, nem utolsó sorban pedig nem árt, ha konfliktuskezelési és emocionális képességekkel is rendelkezik.

### 5.3.2. A LOVAS TURIZMUS TÖRTÉNETI ÁTTEKINTÉSE MAGYARORSZÁGON

Magyarországon a lovas turizmus nagy múltra tekint vissza. Lovas túráink már közel 90 éve vonzzák az aktív és passzív külföldi turistákat (a passzív lovas turizmus alatt a tereplovaglást kísérő vagy önálló lovaskocsikázást, továbbá a lovasbemutatók, a ménesek stb. látogatását értjük) egyaránt. A szervezett lovas túráknak, a látványos lovasbemutatóknak egyaránt nagy hagyománya van hazánkban. Köszönhető mindez a hajdan volt világhírű magyar lótenyésztésnek, a kiváló magyar lófajtáknak, világhírű lovasainknak és nem utolsó sorban a szép természeti tájaknak, ahol még napjainkban is szabadon túrázhatnak a lovasok (Obádovics & Kulcsár, 2015).

Az első igazi lovas túrát 1934-ben a Magyar Gazdák Országos Lovasegyesülete szervezte. Ezen a túrán 60 holland vendég vett részt. 1956 után az IBUSZ kezdett lovas túrákat szervezni elsősorban külföldieknek. 1962-ben

Tihanyban, a Mátra-Bükk térségben, Gyöngyös és Szilvásvárad között indult nagyobb lovas túra az aktív turizmus kedvelőinek. Ekkoriban váltak híressé a Hungária lovas túrák. Ebben az időben az IBUSZ mint szervező szerepelt, míg a lóellátás koordinálását és ellenőrzését a Lótenyésztési Felügyelőség végezte. Az IBUSZ lovascsoportjának 1967. évi forgalma meghaladta a 100 ezer USA dollárt. 1972-ben 1318 lovasvendég látogatott Magyarországra, több mint 12 ezer vendégéjszakát és 4200-nál is több napot töltöttek nyeregben. A Balatonfelvidéken is beindult a lovas turizmus, és a többnapos lovas túrák szervezése (Nagy, 2000; Németh, 2004).

1970-ben 32, 1972-ben 40 lovas túrát indított az IBUSZ. A minőség biztosítása fontos szempont volt. A lovas túrák nem csupán a lovaglás élményét adták az idelátogató külföldieknek, Magyarországról is kaptak egy összképet. 1967-től a lovas túravezetőknek idegenvezetői vizsgát kellett tenniük. A többnapos lovas túrák alkalmával a lovak elhelyezése és a lovasok elszállásolása rendszerint eltérő helyszínen volt csak megoldható. Mivel nagy csoportok indultak, sok ló elhelyezésére volt szükség. Ezt az állami ménesek telephelyén, mezőgazdasági képzőközpontok tanlovardáiban, TSZ-majorokban tudták megoldani. A lovasokat ettől eltérő helyen, szállodában szállásolták el. Az 1970-es években alakult Pegazus Tours az IBUSZ szervezte lovas túráktól eltérően komplex idegenforgalmi lovastelepek hálózatát hozta létre. Ez azt jelentette, hogy a lovas túra alkalmával a lovak elszállásolása mellett a lovasok számára is volt szállás- és étkezési lehetőség. Ilyen komplex központok voltak például Bugacon, Ágasegyházán, Lajosmizsén, Sarlóspusztán és Dömsödön. Ezekre a helyszínekre fűzték föl az ország első önálló lovastúra-hálózatát (Győrffy-Villám, 2001; Lóska, 2001).

A rendszerváltás átformálta ezt a korábban jól működő rendszert. A központilag szervezett lovas turizmus és turisztikai szolgáltatások mértéke csökkent, a magánlovardák és -ménesek száma robbanásszerűen nőtt. Kialakult a hobbilovaglás és hobbilótartás, ami eleinte, mint a történelemben korábban is, a gazdagabb elitcsoportok közé tartozók sport- és szabadidős tevékenysége volt. A lovasklubok és -egyesületek számának növekedésével a lovaglás mára már szélesebb társadalmi csoportok számára vált elérhetővé.

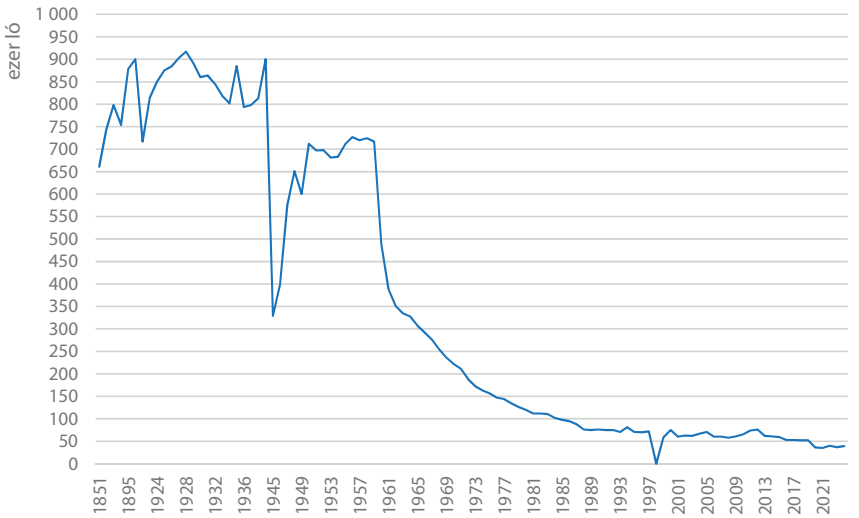
Hazánkban éppúgy, mint külföldön, egyértelműen megfigyelhető az a tendencia, hogy a lovardák elsősorban a nagyvárosok vonzáskörzetében szaporodtak el (Könyves & Suta, 2009; Kozak 2013). A nagyvárosokban található meg ugyanis elsősorban a fizetőképes kereslet a hobbilovaglás iránt,

itt alakult ki a kínálat is (**1. térkép**). A nagyvárosoktól távolabb kevesebb lovarda, lovasiskola működik, kevesebb lovaglásra, tereplovaglásra lehetőséget biztosító lótartóhely található (**2. térkép**).

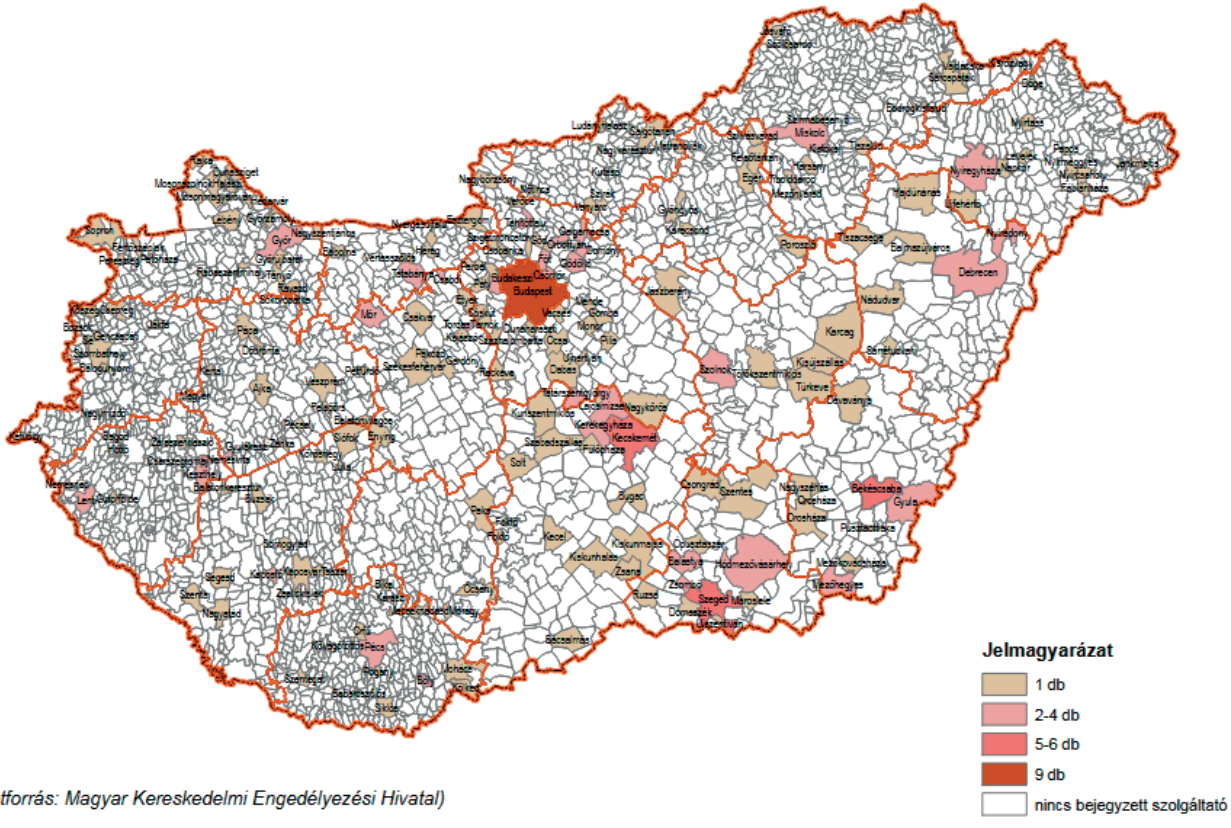
Az 1900-as évek elején a mai Magyarország területének lóállománya megközelítette a 900 ezret. A második világháború után ennek körülbelül a harmada maradt, majd a ménesek visszatelepítése részben megtörtént, így 1950-re a lóállomány elérte a hatszázezret. A mezőgazdaság gépesítésével megindult a lóállomány rohamos csökkenése, 1965-ben a lovak száma már csak 300 ezer volt. Az 1970-es évek végére az állomány 130 ezerre, az 1980-as évek végére pedig 100 ezer alá csökkent. 2007-ben az ország lóállománya (a KSH-adatai szerint) 60 ezer állat volt, azaz az 1950-es szintnek alig több mint 10%-a (**1. ábra**).

2010-ben 68 ezer, 2019-ben 52 ezer lovat jegyzett a Központi Statisztikai Hivatal. Az adatgyűjtés módszertani változása miatt 2020-tól csak a gazdaságküszöböt elérő adatszolgáltatók adatait gyűjtik, emiatt a KSH nyilvántartásában mindössze 36 ezer ló szerepel. Ez a lólétszám 2024-re 40 ezerre emelkedett.

Magyarországon a lovak nyilvántartása többféle módon történik. A KSH tízévenkénti Általános Mezőgazdasági Összeírása az egész országra kiterjed,

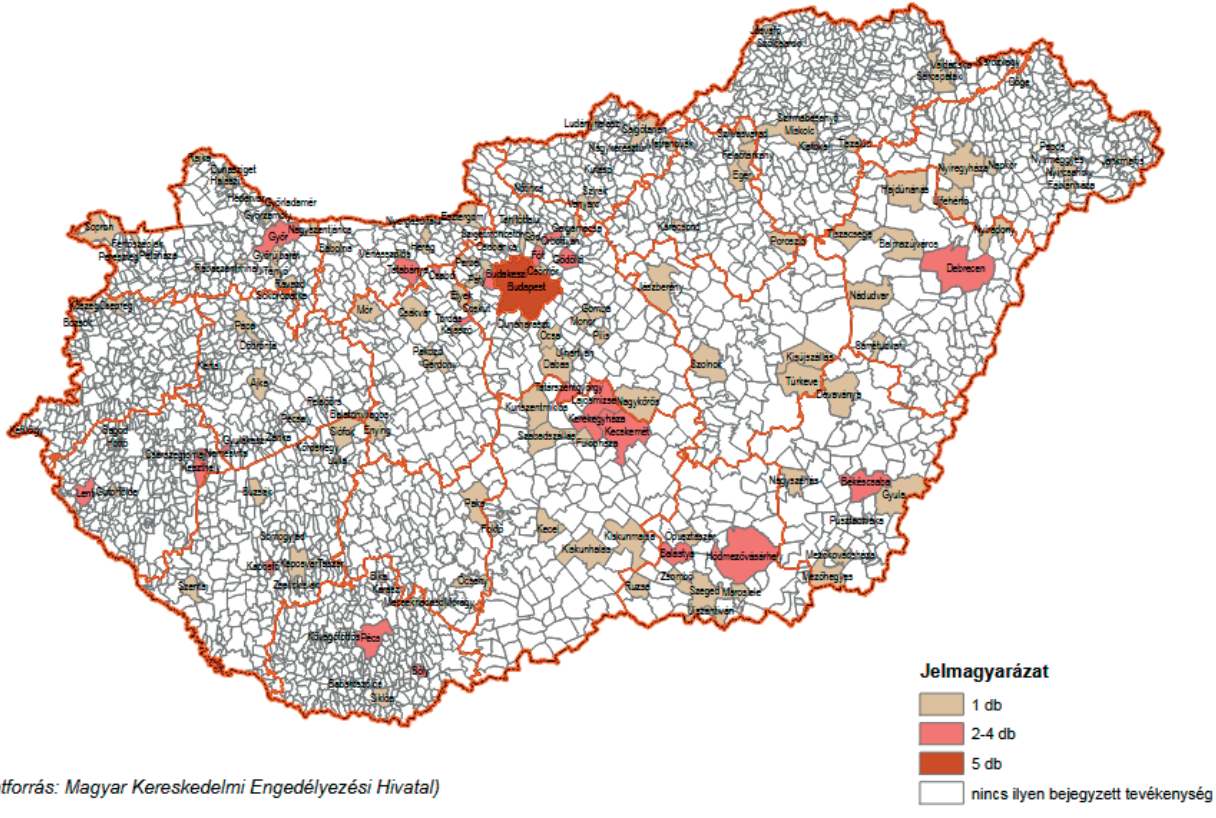



**1. ábra. A lóállomány alakulása 1851–2021 között Magyarországon (Forrás: KSH-adatok alapján, saját szerkesztés)**




*(Adatforrás: Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal)*

1. térkép. Nyilvántartásba vett lovas szolgáltatók száma telephely szerint (TEIR, 2012)




*(Adatforrás: Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal)*

2. térkép. Terep- vagy túralovaglás tevékenységet végző lovasszolgáltatók száma (TEIR, 2012)

és a lóállomány teljes körű összeírását jelenti. A nagy állami ménesekben a lovak száma jelentősen csökkent, a magánlótartók tulajdonában lévő lóállomány számában pedig növekedés tapasztalható.

A sportlovak a rajtengedély miatt a lovasszövetségnél korrekt módon vannak nyilvántartva. A regisztrációk azonban nincsenek összekapcsolva, és a KSH-nyilvántartással sincs összhangban. Ezen problémákra megoldást jelentene az Európai Unióban egységesen megkövetelt lóútlevélrendszer és -nyilvántartás bevezetése. A lovakat chippel látják el, és egy egységes rendszerben, központi adatbázisban veszik nyilvántartásba. Chip és lóútlevél nélkül a kötelező orvosi vérvétel sem végezhető el.

A lóútlevél-nyilvántartás pontatlansága sajnos abból adódik, hogy csak az útlevél kiváltásáig terjed a regisztráció, de a ló elhullása esetén nincs lejelentési kötelezettség. A lótetemek elszállítását az ATEV (Állatifehérje Takarmányokat Előállító Vállalat) végzi, és bár elvileg összeköthető lenne az elhullott állat kijelentése a nyilvántartásból, de ez mégsem történik meg. Emiatt például a 30 év alatti lovak száma 170 ezer egyed, míg a 20 év alatti lovak száma a lóútlevélosztály nyilvántartása szerint 75 ezer. Természetesen egyik sem fedi a valóságot, hiszen jónéhány ló megéli a 20 évet, de kevés 30 éves lóval találkozni. Jellemzőbb inkább a korábbi elhullás a különböző betegségek miatt (pl. kólika).

### 5.3.3. Nemzetközi kitekintés

A becslések szerint a lovak teljes száma Európában körülbelül 7 millió. Franciaországban és Nagy-Britanniában él a legtöbb ló, 840 000, illetve 796 000. A Belga Királyság 535 000 lóval szintén az európai rangsor élén található. Belgiumban 1000 lakosra 48 ló jut, összehasonlításképpen, az Amerikai Egyesült Államokban 10,26 millió ló él, ami mindössze 31 lovat jelent 1000 lakosra. Kanada is összesen 950 000 lóval elmarad a belga átlagtól, és 1000 lakosra mindössze 25 ló jut. (Europa Horse Agency SA., 2024)

Az 1950–1960-as években Európában megnőtt a szabadtéri rekreáció népszerűsége, ami egyúttal a lovas turizmus megjelenését is jelzi. A lovas turizmus hatalmas üzletággá fejlődött. A lovak és lovasok száma tíz év alatt csaknem megduplázódott. Ez Franciaországban volt a legfigyelemreméltóbb, majd Spanyolországban, Németországban, az Egyesült Királyságban és más nyugat-európai országokban (Pickel-Chevalier, 2015). 1975-ben Franciaor-

ság, Olaszország és Belgium részvételével megalakult a Nemzetközi Lovas Turisztikai Szövetség (FITE), amely a nemzeti lovas turisztikai szövetségek összefogását tűzte ki célul. Jelenleg 25 nemzeti szövetség a tagja; az európai országokon kívül Oroszország, az Amerikai Egyesült Államok és Algéria is, a szomszédos országok közül Ausztria és Románia már csatlakozott. Magyarország nem tagja a szövetségnek.

A szervezet jelenlegi elsődleges prioritása a határokon átnyúló lovastúra-útvonalak kialakítása, illetve ezzel párhuzamosan megkönnyíteni a lóval történő határátkelés folyamatát. Ezeken kívül folyamatos harmonizálással arra törekszik, hogy az egyes országok túraútvonalai minél magasabb, illetve egységes színvonalat érhessenek el. Lehetőség szerint mindenhol GPS-koordinátákkal is meghatározott túraútvonalak kerüljenek kialakításra, melyek mentén kijelölésre kerüljenek a lehetséges pihenőhelyek, a takarmányozási és az elszállásolási lehetőségek, illetve a lovasok számára is megfelelő szálláshelyek.

Ausztria szomszédos, burgenlandi tartományában 1000 km hosszú GPS-támogatású tájékozódási rendszerrel ellátott lovastúra-útvonalat alakítottak ki. A kiépített osztrák túraútvonalon jelölésre kerültek a pihenőhelyek és a lovak befogadására is alkalmas szálláshelyek is.

### 5.3.4. A lovas turizmus definíciója

A lovas turizmus meghatározása koránt sem egyszerű feladat. A különböző definíciók kihatással vannak a turisztikai gyakorlatra éppúgy, mint a fejlesztési irányok meghatározására.

A lovasturizmus-kutatások egyik akadálya a használatban lévő sokféle terminológia, nincs egy világos, egyértelmű definíció a lovas turizmusra vonatkozóan (Buchmann, 2017). Szűkebb értelemben a természeti környezetben való lovaglás élménye a lovas turizmus, tágabb értelemben a sok lóval összefüggő tevékenységet is ide sorolják. A különböző definíciók közül, amelyek hol leegyszerűsített, hol kibővített tartalommal a turisztikai szolgáltatást nyújtó vagy a szolgáltatást igénybe vevő turista szemszögéből határozzák meg a lovas turizmus fogalmát, ezúttal csak az aktív lovas turizmusra vonatkozó, a turista oldaláról való megközelítést ismertetjük – a teljesség igénye nélkül.

| Szerzőség – Ország | Definíció |
|---|---|
| Buczek-Kowalik et al. (2017) – Lengyelország, Szlovákia | Lovas turizmus, amely megkíván bizonyos fokú edzettséget és professzionális tudást. |
| Helgadóttir & Sigurðardóttir (2015) – Izland | Lovaglás vidéken. |
| Ollenburg (2005) – Ausztrália | A lovas turizmus a vezetett tereplovaglástól kezdve az egynapos lovas túrákon át a többnapos lovas túrákig (azaz a lovaglástól a lovarda területén egészen a lovasfogattal tett kirándulásig) mindent magában foglal. |
| Kozak (2013) – Lengyelország | A vidéki térségek aktív turizmusának egyik formája, amelynek során a turisták a lovasközpontból indulva kilovagolnak (vagy kikocsiznak) a természetbe. |
| Atout (Buchmann, 2017) – Franciaország | A turizmusnak egy fajtája, amelynek fő motiváló tényezője a ló. |
| Rácz (2008); Michalkó (2002) – Magyarország | Olyan élményszerzéssel párosuló környezetváltozás, amely során lóval kapcsolatos szolgáltatások igénybevételére kerül sor, vagyis olyan turizmus, amelynek célja is és eszköze is a ló. |
| Hrvatski konjički savez. (b. p.); Jakovinac et al., (2013) – Horvátország | Tartalmazza az összes lóerőforrás felhasználását fajtától függetlenül: lovak bérlése, lovaglás, lovaglási események (versenyek, sportesemények, kiállítások és bemutatók, felvonulások), egy- vagy többnapos szervezett túrák, panoráma- és tereplovaglás és sok más, innovatívan, a látogatók vagy turisták célcsoportjai számára kialakított tevékenység. |
| Pickel-Chevalier (2015) – Franciaország | Lóhoz kapcsolódó turisztikai tevékenységek, ideértve a lovaglással járó turizmust (és a lovat mint attrakciót). |
| Kline (Buchmann, 2017) – Ausztrália | A lovas turizmus magában foglalja a vezetett lovas túrákat, a kapcsolódó tanyai szállásokat, a lovastanyákat és lovardákat (a lovastáborokat, a versenyeket, a lovakkal kapcsolatos konferenciákat, valamint a találkozókat és a fogathajtást). |
| Wikipedia (2025) | A lovas turizmus vagy lovas túrázás a lovaglás egy formája, amely a lovak élvezeti célú használatát jelenti a civilizációtól távol eső helyeken, például vidéken, erdőben, dombokon vagy hegyekben, elsősorban rekreációs céllal. |

**1. táblázat. Lovasturizmus-definíciók a teljesség igénye nélkül, az aktív lovas turizmusra fókuszálva (Tomljenović et al., [2018] felhasználásával, saját szerkesztés)**

A turista szempontjából tehát az aktív lovas turizmus lóháton történő túrázás, kirándulás a szabadban, legyen az néhány órás tereplovaglás vagy többnapos lovas túra. Mindenképp megkíván egyfajta edzettséget, lovastudást. Lehet vezetett túra, szolgáltatás igénybevételével, ahol a lovat a lovarda biztosítja, a túrát a lovarda szervezi, vagy saját lóval önszervező módon történő túrázás. Ez utóbbi az elmúlt években egyre nagyobb népszerűségnek örvend.

### 5.3.5. Az aktív lovas turizmus szereplői

A következő fejezetben az aktív lovas turizmus szereplőit gazdasági-társadalmi és területi megközelítésben mutatjuk be.

#### 5.3.5.1. A táj

Adottságaink közé sorolhatjuk a túra- és tereplovagláshoz ideális tájainkat: nagy kiterjedésű, lovaglásra és lótenyésztésre alkalmas területekkel rendelkezünk, a növény- és állatvilág igen változatos, éghajlatunk a lovas turizmushoz ideális, mérsékelt szárazföldi. A nyugat-európaihoz képest kevésbé szigorú tulajdonosi tudat, valamint a mezőgazdasági vidékeken megmaradt földutak hálózata nem korlátozza annyira a tereplovaglást, mint a nyugat-európai országokban. Pusztáink, nemzeti parkjaink, erdeink talaja tavasztól őszig jól lovagolható.

#### 5.3.5.2. A ló

„A kiváló magyar lófajták alkalmasak a változatos igények kiszolgálására. Történelmünk során a ló mindig az ember társaként jelent meg, a magyar lófajták kétséget kizáróan a legalkalmasabbak a lovas turizmus céljaira. Köszönhetik ezt annak a tenyésztői munkának, amely megőrizte acélosságukat, vitalitásukat, a terepen való mozgásbiztonságukat, valamint azt a fejlett szociális érzéküket, ami által méltó szabadidős partnerré válhatnak a lovas turisták számára" (Magyar Turizmus Zrt. Termék Csoport & Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség, 2014, p. 14).

A lovas túrára alkalmas lovak nemüket illetően elsősorba a heréltek és kancák, fajtájuk szerint pedig a strapabíró, erős lábszerkezettel és pataszer-

kezettel rendelkező nyugodt vérmérsékletű félvér lovak a leghasznavehetőbbek. Tudni kell, hogy a ló menekülő (zsákmány) állat, még a legnyugodtabb lóval is előfordulhat, hogy valami úgy megijeszti, hogy oldal irányba kitér, vagy előre ugrik. Idegen lovakkal való találkozás során is érheti meglepetés a lovast, ezért nagyon fontos, hogy csak biztos lovastudással – és nem csak lovaglótudással – rendelkező turistát vigyünk terepre.

#### 5.3.5.3. A lovas túra típusai

Lovas túra alatt a lovardát elhagyó, hosszabb távú, rendszerint többórás vagy többnapos lovaglást értjük. A többnapos túrák többféleképpen szervezhetők, így megkülönböztetünk egymástól csillagtúrát, vonaltúrát és körtúrát (Györffy-Villám, 2001, pp. 80–82; Perei, 2011, pp. 210–213).

A csillagtúra több napon át tartó, szervezett kirándulás. Minden nap a kiinduló helyre érkeznek vissza a lovasok, a lovak a megszokott környezetükben töltik az éjszakát. A túrázók minden nap más-más útvonalat járnak be a kilovaglások alkalmával.

A vonaltúra esetében a kiinduló hely és a végcél között több szállás van beiktatva, és a vonaltúra végéről lószállítóval, autókkal viszik vissza a társaságot az indulási pontra. Ebben az esetben a túraszervezőnek gondoskodnia kell a lovak és lovasok megfelelő esti ellátásáról és elhelyezéséről, valamint meg kell szerveznie visszaszállításukat.

A körtúra esetében a kiinduló hely és a végcél megegyezik, a köztes napokon a szállás és étkezés megszervezése a feladat.

> „A lovasok igényeit minden szempontból kielégítő lovas túrák széles tárházát kínálják a szervezők. Vannak nomád jellegű lovas túrák, ahol a résztvevők a lovakon szállítják a teljes felszerelésüket, sátrukat, élelmüket. Ilyenkor kísérő autóra szinte nincs is szükség, kizárólag a felmerülő nehézségek, problémák megoldásának biztosítására szokták igénybe venni a gépjárműves támogatást. [...]
>
> A skála másik végének szélsőséges esete a lovaglást mint sportot kedvelő, de a szabadidő eltöltésekor egyéb kényelmi szolgáltatásokat is elváró vendégkör igényeit kielégítő lovas túra. Ebben az esetben a lovasok a túra során könnyű felszerelésben, semmilyen málhát nem cipelve lovagolnak, majd a napi célállomáshoz megérkezve kiélvezik az

ott elérhető szolgáltatások teljes körét. [...] A szükséges csomagokat, felszereléseket kizárólag a kísérő autó szállítja.

A két szélsőséges eset között számos típusú lovas túra elképzelhető, melyek egymástól a szállás kategóriájában, az étkezés módjában, illetve az egyéb nyújtott, illetve opcionálisan igénybe vehető szolgáltatások tekintetében térhetnek el egymástól." (Obádovics–Gelányi, 2014)

#### 5.3.5.4. Az aktív lovas turizmus kapcsolódási pontjai a gazdaság más ágazataihoz

A lovas turizmus a turisták, a vállalkozások és a desztinációk szemszögéből is meghatározható. Szűkebb értelemben csak kizárólag a ló és a lovas – a turista – együttes mozgásáról van szó, míg a lovas turizmus koncepciójának második dimenziója magában foglalja a lóval kapcsolatos élményeken túl a természeti, történelmi és kulturális örökség megismerését. A desztinációs modellnek – ez a harmadik szintje – olyan alapvető lovastermékekből és szolgáltatásokból kell állnia, amelyek számos interaktív lehetőséget kínálnak, mint például amilyenek a különféle lovaglási lehetőségek (osztálylovaglás, tereplovaglás, egynapos túra vagy többnapos lovas túra) biztosítása, fogathajtás, étkezéssel és szállással, rendezvényekkel tarkítva. A kibővített lovas turisztikai termékeknek tehát kényelmes szállást, étkezési élményeket, valamint a helyi/regionális történelem és kulturális örökség megismerésének lehetőségeit kell tartalmazniuk. Míg az az első két szinten a lovasturizmus-termékek többnyire különféle vállalkozások tulajdonában vannak, a harmadik dimenzióhoz együttműködésre van szükség ahhoz, hogy az alapvető desztináció vonzerejét kialakítsák és fenntartsák. A desztináció vonzerejét a vonzó táj, a jól kihelyezett és kezelt ösvényhálózat, valamint az információk elérhetősége, a lovakkal kapcsolatos események és a különféle látnivalók és tennivalók jelentik.

### 5.3.6. Kínálat/kereslet a lovas turizmusban

„A legfőbb különbség a magyar lovas turizmus fénykora, mely a hetvenes évek második felétől a nyolcvanas évek végéig tartott, és a mai között az, hogy akkoriban nagy tömegben érkeztek hozzánk a külföldi vendégek, olcsók voltunk számukra, egzotikusnak és romantikusnak

tűntünk a magyar pusztával, de arra is nagyon kíváncsiak voltak, hogy mi történik a vasfüggöny mögött. Közben más lovas kultúrák is divatba jöttek, a külföldiek inkább Spanyolországba, Portugáliába mentek, vagy extrém túrákra a Góbi sivatagba. Ma már kevésbé érdekes, hogy a magyar puszta szépségeit lóháton fedezzék fel. A külföldiek helyett viszont egyre több magyar lovagol" (Ozsda, 2017).

Emiatt hazánkban ugyan csökkent a külföldi vendégek száma, de az egyhetes, minden igényt kimerítő szervezett túrák célközönsége még a mai napig is többségében külföldről érkezik.

„A lovas turizmus szolgáltatásainak döntő többsége Európában bonyolódik. A nagy beutaztató országok, azaz a magyar lovas turizmus vetélytársai: Spanyolország, Írország, Portugália és Nagy-Britannia. A szolgáltatást igénybevevők elsősorban Németország, Svájc és Anglia, kisebb számban ugyan, de növekvő érdeklődést mutat Svédország és Finnország. Bár fizetőképes kereslettel rendelkezik, de Magyarországon alig jelenik meg Norvégia, Dánia, illetve Amerika [utóbbi valószínűleg a távolság miatt is. – Szerzői megjegyzés]. Új színfoltot, de egyben konkurenciát is jelentenek az arab országok a sivatagi lovas túrákkal, Dél-Amerika (Argentína) a pampalovaglással, Chile a cowboy kempinggel, illetve (Ecuador) lovas túrákkal az Andokban, a vulkánoknál, és ami speciális, hogy a túrákra az angol nyereg mellett western-, ill. annak klasszikus változatát, az ún. 'Vaquero' nyerget is lehet rendelni. Ezen kívül jelen van a piacon Ausztrália is a lovas túráival.

A magyar lovas szolgáltatások árai a lovas túrák tekintetében 20%-kal olcsóbbak a nemzetközi trendeknél, az egyéb lovas szolgáltatások terén 40-50%-kal alacsonyabb az ár... [...]

A lovas turizmus gazdasági jelentősége, versenyképességre gyakorolt kedvező hatásai közül kiemelkedik az átlagosnál magasabb költési hajlandóság, a területi és szezonális koncentráltság oldása." (Magyar Turizmus Zrt. Termék Csoport & Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség, 2014, pp. 13–14)

A magyarországi lovas turizmusban résztvevő magyarok aránya folyamatosan nő, az átlagéletkor folyamatosan csökken. Elsősorban Németországból, Svájcból és Nagy-Britanniából érkeznek, illetve a skandináv államokból. A nemi arány a „gyengébb" nem felé tolódik.

Egyre több és sokszínűbb a lovastúra-kínálat. Az extra magas áron és minőségben szervezett túráktól az önköltségi áron lebonyolított nomád túrákig mindenféle megtalálható a palettán. Előnyeink közé tartozik a kiváló, nyugodt vérmérsékletű, de temperamentumos magyar lófajták használata; természeti adottságaink: a talajviszonyok az ország legnagyobb részén kiválóan alkalmasak a terep- és túralovaglásra. Magyarországon még szabadon lovagolhatunk, kevés a kerítés, és az erdőtörvény is lehetővé teszi a magánerdőkön való szabad átlovaglást. A lovasturisztikai fejlesztések 2016–2020-as időszakában országos szinten 13 túraútvonal került fel a térképre (**3. térkép**).

A lovastúra-hirdetések megszaporodtak a média lehetőségeit kihasználva. A Facebook-oldalon több lovas túrát hirdető oldal is van. Ezek egyike a „Lovas túra ajánlatok – tereplovaglás" csoport.[14] Weblapjukon Magyarország minden tájáról található hirdetés, sőt határainkon túlra: Erdély, Mongólia, Dél-Amerika, Marokkó területére is kiterjednek a felhívások. Különböző fantázianevekkel, hívószavakkal tűzdelt leírásokat találni: „Esztena látogatás Erdélyben", „Teliholdas éjszakai túra", „Mikulás gasztrotúra", „Marokkó hív!". Közös a hirdetésekben, hogy három járműdban stabil lovasokat várnak, illetve sok esetben súlyhatárt is megszabnak: maximum 80–85 kg. Nem sok, de akad olyan hirdetés is, amelyben kezdőket is fogadnak rövidebb terepre. A hirdetett túrák hossza mind időben, mind távolságban eltérő, a legtöbb csillagtúra vagy körtúra, azaz a lovasok a kiindulási helyre érkeznek vissza 2–8 órás tereplovaglás után. A nomád túrák között találni 3–7 napos túrát is, alacsony költségvonzattal, valamint egyszerű szállás- és étkezési lehetőséggel (közös főzés, bográcsozás, bivakolás vagy jurtában alvás stb.).

Többnapos túrák tervezése esetén vannak olyan veszélyek, amelyek megoldásra várnak. Ilyenek: a lovas vállalkozások nehéz és olykor bizonytalan gazdasági helyzete; a takarmányárak változékonysága miatt minden túra előtt ellenőrizni kell, hogy a lovasszálláshely valóban működik-e, van-e kapacitása, takarmánya, van-e lehetősége lovak elszállásolására, és a lovasok ellátása megoldható-e. A kijelölt lovastúra-útvonalak karbantartása a másik

[14] Forrás: https://www.facebook.com/groups/139470976576367/.




3. térkép. Kijelölt lovastúra-útvonalak (Forrás: A lovasturisztikai fejlesztések lehetőségei a 2014–2020-as tervidőszakban)

probléma. Ha nincs felelős, aki rendszeresen visszavágja a túlburjánzó növényzetet, eltakarítja a kidőlt fákat, egy idő után járhatatlan útszakaszokba botolhat a lovas.

### 5.3.7. A jogi szabályozás erősségei és hiányosságai

A rendszerváltozás idején még nagy dolog volt, ha ingyenes lovaglási lehetőséghez jutott valaki, hiszen a lovardai lovasoktatás sokak számára megfizethetetlen volt. Azóta igen nagy változásokon ment keresztül hazánkban a lovasélet, jelentősen nőtt a lovardák száma, de ez gyakran a minőség rovására ment. Szükségessé vált a lovakra és a lovardákra vonatkozó jogszabályi háttér rendezése, rendeletek megalkotása, frissítése. A jelenleg érvényben lévő lovardai rendelet első verziója 2008-ban készült. A rendelet szabályozta a lovardai körülményeket, a lótartás és a lovasszolgáltatási tevékenységek feltételeit. Később ezt a rendeletet többször módosították, kiegészítették, hol enyhítették, máskor szigorították.

> „14/2008. (XII. 20.) ÖM rendelet a lovas szolgáltató tevékenységről
>
> Lovas szolgáltató tevékenység: a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény (a továbbiakban: Kertv.) 2. §-ának 16. pontjában meghatározott szolgáltató tevékenység, így különösen lovagoltatás, lovas oktatás, lovasterápia, fogyatékos személynek nyújtott lovas szolgáltatás, terep- vagy túralovaglás, fogathajtás, fogathajtás oktatás, fogatoztatás, lovas bemutató. [...]
>
> 11§ 3) Terep- és túralovaglás esetén a szakmai tevékenységért felelős személy minden megkezdett tizenkét fő létszámú csoport esetén legalább egy személyt köteles kijelölni kísérőnek. A terep- és túralovaglás megkezdése előtt a szakmai tevékenységért felelős személy vagy az általa kijelölt személy kötelessége meggyőződni arról, hogy a vendég lovas tudása a terep- és túralovaglásnak megfelelő szintű.
>
> 11§ (4) A szakmai tevékenységért felelős személy vagy az általa kijelölt személy köteles ellenőrizni a vendég megfelelő lovas tudását (gyakorlottságát), továbbá köteles az ennek megfelelő vérmérsékletű lovat, jármódot és tempót megválasztani." (ÖM, 2008).

A lovas szolgáltató tevékenység engedélyezése, mint sok minden más, túl szabályozott hazánkban. Csak egy példát kiemelve: a lovas szolgáltató tevékenység feltétele, hogy a telephely (fióktelep) rendelkezzen rögzített korláttal körülvett, egyenletes talajú, legalább 800 m² alapterületű lovas pályával (13 § d). Amennyiben a szolgáltató csak túrákat vezet, miért van szükség erre? Gondolom a lovastudás ellenőrzése végett, de a lovastudás rögzített korlátokkal nem körbevett területen is ellenőrizhető.

**Engedély a lovardának**

A lovas szolgáltatók engedélyhez kötött gazdasági tevékenységet végeznek, az engedélyt a Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal adja ki. Annak szabályait, hogy ki folytathat ilyen gazdasági tevékenységet, a kereskedelmi jellegű turisztikai szolgáltatási tevékenységek között találjuk – kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény (6/C. § 52 (1). Nyilvántartásuk szerint 2022-ben 587 regisztrált lovarda volt, ebből 418 lovarda tevékenységei között szerepelt a tereplovaglás, túrázás. Természetesen ez nem jelenti azt, hogy mind a 418 lovarda szervez lovas túrát, tereplovaglási lehetőséget is csak a töredékük biztosít. A legtöbb lovarda a lovasiskolai szintű gyermektömegek lovasoktatásából, vagy/és bértartásból tartja fenn magát. A regisztrált lovardák egy része szervez egy-két órás tereplovaglásokat, de egésznapos vagy többnapos lovas túra szervezésére csak kevesek vállalkoznak, bár a számuk folyamatosan nő.

**Engedély a lovas túra vezetőjének**

Az említett törvény kitér arra is, milyen végzettség szükséges ahhoz, hogy valaki terepre vigyen lovasokat, vagy túrát vezessen. A lovastúra-vezetői képzés felnőttképzés, érettségihez kötött, a „Vendéglátás turisztika szakmacsoport" alá tartozik. A felvételi követelmények között szerepel a középfokú nyelvvizsga és a rajtengedély vizsga szintű lovastudással.

Már a hatvanas évek közepén is vizsgához kötötték, ki lehet lovastúravezető. Akkoriban a lovaglótudás nem volt kérdés, aki ilyen jellegű tevékenységet folytatott, csak minősített jó lovas lehetett. Abban az időben idegenvezetői végzettséget írtak elő a lovastúra-vezetőnek, azaz megfelelő nyelvtudás és intelligencia, valamint országismeret nélkül nem vezethettek

túrát. De abban az időben elsősorban külföldi lovasok érkeztek a többnapos, egyhetes vagy akár hosszabb lovas túrákra hazánkba. A jelenlegi képzési struktúra a szorosan értelmezett lovastúra-vezetést már kiterjeszti a lovardai egyéb tevékenységekre is: a lovak ellátására, tartására, képzésére, a lovardavezetésre, lovastábor-szervezésre, vállalkozási ismeretekre.

**Engedély a lovaknak**

Az említett lovardai rendelet a lovardában dolgozó lovak vizsgakötelezettségét is meghatározza. A lovakat ötévente kell vizsgáztatni annak igazolására, hogy megfelelnek a lovasvállalkozásban munkavégzésre. A lovakat vérmérsékletük, mozgásuk, képzettségük alapján felmérik, és ennek alapján igazolják lovasoktatásra, lovagoltatásra, lovas gazdasági tevékenységre, tereplovaglásra való alkalmasságukat. Arra azonban tekintettel kell lenni, hogy ha egy rendszeresen használatban lévő ló a vizsga idején jól szerepel, ez nem jelenti azt, hogy több heti pihenő után ugyanúgy felültethető rá egy lovas, mint amikor mindennapos használatban van. A lovastúra-vezetőnek minden egyes alkalommal meg kell győződnie arról, hogy az összes ló, amelyikkel terepre indul, mentálisan, fizikailag és egészségileg megfelel az elvárásoknak.

**Engedély a lovasoknak**

A lovas turizmus főszereplője a lovas, azaz a turista. Ki mehet terepre? Ki mehet többnapos lovas túrára? Erre vonatkozóan nincsenek szabályok, vagyis rendelettel, törvényileg nincs szabályozva. Nem kötik a lovastudás igazolására szolgáló vizsgákhoz. A lovastúra-hirdetések között a túra nehézségi fokát is fel szokás tüntetni, illetve azt, hogy milyen szintű lovastudás szükséges az adott túrához. A túra előtt minden esetben a túravezetőnek meg kell győződnie arról, hogy a lovas valóban az elmondása szerinti tudással rendelkezik-e.

### 5.3.8. Fejlesztések és további fejlesztési lehetőségek az aktív lovas turizmus területén

A kormány a Nemzeti Vidékstratégia részeként 2012. február 29-én elfogadta a KINCSEM Nemzeti Lovas Programot, majd az 1061/2012 (III.12.) kormányhatározatban döntött a program végrehajtásának módjáról is.

A program célja a lóhasználat és a lovas tevékenység feltételeinek javítása, fejlődési pályára állítása, a fenntarthatóság alapjainak megteremtése; végső soron az, hogy Magyarország lovasbarát turisztikai desztinációvá váljon. Ennek érdekében összefogja azokat az intézkedéseket, amelyek a lovas ágazat fejlesztését elősegítik és a lovas kultúrát, a lovas turizmust és a lótenyésztést támogatják, valamint a lovasterápia, a lóversenyzés és a lovassportok helyzetét előrre mozdítják. A továbbiakban a Nemzeti Lovas Program lovas turizmust is érintő kérdéseire, célkitűzéseire térünk ki.

A Nemzeti Lovas Program célkitűzései között szerepel a hazai lovastúra-útvonalak **4. térkép** szerinti kijelölése. Az útvonalakon történő tájékozódás segítése GPS-koordinátákkal, illetve jelzőtáblákkal. A túraútvonalak mentén a szükséges, illetve lehetséges pihenőhelyek, szálláshelyek és egyéb kiegészítő szolgáltatási (állatorvos, patkolás stb.) lehetőségek feltérképezésére és ezek információs pontokon történő megjelenítésére is sor kerül. Ha a program teljes egészében megvalósul, kialakul a Magyarországról induló, döntően a Kárpát-medencére kiterjedő, hálózatszerűen működő, egységes minőségbiztosítással bíró lovastúra-útvonal. Ez a világ leghosszabb összefüggő lovas-




**4. térkép. Az EUROHORSE hálózat**
**(Forrás: Kincsem – Nemzeti Lovas Program)**

túra-útvonala (kb. 10 000 km hosszú) lesz. Ezzel létrejön a lovas turizmus területén a világon egyedülálló magyar modell (Lóska, 2022.).

A 2013-ban megkezdődött a négy nagy EUROHORSE túraútvonalnak lóháton történő kijelölése, valamint a GPS-koordináták rögzítése. Az információs pontok, pihenőhelyek, induló és célállomások, szálláshelyek, istállók kijelölése is megkezdődött az első szakaszon (Obádovics & Gelányi, 2014). 2021-ben az EUROHORSE 1-es szakaszának Észak-Magyarország és az Észak-Alföld területére eső részén a lovasturisztikai fejlesztés megvalósult. A Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség (MLKTSZ) célja fenntartható, aktív lovasturisztikai hálózat létrehozása. A területen több mint 150 lovas és más turisztikai szolgáltató hálózatba szervezésével a ló és lovas igényeit kielégítő komplex rendszert alkottak. Több mint 1800 kilométeren 31 lovasturisztikai megállópont kialakítása történt meg. A program folytatódik, és remélhetően néhány éven belül az egész ország át- és bejárható lesz lóháton, bárki otthon, az íróasztalánál ülve megtervezheti a túraútvonalat a pihenőkkel, szálláshelyekkel, az étkezési lehetőségekkel együtt.

Elkészült a Lovas Barangoló is (**1. illusztráció**), egy egyedülálló lovas turisztikai útvonalhálózat, amely jelenleg több mint 1800 kilométer hosszú – GPS-koordinátákkal kijelölt – lovasútvonalat és rajta elhelyezkedő, fedett lóbeállókkal rendelkező megállópontokat tartalmaz. A hálózat jelenleg Magyarország két régiójára, Észak-Magyarországra és az Észak-Alföldre terjed ki.

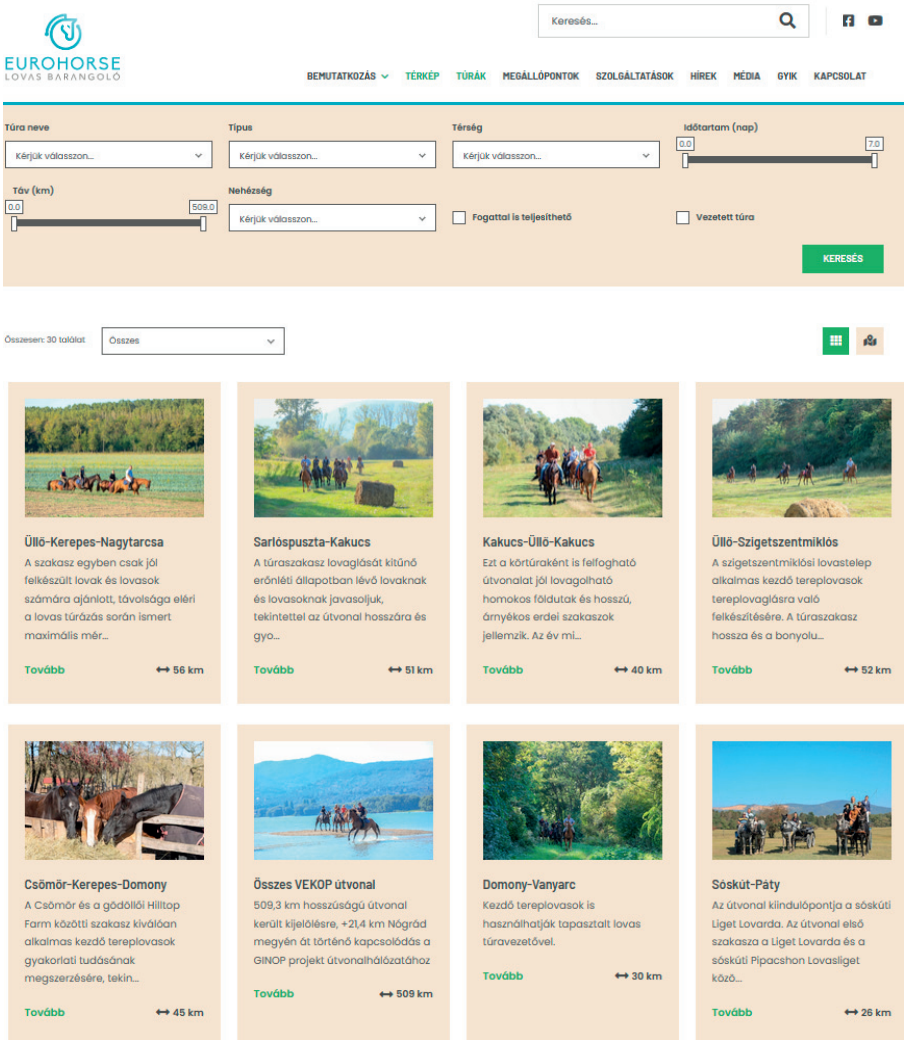
A honlap térképes keresőjével és az EUROHORSE alkalmazás segítségével bárki megtervezheti lovastúra-útvonalát a megállópontokkal együtt. A legtöbb helyszínen szállás és étkezés is igénybe vehető. Az útvonalak akár saját lovakkal, egyéni szervezésben is biztonságosan teljesíthetők.

Jelenleg 30 lovas túra közül lehet választani – típus, nehézségi fok, hosszúság és egyéb tényezők alapján. Az egyes túrák részletes leírása is megtalálható.

Ugyanilyen rendszerben kiválaszthatók a megállópontok is (**2. illusztráció**), ahol egyéb szolgáltatások alapján is válogathatnak a túrára készülők, mint például szálláshely a lovasoknak, étkezési lehetőség, illetve ezeken felül egyéb kínálat, mint például borkóstolás, helyi termékek, gasztronómia, illetve wellness-szolgáltatások stb.

A program a Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Egyesület fejlesztése, melynek fő célja egy egységes, fenntartható, aktív lovas turisztikai hálózat kialakítása, mely más turisztikai attrakciókkal együtt szolgáltatási csomagot alkot. A megfelelő infrastrukturális és kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése

által a lovas turizmus alkalmas lehet a hazai turizmus területi és szezonális koncentráltságának oldására: a turisztikai főszezon meghosszabbítására, illetve a turisztikai szezonok diverzifikálása szempontjából jelentős szerepet vállalhat, hiszen szolgáltatásainak főszezonja a tavaszi, illetve az őszi időszakot öleli föl.




**1. illusztráció. Lovas Barangoló – Lovastúra-választás (https://eurohorse.hu/)**

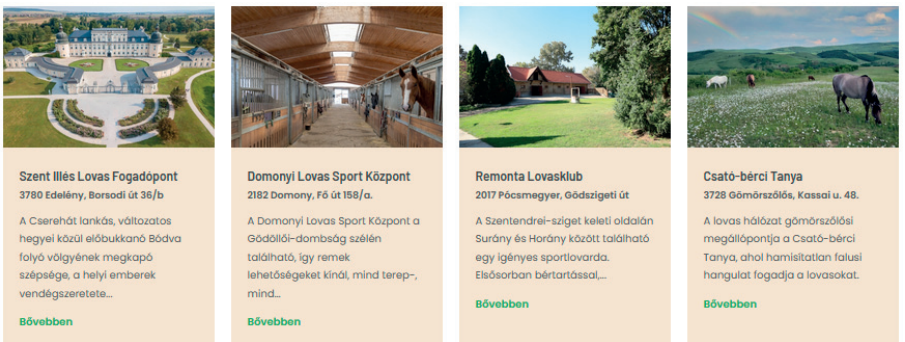
Ahogyan a bakancsos turistáknak az országos Kékkör három önálló túraútvonalat: az Országos Kéktúrát, a Rockenbauer Pál Dél-dunántúli Kéktúrát és az Alföldi Kéktúrát egybefüggően jelenti, úgy készülne el az országos Eurohorse-hálózat a lovasoknak, az észak-magyarországi és észak-alföldi szakasz folytatásaként. De míg a gyalogos túrázók extrém (köves, sziklás, meredek, bokrokkal benőtt) talajviszonyok mellett is haladni képesek, addig a lovak patájának megfelelő földutakra van szüksége. A kijelölt lovastúra-útvonalakat pedig minden évben karban kell tartani, a benőtt ágak, a traktorok által kijárt mély csapásokat feltöltő cserepek, építési törmelékek nem éppen a lovagláshoz megkívánt feltételek.

Az országban és az országon túl mutató kerékpárutak és az azokhoz kapcsolódó alapszolgáltatások (vízvételi lehetőség, fedett, árnyékos pihenőhely) mintául szolgálhatnak a lovastúra-útvonalak kialakításához is.

### 5.3.9. Összefoglaló, következtetések, javaslatok

A lovas turizmus fejlesztése a vidék egyik fontos kitörési pontja lehet. A lovastúra-útvonalak mentén a kapcsolódó szolgáltatások számos munkahelyet biztosítanak. Nélkülözhetetlen azonban a lovas túrák szervezéséhez és szálláshely-szolgáltatásához alkalmas lovasegyesületek és maguk a főszereplők, a lovak, számának és minőségének az ismerete és feltérképezése.

Európa legtöbb országában a természetes környezetben való lovaglás a zárt magánterületek és magánutak miatt szinte már lehetetlen. Óriási előnyünk, hogy hazánk legszebb tájain, rétjein, erdeiben még szabadon lovagolhatunk.




**2. illusztráció. Lovas Barangoló – Megállópontok (https://eurohorse.hu/)**

Meg kell őrizni a terepen való szabad lovaglás lehetőségét. A hazai lovas turizmus pár éve kezd (újra) igazán népszerűvé válni. Egyre többen fedezik fel a lovasiskolákat és lovastanyákat, hogy több-kevesebb időt töltsenek a szabadban lóháton.

A fentiekhez még azt is hozzá kell tennünk, hogy nagyon fontos nem csak a lovasoknak, hogy lovaskultúrát, erkölcsöt és etikát tanuljanak, ez éppúgy fontos az egész társadalomnak, hiszen ha fejlett hazai lovas turizmust szeretnénk, akkor ehhez befogadóvá kell tenni a teljes magyar társadalmat. A lovaskultúra oktatását kicsi korban kell kezdeni, hogy a jó lehetőségeket később biztonságosan tudják kihasználni és élvezni, vagy legalább támogatóan elviselni.

A szabadidő kihasználásának a lovas túra az egyik sok szépséget, örömet adó, egészséges formája. A tanulmányban igyekeztünk bemutatni a lovas túrázás sokszínűségét, ezen keresztül megpróbáltuk érzékeltetni milyen széles társadalmi réteget érinthet az aktív kikapcsolódásnak ez a fajtája. A bemutatott igények sokszínűsége, a lovas túrát szükségszerűen kiegészítő (étkezés, szállás, takarmányozás), illetve az ahhoz könnyen kapcsolható egyéb szolgáltatások (wellness, gasztronómia, kulturális programok stb.) lényeges turisztikai potenciállal kecsegtetnek a lovas ágazat fejlesztése révén.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Atout France. (s. d.). *Atout France – Agence de développement touristique de la France.* Consulté le 1 janvier 2026 sur https://www.atout-france.fr/fr.

Buchmann, A. (2017). Insights into domestic horse tourism: the case study of Lake Macquarie, NSW, Australia. *Current Issues in Tourism, 20*(3), 261–277. DOI:10.1080/13683500.2014.887058.

Buczek-Kowalik, M., Klamár, R., & Kozoň, J. (2017). Equestrian tourism as an offer of rural tourism-study on the selected examples from Podkarpackie Province (Poland) and Prešov Province (Slovakia). *European Journal of Service Management, 23*(3), 5–12.

Burgenland (2014, Apryl 1). *Theme's: Sport and Riding.* Burgenland.info. http://www.burgenland.info/en/themen/sport/riding/.

Europa Horse Agency SA. (2024). *European horses: Centuries of Experience* [Estimated horse populations in Europe and comparisons with the U.S.

and Canada]. Retrieved January 1, 2026. https://europahorseagency.com/european-horses/
FITE. (2025, December 9). *The Official Website of FITE* [Fédération Internationale de Tourisme Équstre]. https://fite-net.org/en/.
Győrffy-Villám, A. (2001). *Lovasakadémia 10.: A lovasturizmus kézikönyve*. Mezőgazda Kiadó.
Helgadóttir, G., & Sigurðardóttir, I. (2008). Horse-based Tourism: Community, Quality and Disinterest in Economic Value. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 8*(2), 105–121. DOI:10.1080/15022250802088149. https://www.researchgate.net/publication/247518318_Horse-based_Tourism_Community_Quality_and_Disinterest_in_Economic_Value.
Hrvatski konjički savez. (b. p.). *Hrvatski konjički savez – Croatian Equestrian Federation*. Hrvatski konjički savez. https://www.konjicki-savez.hr.
Jakovinac, M., Caput-Jogunica, R., & Ramljak, J. (2013). Pilot istraživanje o mogućnostima razvoja konjičkog turizma u Hrvatskoj. *Stočarstvo, 67*(4), 137–145. UDK 636.1→798. https://hrcak.srce.hr/file/174533.
KIM. (2012). *Kincsem – Nemzeti Lovasprogram: Munkaanyag* [PDF]. Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium. https://web.archive.org/web/20170329052649/http://magyar-lovaskultura.hu/pages/nlp.htm.
Kozak, M. W. (2013). Equestrian Tourism in Poland: Status, Opportunities, and Barriers Affecting Local Development. *Folia Turistica, 28*(2), 205–226. https://foliaturistica.pl/article/545249/en.
Könyves, E., & Suta, É. (2009). The importance of Equestrian Tourism Enterprises in Tourism Destination Management in Hungary [Abstract]. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce, 3*(3–4), 1432. DOI:10.19041/Abstract/2009/3-4/5. https://www.researchgate.net/publication/46535766_The_importance_of_Equestrian_Tourism_Enterprises_in_Tourism_Destination_Management_in_Hungary.
Lóska, J. (2001). *Az Észak-magyarországi és Észak-alföldi régió lovas turizmusának helyzete és kibontakozásának lehetőségei: Regionális lovas turisztikai termékfejlesztési tervtanulmány és programjavaslat*. [A kiadás helye: Vanyarc, Sarlóspuszta]. http://www.logyogyasz.hu/_data/VFS_a2b2460a47cc158bac7680d17412aa3f.pdf
Lóska, J. (2022). A lovas turizmus újrapozicionálása a 21. századi igényekhez igazodva. In Jászberényi M., Boros K., & Miskolczi M. (szerk.), *Vonzerő-*

*fejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémia Kiadó. ISBN: 9789634548218. DOI: 10.1556/9789634548041. https://mersz.hu/dokumentum/m963vakt__252/#m963vakt_249.

Magyar Turizmus Zrt. Termék Csoport, & Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség. (2014). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia: Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia: 2007–2013* [PDF]. Magyar Közigazgatási Hivatal. https://2010-2014.kormany.hu/download/3/6c/20000/Lovas%20strategia.pdf.

MLTKE. (é. n.). *Eurohorse – Lovas Barangoló lovasturisztikai útvonalhálózat*. Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Egyesület. https://eurohorse.hu.

Michalkó, G. (2002). Turizmus: praxis vagy tudomány?: (A turizmus tudománytani és felsőoktatási kérdései Magyarországon). In Aubert A. (szerk.), *Kutatás a turizmusban: A kutatás aktuális kérdései Magyarországon* (pp. 84–96) [Országos Turisztikai Konferencia 2002, Pécs]. Pécsi Tudományegyetem Turizmus Tanszék.

MKEH. (2012). *Kereskedelmi, Haditechnikai, Exportellenőrzési és Nemesfémhitelesítési Főosztály által vezetett nyilvántartások* [Hatósági nyilvántartások]. Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal. https://mkeh.gov.hu/hivatal/kozerdeku_adatok_2013/tevekenysegre_mukodesre_vonatkozo_adatok/nyilvantartasok.

Nagy, I. (2000). *Lovas vadászatok: Falkavadászat, falkászat, vadászlovaglás*. Lapu Bt.

Németh, A. (2004). Lovasturizmus Magyarországon. *Gazdálkodás, 48*(9), 95–106. DOI: 10.22004/ag.econ.208830.

Obádovics, Cs. (2022). Lovasturizmus / Equestrian Tourism. In Grotte J. (szerk.), *Új trendek és jó gyakorlatok a fenntartható turizmus piacán különös tekintettel a nemzeti és geoparkok szerepére – New Trends and Best Practices on The Market of The Sustainable Tourism with Special Focus on The Roles of Geoparks* (pp. 138–165) [PDF]. (Alma Mater Sorozat). Információs Társadalomért Alapítvány; Soproni Egyetem. ISBN 978-615-82082-1-5 (pdf). https://infota.org/wp-content/uploads/2022/11/uj-trendek-es-jo-gyakorlatok-a-fenntarthato-turizmus-piacan-kulonos-tekintettel-a-nemzeti-es-geoparkok-szerepere-1.pdf.

Obádovics, Cs., & Gelányi, I. (2014): Lovasturizmus Magyarországon. In Darabos F., & Ivancsóné H. Zs. (szerk.), *Nemzetek turizmusa:*

*VI. Nemzetközi Turizmus Konferencia 2014: Tanulmányok* (pp. 427–445). Nyugat-magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar.
Obádovics, Cs., & Kulcsár, L. (2015). Horse Industry in Hungary: The Rebirth Through Tourism and Lesure? In S. Pickel-Chevalier, & R. Evans (Eds.), *Horse, Tourism & Societies* (pp. 126–135). Esthua, université d'Angers.
Ollenburg, C. (2005). Worldwide Structure of the Equestrian Tourism Sector. *Journal of Ecotourism, 4*(1), 47–55. DOI:10.1080/14724040508668437. https://www.researchgate.net/publication/45432609_Worldwide_Structure_of_the_Equestrian_Tourism_Sector.
Ollenburg, C. (2005). Worldwide Structure of the Equestrian Tourism Sector. *Journal of Ecotourism, 4*(1), 47–55. DOI: 10.1080/14724040508668437.
Ozsda, E. (2017. szeptember 30.). *A lovas turizmus múltja, jelene és lehetőségei* [Interjú Komjáthy András okleveles lovasoktatóval, a Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség regionális megbízottjával]. In *Lovas Kalendárium online: A mindennapi lovas évkönyv.* https://lovas-kalendarium.webnode.hu/news/a-lovas-turizmus-multja-jelene-es-lehetosegei/.
ÖM. (2008). 14/2008. (XII. 20.) *ÖM* [Önkormányzati Minisztérium] rendelet a lovas szolgáltató tevékenységről [13. §]. Hatályos Jogszabályok Gyűjteménye. https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0800014.onm.
Perei, G. (2011). *Lovastúra vezetés* (pp. 4–14). VM Vidékfejlesztési, Képzési és Szaktanácsadási Intézet.
Pickel-Chevalier, S. (2015). Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? *Loisir et Société / Society and Leisure, 38*(1), 110–134. http://dx.doi.org/10.1080/07053436.2015.1007580.
Rácz, Sz. (2008). A lovasturizmus, mint a területi fejlődés egyik sajátos szegmense. In Szónoky A. G. (szerk.), *Magyarok a Kárpát-medencében: Tudományos nemzetközi konferencia* (pp. 514–526) [PDF]. Szegedi Tudományegyetem Természettudományi és Informatikai Kar Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék. ISBN 9789634829102. http://www.rkk.hu/rkk/pdf/magyar_lovasturizmus_racz_2008.pdf.
Sigurðardóttir, I. & Helgadóttir, G., (2015). The new equine economy of Iceland. In C. Vial, & R. Evns (Eds.), *The new equine economy in the 21st century* (pp. 223–236). Wageningen Academic Publishers.

DOI: 10.3920/978-90-8686-824-7_19. https://www.researchgate.net/publication/289532570_Sigurdardottir_I_Helgadottir_G_2015_The_new_equine_economy_of_Iceland_in_Evans_R_Vial_C_The_new_equine_economy_in_the_21st_century_EAAP_Scientific_Series_136_httpwwwwageningenacademiccomdoiabs10392097.

Tomljenović, R., Boranić-Živoder, S., & Čorak, S. (2018). Horse Riding Tourism –Definitional Conundrum. In J. D. Smolčić, & I. Milohnić (Eds.), *4th International Rural Tourism Congress: Congress Proceedings. Croatian Association of Historic Towns* (pp. 278–287) [PDF]. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. https://www.fthm.uniri.hr/images/kongres/ruralni_turizam/4/znanstveni/Tomljenovic_BoranicZivoder_Corak.pdf.

Törvény a kereskedelemről. (2005). *2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről* [(6/C. §52 (1)]. Hatályos Jogszabályok Gyűjteménye. https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0500164.tv.

Wikipedia. (9 dicembre 2025). *Equiturismo* [Voce lessicografica]. Wikipedia. https://it.wikipedia.org/wiki/Equiturismo.

## 5.4. VÍZI TURIZMUS

WITZL BALÁZS

### 5.4.1. A VÍZI TURIZMUSRÓL

A vízi turizmus olyan rekreációs sport- és szabadidős tevékenység, melynek célterülete egy természetes vagy egy természetes környezetben kialakított mesterséges vízfelület, vízpart és annak környéke. Fellendülése visszavezethető a vízi közlekedési eszközök fejlődésére, valamint az ember vízen, vízparton történő szabadidő-eltöltésének módjaira (Bánhidi, 2013). Az igénybe vett közeg szerint megkülönböztetünk: folyami, tavi és tengeri vízi turizmust. A tevékenység indítóoka szerint beszélhetünk: fürdőturizmusról, vízitúrázásról (kajak-, kenu-, evezős-, vitorlástúra), horgászturizmusról, vízi kalandturizmusról, illetve extrémvízisport-turizmusról (búvárkodás, szörfözés). A vízi turizmus egyes típusai természetesen összefonódhatnak egymással és egyéb turisztikai irányzatokkal is (pl. ökoturizmus, falusi turizmus, ifjúsági turizmus).

A Nemzeti Víziturisztikai Stratégia (Aktív Magyarország, 2024) értelmezésében a vízi turizmus az evezőlapáttal vagy szélerővel hajtott eszközökkel történő vízitúrázást, helyváltoztatást jelenti. Evezőlapátos túratípusok alatt a kajak, a kenu, az evezős hajó, a SUP[15] és a sárkányhajó értendő, míg a szélerővel hajtott eszközök a vezetői engedély nélkül használható vitorlás csónakokat, a surf[16] és a kitesurf[17] eszközöket jelentik. A túrázás során a túrázó fizikai mozgást végez, ezért a part mentén hosszabb-rövidebb pihenőket tart. A túrázás során infrastruktúrát és szolgáltatásokat vesz igénybe. A stratégia

[15] A SUP (Stand Up Paddle) olyan vízi sportág, amelynek során egy nagyobb méretű, hosszú evező segítségével, legfőképp állva, evezünk a vízen egy merev vagy felfújható SUP-deszkán.

[16] Szörf.

[17] A kitesurf (vagy sárkányszörf/kiteboarding) egy olyan vízi sport, ahol egy nagy, a szél által hajtott sárkány (kite) húzza a vízen a sportolót egy deszkán, ötvözve a wakeboard (a szörfözés és a vízisí ötvözete, amikor valakit a vízen egy deszkán állva húz egy motorcsónak vagy kötélpálya), szörf és siklóernyőzés elemeit.

nem foglalkozik a motoros vagy strandeszközökkel, sem az eszköz nélkül végzett tevékenységekkel.

A vízparti üdülésre alkalmas területeket a túrázásra, sportolásra alkalmas folyókat, tavakat a turisztikai kínálat igen értékes tényezőiként tarthatjuk számon hazánkban. Különösen kedvező idegenforgalmi lehetőségeket biztosítanak gyorsan felmelegedő vizű tavaink, holtágaink és azok a középszakasz jellegű folyószakaszok, ahol a folyó sodrása nem túl erős; van sekélyvizű strand és homokos part; a hőmérséklet pedig hosszabb fürdési szezont is lehetővé tesz (Kollarik, 1991).

Ezeket a területeket két nagy csoportra oszthatjuk. Az egyik a Tisza és a hozzá kapcsolódó folyók (Öreg-Túr, Bodrog, Hernád, Zagyva, Körösök, Kurca és Maros), valamint az Alsó- és Felső-Tiszát elválasztó Tisza-tó. A másik nagy csoport a Duna és a hozzá kapcsolódó folyók (Rába, Ipoly, Zala, Sió, Mura, Dráva), szigetek (Szigetköz, Szentendrei, Csepel) és a tavak közül a Balaton. A Fertő-tó és a Velencei-tó két kisebb, önálló vízi turisztikai desztináció. A Mura–Dráva kapcsolódása a Dunához pedig az országhatáron kívül esik. Ahogy a vizekhez kapcsolódó többi dolgot, így a turizmust is célszerű összehangolni a szomszédos országokkal, hogy a pozitívumok a határ mindkét oldalán jobban érvényesüljenek.

A vízitúrázás a vízi turizmus része, melynek aktív résztvevői saját fizikai erejüket felhasználva hajtják vízi járműveiket táborhelyről táborhelyre, vagy egy állótáborból elindulva tesznek meg különböző hosszúságú túraszakaszokat – csillagtúraszerűen. A leggyakrabban használt közlekedési és egyben sporteszköz: a kenu és a kajak. A vízitúrázás a legösszetettebb vízi turisztikai forma, mivel vízben, vízen és vízparton egyaránt zajlik. Nem véletlen, hogy ez vált a sportturizmus egyik leggyorsabban fejlődő ágává, hiszen összekapcsolódik benne a sporttevékenység nyújtotta kihívás és élmény, valamint az ember azon természetes igénye, hogy szabadságát, szabadidejét a vízen vagy a víz közelében töltse el. Amellett tehát, hogy a vizek a vízitúrázás elemi feltételeiként jelennek meg, természeti környezetük közvetlen vonzerőként hat a turisták rekreációs és sportolási motivációira is.

A vízitúrázók között természetesen akadnak olyanok is, akiknek elegendő az, amit a folyó és az ember évezredes együttéléséből kialakult környezet kínál. Ők azok, akik akkor is „járnának a vízen", ha nem pihenhetnének kempingben, nem tusolhatnának minden nap meleg vízben, nem vásárolhatnának boltban, vagy éppen nem szállíttatnák a parton „vízmentesen" a csomagjaikat.

Az ilyesfajta nomád túrázáshoz kellő elszántság és megfelelő felkészültség is szükségeltetik. A vízitúrázók között azonban egyre nagyobb számban vannak és lesznek olyanok, akik a természet közelségén és a kalandkeresésen kívül igénylik a felszerelt táborhelyek kényelmét, annak kiszolgáló létesítményeit és a könnyen elérhető kiegészítő szolgáltatásokat (Barna et al., 2012). Manapság egyre inkább igaz, hogy a vízitúrázás sem nélkülözheti az alapvető turisztikai infrastruktúrát és szuprastruktúrát. Szuprastruktúra alatt az adott fogadóterület teljes szálláshely- és vendéglátóipari kínálatát, valamint az ezen felül álló, a turista által igénybe vett szolgáltatások összességét értjük (Michalkó, 1999).

Magyarország teljes területe a Duna vízrendszeréhez tartozik, mely mellékfolyóival összegyűjti a hegységkeret felől a Kárpát-medence belseje felé igyekvő vizeket. Medence jellegű fekvésének köszönhetően sok jó lehetőség kínálkozik a vízitúrázásra. Vizeink többnyire elfogadható tisztasága, csendes folyása is erre csábít. Természetesen más-más élményt nyújt egy kis patak, folyó, folyam, vadvíz, tó vagy elöntött ártér bejárása kajakkal, kenuval, evezős csónakkal (Németh & Némethné, 1997). A klasszikus vízitúrák leglátogatottabb területei a Tisza felső szakasza, a Bodrog és a Körös.

A vízitúrázást egyedülálló természetessége és természetközelisége teszi kiemelt rekreációs tevékenységgé. Folyóinkat zöld szalagként kísérik az ártéri erdők, melyek között található erdőrezervátum, de vannak természetközeli puhafaligetek, valamint különböző faültetvények is. Természetes körülmények között a parton, a hullámtéri morotvák szélén és a zátonyokon bokorfüzesek vetik meg lábukat. Mögöttük, kicsivel magasabb térszínen, fiatal öntéstalajon alakulnak ki a fűz- és nyárfajokból álló puhafaligetek, melyeket évente általában 2-4 hónapig borít víz (Cseh, 2013). Az ártéri ligeterdőkbe ültetett idegenhonos, inváziós fajok, mint amilyen az amerikai kőris vagy a zöld juhar, gyorsan szaporodnak. A cserjeszint fejlettsége változó, de jellegzetes látvány a fákra felkúszó liánok tömege. A folyók magasabb árterein korábban díszlő keményfaligetek a folyószabályozási és vízrendezési munkák következtében eltűntek, a még fellelhető tölgyesek csupán származékerdőnek tekinthetők.

Természetesen előfordul az is, hogy az erősebben szabályozott vízfolyások, kisebb folyók, csatornák partjain csak lágyszárú növényzet látható, melynek látványa jóval kisebb esztétikai élményt kínál, mint az erdősült partok panorámája (pl. a Zagyva). A mederben kialakuló buja növényzet, a növényzettel való részleges fedettség (például a Túr mentén vagy a Sziget-

közben) különleges hangulata miatt kivételes vonzerőt jelent a vízitúrázás számára, de ha akadályozza vagy lehetetlenné teszi a haladást (például a Zala esetében), kizáró tényezővé válik (Donka, 2012).

Napjainkban a hullámterek hasznosítására az erdő- és vadgazdálkodás a jellemző a természetvédelmi szempontok előtérbe kerülésével.

### 5.4.2. A hazai és nemzetközi szakirodalom áttekintése

Hogy megértsük a vízi turizmus lényegét, szerepét, funkcióit, célját szükséges meghatároznunk jelentését. A szakirodalomban is számtalan jelentéssel találkozunk akár angol nyelvű, akár magyar nyelvű anyaghoz nyúlunk. A legtöbb félreértés, mellébeszélés és vita megelőzhető azzal, ha a diskurzus elején tisztázzuk az általunk használt fogalmakat, és ezeket elfogattatjuk a hallgatóval, olvasóval.

A hazai és nemzetközi szakirodalomban fellelhető definíciók – eltérő részleteik miatt – több választ is adnak arra, hogy mit tekintenek vízi turizmusnak, így szükséges meghatározni, hogy a 21. század tudományában mit tekintünk relevánsnak, irányadónak. A nemzetközi, főleg európai szakirodalom alapján a fejezet röviden bemutatja a hazai és nemzetközi kutatások és felfogások lényeges szempontjait, azok változását az elmúlt évtizedekben.

Fontos különbség, hogy a nemzetközi gondolkodás elsősorban *nautical tourism* néven hivatkozik erre a szegmensre. Ez inkább tengeri és/vagy hajózási turizmust jelent, mindenesetre beleértik az édesvízi tavakon és folyókon zajló tevékenységet is. De az *aquatic tourism* kifejezéssel is találkozhatunk, amely a vizes turizmus kifejezéssel adható vissza, és jobban is kapcsolódik a magyarországi jelentéshez. A Plantrip weblap *nautical tourism* meghatározása magyarra fordítva például így hangzik: „A hajózási turizmus, más néven tengeri turizmus vagy vízi turizmus, egy speciális turisztikai forma, amely vízi vagy vízközeli szabadidős tevékenységeket és utazásokat foglal magában. Ez a turisztikai forma olyan vízi tevékenységekre koncentrál, mint a vitorlázás, a hajózás, a búvárkodás, a horgászat és egyéb vízi sportok" (Plantrip, n. d.).

Az UNWTO[18] noha megkülönböztet *adventure* ('kaland'), *business* ('üzleti'), *education* ('oktatási'), *eco* ('öko'), *cultural* ('kulturális'), *gastro*

[18] Az ENSZ Turisztikai Világszervezete: United Nations World Tourism Organization.

('gasztro'), *health* ('egészség'), *medical* ('orvosi'), *mountain* ('hegyi'), *rural* ('falusi, vidéki'), *sport* ('sport'), *urban* ('városi') és *wellness* turizmust, nem definiálja viszont sem az *aquatic*, sem a *nautical*, sem pedig a *water* turizmust. Érdekes, hogy egyes területeket mennyire precízen meghatároz, noha azok mérete a teljes iparághoz képes elenyésző, míg például a vízi turizmust leginkább az öko- és a kalandturizmus tárgykörébe sorolja.

A magyarországi meghatározások közül Donka (2022) úgy próbálja meghatározni a vízi turizmust, hogy passzív részébe beleérti az üdülőturizmust, aktív részét pedig a vízitúrázás, vitorlázás, horgászat hármasával ragadja meg, ugyanakkor az egészség-, öko-, szabadidő-, sportturizmus és a természetjárás desztinációival is érdemi átfedést lát.

A vízi turizmus a sportturizmus gyorsan fejlődő ága. A víz kezdettől fogva a modern turizmus elsődleges ereje. Az elsőként kialakult turisztikai célterületek vízparti üdülőhelyek voltak, ahol a passzív üdülőturizmus alapvető infrastrukturális feltételeinek megteremtésével és a turizmus tömegessé válásával – mintegy melléktermékként – felmerült az igény a vízhez kötődő sporttevékenységek – így a vitorlázás, a szörfözés, az evezés, a búvárkodás – űzésére is.

A vízi turizmus nem egyezik meg pusztán a vízi közlekedés turisztikai aspektusaival, a fogalom szélesebb területeket ölel fel. Az MTH (2005) megfogalmazása szerint a vízi turizmus során kézzel hajtott csónakokat, vitorlás jachtokat, illetve gépi meghajtású járműveket közlekedési eszközként használnak, holott számos esetben az említett közlekedési eszközök nélkül is beszélhetünk vízi turizmusról. A stratégia ugyanígy nem említi a vízitúrázás infrastruktúra-igényét, abban csupán a vitorlázás kapott helyet. Az NGM & NGTH (2013) az egészséges életmód és életminőség kapcsán tesz említést az aktív turizmus egyes elemeiről. A termékspecifikus kiemelt célok között a vízi turizmushoz kapcsolódóan itt már nem csak a motoros és vitorlás, hanem a sportcélú vízijárművek kikötői hálózatának szükségességével, valamint bizonyos termékek, így a vízitúrázás és a kerékpározás összekapcsolásával is foglalkoznak. A koncepció a vízi turizmust szűken értelmezi, kizárólag a közlekedési eszközök használatával végzett tevékenységeket sorolja ide, mellőzve többek között a passzív vízparti üdülés különböző formáit. A vízitúrázást megemlíti, de nem törekszik annak definiálására.

A meghatározására tett kísérletek közös jellemzője, hogy a kutatók az éppen aktuálisan vizsgált tágabb téma felől közelítik meg a fogalmat. Csapó

(2020) szerint a vízi turizmus alapvetően az aktív turizmus részét képező olyan turisztikai forma, illetve szabadidős tevékenység, melyben a turista vagy a látogató turisztikai tevékenységét természetes és mesterséges folyókhoz és/vagy állóvizekhez köthetően végzi.

Hegyi et al. (2006) a vízi turizmus körébe a sportolási tevékenységeket sorolják, így más, passzív, vizekhez kötődő terméket (például az üdülőturizmust) viszont nem tekintik annak. Csapó csoportosításában (Veres, 2011) a vízi turizmus egyes formái között átfedések vannak, mivel külön vizsgálta a vízitúrázást és a vízi sportturizmust, amelyek értelmezésem szerint rész és egész viszonyban vannak egymással. Ezen túl a szerző – más szerzőkhöz hasonlóan – a további elemzések során a vízi turizmus súlypontját sokkal inkább a személyhajózás irányába tolta el.

Ujvári (2009) a turisztikai termékekre fókuszálva, részletgazdagabb módon határozta meg a fogalmat. Eszerint a vízi turizmus olyan aktív szabadidős tevékenység, amely vízen, vízben vagy vízparton történik, és az utazó legalább egy olyan szolgáltatást vesz igénybe, amely a víziforgalmat és a vízi turizmust kiszolgáló és fenntartó létesítményeknél, szervezeteknél fogyasztást, a természeti környezetben viszont terhelést eredményez. A szerző szerint a vízi turizmus (és így a vízitúrázás is) tipizálható a vízfelület fajtája, a motiváció és az igénybe vett eszközök alapján. Ez azonban elég általános meghatározás, hiszen az igénybe vett közeg jellemzői sokszínűek lehetnek, azokat főleg a természeti (azok közül is elsősorban a vízrajzi) adottságok határozzák meg. Az egyes motivációk ezekkel az eltérő jellemzőkkel rendelkező vizekre, mint elsődleges vonzerőkre, irányulnak, az eszközök pedig a vonzerő adottságai és a túrázó igényei alapján kerülnek kiválasztásra.

El kell fogadnunk azt az érvelést is, miszerint a vízi turizmus valamennyi formája egyúttal vízparti turizmus is (Sulyok, 2012), hiszen a vízpart kapcsolja össze a turisták szokásos (szárazföldi) térpályáját a tevékenységük közegével, azonban a kifejezés használata mégsem szerencsés, ugyanis azt sugallja, hogy annak jelentéstartalma teljesen eltér a vízi turizmus jelentéstartalmától, miközben erről nincs szó, a két kifejezés a legszélső esetben is a rész és egész viszonyában van egymással. Bánhidi (2003) külön kezeli a vízi és a vizek menti turizmust. Meghatározása szerint a vízi turizmus négy része: a fürdőturizmus, a vízitúrázás, a vízi sportturizmus és a vízi kalandturizmus. Mint látható, ez a csoportosítás erősen elnagyolt, nem teszi lehetővé az egyes tevékenységek egyértelmű meghatározását.

A víz mint a tevékenységek alapvető feltétele meghatározza az azokra vonatkozó vizsgálatok lehetséges megközelítéseit. A folyóvizek a turizmus népszerű célterületei, hiszen biztosított a turisták számára az a többletélmény, amelyre a változatosság iránti igény támaszt keresletet. A változatosság alapját a szárazföld és a vizek találkozási vonala mentén fellépő szegélyhatás jelenti (Donka, 2022).

Mivel mind természetföldrajzi, mind turisztikai szempontból az álló- és a folyóvizek igen eltérő tulajdonságokkal rendelkeznek (egyrészről az adottságokat, másrészről a lehetőségeket tekintve), arra a megállapításra jutottunk, hogy nem szerencsés a vízi turizmus kifejezés általános érvényű használata, mivel az alatt egymástól alapjaiban eltérő turisztikai termékeket értünk (a passzív üdülőturizmustól a kalandturizmusig). Bár kétségtelenül vonzó és a vendég számára is könnyebben kommunikálható egy-egy önálló turisztikai terméknek tűnő kifejezéssel illetni az egyes tevékenységeket, ennél sokkal hasznosabb az egyes víztesttípusok fő jellemzői és a turisztikai termékek csoportjai alapján foglalkozni a vízi turizmushoz tartozó tevékenységekkel.

A vízitúrázás az aktív turizmus része, hiszen a résztvevő vendég folyamatos, más – például a tömegturizmusban megjelenő – tevékenységhez képest nagyobb fizikai aktivitására is szükség van, az teszi teljessé az élményt. A korábban ismertetett meghatározások alapján tehát az aktív turizmus része minden más olyan sporttevékenység is, amely egyébként megfelel a turizmus definíciójának (például a lovaglás, vadászat), de szintén a résztvevői aktivitásra épül a falusi turizmus, az ökoturizmus, illetve az egészségturizmus bizonyos tevékenysége is. Bár a szakirodalomban gyakran együtt foglalkoznak vele, a vízitúrázás és a vadvízi evezés jelentősen eltérő tevékenység mind az eszközök, mind a célterületek, mind pedig a sporttevékenység jellemzői tekintetében. A vadvízi evezés nem túrázás jelleggel történik, sokkal inkább helyben űzhető sporttevékenység. A lényege nem a természetjárás és táborozás, hanem a folyóvíz által támasztott fizikai kihívások leküzdése.

A vízitúrázás egyúttal a vízi turizmus része is. Olyan tevékenység, melynek során a résztvevők emberi erővel hajtott vízi járművel haladnak táborhelyről táborhelyre, vagy egy állandó táborhelyről csillagtúraszerűen. És mint ilyen, a leginkább komplex vízi turisztikai forma, mivel vízben, vízen és vízparton egyaránt zajlik. A vízitúrázás részben a résztvevők motivációjától, de leginkább a célterületek jellegétől függően kimerítheti a kalandturizmus fogalmát is. A definiálással tehát nem támasztottam különleges követelményeket

a tevékenységgel szemben, csupán az igénybe vett eszközt és a szálláshely igénybevétel módját határoztam meg. Az utóbbi azért lényeges része a vízitúrázásnak, mivel annak során nem csak maga a tevékenység szolgál a résztvevők élményszerzésének alapjául, mint a legtöbb turisztikai termék esetén tapasztalható, hanem maga a szálláshely és az étkezés vagy a vendéglátás is, mivel ezek nagyban eltérnek mind a hétköznapi tevékenységek során megszokott, mind pedig a turizmusban szokásos formáktól.

Egyes turisztikai termékek elnevezése mögött olyan kettősség áll fenn, amely bizonytalanságot eredményez a kifejezés egységes használatában. Az egyik ilyen termék éppen a sportturizmus, melynek az aktív és a passzív részvétellel zajló részei alapjaiban eltérő jellemzőkkel bírnak, így csak nyelvi értelemben vett kényelemnek foghatjuk fel, hogy a két különböző tevékenységet közös fogalommal illetjük. Ezért nem éltem azzal a módszerrel, hogy bármilyen jelzővel illessem az általam vizsgált turisztikai tevékenységet (például kenuturizmus, evezős turizmus), de nem használom a tágabb területet lefedő vízi turizmus kifejezést sem. Így a kézi erővel hajtott sporteszközök igénybevételével történő turisztikai tevékenységre a vízitúrázás kifejezést alkalmazom.

A sportturizmusban tapasztalható kettősség (Marton & Jónás-Berki, 2013) a vízi sporttevékenységekben is jelen van. Míg az egyes versenyek látogatása a passzív sportturizmus részét képezi, a vízitúrázás a fentiek alapján aktív sportturisztikai tevékenység. Az utóbbi években már olyan rendezvények is megjelentek, ahol a szervezők igyekeznek a sportturizmus aktív és passzív részét összekapcsolni. A versenyszerűen megrendezésre kerülő, de nevükben és szellemiségükben a szabadidős jelleghez is szorosan kapcsolódó vízitúrakupák résztvevői az aktív sportturizmus szereplői, míg a versenyek nézőközönségének egy része (a helyi lakosságon kívül a más településekről érkezők) passzív sportturista. Csekélyebb nézőközönséggel, sokkal inkább a vízitúrázók aktív részvételével rendezik meg évről évre azokat az evezősversenyeket, amelyeknek elsődlegesen nem a minél nagyobb sportteljesítmény a célja, hanem a túrázáshoz kapcsolódó életérzés átélése és továbbadása. Bár a rendezvények a rendszeresen vízitúrázók közösségeihez szólnak, ezek is hozzájárulnak a vízitúrázás népszerűsítéséhez.

A vízi turizmus meghatározása érinti a vízen és a vízpartokon végzett turisztikai célú tevékenységeket is. Így bizonyos jellemzői (többek között a szükséges infrastrukturális elemek) megegyeznek a vízi turizmus más tevékenységeivel, például a vízparti üdüléssel. Emellett felmerül a kapcsolódás,

illetve annak lehetősége az ökoturizmussal is: a közeli érintetlen tájak mint azonos motivációk jelenhetnek meg. Figyelembe véve a kapcsolódó turisztikai termékeket és tevékenységeket, valamint a több évtizedes gyakorlati tapasztalatokon alapuló közmegegyezést, a vízitúrázást a következőképpen határoztam meg: emberi erővel hajtott vízi sporteszközzel, nem közvetlenül teljesítmény célból végzett szabadidős tevékenység. A meghatározás tehát kizárja például a vitorlás kishajóval végzett tevékenységeket, amely más szempontból tartozhatna ugyan a vízitúrázás körébe, azonban a hazai szokásjog, illetve a sporteszközök közötti alapvető különbségek miatt nem tekintjük annak. A teljesítmény mint cél sok esetben jelen van ugyan – akár az előre meghatározott távolságok megtételénél, akár a korábban említett vízitúrakupa versenyein –, azonban általánosságban a vízitúrázásban a rekreáció és az élményszerzés az elsődleges motiváció.

Egy vízitúra-vezető és -tréner, Klemencz Henrik megközelítése szerint a vízi turizmus a sportturizmushoz, ezen belül az aktív turizmushoz kapcsolódó olyan turisztikai ágazat, amelynek a központi elemei: a víz, a közvetlen vízpart és a vízhez közeli turisztikai desztinációk, továbbá a vízitúrázók, a vízitúrás-szolgáltatók és az infrastruktúrát biztosító szereplők (nemzeti parkok, vízügy, hajóépítők, eszközgyártók).

A vízi sport oktatói megközelítése Parti Zoltáné, aki úgy véli, hogy a vízi turizmus olyan szabadidős aktív tevékenység és az ahhoz szorosan kötődő különböző szolgáltató tevékenységek folytatása meghatározott víztesteken (felszínen vagy benne), ahol a résztvevő részéről a tevékenységhez, a sajátos és jellemző fizikai közeghez kialakított, a vízen/vízben való tartózkodásra, helyváltoztatásra alkalmas és működőképes eszközök valamelyikének – legalább alapszintű és biztonságos – használatának ismeretére és gyakorlatára is mindig szükség van.

### 5.4.3. Adottságok

Magyarországon összességében több mint 3000 kilométer vízitúrázásra alkalmas, természetes állapotban lévő folyószakasz áll a vízitúrázók rendelkezésére. Állóvizeinkkel kiegészülve nemzetközi szinten egyedi kínálatot biztosít az ország. A vízi turizmusban rejlő lehetőségek fenntartható fejlesztése gazdaságilag és társadalmilag is kifizetődő területfejlesztő hatása miatt. A vízi turizmus esetében az ökológiai lábnyom méretének megállapításánál

figyelembe kell venni, hogy a passzív vízi turizmus értéke nagyobb, mivel itt több olyan szolgáltatást vesznek igénybe, amelyek a wellnessturizmushoz is köthetők. A szakmai kommunikációnak már 2018 óta része, hogy a fenntartható turizmus egyik kulcskérdése a közlekedés. A vízi turizmus leginkább csoportos tevékenység, így a helyszínek megközelítése is csoportos, ami a közlekedési eszközök átlag feletti kihasználtságát is jelenti. A helyszíneken pedig az aktív vízi turizmus fajtái közül a legtöbbön a közlekedési eszközt megújuló erőforrás vagy emberi izomerő hajtja. Ilyen például az evezés bármely formája (kajak, kenu, csónak, sárkányhajó) és a vitorlázás.

A hazai Nemzeti Víziturisztikai Stratégia (Aktív Magyarország, 2024) 2027-ig a következő előnyöket szeretné biztosítani (összesen 26 500 millió forint felhasználásával), és az alábbi területekre helyez nagy hangsúlyt: meglévő túraútvonalak fejlesztése, új útvonalak kialakítása, meglévő szolgáltatások összekapcsolása egyéb turisztikai attrakciókkal, komplexebb struktúra kialakítása, online és offline információáramlás, kommunikáció, szemléletformálás, képzések (túravezetők, túrázók oktatása; vízi jártasság az iskolában: Matula-program), vándortáborprogramok bővítése, népszerűsítő események, rendezvények, szakmai konferenciák szervezése, a jogszabályi környezet felülvizsgálata, látogatómenedzsment-szemlélet kialakítása.

Az elmúlt időszakban jelentős előrelépés történt a megfelelő vízre szálló helyek, sólyapályák, stégek, úszóművek tekintetében. A vízitúrázás során a résztvevők átlagosan 20 kilométert eveznek, közben többször kikötnek és kiszállnak, ezért megfelelő sűrűségben kell kiépíteni több túratípust (pl. kerékpárosokat is) kiszolgáló, vízparti megállóhelyeket, pontonokat, stégeket. Érdemes ezeket a helyszíneket valamilyen attrakció, látnivaló mellett létrehozni, vagy a fejlesztéssel egyben attrakciót is lehet teremteni, például egy kis költségvetésű *land art* elemmel. Szemléletváltásra van szükség: nem pontokat, hanem komplex turisztikai termékekként kommunikálható és eladható, útvonalakból, megállóhelyekből és attrakciókból álló hálózatokat kell fejleszteni. Az érintett helyszíneket és a fejlesztés tartalmát fontos a fejlesztés tervezésének nagyon korai szakaszában egyeztetni a nemzeti parkok igazgatóságával.

A vízitúrázás felszerelésigénye jelentősebb más túratípusokénál. Saját kajakja, kenuja csak a legelszántabb túrázóknak van; a túrázók általában bérlik a felszerelést. A túrázók számának növeléséhez, a célpiac növeléséhez a bérlőhelyek és bérelhető felszerelések számát, minőségét és mennyiségét is

javítani kell. A hagyományos nomád, sátoros túrázók mellett már a komfortot kereső túrázók is megjelentek. A glamping[19] sátrak, komfortos faházak segítenek bevonni ezt a célcsoportot. Ezek viszonylag kis befektetéssel, a meglévő kempingekben is létrehozhatóak, viszont az ilyen szálláshelyek jellemzően az árvízvédelmi töltés mögött helyezkednek el, tehát a hajót ki kell emelni, és el kell szállítani, ami nehézséget okozhat a túrázóknak a távolságtól függően. A komfortosabb szálláshelyek (hotelek, panziók) egyelőre nem fedezték fel a víziturisztikai programokban rejlő lehetőségeket, ezért transzfert és túravezetést sem kínálnak, a víziturisztikai szolgáltatókkal sem működnek együtt. A magánszálláshelyek erősebb térnyerésére akkor lehet számítani, ha a csónakok és a felszerelés éjszakai tárolását meg lehet oldani a parton, mivel a magánszállások jellemzően messzebb helyezkednek el a belépőpontoktól, megállóktól. A szolgáltatások fejlesztése során kiemelten fontos az üzemeltetés és fenntartás tervezése. Csak piaci alapon működőképes szolgáltatások és attrakciók fejlesztése indokolt, amit a pályázatok kiírásakor és elfogadásakor is hangsúlyosan kell kezelni. Legyen szó rövidebb, egynapos vagy hosszabb, többnapos túráról, jobban értékesíthetővé válnak, ha egyéb tevékenységek is kapcsolódnak a vízitúrázáshoz. Az ilyen kapcsolt élménycsomagok (pl. madármegfigyelés, kerékpározás, horgászat, gasztronómia, agroturizmus stb.) terén a kínálat alacsony, a szolgáltatók keresztpromóciói, együttműködései pedig kezdetlegesek.

A szolgáltatások minősítésére a „Lapátos vízi megállóhelyek" védjegy megújítása folyamatban van, de a túrázók és a szolgáltatók keveset tudnak róla, vagy nem találkoznak vele, és ez kifejezetten a megállóhelyekre vonatkozik. Indokolt lenne a kerékpárosbarát szolgáltatói hálózathoz hasonló vízitúrabarát szolgáltatói hálózat kialakítása, melybe a megállók mellett szálláshelyek, vendéglátóhelyek és egyéb szolgáltatók is regisztrálhatnának. A vitorlázás területén a Balatonon a kikötők saját minősítési rendszerrel rendelkeznek. Emellett a Magyar Vitorlás Akadémia üzemeltetésében működik a „Vitorlázz itthon" kedvezménykártya-rendszer is, mely kapcsolható lehetne más túratípusokhoz is. A kedvezményekre jogosító kártyarendszer újragondolására is szükség van, mivel a jelenlegi konstrukció kevésbé népszerű.

[19] 'Luxuskivitelű'.

A vízi turizmus legnagyobb vonzerejét a vizes élőhelyek gyakorisága, a természeti környezet adja, ezért mind a fejlesztések, mind az üzemeltetés során figyelmet kell fordítani ezen élőhelyek védelmére. Az infrastruktúra fejlesztésekor minden esetben be kell vonni az illetékes nemzeti parki igazgatóságot a hatásviselők és a kockázatok felmérése érdekében. A vízitúrázás olyan túratípus, amely nem jár káros üvegházhatású gázok kibocsátásával, maximum a hajók szállításánál merülhet fel ilyen típusú szennyezés, de vannak már szolgáltatók, amelyek ezt is elektromos járművel oldják meg, így kisebb a zajszennyezés is. A vízi turizmushoz kapcsolódó, főként part menti tevékenységek jellemzően negatívan hatnak a környezetre, így ezek ellenőrzött keretek közé terelése kiemelten fontos szempont a fejlesztések során, de hangsúlyt kell rá helyezni a szemléletformálás, az edukáció során is.

Nagyobb rendezvények esetén is előtérbe kell helyezni a környezetvédelmi szempontokat (repohár, vízutántöltési és -vételezési lehetőség, lebomló csomagolóanyagok stb.) a vízi és a part menti élővilág hosszú távú megőrzése érdekében. A vízitúrázók többsége szerencsére környezettudatosan száll vízre, hiszen elsősorban azért választják ezt a túratípust, mert a civilizációtól való elvonulásra és a természeti környezet felfedezésére vágynak. Szándékos szemetelés, környezetkárosítás ritkán fordul elő a túrák során. Az egyetlen negatívum az élővilág zavarása – lehet már a puszta jelenléttel is. Azonban ez is csökkenthető, ha a szolgáltatók szemléletváltásra ösztönzik a vízre szállókat, kiemelten az újonnan belépőket. A tájékoztatás során ki kell térni a legfontosabb ívó-, szaporodó-, fészkelő-, táplálkozó- és pihenőhelyek viszonylagos nyugalmának megőrzésére, a vízi turizmussal potenciálisan veszélyeztethető élőhelyrészekre, amelyeket érdemes elkerülni, és arra, hogy melyek a legfontosabb, potenciálisan érintett fajok, élőlénycsoportok, amelyeket távolról, zavarásmentesen érdemes megfigyelni. A jövőben a fejlesztések hatására túlturizmus alakulhat ki egyes területeken. Az érintett helyeken szükség lehet zónásításra, látogatómenedzsmentre is, mely bizonyos napszakra vagy területi érintettségre korlátozásokat, engedélyhez kötött túrázást vezethet be.

### 5.4.4. A vízi turizmus kapcsolódása az aktív turizmushoz és a hálózatosodás lehetőségei, fontossága

A további fejlesztések szempontjából fontos kihangsúlyozni, hogy a vízi turizmusnak mint az aktív turizmus legtöbb részének egyik nagy előnye a benne rejlő nevelési tudatosság: az egészséges életmódra, környezettudatosságra, de ezeken túl sokkal fontosabb dolgokra is: egyéni és közösségi felelősségvállalásra, tervezésre, újratervezésre és azonnali döntéshozatalra, cselekvésre.

Turistaként a vízen is szórakozni, pihenni, feltöltődni vágyunk, de a víz az úr. Bármikor hozhat olyat, amire az ember nem számít, de még, amire számít, abban is tartogathat váratlan meglepetéseket (pl. a vártnál gyorsabban érkezik meg a vihar, nagyobb az ereje, mint amilyennek tűnt stb.). A vízbe eső emberek, tárgyak, boruló csónakok mind olyan helyzeteket teremtenek, amelyek megoldásához bámulatos lélekjelenlétre van szükség. Gyors helyzetfelismerésre, döntéshozatalra és cselekvésre.

A nevelő-oktató intézmények bevonása a hálózatosodásba, és azok összekapcsolása akár már a bölcsődétől az óvodán és az iskolán át egészen az egyetemig, fontos pillér az érzékenyítésre és ráhangolásra. De a „vízen járáshoz" szükség van arra is, hogy a vizek, illetve környezetük általános és egyedi sajátosságairól, tér- és időbeli változásairól kellő tájékozottsággal, tudással vértezzük fel magunkat.

A vízitúrázás – akár túravezetőként, akár kísérőként, akár túrázóként veszünk részt benne – komoly és felelősségteljes kihívás. A vizek természeti és ember alkotta környezete olyan interaktív és reflektív tanulási környezetet biztosít, amelyben játszva sajátíthatóak el a természettudományos és jogszabályi ismeretek.

A Nemzeti Víziturisztikai Stratégia 2024 (Aktív Magyarország, 2024) is megfogalmazza, hogy a korábbi gyakorlattal ellentétben a több túratípust is kiszolgáló pihenőpontok fejlesztését kell támogatni. Mindez gazdaságilag és környezetileg is fenntarthatóbbá teszi a beruházásokat. A vízi turizmust össze kell kapcsolni az egyéb turisztikai termékekkel, attrakciókkal. Ott kell megállópontokat létesíteni, ahol lehet attrakciót vagy szolgáltatást is hozzákapcsolni akár néhány kilométeres körzetben is.

Továbbá fontos az is, hogy víziturisztikai fejlesztések során a vidék gazdasági kiteljesedése figyelhető meg. Hosszú távon pénzügyi és műszaki

fenntartással biztosított és a helyi lakosság érdekeivel és céljaival összhangban kialakított fejlesztések kellenek, melyek lehetővé teszik a természeti környezet jó állapotának megőrzését, és nem járnak káros környezetterheléssel. Az alulhasznosított, vízparti, állami vagy önkormányzati tulajdonú épületeket meg kell vizsgálni. Ahol a vizsgálat szerint releváns, ezeket az épületeket új, vízi turizmushoz kapcsolható funkciókkal kell megtölteni, amivel pedig megelőzhető az új épületek felesleges építése. A vízitúrák kezdő- és végpontjait közösségi közlekedéssel könnyen elérhetővé kell tenni.

A Natura 2000 védettségű, valamint védett természeti területeken az új víziturisztikai létesítmények, útvonalak, infrastruktúra-fejlesztések engedélyezése során, valamint az új szabadidős vízisporteszközök használatának szabályozásakor ki kell térni az élővilág, valamint az élőhelyek védelmére és a szaporodási időszak megzavarását korlátozó intézkedésekre is. Összességében a környezeti fenntarthatóság érdekében már a tervezési időszakban be kell vonni minden illetékes hatóságot és szervezetet, különösen az illetékes természetvédelmi hatóságot, a működési területével érintett nemzeti parki igazgatóságot és a környezetvédelmi szakembereket.

A fenntarthatóság egyik legfontosabb pontja a természeti értékek védelme, különös tekintettel a védett természeti területeken megvalósuló túrák esetében. A vízi turizmus alkalmas a természeti és ökológiai értékekkel kapcsolatos ismeretek szélesebb körű átadására, a természet értékeire való figyelemfelhívásra, a látogatók érzékenyítésére, egyben az ökotudatos viselkedés élményekre alapozott elsajátítására, ami képes a környezeti fenntarthatósághoz is jelentősen hozzájárulni.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Aktív Magyarország. (2024). *Nemzeti Víziturisztikai Stratégia 2024* (PDF). Aktív Magyarország. https://aktivmagyarorszag.hu/wp-content/uploads/2025/02/AOFK-Viziturisztikai-strategia-2024-web.pdf.

AÖFK. (2023). *Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf.

Bánhidi, M. (2003). A sportföldrajz tudományos megalapozása Magyarországon – Developing a New Discipline within Sports Geography in

Hungary. *Magyar Sporttudományi Szemle, 4*(2), 44–50. https://mstt.hu/wp-content/uploads/2003_2.pdf.

Bánhidi, M. (2013). *Vízi és vizekmenti turizmus alapjai 2.* MSTT Sportturizmus Szakosztály.

Barna Gy., Kiss G., & Győri F. (2012). *Ökoturizmus és rekreáció a Felső-Rába mentén* [Kézirat]. Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar Testnevelési és Sporttudományi Intézet.

Csapó, J. (2020). *A nemzetközi és hazai turizmus legújabb keresleti trendjeinek bemutatása elméleti és gyakorlati megközelítésben: Egyetemi jegyzet*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. https://pea.lib.pte.hu/server/api/core/bitstreams/5da4c537-5e78-49a6-8620-d6bff1c3906b/content.

Cseh, V. (2013). *Tanulmány a Maros menti hullámtéri erdők tájbeli jelentőségéről és szénmegkötésük modellezéséről* [PDF]. Szegedi Tudományegyetem TTIK Ökológiai Tanszék. http://www.stud.u-szeged.hu/Cseh.Viktoria.1/tanulmany.pdf.

Donka, A. (2012). A vízitúrázás célterületeinek természeti szempontú értékelése. *Természetföldrajzi Közlemények a Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézetéből, 1*(2), 3–40. https://old.foldrajz.ttk.pte.hu/tfk/pdf/2012/2012_1_2_1.pdf.

Donka, A. (2022). *A hazai folyami vizitúrázás földrajzi aspektusainak vizsgálata: PhD-értekezés* [PDF]. PTE Földtudományok Doktori Iskola. https://pea.lib.pte.hu/server/api/core/bitstreams/080b3e8f-0ffd-4c55-96bf-58db12cfe7eb/content.

Hegyi, Zs., Herlicska, K., & Komlós, A (2006). Aktív turizmus Magyarországon. In Aubert A. (szerk.), *Magyarország idegenforgalma: Szakkönyv és atlasz* (pp. 50–55). Cartographia Tankönyvkiadó.

Jászberényi, M. (2019). *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Akadémiai Kiadó. DOI:10.1556/9789634544067. ISBN: 9789634544067. https://mersz.hu/dokumentum/m522vituk__3.

Klemencz, H. (összeáll.). (2019). *Figyelem!!: Vízitúra: Jegyzet Szigetközi vízitúra kísérő workshop résztvevői részére: Belső használatra: (Ver. 2)* [PDF]. Vízitúra Szövetség. https://www.vizitura-szovetseg.hu/wp-content/uploads/2022/02/a_vizitura_es_kiserete_magyarorszagon_kh_2021.pdf.

Kollarik, A. (1991). *A turizmus földrajzi alapjai*. Aula Kiadó. ISBN 2310007688094.

Marton, G., & Jónás-Berki, M. (2013). Aktív turizmus pozíciója a Balaton térségében. *Modern Geográfia, 1*, 13–22. ISSN: 2062-1655. https://real.mtak.hu/136584/1/2013_I_02_marton_jonasberki.pdf.

MTH. (2005). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia: 2005–2013* [PDF]. Magyar Turisztikai Hivatal. https://2010-2014.kormany.hu/download/4/5c/20000/NemzetiTurizmusfejlesztesiStrategia.pdf.

Michalkó, G. (1999). *A városi turizmus elmélete és gyakorlata*. MTA Földrajztudományi Kutató Intézet. ISBN 9637395857. https://real-eod.mtak.hu/8473/1/a_varosi_turizmus_.pdf.

Michalkó, G. (2016). *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789630597173. ISBN: 9789630597173. https://mersz.hu/dokumentum/dj59t__1/.

MNB. (2025. április 24.). *Nyaralás fenntarthatóan, költséghatékonyan*. Magyar Nemzeti Bank Pénzügyi Navigátor. https://www.mnb.hu/fogyasztovedelem/csaladi-zold-penzugyek/zold-gazdalkodas-otthon/kozlekedes/nyaralas-fenntarthatoan-koltseghatekonyan.

MTÜ. (2021). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0* [PDF]. Magyar Turisztikai Ügynökség, https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.160.

Németh, I., & Némethné, K. J. (1997). *Zöld kalandra fel!: Környezetvédelemről túrázóknak – turistaságról környezetvédőknek*. Nemzeti Ifjúsági és Szabadidősport az Egészséges Életmódért Alapítvány. ISBN: 9630449315. https://vmek.oszk.hu/00100/00149/html/.

NGM, & NGTH. (2013). *Nemzeti turizmusfejlesztési koncepció: 2014–2024: Erőt adó Magyarország: A versenyképes turizmus koncepciója: Stratégiai tervdokumentum* [PDF]. Nemzetgazdasági Minisztérium; Nemzetgazdasági Tervezési Hivatal. https://2010-2014.kormany.hu/download/8/41/11000/NTK.pdf#:~:text=Az%20Új%20Széchenyi%20Terv%20kitörési%20pontjaként%20szereplő,a%20turisztikai%20fejlesztéspolitikai%20prioritásokat%2C%20illetve%20az%20ágazat.

Plantrip. (n. d.). *Understanding nautical tourism*. Plantrip Travel Industry Glossary. https://plantrip.io/glossary/nautical-tourism.

Sulyok, J. (2012). Víz, amiért érdemes útra kelni: A táji környezet szerepe a vízparti utazás során. *Tér és Társadalom, 26*(4), 54–72. DOI: 10.17649/TET.26.4.2064. https://tet.rkk.hu/index.php/TeT/article/view/2064/4626.

Ujvári K., (2009). A Tisza-völgy vízi turizmusának fejlesztési lehetőségei. *Modern Geográfia, 4*(4), 1–15. https://epa.oszk.hu/04300/04333/00049/pdf/EPA04333_modern_geografia_2009_04_001-015.pdf.

University of Vermont. (2024). *The Northern Forest Canoe Trail: An Economic Impact Study* [PDF]. University of Vermont. https://www.uvm.edu/d10-files/documents/2024-09/NFCTPamphletNF.pdf.

UNWTO. (n. d.). *Glossary of tourism terms*. UN Tourism. https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms#W.

Veres, L. (szerk.). (2011). *Turizmus és közlekedés* [Felsőoktatási tankönyv]. Pécsi Tudományegyetem. ISBN: 9789636424343. http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmus%20és%20közlekedés/book.html.

# KOMMUNIKÁCIÓ AZ AKTÍV TURIZMUS TERÜLETÉN

Az aktív turizmus minden formájának nagyon lényeges kapcsolata van a kommunikáció típusaival, gyakorlati működésével nemcsak technikai, hanem gazdasági-társadalmi és közösségi értelemben is. Fontosságát az adja, hogy egyrészt lehetőségei nagyon tágak, hatása igen komoly, másrészt csatornái, intézményei jelentős gazdasági erőt képviselnek, harmadrészt pótolhatatlan információáramlást tesz lehetővé, ami alapvető segítséget nyújt az aktív turizmus minden szereplője számára a tervezéstől a gyakorlatig.

A szerkesztők

# 6. Kommunikáció az aktív turizmus területén

Kiss Róbert Richard

## 6.1. A fejezet célja

A fejezet célja, hogy a teljesség igénye nélkül bemutassa az aktív turizmus jelenlegi jellegzetes kommunikációs formáit, és igazolja, hogy az aktív turizmus népszerűségéhez jelentősen hozzájárulnak a tematikus rádiós és televíziós műsorok, de legfőképpen a közösségi média platformjai. Az Euromonitor jelentése szerint az aktív turizmus a bevétel szempontjából a harmadik legjelentősebb turisztikai forma, és 2025-ben a legmagasabb növekedési potenciállal rendelkezett, így gazdasági szempontból is releváns a kérdés kommunikációjának vizsgálata (Petényi, 2025). A kommunikáció szempontjából is lényeges, hogy 2025 márciusában az aktív turizmus és az aktív életmód kikerült a turizmussal, illetve a sporttal foglalkozó szaktárca felügyelete alól, és önálló államtitkárságot kapott a Közigazgatási és Területfejlesztési Minisztérium keretében.

A tanulmány elsődlegesen a klasszikus értelemben vett kommunikációt, és nem a direkt marketinget vizsgálja (Horváth & Bauer, 2021), hiszen a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 megalkotói szerint az aktív turizmus kommunikációjának résztvevői a lakosság és a szolgáltatók, valamint az állami és a civil szervezetek. Ezek képesek ugyanis leginkább egy-egy térség brandjét sikeresen felépíteni. (AÖFK, 2023).

## 6.2. Az aktív turisztikai fejlesztések központi kommunikációja

### 6.2.1. Állami kommunikáció

A fejezetek megalkotásakor külön részben kapott helyet az állami és az intézményi kommunikáció. Ezt teljesen különválasztani nem lehet, hiszen az állam is intézményein keresztül kommunikál, és a kommunikáció felügyeletére és alkalmazására is külön szervezetet hozott létre. A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény alapján a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (NMHH) hatósági jogköröket ka-

pott, és a jogalkotásról szóló törvény szerint mint autonóm államigazgatási szerv – a Magyar Nemzeti Bankhoz hasonlóan – saját hatáskörére vonatkozó rendeletet is alkothat, amely a jogforrási hierarchiában a kormányrendelettel egy szinten helyezkedik el. Az aktív turizmus kommunikációját érintik a főként digitális kommunikációt szabályozó uniós rendeletek is (Európai Parlament és a Tanács, 2022a; 2022b; 2023).

Az NMHH azonban szabályozza és felügyeli a kommunikációt is, létrejött az állami kommunikációt koordináló és a beszerzési eljárások útján áttételesen megvalósító Nemzeti Kommunikációs Hivatal is. Tevékenységét országos hatáskörrel az általános politikai koordinációért felelős miniszter (a tanulmány írásakor a Miniszterelnöki Kabinetirodát vezető miniszter) irányítása alatt látja el.

Az aktív turizmus állami kommunikációja Magyarországon a kormány által megalkotott Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 által meghatározott irányelvek szerint történik (AÖFK, 2023). Az ebben foglaltak szerint a központi kommunikáció és a túratípusok, a térségek és az egyéb külső szereplők által végzett kommunikációs tevékenységek összehangolása létfontosságú. Az aktív turizmus stratégiai megvalósítói, így a kommunikációs tevékenység szervezői: a minisztériumok, a Magyar Turisztikai Ügynökség, az Országos Vízügyi Főigazgatóság, a Magyar Közút Nonprofit Zrt., a Központi Statisztikai Hivatal, a nemzetipark-igazgatóságok, az erdőgazdaságok, a natúrparkok, a geoparkok, a TDM-szervezetek,[20] a térségi érdekeltségű vízügyi igazgatóságok, a sportszövetségek és szakmai szervezeteik, az önkormányzatok, a helyi vállalkozások és az aktív turisztikai szolgáltatók, de adott esetben a helyi civil szervezetek, sportszervezetek, szakmai szervezetek, egyházak, geoparkok, natúrparkok. A stratégia megalkotói annak szükségét jelzik (a stratégia megalkotásakor), hogy a hazai aktív turizmus kommunikációjának legyen egy valós idejű, hivatalos, közös adatbázisa az útvonalakról, a vonzerőkről és a túratípus-specifikus szolgáltatásokról. Jellemző a kommunikációra, hogy egyes túratípusok külön-külön üzemeltetnek saját felületeket, amelyek más-más helyeken érhetőek el, ami – kényelmi szempontból megnehezíti a komplex programok szervezését és az új belépők bevonzását – vélik a központi stratégia létrehozói: „Ezek a felületek sok esetben versenyeznek is egymással az együttműködés helyett, valós idejű adatszolgáltatás ritkán

[20] Turisztikai Desztinációs Menedzsment.

érhető el rajtuk. A túratípusok felületei mellett a kisebb projektekből (kötelezően) létrehozott egyedi térségi honlapok tovább bonyolítják a turisták számára a tájékozódást. Szintén bonyolító tényező, hogy az adatokat az egyes túratípusokhoz kapcsolódó szervezetek, szolgáltatók vagy az önkormányzatok külön-külön gyűjtik és tartják nyilván, majd saját felületeiken kommunikálják. Probléma az is, hogy ezeket az adatokat nem szolgáltatják be a meglévő központi nyilvántartásokba, ahol egységesen lehetne azokat kommunikálni. Az állapot rendezése elengedhetetlen az előrelépés érdekében, mert mindez a turisták számára bizonytalanságot, kényelmetlenségeket okoz, és egyértelmű üzletvesztéssel jár. Jelenleg a legjobb aktív turisztikai tervező és információs platform az MTSZ által üzemeltetett Természetjáró honlap és alkalmazás, valamint az Aktív Magyarország honlap. A felületeken bárki számára ingyenesen elérhető több túratípus ajánlott túrája. Ezek különböző célcsoportokkal is kalkulálnak, akadálymentes, családi és babakocsis túrák is kereshetőek, tervezhetőek, letölthetőek és véleményezhetőek általuk" (AÖFK, 2023, p. 31).

A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030-at követően, 2023-ban megjelent a Nemzeti Kerékpáros Stratégia (AÖFK, 2023), majd 2024-ben elkészült a Nemzeti Víziturisztikai Stratégia (AÖFK, 2024) is. Ez utóbbi célja, hogy Magyarország a vízitúrázók paradicsomává váljon, hiszen ehhez minden adottsága megvan a több mint 3000 kilométernyi hajózható folyóvízzel és a nagy tavakkal. Különben is a harmadik legnépszerűbb és legnagyobb bázissal rendelkező túratípus a gyalogos természetjárás és a kerékpáros turizmus után. Ez az adat is azt erősíti meg, hogy egyre többen választják a hazai tavakat, folyókat aktív kikapcsolódásra. A nemzetközi trendek alapján így várható, hogy a jövőben is folytatódik a vízitúrázók számának és a kapcsolódó szolgáltatások iránti igénynek a növekedése. A víziturizmus erős belföldi bázisa, amely elsősorban a magyar folyók, tavak adottságaiból fakad, nemzetközi szinten is versenyképes. Az Aktív Magyarország 18 hazai régióval kalkulál, több kisebb térséget is fejleszt, a kommunikációs megközelítés pedig márkaközpontú.

Az aktív turizmus állami kommunikációja és marketingje során rendkívül fontos szerepe van a gyermekek és a felnőttek szemléletformálásának. Így nevelhetjük ki a következő tudatos generációt, amelynek tagjai számára fontos a természet védelme, a rendszeres mozgás és az egészséges életmód. Felhívhatjuk a figyelmet a biodiverzitás fontosságára, a klímaváltozással

kapcsolatos témákra, és népszerűsíthetjük a lakosság körében a fenntartható életmódot, a tudatos fogyasztást. Az állami kommunikációért felelős szervezetnek ezek alapján két feladatköre határozható meg. Egyrészt egy integráló vezetői, másrészt pedig egy támogatói szerep, melyhez hangsúlyozottan kapcsolódnia kell az aktív kommunikációnak a közreműködők között. Nagyon fontos ösztönözni a túratípusok képviselőit iskolai nyílt napok tartására annak érdekében, hogy minél több gyermekhez eljusson az aktív turizmus és az aktív életmód kínálta lehetőségek széles tárháza. Az aktív turizmusnak meg kell jelennie a releváns tantárgyakban közvetlenül és közvetett módon (környezetismeret, biológia, földrajz stb.). Erősíteni kell a túratípusok és a hasonló adottságokkal rendelkező térségek közötti kommunikációs platformokat – a jó példák átvétele és az együttműködések ösztönzése végett. Célkitűzés tanulmányutak szervezése újságíróknak és véleményvezéreknek, aktív turisztikai rendezvények lebonyolítása (nyílt, illetve instant túrák), aktív szabadidős sportesemények (pl. teljesítménytúra, terepfutás) rendezése lehetőleg többnapos eseménysorozat keretében. Fontos az aktív turizmus összekapcsolása más (pl. kulturális) eseményekkel, illetve nagyobb rendezvényeken, fesztiválokon az aktív turizmus és a szabadidősportok népszerűsítése. A nemzetközi trendekkel párhuzamosan az elmúlt években Magyarországon is számos, a kerékpáros turizmushoz és a természetjáráshoz kapcsolódó fejlesztés történt, amelynek eredményeként ezek az aktív turisztikai termékek a beutazó és a belföldi turizmusban is jelentős vonzerőt képviselnek (Pintér, 2025a), és ezek avatásakor az állami kommunikációs aktivitás jelentős célcsoportelérést eredményezett (ezek hatása kapcsán *lásd* Gonda, 2022; Grotte, 2009). Ezeknek a turisztikai fejlesztéseknek a kommunikációja is nagyon lényeges (Jászberényi et al., 2022). A hazai kerékpáros turisztikai kínálat legjelentősebb elemei a nagy tavak körül kiépített kerékpárutak, így a Balatont, a Tisza-tavat, a Velencei-tavat és a Fertő tavat megkerülő bicikliutak, a Vértes, a Bakony kerékpárútjai, amelyekre az elmúlt években egyre jelentősebb háttér-infrastruktúra és speciálisan a kerékpáros turizmust kiszolgáló egységek épültek (szervizek, kerékpáros pihenőhelyek, kerékpárosbarát szálláshelyek, kerékpárkölcsönzők stb.), de a Tisza-tó aktív turisztikai kínálata is sokat fejlődött (Kovács, 2025), és vele erősödött a kommunikációs aktivitás. A hegyi kerékpározás lehetőségei a Bükk hegységben országos szinten is a legjobbak közé sorolhatók: Magyarországon itt alakult ki elsőként a teljes területet lefedő hegyikerékpárút-hálózat. A hegyi, illetve

extrém kerékpározás (*downhill, XCO* stb.) híveit pedig ma már Magyarországon is több létesítmény, illetve a hegyekben kijelölt downhillpálya várja; ilyen például az eplényi Bringaréna. A természetjárást szolgálják a hegyvidékeken megépült vagy felújított kilátók, kulcsos- és menedékházak, kiránduló- és látogatóközpontok (Sulyok & Magyar, 2014), amelyek kommunikációja elsősorban a területileg illetékes önkormányzat felületeire korlátozódik (*lásd* a következő fejezetet). A Horizont kalandbringás útvonal Bakonytól Börzsönyig vezető szakasza már kész, a tervek szerint hamarosan a teljes, Szentgotthárdtól Tokajig vezető 1500 kilométeres szakaszon lehet majd kerékpározni (Pintér, 2025b).

Az állami kommunikáció erős spektruma az aktív Magyarországért felelős államtitkár perszonális kommunikációja, beleértve az interjúkat, sajtóeseményeket, kiadott közleményeket. Az államtitkárság jelentős külső kommunikációs tevékenységet végez (*lásd* fentebb: az aktív turizmus és az aktív életmód önálló államtitkárságot kapott a tanulmány írásakor aktuális kormányzati struktúrában a Közigazgatási és Területfejlesztési Minisztériumon belül). A legfontosabb üzeneteik közé tartozik, hogy a térségfejlesztés hálózatos formában történjen, és maga a brand, ne pedig egy-egy település álljon a középpontban. Az El Camino mintájára történő márkaépítés azt jelenti, hogy az attrakciók összekapcsolhatóak, a településeken pedig bekapcsolódási pontok várják a turistákat. Az államtitkárság rendszeresen információkat közöl a sajtótermékeken keresztül a fejlesztésekről (legutóbb: TOP-források, Horizont kalandbringás útvonal, Mozgás Éjszakája kezdeményezés, a SZÉP-kártya Aktív Magyarok zsebbel bővül stb.).

### 6.2.2. Önkormányzati kommunikáció

A kommunikáció ezen a területen kulcsfontosságú, mivel a helyi önkormányzatoknak lehetőségük van arra, hogy a helyi közösségeket, a turistákat és az iparági szereplőket összekapcsolják, valamint elősegítsék a térség fejlesztését. Ennek érdekében az önkormányzatok gyakran együttműködnek helyi vállalkozásokkal, vendéglátóhelyekkel, civil egyesületekkel, túravezetőkkel, valamint az egyetemi és iskolai közösségekkel, hogy közösen hívják fel a figyelmet a térség értékeire. Az önkormányzatok gyakran szerveznek helyi eseményeket, amelyek az aktív turizmus népszerűsítését szolgálják; például: futóversenyeket, kerékpártúrákat, természetjáró rendezvényeket

vagy vízi sportversenyeket. Ezek az események nemcsak a helyiek számára vonzóak, hanem a turisták számára is lehetőséget adnak arra, hogy felfedezzék a régiót, miközben aktívan részt vesznek a programokban. Az online jelenlét mellett fontos az offline marketingeszközök alkalmazása is, például helyi Tourinform irodákban elérhető szórólapok, tájékoztató anyagok, valamint a rendezvények plakátjai. Az önkormányzatok gyakran készítenek nyomtatott túrakalauzokat vagy egyéb turisztikai kiadványokat, amelyek tartalmazzák az aktív turizmushoz kapcsolódó programokat, helyi túraútvonalakat, de hasznos információkat is nyújtanak a látogatók számára. 2025-ben talán már nem volt olyan magyarországi település, amelynek ne lett volna saját természeti és kulturális értékeit bemutató kiadványa. Az aktív turizmus önkormányzati kommunikációjában előnyös lehet más településekkel való együttműködés is, hogy közösen népszerűsítsenek egy-egy térséget, vagy akár tematikus túrákat és rendezvényeket szervezzenek. Ennek jó példája a minden év júniusában megrendezendő IpolyFeszt, amely az Ipoly menti települések határokon átívelő, háromhetes összművészeti rendezvénysorozata, ahol a szokásos kulturális rendezvényeken kívül gyalogos, kerékpár- és vízitúrákkal is csábítják a térségbe érkezőket. A legtöbb kisebb helyi fejlesztés kommunikációs aktivitása úgyszintén a lokális megjelenésekre korlátozódik.

### 6.2.3. Intézményi kommunikáció

Az aktív turizmus intézményi kommunikációja Magyarországon értelmezésünkben a különböző, állam által létrehozott és/vagy jelentős mértékben az állam által fenntartott intézmények, valamint szakmai szervezetek külső és belső kommunikációját jelenti. A Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) a hazai turizmus kommunikációjáért is felel, mint az ágazat fejlesztéséért és népszerűsítéséért felelős központi szerv. Hét nonprofit vállalat tulajdonosi jogait gyakorolja. Ezek közül a Visit Hungary Nonprofit Zrt. látja el a turizmussal kapcsolatos hazai és nemzetközi értékesítési, marketingkommunikációs feladatokat (MTÜ, 2025).

Ezenkívül a helyi és regionális turizmusfejlesztő intézmények is olyan jelentős szereplők, amelyek együttműködnek a központi hatóságokkal, hogy hatékonyan kommunikálják a célcsoportoknak az aktív turizmus előnyeit, amely önálló turisztikai termékként van jelen minden intézmény életében.

Az aktív turisztikai aktivitás kommunikációja megjelenik a Magyar Természetjáró Szövetség (MTSZ), az Országos Erdészeti Egyesület (OEE), az állami erdőgazdaságok és a nemzeti parkok igazgatóságainak kommunikációjában is.

A Magyar Természetjáró Szövetségnek mint az első országos turistasággal foglalkozó civil szervezetnek, a Magyar Turista Szövetség (1913) szellemi örökösének csaknem 500 tagszervezete és majdnem 14 000 igazolt tagja van. Az MTSZ tevékenysége a gyalogos, a kerékpár-, a vízi-, a barlang-, a sí-, illetve a hegymászó túrákra terjed ki. Küldetése – egyebek mellett – a természetjárás érdekképviseletének ellátása, szakmai fejlesztése, valamint népszerűsítése és gyakorlásának elősegítése. Legfontosabb jelvényszerző túramozgalma az 1160 km hosszú Országos Kéktúra. Ez kiegészülve a Rockenbauer Pál Dél-dunántúli Kéktúrával, valamint az Alföldi Kéktúrával körbeéri az országot, és így, együtt alkotják az Országos Kék Kört. A természetjáró turizmus kommunikációját az országszerte egész évben szervezett teljesítménytúrák erősítik. A Teljesítménytúrázók Társasága összegyűjti a különböző egyesületek és magánszemélyek által rendezett túrák alapvető adatait, hogy ezzel megkönnyítse a tájékozódást és a választást. Sokan a „természetjárás magasiskolájának" nevezik a vándortáborozást, ahol a fizikai erőnlét és a gondos felkészülés egyaránt számít, és nemcsak országunk természeti és kulturális értékeivel lehet testközelből megismerkedni, hanem az együttlét össze is kovácsolja a résztvevő közösséget. A kommunikáció – érdekes módon ebben az esetben – a tavaszi időszakban és a nyár elején a legaktívabb.

Rendkívül sokat tesz hozzá az aktív turisztikai központok, intézmények kommunikációja ahhoz, hogy ilyen jelentősen erősödött az aktív turizmus a Kárpát-medencében. Megfigyelhető például, hogy a Kérész Öko- és Aktív Turisztikai Központ megnyitása óta jelentősen nőtt a tiszafüredi aktív turisztikai témák megjelenése a világhálón.

### 6.2.4. Az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) kommunikációja

Az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) az aktív- és ökoturisztikai programok, projektek és fejlesztések koordinálásáért felelős szerv Magyarországon, amely különböző állami és szakmai szervezetekkel

működik együtt annak érdekében, hogy hazánkban az aktív turizmus és az ökoturizmus minél szélesebb körben elérhető és fenntartható legyen; szerepe és kommunikációja így kulcsfontosságú. Feladata a központi kommunikáció és a túratípusok, a térségek és az egyéb külső szereplők által végzett kommunikációs tevékenységek összehangolása, ami egyrészt „integráló vezetőszerep", másrészt pedig „támogatószerep", de valójában – a központi stratégia megalkotóinak szándéka szerint – az aktív turisztikai szereplők kommunikációjának a segítése.

A stratégia alkotói szerint ugyanis „az aktív turizmus szektorában is erőteljes a digitalizációs hatás, ennek ellenére a következő évtizedben még nagy valószínűség szerint szükséges az offline nyomtatott kommunikáció folytatása, párhuzamosan az online kommunikációval" (AÖFK, 2023, p. 45), bár ennek mértékét illetően érdemes megfigyelni az NMHH 2024-es médiapiaci jelentésének adatait is (NMHH 2024, p. 4–8). Mindenesetre a központi szerv feladata az egyes almárkák kialakítása, amelyeknek akár önálló arculata is lehet. „Az aktív turizmusért felelős központi szervezet ezt a tevékenységet az egységes kommunikációt segítő eszközökkel támogatja (pl.: országos tartalmak, adatbázisok, térképek, logók, grafikai eszköztár)." (AÖFK, 2023, p. 45)

Az AÖFK (2023) szerint az utazás tervezéséhez és az utazás közbeni megfelelő informálódáshoz a lakosságnak szüksége van olyan megbízható információforrásokra, amelyek garanciát biztosítanak a megfelelő élményekre, de ezt a csatornát el kell határolni a szolgáltatók felé irányuló kommunikációtól. Az egyéb, nem lakossági érintetteknek az a fontos, hogy megfelelően tudjanak tájékozódni a fejlesztésekről, támogatásokról, programokról.

Az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) rendszeresen kommunikálja azokat a programokat, amelyek a természetvédelmi területek, nemzeti parkok és védett természeti értékek fenntartására koncentrálnak, de nagy hangsúlyt fektet a helyi közösségek és önkormányzatok bevonására is. Ezeket az együttműködéseket workshopokon és közös promóciós tevékenységeken keresztül is kommunikálja a nagyközönség felé. Jelentős figyelmet fordít a digitális eszközök és platformok használatára, rendszeresen frissíti honlapját, amely tartalmazza a legújabb fejlesztéseket, eseményeket, és aktívan jelen van a közösségi médiában (Facebook, Instagram, YouTube) is. Ezek az online platformok segítenek elérni a fiatalabb korosztályokat is. A központ zászlóshajói közt található a Digitális Vándor és az Aktív

Kalandor is, amelyekről külön is szót ejtünk. Az AMFK csapata igyekszik minél több alkalmat találni arra is, hogy az aktív életmód szerelmeseivel vagy az érdeklődőkkel személyesen is találkozhasson, ezért roadshow keretében járja az országot, hogy fesztiválokon, szabadidős rendezvényeken népszerűsítse a természetjárást, a kerékpározást és a vízi sportokat. Az MTÜ és az AMFK együttműködési megállapodást is kötött 2024 novemberében, amely a kommunikációt is érinti, hiszen a szállodai vendégek is egyre inkább keresik az aktív kikapcsolódási lehetőségeket (Pintér, 2025b). Az MTÜ leányvállalata, a Visit Hungary is segíti az AMFK aktív turisztikai kommunikációs munkáját.

## 6.3. AZ AKTÍV TURIZMUS MEGJELENÉSE A TEMATIKUS MŰSOROKBAN

### 6.3.1. Televíziós műsorok

Bár ennek a vizsgálatnak a tárgya egy relatív szinkron állapot bemutatása, mégis érdemes szólni arról, hogy a magyar televíziózás meghatározó turisztikai sorozata a Rockenbauer Pál nevéhez fűződő *Másfélmillió lépés Magyarországon* című műsor volt. A stáb kétéves előkészítő munka után, 1979. július 31-én indult el az Országos Kéktúra akkori keleti végpontjától, a Zempléni-hegységben lévő Nagy-Milicről, s összesen 1124 kilométer megtétele után, 1979. október 15-én érte el annak nyugati végpontját a Kőszegi-hegységben, az Írott-kő alatti Szent Vid hegyén. A film azzal a céllal készült, hogy kedvet csináljon a nézőknek a túrázáshoz, az ország megismeréséhez. Jelen tanulmány szerzője a Magyar Televízió, később az első kereskedelmi televízió, a TV3 felkérésére készített filmeket, majd a TV2 *Világszám* című műsorában is szerepeltek aktív belföldi turisztikai események. Jelenleg is látható viszont a Duna tévén a *Hazajáró* című turisztikai és honismereti magazin, mégpedig 2011 ősze óta.

A műsor célja a Kárpát-medence természeti, kulturális értékeinek, történelmi emlékeinek és az ott élő magyarok mindennapjainak a megismertetése. Egy adás általában két szereplő egy-egy kistájon tett 2-3 napos túrájának, kirándulásának az összefoglalója. A sorozatban előforduló települések, helyek, műemlékek és egyéb érdekességek történetét, nevezetességeit a helyieken és a szereplőkön kívül a levéltárak mélyéről és régi könyvekből előkerült

útleírásokkal – a narrátor meséli el. Az évek óta tartó gyaloglás, túrázás és forgatás alatt sok települést, tájat, szokást, érdekes embert mutattak be azzal a céllal, hogy kedvet csináljanak a közönségnek a történelmi Magyarország megismeréséhez. A sorozat felbecsülhetetlen értékű kordokumentum, továbbá egyedülálló földrajzi kincs, hiszen a stáb olyan természeti helyekre is eljutott, ahol se előtte, se utána nem járt még kamera vagy más forgatócsoport sem. A legtöbb epizódban meghívott szakértők, továbbá egyéni és szervezett turisták, kirándulók, diákcsoportok és helybeliek is csatlakoztak a stábhoz. 2025 tavaszáig 400 *Hazajáró*-film került adásba.

A tévéfilm nyomán valóságos mozgalom bontakozott ki, így alakult meg a sorozat alapjaira építkezve 2015-ben a Hazajáró Honismereti és Turista Egylet. Az egyesület célja, hogy azt a tudást és élményt, amelyet a sorozat során felhalmoztak az alkotók, közkinccsé tegye. Elérhetővé vált az összes epizód a hozzájuk tartozó legfontosabb információkkal: az adott vidékek földrajzi elhelyezkedésével, látnivalóival, térképekkel, az ajánlott szállásokkal és honismereti vezetőkkel együtt, hogy minél többen átélhessék azokat az élményeket, amelyek a *Hazajáró* barangolásait is felejthetetlenné tették. Ráadásul a tagsági kártya tulajdonosainak utazásait úgynevezett *Hazajáró*-pontokkal is megkönnyítették. A jelvényszerző-mozgalom kiírása annak érdekében történt, hogy a túrázók minél több *Hazajáró*-látnivalót látogassanak meg, barangolják be a Kárpát-medence tájait, és megismerjék történelmi hazánk természeti és kulturális értékeit, történelmi emlékeit és az ott élő emberek mindennapjait. Egy naptári évben majd minden hétvégén van *Hazajáró*-túra a Kárpát-medence valamelyik táján. Az indulók az év végén díjazásban részesülnek attól függően, hogy abban az évben hány túrán vettek részt. Az egyesület céljait és tevékenységét elektronikus és nyomtatott kiadványok is népszerűsítik. 2025 áprilisában elkészült az egylet turistaháza is Dobogókőn.

A *Hazajáró* tipikusan aktív turisztikai műsor, ezért emeltük ki ebben a fejezetrészben. Ugyanakkor az országos, regionális és helyi csatornákon is számos más műsor foglalkozik turizmussal, amelyekben gyakran kap helyet aktív turizmussal kapcsolatos összeállítás. Szétfeszítené e tanulmány kereteit, ha ezekkel mélyrehatóan foglalkoznánk.

Ugyanakkor érdemes megemlíteni a *Hazahúzó* magazint, amely a hazai üdülési és szabadidős lehetőségeket mutatja be az ATV-n. Az épített örökség bemutatásán kívül vizsgálatunk szerint a műsoroknak több mint a felében

megfigyelhető volt – a 2024 és 2025. márciusig megjelent magazinokban – az aktív turisztikai kínálat megjelenítése. *Az aktív turizmus Balatonbogláron* című műsort például sugárzásától, 2024. október 21-étől csak az interneten 435 ezren tekintették meg.

A regionális televíziók közül gyakran szerepel aktív turisztikai téma a Zemplén tévé műsoraiban is, ami azért sem meglepő, mert a sátoraljaújhelyi fejlesztések kapcsán bőven akad mindig mondanivaló.

### 6.3.2. Rádiós műsorok

Többféle módon csoportosíthatjuk a Magyarországon fogható rádióadókat. A felosztás alapja lehet a sugárzás, a vételkörzet nagysága, de az is, hogy profit- vagy nem profitorientált az adott adó. A közmédia és az úgynevezett közszolgáltató rádiók legtöbb esetben készítenek olyan műsorokat, amelyek deklaráltan a hazai tájakat mutatják be és népszerűsítik.

A kereskedelmi rádiók közül is több vállalkozott arra, hogy az aktív turizmus színes palettáját kínálja a hallgatóknak. Jelenleg Magyarországon deklaráltan aktív turisztikai vagy turisztikai rádió nincs. Ugyanakkor számos olyan műsor van, amely teret ad az aktív turisztikai kínálat bemutatásának. Jelen tanulmány szerzője a Retro Rádió vasárnap délelőtti műsorában 9 és 10 óra között rendszeresen szerepel szakértőként immár negyedik éve. A Retro vasárnap délelőtti műsora átlagosan az NMHH mérése szerint több mint 1 millió hallgatót ér el. Az aktív turizmus valamennyi műsorban megjelenik – legalább egy blokk erejéig. Egy órában öt megszólalással jelentkezik a műsorvezető-szakértő, közte két zeneszámot lehet hallgatni. Az öt „blokk" közül az egyik a bevezető, egy másik a gasztronómiára fordít nagyobb figyelmet, egy a kulturális látványosságokat öleli fel, egy az adott település vagy aktív turisztikai látványosság nevének az eredetét kutatja, egy pedig kifejezetten a kirándulóhelyekkel és az aktív turisztikai értékek bemutatásával foglalkozik. Ez azt jelenti, hogy heti rendszerességgel csak itt eljut az aktív turizmus üzenete több mint 1 millió emberhez.

A Trend FM-en 16 és 18 óra között hallható műsor viszont a turizmus ágazatának aktuális kérdéseivel foglalkozik, miközben a hallgatóság számára hasznos és érdekes információkat kínál. A műsorban különböző utazási helyszínek, programajánlatok és nyaralási ötletek kerülnek bemutatásra, hogy segíthessék a hallgatókat a számukra ideális úti cél kiválasztásában. Emellett

az adás hasznos tanácsokat ad az üzleti utazások, konferenciák, valamint a családi nyaralások tervezéséhez is. A műsor célja, hogy átfogó képet nyújtson a turizmus világáról, miközben értékes információkkal segíti a hallgatókat utazásaik jobb megtervezésében és élményekben gazdag lebonyolításában.

A *PartCafé* című rádióműsor a balatoni turizmus, kultúra, sport és gazdaság kérdéseit helyezi középpontjába, és az a célja, hogy mélyebb betekintést nyújtson a térségben zajló folyamatokba. A műsorban a vendégek saját szakmai területükön keresztül osztják meg tudásukat és tapasztalataikat a Balaton körüli aktualitásokról: legyen szó a régió gazdasági fejlődéséről, kulturális vagy sporteseményéről. A műsor minden kedden 14 és 15 óra között hallható a Radiocafén.

## 6.4. AZ AKTÍV TURIZMUS MEGJELENÉSE NYOMTATOTT SAJTÓTERMÉKEKBEN

### 6.4.1. Utazási lapok

Magyarországon az aktív turizmus megjelenése a nyomtatott és internetes sajtótermékekben az elmúlt évtizedekben folyamatosan bővült, mivel az élményalapú turizmus, különösen az aktív, kültéri programok népszerűsége egyre nőtt. Az olyan magazinok, mint amilyen például a *Turizmus Online*, a *Magyar Turista* vagy a *Turista Magazin* kifejezetten a természetjáró társadalmat célozzák meg, de az aktív turizmus szinte minden ágának megvan a saját nyomtatott szaklapja. Az aktív turizmus megjelenése nemcsak programajánló cikkekben, hanem hosszabb interjúkban és riportokban is megtalálható, amelyek a helyi turizmusfejlesztők, túravezetők, környezetvédelmi szakemberek és egyéb szereplők véleményét, tapasztalatait tartalmazzák. A cikkek gyakran fókuszálnak a nagyobb kirándulások, a gyalogos és a kerékpártúrák vagy a vízisportok népszerűsítésére, és bemutatják a helyi közösségek hogyan járulnak hozzá a turizmus fejlődéséhez.

Ezen túl vannak olyan havilapok, amelyek időnként teljes számot vagy tematikus mellékleteket szentelnek az aktív turizmusnak egy-egy desztináció, a frekventált látnivalók, a legjobb túraútvonalak bemutatásával – évszakokhoz igazodó programajánlóval. Az iparági magazinok, mint amilyen a *Turizmus Trend*, szakmai cikkekkel és elemzésekkel segítik az aktív turizmus fejlesztésére irányuló törekvéseket, bemutatják a legújabb trendeket, illetve a

legfontosabb turisztikai rendezvényeket és eseményeket. Az aktív turizmus szálláshelyei, túraszervezői és egyéb szolgáltatói számára szakmai ajánlókat is készítenek.

Az *Utazó Magazin* rendszeresen foglalkozik Magyarország turizmusával, és nagy hangsúlyt fektet a hazai látnivalók, programok és kirándulóhelyek népszerűsítésére. A képes újság gyakran ajánl hazai utazási lehetőségeket: például március 15-ei ünnepi programokat, valamint különböző kulturális és gasztronómiai élményeket. Ezenkívül a belföldi turizmus szempontjából a magazin segíti az olvasókat abban is, hogy felfedezzék Magyarország rejtett kincseit; legyen szó vidéki tájakról, történelmi helyszínekről vagy aktív pihenési lehetőségekről.

A *Világjáró Utazási Magazin* számos olyan cikket és ajánlót tartalmaz, amelyek bemutatják Magyarország különböző turisztikai látnivalóit, programjait és kulturális értékeit. Az aktív turizmus népszerűsítése mellett a magazin a magyar vidék rejtett kincseit is felfedezi (például a Mecsek titokzatos helyeit). A magazin segíti a belföldi utazásokat népszerűsítő kezdeményezéseket, és szoros kapcsolatot ápol a helyi turizmussal, így is ösztönözve az embereket a hazai turisztikai felfedezésekre.

A *Földgömb* magazin sok turisztikai és környezetvédelmi témát érint, amelyek közvetlenül kapcsolódnak a hazai érdeklődéshez. A képes újság különböző földrajzi, kulturális és természeti témákat bemutatva fókuszál a világ különleges tájaira és élővilágára, de ugyanakkor foglalkozik a hazai természetvédelmi területekkel, kirándulóhelyekkel és a magyarországi kalandturizmus lehetőségeivel is. Az olvasók számára különleges bepillantást nyújt a fenntartható idegenforgalomba, a környezetvédelembe és az aktív pihenés lehetőségeibe, amelyek belföldön is egyre nagyobb szerepet kapnak.

### 6.4.2. Napilapok, hetilapok

A napilapok és hetilapok rendszeresen közölnek ajánlókat, amelyek az aktív turizmus különböző formáira fókuszálnak. Ebben a témakörben is az országos terjesztésű lapok súlya a meghatározó, míg a megyei és helyi lapok részesedése 10 százalék körüli. Egyébként a lapok legnagyobb csoportját a női, illetve a hír- és közéleti kiadványok teszik ki, és a vezető tematikák sorrendjében az elmúlt öt évben nem volt jelentős változás (NMHH, 2024, p. 81). Ezeknek az újságoknak a célja, hogy praktikus információkat adjanak

a legnépszerűbb turisztikai programokhoz; így például túratérképekkel, szállásajánlókkal és a programok időpontjaival – általában a hétvégét megelőző lapszámokban.

A regionális napi- és hetilapok is természetesen kiemelt figyelmet fordítanak a helyi aktív turizmusra, gyakran számolva be a környékbeli teljesítménytúrákról, terepfutó rendezvényekről, vezetett túrákról és egyéb szabadtéri aktivitásokról. A cikkek segítenek népszerűsíteni a kisebb települések és vidéki területek aktív turizmushoz kötődő lehetőségeit, így a turisták felfedezhetik azokat az úti célokat is, amelyek kevésbé ismertek, például a Zempléni-hegységet vagy a Szigetközt.

## 6.5. AZ AKTÍV TURIZMUS MEGJELENÉSE ONLINE LAPOKBAN ÉS FELÜLETEKEN

### 6.5.1. Országos online lapok

Ismeretes tény, hogy az internet megjelenése alapjaiban változtatta meg a turisztikai szektort. Az idegenforgalmi piacon új trendek, új szolgáltatók (diszkont légitársaságok, online utazási irodák) léptek porondra, s ezzel egy időben a saját szükségleteiket és az internetet is már jól ismerő, tájékozottabb vevőkör is megjelent (Grotte, 2009).

Magyarországon az aktív turizmus megjelenése az online lapokban és felületeken egyre nagyobb jelentőséget kap, ahogy a digitális média térnyerése és a turisták online kereslete is mind inkább uralja a turizmus világát. Az internetes felületek – legyen szó turizmushoz kapcsolódó weboldalakról, blogokról, közösségi médiáról vagy online magazinokról – gyors és könnyű hozzáférhetőségük miatt az aktív turizmus népszerűsítésében kulcsszerepet játszanak. Az online kommunikáció lehetőséget ad arra is, hogy a turisták gyorsan információhoz jussanak az aktív programokról, helyszínekről, eseményekről, valamint az aktuális trendekről.

Az online lapok és weboldalak gyakran közölnek részletes ajánlókat az aktív turizmus különböző formáiról. A programajánlók nemcsak a legnépszerűbb helyszíneket mutatják be, hanem gyakran interaktív térképekkel és hasznos információkkal is segítik az olvasókat: időjárás-előrejelzéssel, szálláshelyek és étkezési lehetőségek közlésével.

A magyar online turizmus világában számos blog és influenszer foglalkozik az aktív turizmussal. Ezek a felületek gyakran személyes élményeket, túrákról készült beszámolókat, valamint egy-egy helyszín vagy program részletes bemutatóját tartalmazzák. Egy turisztikai blog sikere azon múlik, hogy írója milyen széles körű népszerűségnek örvend. Egy idegenforgalmi szakértő ismertsége sokkal szűkebb körű, mint a televíziós műsorokban már komoly népszerűséget szerzett séfnek, bemondónak vagy színésznek az ismertsége. A népszerűség azonban önmagában kevés, ha az utazó nem bízik a bloggerben. A bizalom éppen ezért az egyik legfontosabb tényező. Egy kutatás kimutatta, hogy a blogok megjelenésének hatása abban mutatkozik meg leginkább, hogy a turisták bizalmukat már nem az utazási irodákba, hanem a felhasználók által írt blogokba fektetik (Grotte, 2013).

Számos online turistaportál és -magazin foglalkozik aktív turizmussal, amelyeken programajánlók, túraútvonalak, szálláshelyek és rendezvények találhatók, és amelyek részletes információkat közölnek a legjobb túrahelyszínekről, aktív programlehetőségekről és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatásokról. Az online portálok sokszor interaktív módon segítenek a kereslet kielégítésében; például: keresési funkciókkal, foglalási lehetőségekkel és hasznos tippekkel.

Magyarország hivatalos turisztikai oldala, a Magyar Turisztikai Ügynökség *Csodás Magyarország* című weblapja arra biztatja minden egyes magyar látogatóját és olvasóját, hogy fedezze fel hazáját, hiszen „Magyarország legszebb tájai és csodái csak rád várnak! Válassz ajánlatainkból, és indulj el."[21] Az oldal aktív turizmussal kapcsolatos ajánlásai között ott találjuk: a vízi sportokat, a gyalogos túrázást, a nemzeti parkok felfedezését, a kerékpártúrákat, a téli sportokat, a lovaglást és a golfozást.

A Turizmus Online hitvallása szerint a turisztikai szakma internetes lapja. Rendszeresen küld hírlevelet az idegenforgalmi szakma és a sajtó képviselőinek, amelyekben cikkeit jeleníti meg. Az anyagok között külföldi és belföldi események, hírek is szerepelnek, de az aktív turisztikai fejlesztésekről is rendszeresen beszámolnak, valamint interjúk is készülnek a szakma képviselőivel.

Az online fórumok és közösségi platformok (például: Tripadvisor, Reddit) lehetőséget biztosítanak arra is, hogy az aktív turizmus iránt érdeklődő turisták egymással megosszák tapasztalataikat, élményeiket és aján-

[21] Forrás: https://csodasmagyarorszag.hu.

lásaikat. A fórumokon és a közösségi csoportokban a felhasználók kérdéseket tehetnek fel, véleményeket olvashatnak, és válaszokat kaphatnak különböző aktív turizmussal kapcsolatos kérdéseikre. Az ilyen típusú közösségi médiajelenlét erősíti az aktív turizmus iránti érdeklődést, mivel a személyes vélemények és ajánlások hitelesítik a különböző programokat és helyszíneket. Egy felmérés eredménye alapján a turisták teljes bizalmukat a Tripadvisor internetes portálba helyezték, amely ezáltal a világ legnagyobb, az utazást kedvelőket közösséggé formáló weboldallá vált. A Tripadvisor sikere valóban abban rejlik, hogy valós tanácsokat kap a honlapot olvasó valós utazóktól, továbbá hogy a honlapra látogató egy helyen megkaphatja az összes utazásával kapcsolatos információt. Az online turisztikai fórumok elsődlegesen az utazóktól utazóknak nyújtanak tájékozódási lehetőséget adott turisztikai termékről, szolgáltatásról. Egy kutatás eredménye szerint a fogyasztók akár száz százalékkal is hajlandóak többet fizetni olyan szolgáltatásokért, amelyekről pozitív vásárlói visszajelzést kaptak. (Grotte, 2013) Az NMHH-mérések szerint (2024, p. 93) ezen a téren a vezető online lapok: a Blikk, az Index, az Origo, a 24.hu, a Telex, a Szeretlek Magyarország és a 444.hu. Ezek közül mindegyikben találunk aktív turizmussal foglalkozó rovatot. Rendkívül népszerű a Telex *Szépkilátás*, az Origo *Utazás*, a Blikk *Utazás* és a 24.hu *Turizmus* című rovata, míg az Index társoldalainak felületein (We Love Budapest, a We Love Balaton) közöl gyakran aktív turizmussal foglalkozó anyagokat. A *Szépkilátás* rovat kiemelten sokat foglalkozik aktív turisztikai témákkal (a legtöbb ilyen jellegű cikket Tenczer Gábor jegyzi); a főként személyes élményeken alapuló, igényes képekkel közölt leírások jelentősen hozzájárulnak az aktív turizmus népszerűsítéséhez (külföldi és magyarországi beszámolókat is közölnek). A 444.hu *444 jó hely Magyarországon* címmel adott ki könyvet, aktív turisztikai témákkal, maguk a témák is gyakran kaptak felületet az online lapban. A HVG, a Magyar Nemzet online kiadása, de a kifejezetten utazási blogként megjelenő Utazómajom és a TravelBudapest is gyakran közöl aktív turizmust érintő beszámolókat.

### 6.5.2. Regionális online lapok

Az aktív turizmus megjelenése a regionális online lapokban idehaza fontos szerepet játszik a helyi turizmus népszerűsítésében, különösen a vidéki és a kisebb településeken, ahol az aktív pihenés és kalandtúrák iránti érdeklődés folyamatosan nő. A regionális online lapok rendszeresen közölnek programajánlókat, amelyek az aktív turizmus helyi formáira koncentrálnak. Az ilyen típusú cikkek gyakran bemutatják a helyi adottságokat, amelyek különösen vonzóak az aktív pihenés iránt érdeklődő turisták számára. A Dunakanyarba látogatók például már sokadszor nézik meg Nagymarost, Zebegényt vagy Verőcét, majd a regionális lapoknak hála, felfedezik a kevésbé szem előtt lévő Kóspallagot, Márianosztrát és Szokolyát. A regionális lapok gyakran interjúkat készítenek az aktív turizmus lokális szereplőivel: túravezetőkkel, vállalkozókkal és turizmusfejlesztőkkel. Az interjúk során a szakemberek bemutatják a helyi aktív turizmus jellemzőit, a legnépszerűbb programokat, a nemrég épült kilátót vagy tanösvényt, valamint megosztják tapasztalataikat a régió turizmusának fejlődéséről. A helyi szereplők véleménye és ajánlásai segítenek a turistáknak abban, hogy jobban megismerjék a vidéki területek aktív pihenési lehetőségeit.

A BalatonBike365 weboldal és applikáció 2019 tavasza óta igyekszik minél több balatoni kerékpározással kapcsolatos információt, aktualitást, friss hírt és közleményt elérhetővé tenni az érdeklődőknek az év minden napjában. Ezek rendszeresen helyet kapnak a regionális és a helyi lapokban, programfüzetekben és magazinokban is.

A számos lap közül vizsgáljunk meg legalább egyet az aktív turisztikai kommunikáció szempontjából. Heti rendszerességgel végzett elemzésünk alapján Északkelet-Magyarország Kisvárda központú online régiólapja, a Frissmédia 2025. január 1-je és április 5-e között átlagosan 2,2 cikket közölt a témával kapcsolatban. A legtöbb cikk programajánló volt, de akadt közöttük egyéb olvasnivaló is: például a különböző központi újításokról és fejlesztésekről. Az elsődleges helyszínek: a Rétközi-tó és környéke, a Cinemaqua film és natúrpark, valamint az egyéb beregi kirándulási lehetőségek voltak.

### 6.5.3. Aktív Kalandor

Az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) legfontosabb feladata, hogy mind többen fedezzék fel maguknak a természetjárás örömét, az aktív életmód pozitív hatásait. A fejlesztések megvalósítása mellett fontos feladat, hogy azokat minél szélesebb nyilvánosság számára mutassák be, ezáltal is támogatva az ország aktív turisztikai szolgáltatóinak munkáját, segítve a szektor fenntartható működését. A központ 2024 nyarán Aktív Kalandor néven új márkát és weboldalt alapított, amely a régi Aktív Magyarországon megszokott túraajánlatokat megtartva, a kezdő és haladó túrázók számára egy sor új szolgáltatást vetett a piacra. Az Aktív Kalandorra látogatók teljes körűen megtervezhetik kirándulásukat, hosszú hétvégéjüket, vagy akár egész nyaralásukat. A megújult térképekre több mint 1500 látnivaló, 244 turistaház és 546 túratipp került fel. Ezek mellett új, minden korábbinál átláthatóbb kisvasútmenetrenddel bővült az oldal tartalmi része; elindult az online turisztikai piactér, melynek keretében turistaszállások váltak lefoglalhatóvá és kifizethetővé elektronikus úton. Az Aktív Kalandor program részeként indult például *A világ legjobb helyei Magyarországon!* című YouTube-sorozat, amelynek célja a 15–30 év közötti fiatalok ösztönzése az aktív kikapcsolódásra. A sorozatban ismert youtuberek mutatják be az ország különböző tájegységeit helyi túravezetők segítségével.

### 6.5.4. Digitális Vándor

Ma már számos alkalmazással találkozhatunk, amely az aktív turizmust segíti. Közülük az első a 2000-ben Amerikában megjelenő *geocaching* volt. Ez egy szabadidős tevékenység, természetbarát hobbi, játék, mely a kincskeresés ősi szenvedélyére alapozva egyesíti a modern technikát (GPS) a természetjárással, a turizmussal és az ismeretterjesztéssel. Az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ számára készült el a Digitális Vándor *Magyarország* című tanösvénybejáró alkalmazása. Az applikáció célja, hogy az ország különböző pontjain található létező tanösvények digitális formában is megjelenjenek, illetve új, csak a digitális térben létezők szülessenek, és a felhasználók egyszerre élvezhessék a kirándulást mind offline, mind pedig online formában. A Digitális Vándor alkalmazás célja, hogy azokat is a természetbe szólítsa, akik nem tudnak elszakadni mobiltelefonjuktól. Az applikáció elsősorban

fiataloknak, gyerekeknek tartogat bejárandó ösvényeket, de felnőtteknek is készültek összetettebb kalandok. Az alkalmazásnak köszönhetően egyszerre lehetünk jelen az offline és az online térben; mindez egyfajta barangolás a kiterjesztett valóságban. Az applikációban szereplő e-ösvények bejárása során a felhasználók a természeti kincsek mellett kultikus épületekkel, régi mesterségekkel is megismerkedhetnek, vagy akár összefuthatnak kedvenc mesehősükkel. Az ösvények a nemzeti parkokkal, erdészetekkel, egyéb partnerekkel közösen jönnek létre, és folyamatosan bővülnek. Jelenleg több mint 87 kalandösvény található szerte az országban. A helyszínen teljesíthető küldetések állomásról állomásra kalauzolják a természetjárót, és feladatokkal teszik próbára. 2023 nyarán a Pilisi Parkerdővel közösen tíz tematikus ösvény jelent meg, melyek *Oszi, a kis holló kalandjai*t követik. 2024. március 15-én viszont hat *Digitális Sándor*-ösvény vált elérhetővé, amelyeket bejárva Petőfi Sándor életét ismerhetjük meg közelebbről.

## 6.6. AZ AKTÍV TURIZMUS MEGJELENÉSE EGYES KÖZÖSSÉGI MÉDIAFELÜLETEKEN

Az internet böngészésével egyre több időt töltünk: a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság legutóbbi jelentése szerint a magyarok naponta 4,3 órát. Minden ötödik magyar napjának negyedét online éli meg. Ebből napi 66 percet a közösségi oldalak nézegetésével. A Facebook és a YouTube a legnépszerűbb a 16 évesnél idősebb internetezők körében: 92, illetve 91 százalékuk használja ezeket a platformokat. Az Instagram 50, a TikTok 41, a Pinterest 36 százalékos kedveltséget ért el. A kommunikáció fizetős részében is arat a két nagy médiaóriás. A teljes marketingkommunikációs költés négyötödét az Alphabet (Google, YouTube stb.) és a Meta (a Facebook, az Instagram stb.) szerezte meg (NMHH, 2024, p. 3–12, ). Ez azt jelenti, hogy ha Székesfehérvárról üzenni szeretnénk valamit Csákvárra az aktív turizmusról, azt nagy hatékonysággal leginkább valamelyik amerikai óriáscégen keresztül tehetjük meg. Ezért is fontos a kommunikációs csatornák világos áttekintése.

### 6.6.1. YouTube

Az aktív turizmus az utóbbi két évtizedben egyre nagyobb szerepet kap a közösségi média különböző platformjain. Megjelenése a YouTube-on kifejezetten erős, mivel ez a platform lehetőséget biztosít hosszabb, részletesebb és informatívabb tartalmak megosztására. A természetjárás, extrém sportok, kalandturizmus és más aktív kikapcsolódási formák iránt érdeklődők számára a YouTube egy kiváló inspirációs és tanulási felület. A néző a videókban ötleteket és hasznos tanácsokat kap, míg a kommentekben tapasztalatokat oszthat meg másokkal. A keresőbe ma már elég beütni a felkeresni kívánt látnivalót, és több tucat saját gyártású videót láthatunk a helyről, ahogyan azt a film készítője gyalog, túrasível vagy épp hegyikerékpárral bejárta.

A legmoderneb telefonokkal ma már professzionális filmeket lehet gyártani, miközben az olyan technikai eszközök, mint amilyen a drón, a GoPro kamera vagy az Osmo Mobile is bárki számára könnyen elérhető. A YouTube-on nagyon sok könnyed, szórakoztató, közvetlen hangvételű élménybeszámolót és vlogot találunk egy-egy túráról, kalandos utazásról. Útikalauzok és túraajánlók segítenek a nézőknek megismerni egy adott helyszínt, útvonalat vagy régiót részletes térképek, útvonaljavaslatok, időjárási tippek, nehézségi szintek bemutatásával. A természetjárók és sportolók számára fontos a megfelelő felszerelés kiválasztása, így rengeteg videó készül felszerelés- és eszköztesztekről. Az aktív turizmus sokszor fizikai felkészülést igényel, így a YouTube-on edzésprogramokat és tanácsokat is találunk. A kalandvágyók számára az extrém sportokat bemutató videók is nagyon népszerűek; például egy bázisugrás egy kitett sziklaszirtről vagy egy via ferrata túra a Bakonyban.

Természetesen a legnagyobb tartalomgyártóknak van saját YouTube-csatornája, lásd a már említett *Hazajáró* magazint, amelynek csatornájára 15 000-en iratkoztak fel, így, ha kikerül egy új videó, arról rögtön e-mailben is értesül a feliratkozó.

Az Aktív Magyarország YouTube-csatornáján számos véleményvezérrel folyik már most is együttműködés, melynek során rövid videók keretében mutatják be egy-egy térség látnivalóit és aktív turisztikai lehetőségeit. Mivel a videók több platformon is elérhetőek, széles közönséghez képesek eljutni, és alkalmasak megszólítani a fiatalabb korosztályokat is, akik ugyanis igen gyakran épp a videómegosztó oldalakon szocializálódnak. Emellett említésre

méltó az *„Indulj el egy úton…”* kezdetű csángó népdal remake-je is, melyet az AÖFK (2021) felkérésére egy népszerű hazai énekes dolgozott fel az aktív turizmus népszerűsítésére. A videoklip 2021 őszén elérte az egymillió megtekintést a YouTube-on.

### 6.6.2. Facebook

A Facebook nagyon fontos szerepet játszik az aktív turizmus népszerűsítésében, mivel a platform lehetőséget biztosít közösségépítésre, eseményszervezésre és élménymegosztásra. A természetjárók, túrázók és sportkedvelők előszeretettel használják a Facebookot inspirációs forrásként – tapasztalatcserére és közös programok szervezésére.

Ma már számos tematikus csoport található a Facebookon, ahol a túrázás, kerékpározás, hegymászás és egyéb szabadtéri sportok szerelmesei aktív közösségekben osztják meg egymással tapasztalataikat. Léteznek zárt és nyitott online csoportok, ahol nemcsak a túrákon szerzett élményeket lehet megosztani, hanem tippeket és ötleteket lehet adni túrát tervezőknek. Van Facebook-csoportja az Országos Kéktúrának, a Dél-dunántúli Kéktúrának és az Alföldi Kéktúrának is, hogy csak a legnépszerűbb hosszútávú túrákat említsük, de van csoportja a Dél-dunántúli Pirosnak és a Közép-dunántúli Pirosnak is, ahol meg lehet osztani az aktuális információt kidőlt fákról, vadászat miatt elterelt útvonalról, sártól járhatatlan útszakaszokról is. Ha csak a Börzsöny hegységét nézzük, van Facebook-csoportja a börzsönyi gombászoknak, a börzsönyi sítúrázóknak, a börzsönyi siklóernyősöknek, de létezik Börzsöny élővilága, Dunakanyar, Csak a Börzsöny és Akik szeretik a Börzsönyt elnevezésű csoport is. Például a Teljesítménytúrázás nevű Facebook-csoportból az idők során olyan alcsoportok váltak le, mint amilyen a Terepfutás vagy a Teljesítménytúra szabadon, amelyekben szintén nagyon gyorsan elérhetőek a friss információk, illetve megoszthatók a túra élményei, képei, videói. Ha valaki aktívan szeretne túrázni, bringázni vagy más sportot űzni, érdemes csatlakoznia a releváns csoportokhoz, és követni a szakmai oldalakat.

Számos utazási magazin, természetvédelmi szervezet és túravezető cég használja a Facebookot, hogy elérje célközönségét. A *Hazajáró* is így tud 117 000 fős követői táborának a leghatékonyabban hírt adni magáról, leendő túráiról, eseményeiről, a természetjárás, a kerékpározás friss híreiről.

Az Aktív Kalandor hivatalos Facebook-oldalán is rendszeresen osztanak meg információkat túrákról, eseményekről és fejlesztésekről. Az oldalon több mint 108 000 követő található, és folyamatosan frissülő tartalmakkal szolgálják ki az érdeklődőket.

### 6.6.3. Instagram

Az aktív turizmus megjelenése az Instagramon különösen fontos, mivel ez a platform vizuális jellege és közvetlen interakciós lehetőségei révén hatékony eszközzé vált az aktív turizmus népszerűsítésében. Az Instagram alapvetően vizuális médium, így az aktív turizmus számára ideális platform a lenyűgöző tájképek, kalandtúrák, vízi sportok és egyéb szabadidős tevékenységek bemutatására. Az Instagram-posztokban szereplő képek és videók, a látványos tájak és kalandok képei gyorsan odavonzzák a figyelmet, és motiválják a nézőt, hogy akár rögtön útnak is induljon.

Ezen a platformon a hashtagek kulcsszerepet játszanak: mind a magyarországi, mind pedig a nemzetközi kettőskeresztek – például #aktívturizmus, #túrázás, #kerékpározás, #vízisportok, #kalandtúra – segítenek a releváns tartalom könnyebb felfedezésében. A turizmusfejlesztők, túraszervezők és helyi turisztikai intézmények rendszeresen indítanak kampányokat, amelyek során az érdeklődők saját élményeiket posztolják, gyakran nyereményjátékok vagy kedvezmények kíséretében. Ez lehetőséget ad a közvetlen interakcióra, és növeli az aktív turizmus láthatóságát.

Az Instagramon való aktív jelenlétet gyakran támogatják influenszerek és népszerű személyiségek, akik rendszerint megosztják élményeiket túráikról, kalandjaikról. Ezek az influenszerek nagy hatással vannak követőik döntéseire, és gyakran pozitívan befolyásolják az aktív turizmus iránti érdeklődést. Az aktív turizmushoz kapcsolódó márkák és szolgáltatók is együttműködnek ezekkel a személyekkel a promóciók és kampányok során.

Az Instagram Stories és Reels is olyan formátumok, amelyek ideálisak az aktív turizmus különböző aspektusainak bemutatására. A Stories segítségével gyorsan és közvetlenül oszthatók meg események, programajánlók vagy élő túrák, míg a Reels lehetőséget ad a dinamikus, rövid videók elkészítésére, amelyek gyakran jól illeszkednek túráink bemutatásához. Emellett a Stories és a Reels egyaránt lehetőséget adnak a helyi szálláshelyek, túraszervezők és események népszerűsítésére, de akár országos rendezvények ismertebbé

tételére is. Az Instagram-eseményekkel kapcsolatos emlékeztetők, posztok és hashtagkampányok segítenek a közönség figyelmének felkeltésében, és közvetlen kapcsolatot biztosítanak a résztvevőkkel.

A *geotagging*, vagyis a helyszíncímkék használata is fontos szerepet játszik az Instagramon: a felhasználók könnyen megoszthatják az általuk meglátogatott túraútvonalak, nemzeti parkok, kerékpárpályák vagy vízisporthelyszínek címkéit, így mások is könnyen rátalálhatnak az adott helyszínekre.

### 6.6.4. TikTok

Ma a 20–35 éveseké a világ: ők az autentikusat keresik; a digitális kütyüket és technológiát készségszinten használják, hajlamosak azt vásárolni, ami már jól bevált (Bódis, 2017). A legfiatalabb generációk körében a legnépszerűbb platform a TikTok; így gyorsan növekvő lehetőségként jelenik meg a turizmus népszerűsítésében.

A TikTok alapvetően rövid videókra épít, így a felhasználók kreatívan oszthatják meg élményeiket. A videók vonzzák a figyelmet, és az egyes aktivitások szórakoztató, dinamikus formában történő bemutatása könnyen elérheti a célcsoportot. Emellett a TikTok alkalmas különböző túrázós kihívások indítására, amelyek segítenek az aktív turizmus népszerűsítésében. A TikTokon való aktív jelenlét segíthet a turizmus számára a széles közönség elérésében, mivel az influenszerek elkötelezett követői gyakran szívesen kipróbálják azokat a helyszíneket és programokat is, amelyeket kedvenc TikTok-sztárjaik ajánlanak nekik.

A TikTok Live funkciójának köszönhetően a túrákat élőben lehet közvetíteni, a közvetlen sugárzás során pedig a nézők kérdéseket tehetnek fel, megoszthatják véleményüket, és közvetlen kapcsolatba léphetnek a túrán résztvevőkkel vagy más érdeklődőkkel.

A TikTok-videók nemcsak fizikai túrákra koncentrálhatnak, hanem virtuális túrákra is lehetőséget adhatnak, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy élőben vagy videók segítségével „bejárják" az érdekes helyszíneket még mielőtt elindulnának egy valódi túrára. Ez növeli az érdeklődést, és felkeltheti a fizikai utazás utáni vágyat.

A TikTok különösen kedvez az edukációs és szórakoztató jellegű tartalmaknak; a túravezetői tanácsok vagy éppen a legjobb túrahelyek bemutatása segítheti a nézőt abban, hogy új ismeretekkel gazdagodjon, és inspirációt

nyerjen. Az ilyen típusú tartalom nagy lehetőség a fiatalabb generációk számára az aktív pihenés vonzóbbá tételéhez, így talán a sokszor elátkozott „telefonozás" kimozdíthatja őket a természet, az aktív turizmus irányába.

A TikTokon megosztott túra- és természetjáró-tartalmak hozzájárulhatnak a fenntartható turizmus népszerűsítéséhez is. Azok, akik a platformon találkoznak az ökoturizmus vagy a fenntartható utazás témájával, könnyebben felfedezhetik a természetes, környezetbarát túrázási lehetőségeket, így a TikTok nemcsak szórakoztat, hanem nevel és oktat is.

## 6.7. ÖSSZEFOGLALÁS

A kézikönyvnek ez a fejezete nem vállalkozhatott arra, hogy egyáltalán megkísérelje a teljes aktív turizmus területéhez tartozó kommunikációs térkép felrajzolását. A cél inkább az volt, hogy alkotásra ösztönző inspiráció legyen a témával kapcsolatos kutatások megkezdéséhez, és bemutasson ismertebb platformokat, melyek hozzájárultak és még inkább hozzájárulhatnak azokhoz az utazási formákhoz, amelyek eltérnek a hétköznapitól, intenzív mozgásra késztetik a turistát, aki élményszerzés közben szolgáltatásokat vesz igénybe, és termékeket is vásárol.

### FELHASZNÁLT IRODALOM


AMFK. (2021. február 25.). *Aktív turisztikai kampányok* [Weboldal]. Aktív Magyarország Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/aktiv-turisztikai-kampanyok/.

AÖFK. (2023). *Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://amfk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf.

AÖFK. (2023). *Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://cdn.kormany.hu/uploads/document/8/88/881/881a2823c4433616b18a75b42afe2e23ca32812a.pdf.

AÖFK. (2024). *Nemzeti Víziturisztikai Stratégia* [PDF]. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. https://aktivmagyarorszag.hu/wp-content/uploads/2025/02/AOFK-Viziturisztikai-strategia-2024-web.pdf.

Bódis, G. (2017). A turizmus láthatatlanságának paradoxona: Kommunikációs kihívások. *Turizmus Bulletin, 17*(3–4), 33–45. https://doi.org/10.14267/TURBULL.2017v17n3-4.4.

Európai Bizottság. (2021). *Javaslat az Európai Parlament és a Tanács rendelete A mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok (A mesterséges intelligenciáról szóló jogszabály) megállapításáról és egyes uniós jogalkotási aktusok módosításáról* [COM(2021) 206 final]. Európai Bizottság. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=celex%3A52021PC0206).

Európai Parlament és a Tanács. (2016). Az Európai Parlament és a Tanács 2016. április 27-i (EU) 2016/679 rendelete a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet) [EGT-vonatkozású szöveg]. *Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L 119,* 1–88. https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1600679.eup.

Európai Parlament és a Tanács. (2019). Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/790 irányelve (2019. április 17.) a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról (EGT-vonatkozású szöveg.). *Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L 130*, 92–125. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32019L0790.

Európai Parlament és a Tanács. (2022a). Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (digitális piacokról szóló jogszabály) [EGT-vonatkozású szöveg]. *Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L 265*, 1–66. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32022R1925.

Európai Parlament és a Tanács. (2022b). Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete az egységes digitális szolgáltatási piacról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet). *Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L 277*, 1–102. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32022R2065.

Európai Parlament és a Tanács. (2023). Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2023/2854 rendelete (2023. december 13.) a méltányos adathozzá-

férésre és –felhasználásra vonatkozó harmonizált szabályokról, valamint az (EU) 2017/2394 rendelet és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (adatrendelet) [EGT-vonatkozású szöveg]. *Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L, 2023. december 22.* 1–71. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32023R2854.

European Parliamentary Research Service. (2021). *Online platforms: Economic and societal effects (PE 656.336)* [Study, Panel for the Future of Science and Technology]. EPRS, European Parliamentary Research Service; Scientific Foresight Unit (STOA). https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656336/EPRS_STU(2021)656336_EN.pdf.

Fejős, Z., & Szijártó, Zs. (2000). *Turizmus és kommunikáció.* (Tabula Könyvek 1). Néprajzi Múzeum; PTE Kommunikációs Tanszék. ISBN 9637106758. ISSN 1586-7986.

Fercsik, E., & Raátz, J. (2006). *Kommunikáció és nyelvhasználat*. Nemzeti Tankönyvkiadó. ISBN: 9631958027.

Gonda, T. (2022). *Alternatív turizmus*. Akadémiai Kiadó. ISBN: 9789634547693.

Grotte, J. (2009). Egyre bátrabban használják a magyarok az internetet szabadidős utazásaik megszervezéséhez. *Marketing & Menedzsment, 43*(3), 63–69. https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/673/555.

Grotte, J. (2010). Az információs és kommunikációs technológia hatása a turisztikai szolgáltatókra, különös tekintettel az utazásszervezőkre és -közvetítőkre. *Marketing & Menedzsment, 44*(3), 63–67. https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/444/340.

Grotte, J. (2013). E-marketing a turizmusban – az e-turizmus marketing eszköztára. *Marketing & Menedzsment, 47*(2), 25–36. https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/629.

Horváth, D., & Bauer, A. (szerk.). (2021). *Marketingkommunikáció: Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*. Akadémiai Kiadó. ISBN: 9789630593427. https://doi.org/10.1556/9789630597227.

Irimiás, A., Jászberényi, M., & Michalkó, G. (2019). *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634544081.

Jászberényi, M., Boros, K., & Miskolczi, M. (szerk.). (2022). *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó.

ISBN: 9789634548218. DOI: 10.1556/9789634548041. https://mersz.hu/dokumentum/m963vakt__252/#m963vakt_249.
Kiss, R. R. (2021). *Az aktív turizmus felértékelődése a médiában és a befogadókban* [Az Aktív Magyarország 2021. november 25-én Siófokon megtartott korszaknyitó aktív- és ökoturisztikai szakmai konferenciáján elhangzott előadás]. https://www.youtube.com/watch?v=3RQrsxPgQEw.
Kovács, J. (2025). *Kattintásból utazás* [Szakdolgozat]. Kodolányi János Egyetem.
Michalkó, G. (2016). *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó. ISBN: 9789630597173
MTÜ. (2021). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0* [PDF]. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.160.
MTÜ. (2025). *A Magyar Turisztikai Ügynökség honlapjának 2025-ös frissítése*. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu.
NMHH. (2024). *Médiapiaci jelentés 2024* [PDF]. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. ISSN 2939-8088. https://nmhh.hu/dokumentum/249788/Mediapiaci_Jelentes_2024_akadalymentes.pdf.
Petényi, M. (2025). *Történelmi pillanat a magyarországi aktív turizmus területén: Kapcsolódási pontok a turisztikai szakma számára* [A *Turizmus új szárnyakon: Az egészség- és aktív turizmus új dimenziói* című konferencián 2025. február 20-án elhangzott előadás].
Pintér, T. (2025a). Az aktív turizmus nem visz, hanem hoz a szolgáltatók konyhájára. *Business & Travel, 2025. február 20.* https://turizmus.com/cikk/business-travel/petenyi-mirko-az-aktiv-turizmus-nem-visz-hanem-hoz.
Pintér, T. (2025b). Révész Máriusz: A márkaépítésben az El Camino a követendő példa számunkra [Interjú Révész Máriusszal, az aktív Magyarországért felelős államtitkárral]. *Business & Travel, 2025. április 7.* https://turizmus.com/cikk/business-travel/revesz-mariusz-aktiv-magyarorszag-aktiv-turizmus-fejlesztesek-horizont-top-forrasok.
Sulyok, J., & Magyar, Zs. (2014). Az aktív turizmus helyzete Magyarországon: Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás. *Turizmus Bulletin, 16*(3–4), 15–26. https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_Évf.16_2014_03_04.pdf

# MÓDSZERTANI ESETTANULMÁNYOK

A tanulmánykötetnek az egyik fontos célja az, hogy az elméleti megközelítések és a gyakorlati példák közötti esetleges távolságot csökkentse. Felfogásunk szerint az elmélet nem tölti be funkcióját a gyakorlati megvalósítások nélkül, de a gyakorlati megközelítések sem lehetnek hatékonyak az elméleti ismeretek átgondolásának hiányában.

A tanulmánykötet ezért helyet biztosít olyan hazai és nemzetközi példáknak is, amelyek az olvasó számára felkínálják a korábban megismert elméleti és módszertani kérdések szembesítésének lehetőségét a gyakorlattal. Az ismertetett esettanulmányok mindegyike számos tanulságot hordoz, amelyek fontosak lehetnek az aktív turizmussal foglalkozó szakemberek, az érdeklődők és a diákok számára is.

A szerkesztők

# 7. Módszertani esettanulmányok

## 7.1. EGY ÚJ KERÉKPÁROS DESZTINÁCIÓ SZÜLETÉSE

Deák Attila

Magyarország északkeleti szegletében egy új kerékpáros desztináció van felemelkedőben, melynek születése az elmúlt évekre tehető. A koncentrált, szinergikus, szisztematikus és a táj adottságaira épülő fejlesztéseknek köszönhetően vált az Alföld egyik meghatározó kerékpáros térségévé a Felső-Tisza-vidék, amely egyre ismertebb helyet tölt be a kerékpárosok mentális térképén. Jelen esettanulmány a felső-Tisza-vidéki és nyírségi kerékpáros túrahálózat kialakításának folyamatát mutatja be.

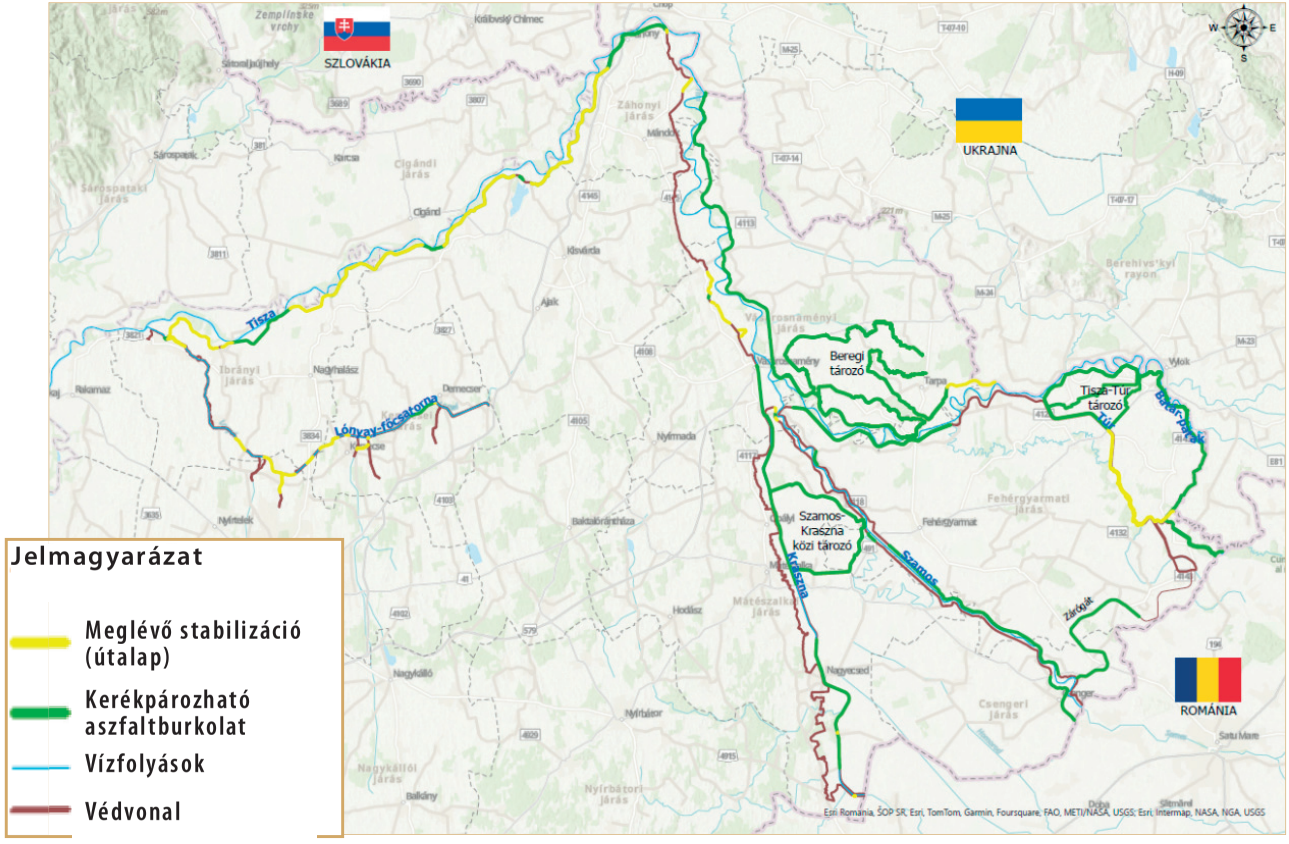
### 7.1.1. A Felső-Tisza-vidék és a Nyírség egyedi terméktulajdonságainak azonosítása

A Felső-Tisza-vidékről elmondható, hogy a legnagyobb élmény kerékpárral felfedezni ezt a rendkívül természetközeli, egyedi atmoszférájú, műemlékekben gazdag régiót több okból is. Elsőként azoknak az adottságoknak az ismertetésére kerül sor, amelyek életre hívták a térség kerékpáros túrahálózatát. A turisztikai desztinációk versenyében az egyik legfontosabb kérdés, hogy mi egy adott térség egyedi terméktulajdonsága *(USP – Unique Selling Proposition)*. Ugyanis egy adott térség egyedi terméktulajdonsága alapján határozható meg egy desztináció sajátossága, versenyelőnye. Ezek teremtik meg ugyanis az adott térség turisztikai pozicionálását és kiemelkedését versenytársai közül. A Felső-Tisza-vidék egyedi terméktulajdonságai egyértelműen az aktív és örökségturisztikai adottságokban rejlenek.

Elsőként az infrastrukturális adottságok számbavételét szükséges megtenni. A Felső-Tisza-vidék jelentős aktív turisztikai potenciálokkal rendelkezik. A régió turizmusa a vizek mentén szerveződött már évtizedekkel ezelőtt. A térség az 1970-es években vált a vízitúrázók kedvelt célterületévé, elsősorban a Tisza és az Öreg-Túr vonzotta ide az ország minden területéről a túrázókat, ebből eredően kezdetben a turisztikai szolgáltatások gócpontjai is itt alakultak ki. A térség országos ismertségét kezdetben a vízi turizmusnak köszönhette. Egy viszonylag frissebb fejlemény, felismerés, hogy a Felső-

Tisza-vidék nem csak a vízi, hanem a kerékpáros turizmusban is jelentős potenciálokkal, kiváló adottságokkal rendelkezik, amelyeket szintén a folyóinak köszönhet. A térség kerékpáros turizmusa nagyjából 15-20 éve kezdett kibontakozni, amikor a Felső-Tisza-Vidéki Vízügyi Igazgatóság jelentős erőfeszítéseket tett a régió árvízvédelmi gátrendszerének korszerűsítésére. A térségben a magas árvízvédelmi kockázat miatt a vízügyi igazgatóság kénytelen volt leaszfaltozni a töltéskoronákat két ok miatt. Egyrészt az aszfaltozott töltéskoronával stabilizálták a gátakat, másrészt árvíz esetén az aszfaltozott töltéseken könnyebben mozoghatnak a járműveik. Emiatt lényegében az aszfaltozott töltések valójában szervizutak, amelyek a vízügyi igazgatóságok tulajdonában és vagyonkezelésében vannak; így ezekre az utakra nem vonatkoznak azok az útiügyi előírások, amelyek a közutak kialakítását szabályozzák. Az aszfaltozott töltéskoronák tehát nem a kerékpárosok kiszolgálására épültek, mint ahogy az utak állapota, rétegrendje, minősége sem hasonlítható össze a kerékpárutakéval, ennek ellenére kiválóan alkalmasak a kerékpárosok fogadására. Részben ezzel a momentummal teremtődött meg a kerékpáros turizmus feltételrendszere a térségben, hiszen az aszfaltozott árvízvédelmi töltéseknek köszönhetően országos léptékben mérve az egyik legnagyobb kerékpározható hálózattal a Felső-Tisza-vidék büszkélkedhet, ami ezen a téren óriási versenyelőnyt jelent. Az aszfaltozott töltéskoronák hossza a Felső-Tisza, a Szamos, a Kraszna és a Túr mentén a 2024-es állapot tükrében 306,8 km, míg a stabilizált burkolatok hossza, amelyek úgyszintén alkalmasak aktív kerékpározásra, eléri a 102,57 kilométert.

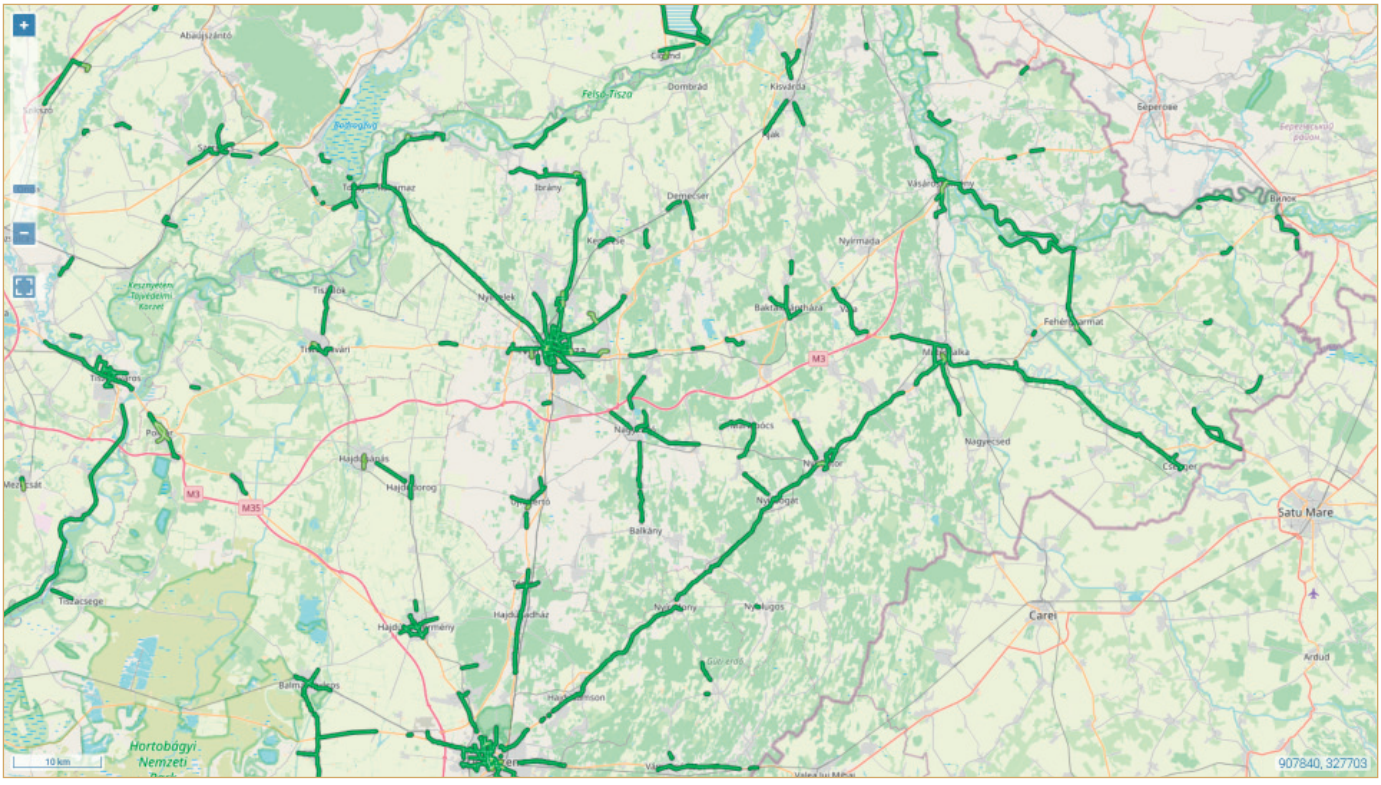
Az infrastrukturális adottságok számbavételekor lényeges kiemelni, hogy a régióban jelentős a külterületi, településeket összekötő kerékpárutak hossza is. A kerékpáros turizmus kiszolgálása szempontjából a legfontosabb összefüggő hálózati elemek a következők: Csenger–Mátészalka–Nyírbátor–Hajdúsámson–Debrecen; Tivadar–Fehérgyarmat; Nyíregyháza–Nyírtelek–Rakamaz–Tokaj; Nyíregyháza–Ibrány–Tiszabercel; Nagykálló–Kállósemjén; illetve a járásközpontokat, megyeszékhelyet körülvevő hivatásforgalmi kerékpárutak. Amint az a **2. térkép**en is jól látható, a külterületi kerékpárutak főleg Dél-Nyírségben, a Rétközben és Nyíregyháza körül koncentrálódnak. A rétközi kerékpárút építése az 1990-as évek közepén indult el Nagyhalász kezdeményezésére. Több ütemben, nagyjából 10–15 évvel később készült el a 52 kilométeres útszakasz, amelynek létrehozásában 11 települési önkormányzat működött együtt. A rétközi kerékpárút Nyíregyháza–Nagyha-




1. térkép. Kerékpározható árvízvédelmi töltésszakaszok a Felső-Tisza-vidéken
(Forrás: Felső-Tisza-vidéki Vízügyi Igazgatóság)

lász–Ibrány–Paszab–Tiszabercel–Gávavencsellő–Balsa–Szabolcs–Tímár és Rakamaz településeket köti össze, és elsősorban hivatásforgalmi céllal épült. 2017-ben fejeződött be a Nyíregyháza–Tokaj közötti kerékpárút, amely tovább növelte a megye nyugati felében a kerékpárforgalmi hálózatok sűrűsödését. Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye déli területein több mint tíz év alatt több ütemben jött létre a legjelentősebb összefüggő kerékpárúthálózati szakasz a 49-es és a 471-es számú közút mellett. Bár ezek a kerékpárutak elsődlegesen közlekedésbiztonsági és hivatásforgalmi célokkal épültek, óriási szerepük van abban, hogy három turisztikai desztinációt, a Felső-Tisza-vidéket, a Nyírséget és a Hajdúságot sikerült integrálniuk a kerékpárosok számára. Ez a szinte egybefüggő kerékpárút Csenger–Mátészalka–Nyírbátor–Hajdúsámson–Debrecen között fut.

A régió egyedi terméktulajdonságainak vizsgálatánál a második lényeges adottság, hogy a Felső-Tisza-vidék egy nagyon természetközeli desztináció. Hazánk tájai közül kevésbé érintett, ahol a természetközeli állapotok jól megfigyelhetőek, a faji sokszínűség még mindig fennáll. A Felső-Tisza-vidék az Alföld és a Kárpátok koszorújának találkozásánál található, annak északkeleti részén, ahol mindkét tájegység geológiai, vízrajzi és éghajlati hatása érvényesül, így itt minden természeti jelenség, ezen belül is a növényvilág különösen sajátos. A legszebb és legérintetlenebb területeket a Szatmár-Beregi Tájvédelmi Körzet védi, amelyet 1982-ben hoztak létre azzal a céllal, hogy ezen a területen a védett növény- és állatfajokat, a természetes növénytársulásokat, a jellegzetes tájképi adottságokat, a táj jellegét meghatározó felszíni formákat, felszíni vizeket, gyepeket és egyéb mezőgazdasági területeket, erdőket, fasorokat megóvják és fenntartsák. A 21 891 hektáron elterülő tájvédelmi körzet mozaikos szerkezetű, és 36 település külterületét érinti. Ezen kívül a Felső-Tisza-vidék és a Nyírség területén 11 természetvédelmi terület található. A Beregi sík mentén két vulkáni szigethegység: a tarpai Nagy-hegy és a barabási Kaszonyi-hegy, továbbá a Szatmári-síkon a Cégénydányádi Park áll természetvédelmi oltalom alatt. A Felső-Tisza nyugati részén található a Tiszadobi Ártér és a Tiszatelek–Tiszaberceli Ártér Természetvédelmi Terület. A futóhomokos hordalékkúp-síkságos Nyírségben kis kiterjedésű, területileg nem koncentrálódó természetvédelmi területek találhatók (Baktalórántházi-erdő Természetvédelmi Terület, a Bátorligeti-legelő Természetvédelmi Terület, a Bátorligeti-ősláp Természetvédelmi Terület, a Fényi-erdő Természetvédelmi Terület, a Kállósemjéni Mohos-tó

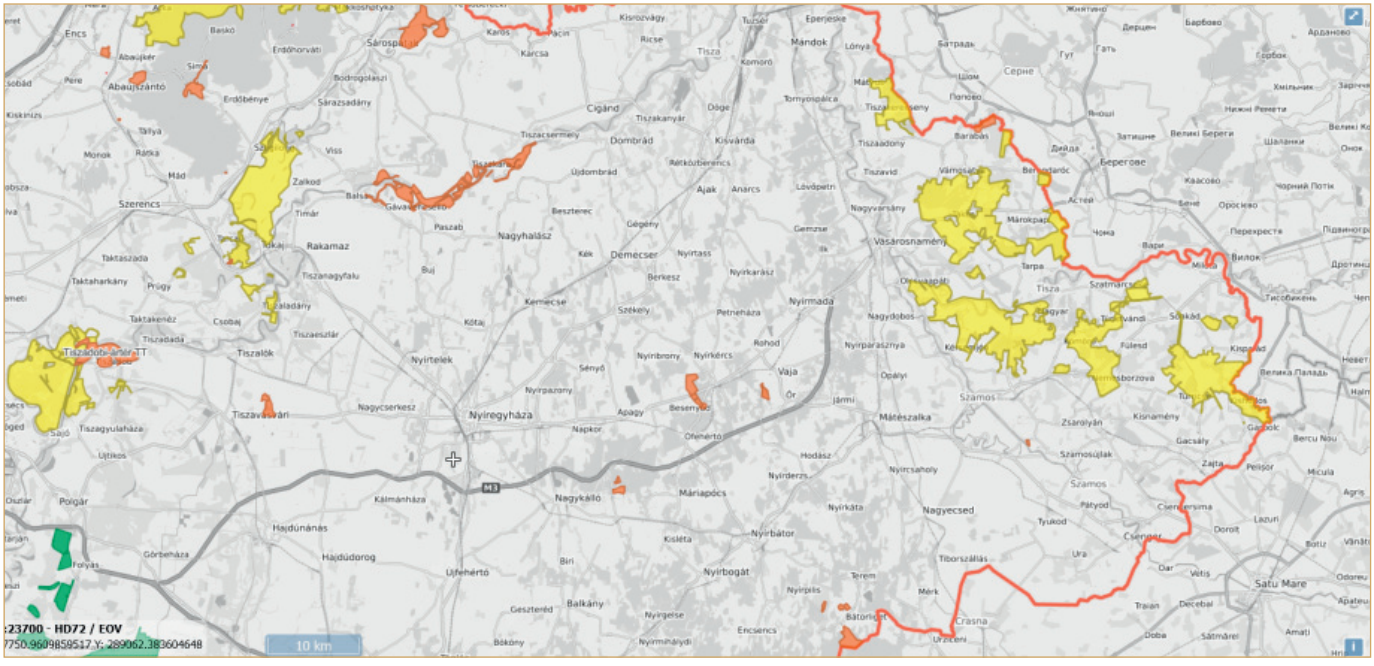



2. térkép. Kül- és belterületi kerékpárutak a Felső-Tisza-vidéken
és a Nyírségben (KENYI, é. n.)

Természetvédelmi Terület, a Tiszavasvári Fehér-szik Természetvédelmi Terület, a Vajai-tó Természetvédelmi Terület).

A természeti adottságok mellett érdemes kiemelni, hogy a kerékpártúrák szervezéséhez nagyon ideális a térség településtextúrája, hiszen az Alföldön egyedül itt található aprófalvas településszerkezet, amely nem elhanyagolható a kerékpáros turizmus tekintetében se (nem mindegy ugyanis, hogy a túra során 5–10 kilométerenként találkozunk lakott területtel, vagy csak 20–30 kilométerenként, és ahol látványosságok, pihenési lehetőségek, vízvételi alkalom, vendéglátói szolgáltatások érhetők el). Bár területfejlesztési szempontból az aprófalvas településszerkezet sokszor inkább hátrányt jelent, de a kerékpáros túrázók számára kifejezetten előnyös.

Az egyedi terméktulajdonságok azonosításánál harmadrészt azt érdemes kiemelni, hogy a Felső-Tisza-vidék rendkívül sűrű vonzerőhálózattal rendelkezik, amely vonzóvá teszi a kerékpárosok számára ezt a vidéket. A Felső-Tisza-vidék a rejtőzködő kincsek világa, ahol számos izgalmas és látványos helyszín várja a felfedezőket. A térség hihetetlen méretű vonzerő-koncentrációval rendelkezik, számos faluban található valamilyen figyelemre méltó örökséghelyszín, műemlék, kulturális, épített, szellemi, képzőművészeti örökség. Különösen nagy a középkori eredetű, többségében református közösségek használatában álló, kiemelt műemléki jelentőségű templomoknak a száma. Egyértelműen ezek a műemlékek határozzák meg a régió sajátosságát. A beregi területeken nyolc, a szatmári területeken húsz, a Nyírségben pedig tizennyolc középkori templom található. Mivel a felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat kialakulásában fontos szerepe volt, van ezeknek a kis középkori templomoknak, fontosnak tartom, hogy rávilágítsak, mitől annyira egyedülálló ez a műemlékállomány a régióban. Mivel a folyók behálózták a Felső-Tisza-vidéket, az állandó bel- és árvizek hatására a folyók ölelésében létrejövő lápvilág évszázadokon keresztül nyújtott menedéket a török, tatár és egyéb más népcsoportokkal szemben. Ebben az elszigeteltségben az épített és szellemi örökség átvészelhette az évszázadokat. Ezen a vízjárta területen nagy gondot fordítottak a falvak helyének kiválasztására, elsősorban a folyóhátakat vették birtokba, ezek ugyanis védettek voltak a vizektől. Nem véletlen tehát, hogy a legtöbb középkori templom a Szamosháton és a Tiszaháton maradt fent. A templomok román és gótikus eredetét hűen tükrözik alaprajzi elrendezésük, épülettömegük, freskóik, díszítéseik. Ami pedig igazán különlegessé teszi ezeket a gyönyörűen díszített templo-




3. térkép. Országos jelentőségű, egyedi jogszabállyal védett természeti területek a Felső-Tisza-vidéken és a Nyírségben (OKIR, é. n.)

mokat az az, hogy többségükben református gyülekezetek használatában állnak, ebből eredően a középkor és a reformáció korának öröksége egyszerre látható rajtuk és bennük. A reformáció az 1540-es években terjed el a Felső-Tisza-vidéken. Ez a régió korai vallásváltó vidéknek számított, a térség meghatározó birtokosai sorra tértek át a református hitre. A 16. század második felében számos jelentős hatású zsinatot is tartottak a térségben (Beregszász, Csenger, Óvári, Tasnád, Erdőd, Nagykároly, Nagybánya, Szatmárnémeti, Nyírbátor), amely jelzi a Felső-Tisza-vidék kitüntetett szerepét a reformáció előretörésében. A reformáció hihetetlen népszerűsége, jelentős társadalmi támogatottsága ellenére sem az új, protestáns liturgiának megfelelő templomok nem épülhettek, mivel a Habsburg-uralom alatt lévő területen ezt tiltotta az udvar. Majd csak II. József türelmi rendelete teszi lehetővé nem katolikus templomok építését, de a protestáns templomoknak ekkor még nem lehetett kőtornya és utcára nyíló ajtaja. Ennek a momentumnak köszönhető, hogy a középkorból származó templomok a református gyülekezetek használatában nagy számban maradtak fenn a Felső-Tisza-vidéken, és ebből eredően terjedtek el a templomtól elkülönülő, fából készült haranglábak, amelyek közül több is a világörökség várományos listáján szerepel. A Felső-Tisza-vidék lényegében három történeti nagytájunk, Erdély, Felvidék és az Alföld találkozási pontjánál, az úgynevezett kontaktzónában fekszik, aminek kulturális hatásai, lenyomatai jól láthatóak. Részben ennek köszönhetően már évszázadok óta ez a térség saját építészeti és képzőművészeti hagyományokkal rendelkezik; lényegében itt egy egységes művészetföldrajzi régió jött létre, amelyet legjobban a térség egyházi és népi építészete reprezentál. Ennek a páratlan egyházi örökségnek turisztikai termékké fejlesztését célozta meg a 2009-ben létrehozott Középkori templomok útja tematikus útvonal, amely 2017-ben elnyerte a Magyarország legjobb kulturális úticélja című büszke címet. A Középkori templomok útja tematikus útvonal jelentősége egyrészt abban jut kifejezésre, hogy sikerült hálózatba szervezni és egységes turisztikai termékké alakítani a Felső-Tisza-vidék egyházi örökségét. Másrészt jelentős hatással volt a kerékpáros turizmus fejlesztésére, hiszen kezdetben az itt megvalósuló kerékpáros fejlesztések ennek a műemlékállománynak a bemutatását célozták meg, amiben aktív szerepet vállalt a református egyház is.

A Felső-Tisza-vidék talán legtalálóbb eszenciáját egy budapesti kerékpáros turisztikai szakembertől hallottam, aki – miután a 2024-ben az Év kerékpárútjának megválasztott Beregi kört letekerte – káprázatos templo-

mokkal díszített, folyókkal átszőtt gyümölcsöskertnek nevezte. Kétségkívül a túrázókat nagyon meglepik és megérintik a falvak határában, hatalmas területeken elterülő gyümölcsösök, amelyek meghatározzák a táj képét is. A Felső-Tisza-vidék talaj- és éghajlati adottságai kedvező feltételeket biztosítanak a gyümölcstermesztésnek. Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye gyümölcstermesztésének volumene országos összehasonlításban is kiemelkedő, és az egyik legjelentősebb almatermelő vidék. Magyarország almatermésének évek óta több mint 60%-át adja. Az alma mellett a meggy és a szilva termesztése szintén kiemelkedő. Ennek hátterében az áll, hogy „[a]z Alföld északkeleti részének negyedidőszaki fejlődéstörténetét az Ős-Tisza és az Ős-Szamos, valamint a Bodrogot összetevő folyók feltöltő tevékenysége határozta meg. Üledékeit a Szatmári-síkságon, a Nyírség középső és déli területein, valamint a Hajdúság déli részén hagyta hátra. Az akkumuláció eredményeként az Alföld északkeleti részén egy nagy kiterjedésű hordalékkúp-síkság alakult ki... Szatmár-Bereg talajtani adottságai kifejezetten kedvezők, ugyanis ebben a talajban jóval kisebb mértékben vannak jelen a nem lebomló növényvédő szerek. Ezen a vidéken tiszta a talaj, és tiszta a víz... A kedvező talajtani adottságoknak a másik oka, hogy a térség vulkánikus hegyeiből az esők lemosták ezt a tápanyagot, ezáltal kedvezőbb minőségű talajtakaró jött létre. Másrészt a fentiekből eredően beltartalmi, illatélvezeti szempontból is kiemelkedő jelentőségű az itt megtermelt gyümölcs és zöldség. Ennek oka a térség mikroklímája. A Kárpátok és a Tisza közötti területen olyan mikroklíma alakult ki, amely kedvez a harmatképződésnek (még szeptemberben is van harmatlecsapódás). A harmatlecsapódásnak köszönhetően az itt termő gyümölcsöknek nagyon különleges beltartalma és ízvilága van. [...] Az ártéri gyümölcstermesztésnek nagy hagyományai vannak ezeken a területeken (Deák & Ágoston, 2016, pp. 144–145).

Összességében a Felső-Tisza-vidékre jellemző a természetközeliség, a műemlékek magas koncentrációja, a regionális művészeti, építészeti, képző- és népművészeti hagyományok fennmaradása, ami nagyon autentikus, egyedülálló turisztikai kínálatot hozott létre. A térségbe érkező túrázók számára látható, érzékelhető ez az autentikusság, amely egy nagyon különleges atmoszférát teremt, szinte érezni a hely szellemét. A régió hangulatos falvaiban, sajátos építészeti karakterében, falusi szálláshelyein, helyi termékein és gasztronómiai kultúráján keresztül tetten érhető ez az autentikusság. A fentiekből adódóan a Felső-Tisza-vidék kiváló adottságokkal rendelkezik

az úgynevezett szelíd/lassú (slow) turizmushoz, amely különösen népszerűvé vált az utóbbi időben. A nagyvárosokban élő emberek keresik azokat a természetközeli, autentikus vidékeket, ahová elvonulhatnak a nyüzsgésből, és ahol rendelkezésre áll az aktív minőségi kikapcsolódás lehetősége. A régiónak kiválóak az aktív- és örökségturisztikai adottságai, lényegében ez a két terület adja a térség egyedi termékkínálatát, ami jó alapot teremt az egyedi turisztikai termékek létrehozásához.

A térség turisztikai szempontú felértékelődését, fokozatos reflektorfénybe kerülését jól jelzi, hogy Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség néven kiemelt turisztikai fejlesztési térséggé nyilvánították az országban harmadikként az 1092/2017. (II.21.) Kormányhatározat alapján. A Felső-Tisza-vidék, de a Nyírség sem tartozott ezelőtt soha a turisztikai szempontból frekventált térségek közé. A kiemelt turisztikai térséggé nyilvánítás két szempontból volt lényeges, egyrészt a térség számára megnyíltak az új turizmusfejlesztést célzó fejlesztési források, másrészt az országos marketingkommunikáció homlokterébe került. Érdemes megjegyezni itt, hogy a régió elsősorban aktív turisztikai adottságai révén rendelkezik országos és nemzetközi szintű vonzerővel. Ahogy a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia fogalmaz, ez a kiemelt turisztikai térség nemzetközi szinten jelenleg elsősorban Tokaj és a hozzá kapcsolódó borok és prémium pincék, a térség magas gasztronómiai élménye, valamint Mád településének kulturális értékei, Zemplén gasztronómiai és a Felső-Tisza aktív turisztikai potenciálja által kommunikálható (MTÜ, 2021). A kiemelt turisztikai fejlesztési térséggé nyilvánítás mellett érdemes megjegyezni, hogy a Középkori templomok útja és vele együtt a Felső-Tisza-vidék 2017 szeptemberében EDEN-díjban részesült, ami azt jelenti, hogy a desztinációt Magyarország legígéretesebb kulturális úticéljává nyilvánították. Az European Destinantions of Excellence (EDEN), vagyis a Kiváló Európai Desztinációk az Európai Bizottság pályázata, amelyet 2001-ben hirdettek meg először. Ezt a kitüntető címet azok a turisztikai célterületek kaphatják meg, amelyek autentikus módon, igényesen mutatják be tájegységük hagyományait. A Felső-Tisza-vidék idegenforgalmi felértékelődésének harmadik jele, hogy a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 Magyarország 18 aktív turisztikai fejlesztési térsége közé sorolta.

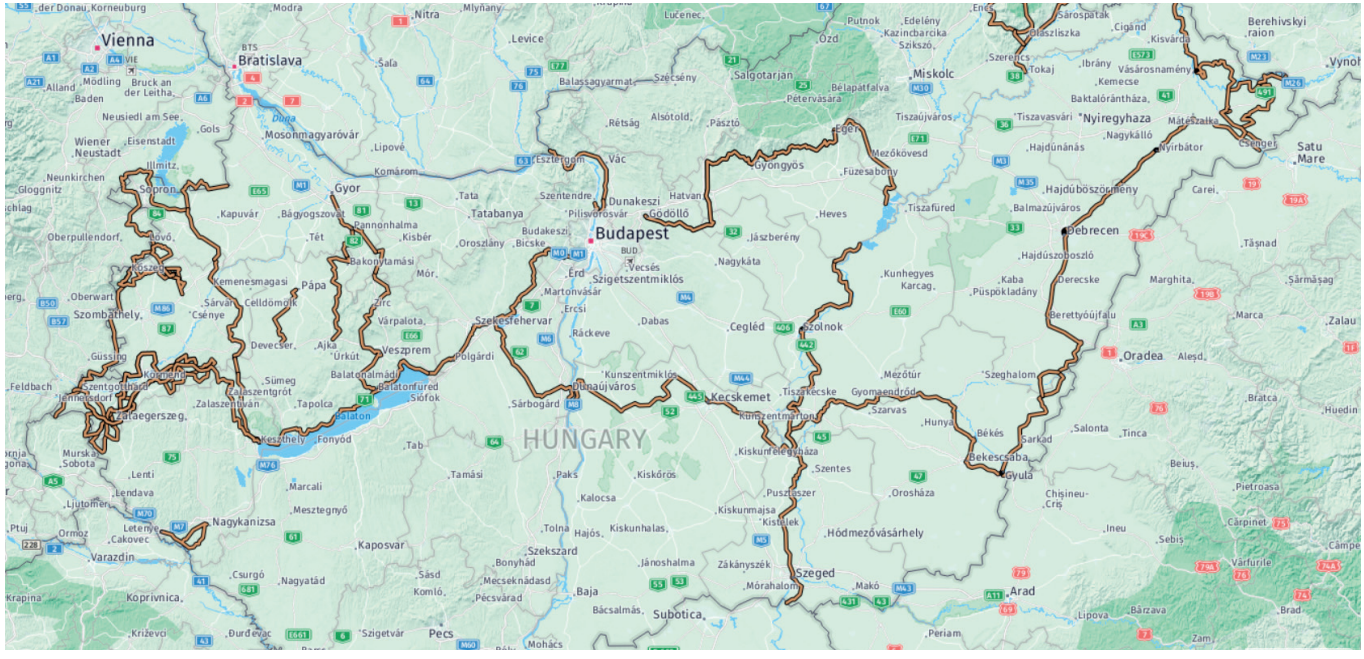
### 7.1.2. A felső-Tisza-vidéki és nyírségi kerékpáros túrahálózat létrejötte

Mindezen adottságok, előzmények és perspektívák figyelembevételével vette kezdetét a felső-Tisza-vidéki és nyírségi kerékpáros túrahálózat kialakítása, amelyben óriási szerepe volt még a Középkori templomok útja mentén szervezett, vezetett kerékpáros örökségtúrák során szerzet tapasztalatoknak is. Összességében, mint látható, nagyon kedvező adottságok állnak rendelkezésre a kerékpáros turizmus számára a térségben, amelynek számos feltétele volt adott ahhoz, hogy a kerékpárosok kedvelt célterületévé váljon. Azonban egészen az elmúlt évekig teljes mértékben hiányoztak azok a szolgáltatások, fejlesztések, amelyek kerékpárosbaráttá tették volna ezt a desztinációt. A meglévő adottságokra, feltételekre, infrastruktúrákra építve 2018-ban indult el egy olyan fejlesztési program, amely kísérletet tett arra, hogy a régió ne csak jól kerékpározható, hanem kerékpárosbarát is legyen. Ezek a beruházások annak szellemében készültek el, hogy a kerékpáros túrázók minél komfortosabban érezzék itt magukat, megérezzék azt, hogy szívesen látják itt őket, sőt várják őket, és gondolnak szükségleteikre, igényeikre. Ennek szellemében történt meg a felső-Tisza-vidéki és nyírségi kerékpáros túrahálózat kialakítása is, amely végül érdemben járult hozzá a régió turisztikai hálózatosodásához. A Felső-Tisza-vidék turisztikai hálózatosodásában a Középkori templomok útja már megtette az első fontosabb lépést, de ez leginkább egy kulturális örökségre épített termékfejlesztés volt. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában megjelent a Középkori templomok útja mint a régió egyik vezető turisztikai terméke, de fel is hívta a figyelmet a fontosabb hiányokra és lehetőségekre is: „A Középkori templomok útja jelentős fejlődésen ment keresztül, az úton elhelyezkedő templomok, értékkincsek kitűnő állapotban vannak, ugyanakkor a helyszín továbbra sem rendelkezik olyan komplex értékajánlattal, ami széles körben tudná megszólítani a látogatókat. A jelenlegi koncepció egyik alapköve a Középkori templomok útja mint kerékpáros útvonal kialakítása – amely jelenleg is folyamatban van. Ehhez elengedhetetlen a szervezeti feltételek biztosítása és a szükséges fejlesztések megvalósítása. Ezek elsődlegesen az útvonalon kialakítandó látogatóközpontok, mosdók, szállások, valamint kerékpárosbarát szolgáltatások (pl. kerékpárgyorsszerviz). A fejlesztéseken túl javasolt egy, a koncepcióra épülő, célzott marketingstratégia kialakítása

is, amely a Középkori templomok útját Magyarország meghatározó kerékpáros útvonalaként pozícionálja a Balaton körüli kerékpárút mellett" (MTÜ, 2021, p. 373). Az elmúlt években megvalósult fejlesztések nagymértékben hozzájárultak ezeknek a hiányoknak a felszámolásához.

A felső-Tisza-vidéki és nyírségi túrahálózat kialakításának egyik sikere éppen abban rejlik, hogy sikerült bevonni a programba a kerékpáros turizmus fejlesztése szempontjából fontosabb stakeholdereket, stratégiai jelentőségű szereplőket, ráadásul az állami, az önkormányzati, az egyházi és a civil szektorból egyaránt. A felső-Tisza-vidéki és nyírségi túrahálózat kialakításában kiemelt szerepet töltött, illetve tölt be a jövőben az állami szervezetek részéről az Aktív Magyarországért Felelős Államtitkárság, az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ, a Magyar Közút, a Felső-Tisza-vidéki Vízügyi Igazgatóság, a Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatósága; a helyi önkormányzatok részéről Vásárosnamény Város Önkormányzata és Panyola Község Önkormányzata, a Kelet-Nyírségi Többcélú Kistérségi Társulás, valamint a Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegyei Önkormányzat; az egyházi szervezetek közül a Tiszántúli Református Egyházkerület, illetve több református és evangélikus egyházközség; a civil szervezetektől pedig a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség, a Középkori Templomok Útja Egyesület és a Tisza-menti Fejlesztési Egyesület. Kimondottan érdekes és országos szinten is egyedülálló, hogy egyházi szereplők is aktívan bekapcsolódtak a kerékpáros turisztikai fejlesztések megvalósításába, ami egyáltalán nem véletlen, hiszen a Felső-Tisza-vidék és a Nyírség turizmusában az egyházak stratégiai szereplők a fent említett okok miatt.

A felső-Tisza-vidéki és nyírségi kerékpáros túrahálózat kialakulásának első és talán egyik legfontosabb lépése magának a kerékpáros túraútvonalnak a kitáblázása volt. 2018–2020 között elkészült Záhony–Vásárosnamény–Fehérgyarmat–Csenger–Mátészalka–Nyírbátor–Debrecen között a 32. és 33. számú kijelölt kerékpáros túraútvonal kitáblázása, amelynek hosszúsága meghaladja a 350 kilométert. Az útvonal kitáblázása egy nagyon fontos mérföldkő a térség kerékpáros turizmusának életében, hiszen ezzel létrejött egy egységes, látható, fizikailag is érzékelhető túraútvonal, amelyen több mint 600 tábla orientálja, segíti a túrázók tájékozódását. A táblázási nyomvonal kijelölése és az útvonal táblázása az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ, a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség, a Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Közút Nonprofit Kft., a Felső-Tisza-vidéki Vízügyi Igazgatóság

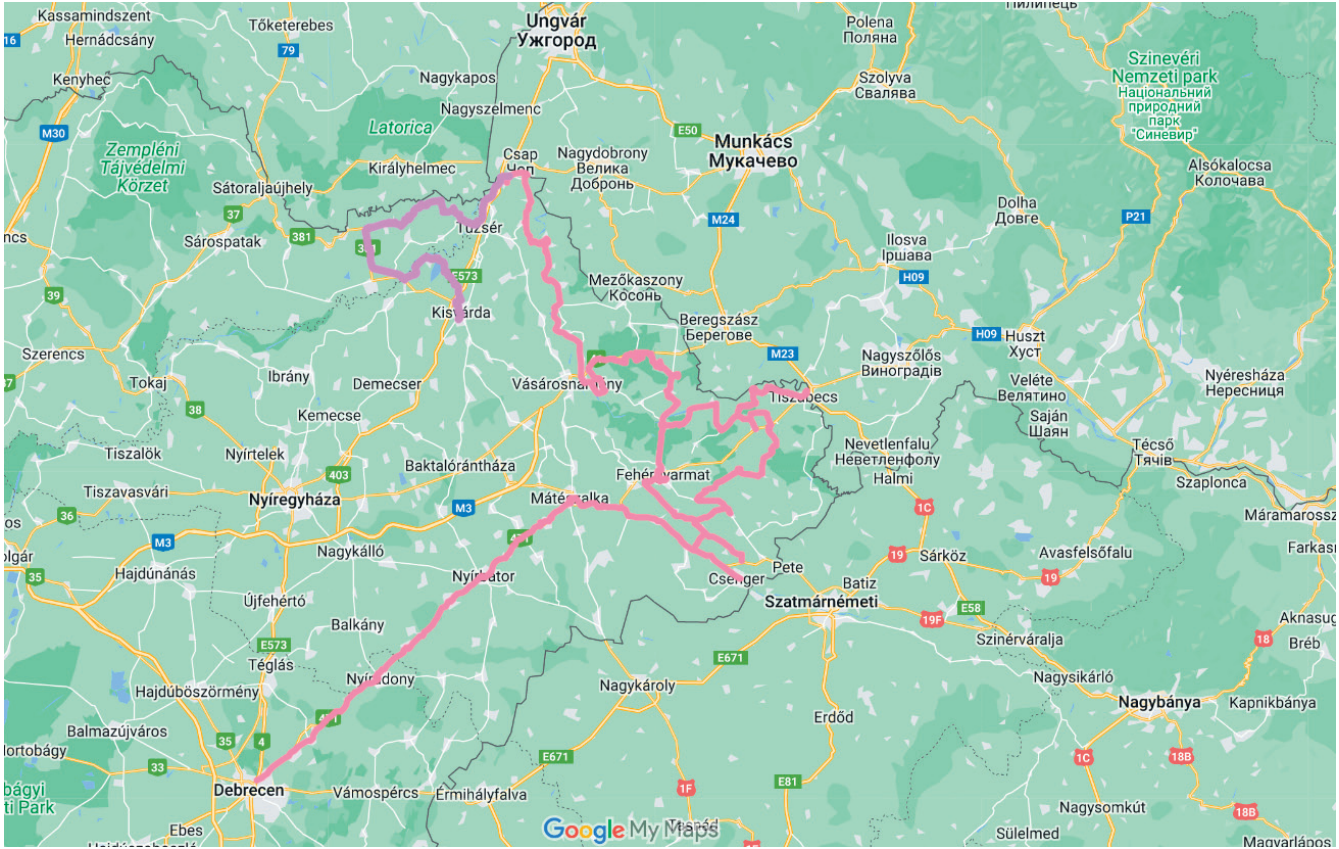



4. térkép. Kitáblázott kerékpáros útvonalak Magyarországon
(Forrás: KENYI, é. n.)

és a Középkori Templomok Útja Egyesület együttműködésében valósult meg. A táblázási program annak az országos kezdeményezésnek a részeként zajlott le, amelynek célja az országban kerékpáros túraútvonalak kijelölése és kitáblázása. A program keretében a Miniszterelnökség Aktív Mobilitási Főosztályának megbízásából kisköltségű beavatkozással olyan turisztikai kerékpáros útvonalak kitáblázása zajlik országos szinten, amelyek látványos és vonzó, kerékpárral bejárható területeket tárnak fel. Az útvonalak kijelöléséhez és kitáblázásához kapcsolódó turisztikai és operatív feladatokat és szakértői tevékenységet a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség végzi, a táblák kihelyezéséért pedig a Magyar Közút a felelős. A **4. térkép**en jól látható, hogy az elmúlt években országosan mennyi kitáblázott kerékpáros útvonal jött létre.

2024–2025-ben folytatódott a 32. számú nyomvonal bővítése Záhony és Kisvárda között, amely már bekapcsolta a Felső-Tisza-vidék északnyugati területeit, a Bodrogközt, illetve a Felső-szabolcsi régiót a kerékpáros turizmusba, és amely számos kiemelt jelentőségű látványosságra koncentrál. Ezáltal az útvonal induló- és záróponti ja így áttevődhetne Záhonyból a hármashatárnál fekvő városnál jóval attraktívabb, több látványosságot és szolgáltatást nyújtó Kisvárdára, amely Záhonyhoz hasonlóan úgyszintén vasúti csomópont. Az **5. térkép**en látható a 32-es és 33-as túraútvonal kitáblázott nyomvonala, illetve a 2024–2025 között megvalósult útvonalbővítés (a rövidebb útszakasz), melynek köszönhetően 425 km kitáblázott túraútvonal jött létre a térségben. Ezzel pedig tulajdonképpen a régió kerékpáros túrahálózatának gerince, amelyet gerinchálózatnak is nevezhetünk.

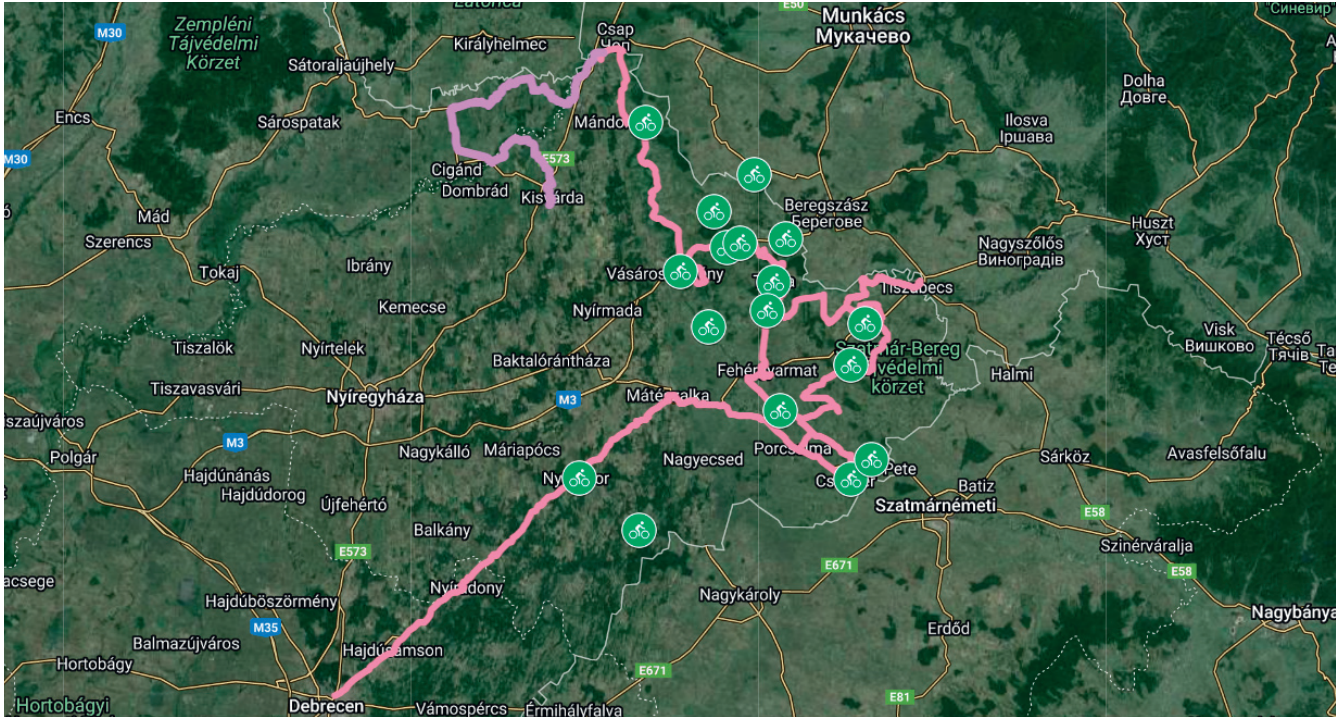
Az elmúlt években kerékpárosbarát fejlesztések elsősorban a 32. és a 33. számú nyomvonal mentén valósultak meg a fent említett partnerség keretében, különböző állami támogatási források jóvoltából. Az első komolyabb kerékpárosbarát fejlesztéseket célzó fejlesztési projekt 2020-ban a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Program támogatásával indult el, amelynek keretében a 32-es és a 33-as számú kerékpáros útvonal mentén kerékpáros túraközpontok és pihenőpontok jöttek létre Vásárosnaményban (a Bereg Szíve Üdülőközpontban), Csarodán (a templom közelében, az egykori árvizes ház helyén), Tákoson (pihenő a templomkertben, mosdó pedig a tájház mögötti területen található), Tarpán (a templom melletti gyülekezeti ház bővítésével), kerékpáros logisztikai központ Tivadaron (a Református Ifjúsági Üdülőközpont területén), Panyolán (a településközpontban), Kölcsén




5. térkép. A 32-es és 33-as számú kitáblázott túraútvonal
(Forrás: Középkori Templomok Útja Egyesület)

(az Öreg-Túr partján, az evangélikus egyházközség ingatlanán) és Nyírbátorban (a református templom mellett, a gyülekezeti ház területén). Vásárosnaményban és Panyolán az önkormányzat, Csarodán, Tákoson, Tarpán, Tivadarban és Nyírbátorban a Tiszántúli Református Egyházkerület, Kölcsén, az Öreg-Túr partján az evangélikus egyházközség hozott létre túraközpontot, illetve pihenőpontot. A GINOP projekt csak azokon a településeken engedett fejlesztéseket megvalósítani, amelyek szerepeltek a kiemelt turisztikai térségek településlistáján (ez a településlista igen szűk a Felső-Tisza-vidék esetében). Ebből adódóan kimaradtak a programból a Szamos menti és a Tiszaháti területek töltés mellett található települései. A Középkori Templomok Útja Egyesület öt másik projekt keretében az Aktív Magyarországért Felelős Államtitkárság támogatásával alakított ki a hiányzó szakaszon, azaz a térség legszebb természetvédelmi területein kerékpáros pihenőpontokat. Lónyán (a volt egyházi iskolaépület átalakításával szálláshely jött létre), Csengerben (a református templom mellett), Cégénydányádon (a Kölcsey–Kende-kúria területén), Barabáson (a Kaszonyi-hegy természetvédelmi területén), Bátorligeten (az Ősláp Múzeum mellett) jöttek létre kerékpáros pihenőpontok. A Terület- és Településfejlesztés Operatív Program (TOP) keretében nagyobb volumenű turisztikai fejlesztések valósultak meg Szatmár-Bereg és a Nyírség területén. Ezek olyan integrált turisztikai fejlesztések voltak, amelyekben nagy számú, heterogén összetételű konzorcium vett részt, és a megyén belül egy-egy kisebb desztináció (Szatmár-Bereg, Nyírség, Nyíri Mezőség, Rétköz) integrált turisztikai fejlesztését célozták meg. Ezek a projektek szintén tartalmaztak olyan fejlesztéseket, amelyeknek kerékpárosbarát szegmense is volt. A TOP keretében a Tiszántúli Református Egyházkerület több kiemelt jelentőségű templom mellett alakított ki kerékpáros pihenőpontokat (Nyírbátor, Beregsurány, Tarpa, Vámosoroszi, Vámosatya), illetve más konzorciumi partnerek is valósítottak meg hasonló beruházásokat.

A Felső-Tisza-vidék turizmusának fejlesztésében egy új irányt jelentett az elmúlt években a látogatóközpontok kialakítása a Középkori templomok útja mentén. A látogatóközpontok alapvetően olyan centrumok, melyek különböző szolgáltatásokat (higiéniai feltételeket, ajándéktárgy-értékesítést, kiállításokat, információnyújtást, kávézói kiszolgálást, kerékpárosbarát szolgáltatásokat) tudnak nyújtani a látogatók számára. A látogatóközpontok létrehozásával elsősorban a térségbe érkező turisták, látogatók komfortérzetét




6. térkép. Kerékpáros pihenőpontok és túraközpontok a felső-Tisza-vidéki és a nyírségi kerékpáros túraútvonal mentén (Saját szerkesztés)

és információellátottságát szeretnék javítani, de fontos szerepet játszhatnak a jövőben a helyi gyülekezetek bevételtermelő képességének javításában és a gyülekezetek közösségi és hitéleti igényeinek kiszolgálásában is. Első lépésben a TOP támogatásával a Tiszántúli Református Egyházkerület három látogatóközpontot hozott létre: Csarodán a mára használaton kívülivé vált egyházi iskolaépület hasznosításával, Vámosorosziban egy funkcióvesztett óvodaépület funkcióváltásával, Vámosatyán pedig a parókia átalakításával. Problémát jelentett, hogy számos rossz állapotú, alulhasznosított, több esetben funkcióvesztett épület található az értékes műemléki templomok közvetlen környezetében. Ezeknek az épületeknek az állaga nagyban befolyásolja az amúgy jó állapotban lévő műemlék templom vizuális megítélését, a gyülekezetek életét és a látogatók komfortérzetét. A látogatóközpontok kialakítása kifejezetten ezeknek az épületeknek a felhasználásával valósult meg. A látogatóközpontokban kiállítótermek, információs pontok, higiéniai helyiségek, kerékpárosbarát szolgáltatások és közösségi terek kialakítására került sor. Különösen fontos lépés volt a Középkori templomok útja látogatóközpont létrehozása Csarodán, amelyet jelentős számú kerékpáros túrázó keres fel. A csarodai látogatóközpont elsődlegesen kiállítótérként, információs pontként funkcionál, ahol az ideérkező látogatók beható információkat szerezhetnek a Felső-Tisza-vidék középkori és reformáció korabeli egyházművészetéről. Emellett kerékpárok kölcsönzésére, kerékpáralkatrészek vásárlására is van lehetőség, ajándéktárgy és helyi termék értékesítése is zajlik az épületben, de kávézó is működik benne. Vámosatyán a Büdy várromról és a református templomról, Vámosorosziban a református templomról kaphatnak mélyebb ismereteket az érdeklődők, de ezenkívül a látogatóközpont mellett kialakított kerékpáros pihenőpontban (kemence is épült ide) a túrázók előzetesen kenyérlángost is igényelhetnek.

A szolgáltatásfejlesztésnek a harmadik lépcsője a túraútvonal melletti szálláshelyfejlesztések voltak. 2020–2023 folyamán a Középkori Templomok Útja Egyesület Lónyán, Csengersimán és Nyírbátorban alakított ki kerékpáros túraközpontot, amelyek már magasabb szintű szolgáltatásokat is képesek nyújtani. Nyírbátorban a református templom mellett található – a helyi református egyházközség üzemeltetésében – a Forrás Vendégház és Kávézó, amelyben 20–25 férőhelyes szálláshely, kávézó és kerékpárkölcsönző működik. Csengersimán a helyi egyházközség tulajdonában lévő Ház az Élő Vízhez Ifjúsági Ház fejlesztése valósult meg, melynek keretében egy öt önálló

apartmanból álló, 20–25 fő befogadására alkalmas, magasabb minőségű szálláshely jött létre. Az elmúlt években a Tiszántúli Református Egyházkerület nagyszabású szálláshelyfejlesztéseket valósított meg a régióban. Ezeknek a szálláshelyeknek meghatározó célcsoportját alkotják a kerékpáros túrázók. Az ezredfordulón épült, Beregdarócon található Hét Csillag Üdülő és Konferencia Központ megújult, és megduplázta férőhelyeinek a számát is, így jelenleg 26 szoba és 60 férőhely található az épületben. Megtörtént a Ház az Élő Vízhez Ifjúsági Szálláshely részleges felújítása is, amely 13 szobával és 60 férőhellyel rendelkezik.

A Felső-Tisza-vidéken egy jelentős kerékpárflotta beszerzése valósult meg 2020–2025 között, melynek célja a kerékpáros programok kiszolgálása, illetve egy kerékpárkölcsönző-hálózat működtetése. A beszerzések több program keretében zajlottak le. A Középkori Templomok Útja Egyesület 56 db kerékpárral és 15 db e-bike-kal, a Tiszántúli Református Egyházkerület 40 db kerékpárral, Vásárosnamény 2 e-bike-kal és 10 db kerékpárral, a Kölcsei Evangélikus Egyházközség 13 db, Panyola Község Önkormányzata 13 db kerékpárral rendelkezik, amelyek igény esetén összevonhatók. A Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség további 100 db kerékpárt állomásoztat Tivadarban, amelyek a felső-Tisza-vidéki kerékpáros vándortábort szolgálják ki. Emellett kerékpárszállító utánfutók beszerzése is megtörtént, amellyel biztosítható a kerékpárok szállítása a túraközpontok között.

Az **1. táblázat** azokat a projekteket tartalmazza, amelyek az elmúlt években a Felső-Tisza-vidék kerékpárosbarát fejlesztéseiként valósultak meg.

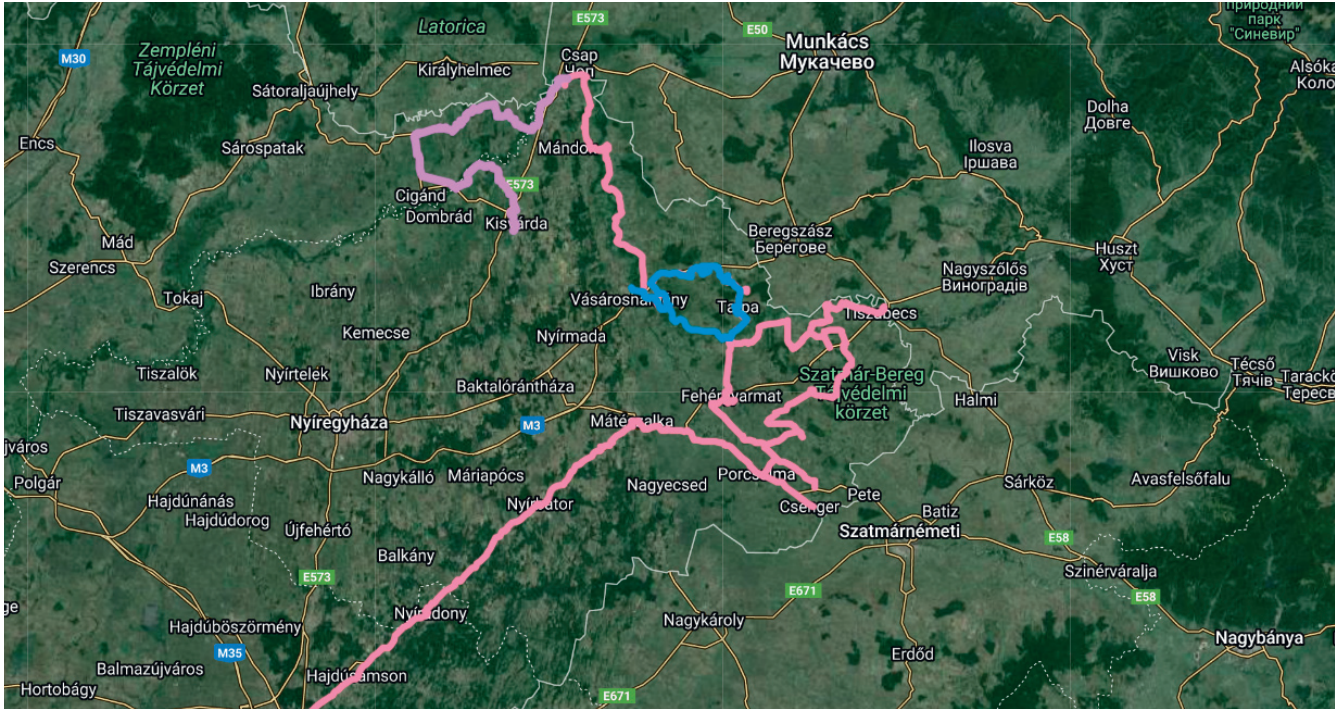
| Projekt megnevezése, tárgya | Megvalósulás helyszíne | Támogatás összege (Ft) | Egyéb támogatás/ önerő | Kedvezményezett | Támogatás forrása | Támogató szervezet | Megvalósítás időszaka |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kerékpáros túraközpont kialakítása Lónyán | Lónya | 50 000 000 | 15 000 000 | Középkori Templomok Útja Egyesület | MK_TSZ/79 (2019) | Miniszterelnöki Kabinetiroda | 2019–2021 |
| Kerékpáros pihenőpont kialakítása Csengerben | Csenger | 16 900 000 | 0 | Középkori Templomok Útja Egyesület | MK_TSZ/80 (2019) | Miniszterelnöki Kabinetiroda | 2019–2020 |
| Kerékpárosbarát szolgáltatások bővítése a Felső-Tisza-vidéken, valamint fogadótér és kerékpáros pihenőpont kialakítása a Kölcsey–Kende-kúriában | Cégény-dányád | 25 700 000 | 0 | Középkori Templomok Útja Egyesület | MK_TSZ/81 (2019) | Miniszterelnöki Kabinetiroda | 2019–2020 |
| Kerékpáros pihenőpont kialakítása a bátorligeti ősláp természetvédelmi területén | Bátorliget | 3 700 000 | 0 | Középkori Templomok Útja Egyesület | MK_TSZ/83 (2019) | Miniszterelnöki Kabinetiroda | 2019–2020 |
| Kerékpáros pihenőpont kialakítása a Kaszonyi-hegy természetvédelmi területén | Barabás | 3 700 000 | 0 | Középkori Templomok Útja Egyesület | MK_TSZ/82 (2019) | Miniszterelnöki Kabinetiroda | 2019–2020 |
| 32/33-as számú táblázási nyomvonal kialakítása | Nincs adat | Nincs adat | Nincs adat | Magyar Közút Nonprofit Kft. | Nincs adat | Nincs adat | 2018–2021 |
| Kerékpáros turizmus fejlesztése Tokaj, a Felső-Tisza és a Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térségében | Csaroda, Tákos, Tarpa, Nyírbátor, Tivadar, Kölcse, | 435 000 000 | 0 | MAKETUSZ., Tiszántúli Református Egyházkerület, Kölcsei Evangélikus Egyházközség, Vásárosnamény Város | GINOP-7.1.9.-17-2018-00032 | Pénzügy-minisztérium | 2019–2022 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Vásárosnamény, Panyola | | | Önkormányzata, Panyola Község Önkormányzata | | | |
| Szálláshelyek fejlesztése a 32-es számú felső-Tisza-vidéki és nyírségi kerékpáros túraútvonal mentén | Nyírbátor, Csengersima | 63 000 000 | 7 000 000 | Középkori Templomok Útja Egyesület | AOFK_T_0003 (2022) | Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ | 2022–2023 |
| Kerékpárosbarát szolgáltatások fejlesztése a Felső-Tisza-vidéken | Tivadar | 13 500 000 | 1 500 000 | Középkori Templomok Útja Egyesület | AOFK_T/0137 (2022) | Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ | 2022–2023 |
| Szatmár-Bereg vm. turisztikai kínálatának integrált fejlesztése: örökség és aktív turisztikai hálózatok, termékcsomagok fejlesztése a Felső-Tisza-vidéken | Vámosatya, Csaroda, Beregsurány, Tarpa, Vámosoroszi | 25 279 524<br>67 819 847<br>4 812 040<br>7 385 269<br>26 666 908 | 3 114 712 | Tiszántúli Református Egyházkerület | TOP-1.2.1-15-SB1-2016-00017 | Nemzetgazdasági Minisztérium | 2017–2023 |
| Örökségturisztikai és aktív turisztikai hálózatok, termékcsomagok fejlesztése a Nyírségben | Nyírbátor | 10 038 271 | 0 | Tiszántúli Református Egyházkerület | TOP-1.2.1-15-SB1-2016-00017 | Nemzetgazdasági Minisztérium | 2017–2023 |
| ÖSSZESEN | | 753.501.859 | 26.614.712 | | | | |

**1. táblázat. Kerékpárosbarát fejlesztéseket szolgáló projektek a Felső-Tisza-vidéken és a Nyírségben (Saját szerkesztés)**

### 7.1.3. Beregi kör – Az Év kerékpárútja

2024 a Felső-Tisza-vidék kerékpáros turizmusának életében vízválasztó. Ugyanis történt valami, ami miatt a régió a magyarországi kerékpáros túrázók figyelmébe helyeződött. A Közlekedéstudományi Egyesület Közlekedésbiztonsági Tagozata, az Aktív Magyarország, az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ, a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség, a Magyar Közút Nonprofit Zrt. és a Magyar Kerékpárosklub szervezésében 2024 tavaszán zajlott az Év kerékpárútja rangos címért a verseny. Olyan útvonal nyerhette el a büszke címet, amely elég izgalmas ahhoz, hogy a túrázók felvegyék bakancslistájukra, és nyeregbe pattanjanak. A versenyben lévő mind a 11 útvonal érdekes látnivalókat – legyen az épített örökség vagy a természet csodája – érint. A pályázat célja az volt, hogy minél több vonzó bringás helyszínt tegyen ismertté, és evégett minél többen üljenek biciklire, hogy aktívan fedezzék fel hazánk tájait. A szavazás az Aktív Magyarország Facebook-oldalán zajlott, ahol a legtöbb kedvelést begyűjtő kép nyerte el az Év kerékpárútja címet. 2020-ban a Tatabánya és Tata közötti útszakasz lett a nyertes, 2021-ben a Poroszló és Tiszafüred közötti kerékpáros hidakon vezető vonal volt a közönség kedvence, 2022-ben pedig a Deseda-tavat megkerülő kerékpárút kapta a legtöbb szavazatot. 2024. tavaszán a Beregi kört választották az Év kerékpárútjának, amellyel egy óriási lehetőség nyílt meg. A cím elnyerése ugyanis felkeltette a sajtó és a kerékpáros túrázók érdeklődését a térség iránt. Szinte futótűzként terjedt a legfontosabb turisztikai, kerékpáros és közéleti orgánumokon, hogy a Beregi kör lett az Év kerékpárútja, ami korábban soha nem tapasztalt figyelmet fordított a térség kerékpáros turizmusára. A túrázók érdeklődése pedig megélénkült. Jelentős számban kezdtek megjelenni olyan bringások, akik meg akarták ismerni az Év kerékpárútját, és akik a Beregi körön akartak bringázni. Az érdeklődés azóta sem lanyhult, sőt exponenciálisan nő. A térség szálláshelyeit egyre több kerékpáros túrázó keresi fel. A Beregi körrel a térségben egy új turisztikai termék született, amely nagyon jól reprezentálja a Felső-Tisza-vidéket. Lényegében a Beregi kör a felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat epicentruma, amely a **7. térkép**en is jól látható. A Beregi kör valójában egy csaknem 70 kilométeres körtúra Vásárosnamény–Tákos–Csaroda–Márokpapi–Tarpa–Tivadar–Gulács–Jánd között, amelyet a túrázók egy nap alatt teljesítenek.




7. térkép. A felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat
és a Beregi kör kapcsolata (Saját szerkesztés)

A hirtelen jött siker és a reflektorfény azonban számos gyermekbetegségre is rávilágított, amelyekre sürgősen megoldást kellett találni. Az elsődleges feladat most a megnövekedett túrázói elvárásoknak, igényeknek megfelelni. Például a táblarendszer felülvizsgálata, pótlása, bővítése a Beregi kör mentén. 2020–2021-ben összesen 529 tábla kihelyezésére került sor a Záhony–Debrecen között húzódó 32-es számú kerékpáros túraútvonalon, amelynek része a Beregi kör is (kivételt képez a Jánd–Tivadar szakasz). Az akkori útügyi előírásoknak megfelelően 10 kilométerenként útirányjelző táblák, 5 kilométerenként megerősítő táblák kerültek ki. A túrázók visszajelzése alapján szükségessé vált a táblák sűrítése, illetve bizonyos táblák pótlása. A Középkori Templomok Útja Egyesület és a Vízügyi Igazgatóság együttműködésében számos megerősítő tábla kihelyezése történt meg, hogy komfortosabban érezzék magukat a túrázók. Lényegében megtörtént az eddig 32-es túraútvonal Vásárosnamény és Tivadar közötti szakaszának megerősítése, valamint a Tivadar–Gulács–Jánd közötti szakasz kitáblázása. Emellett bizonyos pontokon szükséges volt a töltés és a települések belterületi útjai közötti rövid szakaszok állapotának javítása. Problémát jelentett ugyanis a Beregi kör mentén bizonyos csatlakozási kapcsolatok állapota. A töltés és Tákos, valamint Csaroda belterületi útjai között nem volt megfelelő az út minősége, amelyet több túrázó is kifogásolt. A Vízügyi Igazgatóságnak a gyors, proaktív, kerékpárosbarát hozzáállásának köszönhetően javult a töltés és a belterületek közötti út állapota Csarodánál, bár ez még csak átmeneti megoldás, végső cél ugyanis ezeknek az útszakaszoknak az aszfaltozása lenne. A Középkori Templomok Útja Egyesület folyamatosan szervez vezetett túrákat a Beregi kör mentén, de ennél is lényegesebb, hogy egyre többen hirdetik meg ezt a körtúrát, sőt egyre több helyi szálláshely teszi közzé csomagajánlatát.

### 7.1.4. A felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat jövője

Az elkövetkező években folytatódik a felső-Tisza-vidéki és a nyírségi kerékpáros túrahálózat fejlesztése és bővítése. A bővítés irányát három tényező határozza meg. Az egyik, hogy az elmúlt évek során a Középkori Templomok Útja Egyesület, a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség és a Nyíregyházi TDM közös együttműködésben a Felső-Tisza-vidék és a Nyírség területére

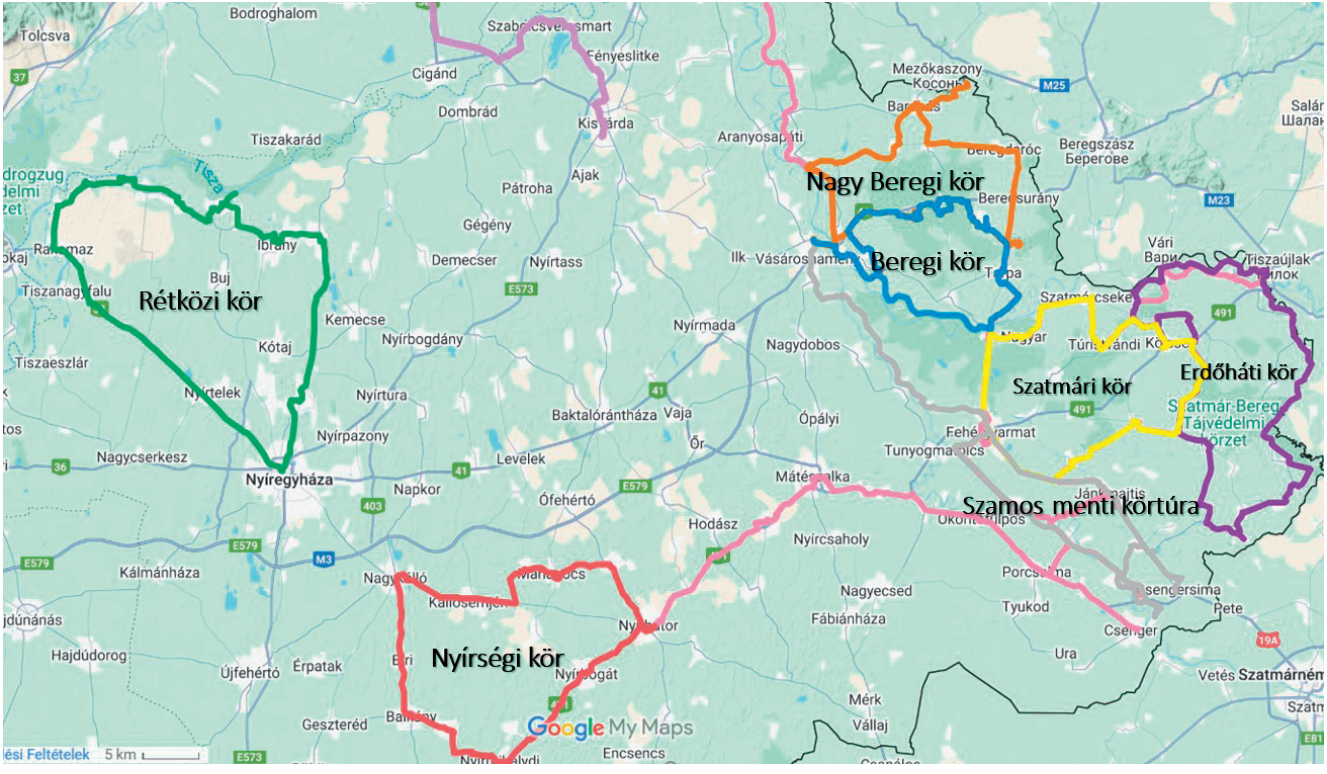
számos túraútvonalat, túraajánlatot dolgozott ki, amelyen a Középkori Templomok Útja Egyesület szervezésében rendszeresen indulnak szervezett kerékpártúrák – immár tíz éve. Ezáltal jelentős tapasztalatokkal rendelkeznek a szervezők arról, hogy a régió területén hol alakíthatók ki a legattraktívabb túraútvonalak. Bár a meglévő gerinchálózat feltárja a térség nagy részét, de számos izgalmas, attraktív területet nem érint. A másik oka, hogy a túrahálózat fejlesztése a jövőben elsősorban arra fog irányulni, hogy minél több, a gerinchálózathoz kapcsolódó körtúra alakuljon ki. A gerinchálózatra épülő kerékpáros körök kialakításának gondolata két irányból fogalmazódott meg. Egyrészt Magyaroroszágon más térségekben is történt ilyen jellegű kezdeményezés, amely nagyon sikeresnek bizonyult (pl. Őrség, Balaton). Másrészt a Beregi kör, az Év kerékpárútja népszerűsége egyértelműen igazolta, hogy a kerékpáros köröknek van létjogosultsága. A körtúráknak ugyanis a vonaltúrákkal szemben van egy hatalmas előnyük, logisztikai szempontból nagyon kedvezőek, hiszen a kezdő és a végpont megegyezik. Vagyis a túrázók autóval könnyen meg tudják közelíteni. A beavatkozás célja, hogy ne csak a gerincútvonal, hanem a gerincútvonal mentén, a gerincről kiinduló – lehetőleg egy nap alatt teljesíthető – körtúraútvonalak is kialakításra kerüljenek, amelyeket azután ki lehet majd táblázni. A körtúrák amellett, hogy a régió látványosságait fűzik fel, csomagajánlatokhoz rendelt túraútvonalként is kiválóan működnek. A kialakításra kerülő körtúraútvonalak nagyrészt átfedés mentesek egymással, a régió más-más vidékét mutatják be, ami lehetővé teszi, hogy akár több alkalommal is visszacsábítsák a túrázókat a térségbe.

A kerékpáros körtúraútvonalak kialakítása a TOP_Plusz-6.1.4-23 Aktív turizmus fejlesztése pályázati felhívás támogatásával, három különböző projekt keretében valósul meg egy szélesebb körű konzorciumi együttműködés keretében: a Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegyei Önkormányzat konzorciumvezetésével a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség, a Felső-Tiszavidéki Vízügyi Igazgatóság, a Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatóság és a helyi települési önkormányzatok és társulásaik, valamint a civil szervezetek közreműködésével. A három projekt keretében hét körtúra kialakítására kerül sor, mégpedig összesen 660 kilométer kitáblázásával, továbbá 30 db kerékpáros pihenőpont, megállópont és túraközpont kiépítésével, illetve kerékpárosbarát eszközök beszerzésével.

A kitáblázásra kerülő kerékpáros körök lényegében egy nap alatt (belépő túrázók esetében egy-két nap alatt) teljesíthető túraajánlatok, amelyek kom-

binálásával elérhető akár a három–öt napos tartózkodási idő is. A kerékpáros körök a meglévő 32-es és 33-as kerékpáros túraútvonal szerves kiegészítő elemei lesznek. A Kisvárda–Debrecen között húzódó, közel 430 kilométer hosszú 32-es és 33-as túraútvonal elsősorban a vonaltúrákat kedvelők számára lesz ideális (teljesítése 4–6 napot vesz majd igénybe), a projekt keretében kialakítandó kerékpáros körök pedig a logisztikai szempontból egyszerűbben szervezhető körtúrákat preferálók számára lesznek ideálisak. A körtúrák érintkezése révén a körtúrák kombinálhatók, így lehetővé válik csillagtúrák szervezése is. A kör- és csillagtúrák elsősorban a belépő túrázók számára lehetnek majd ideális választások, de könnyű szervezhetőségük miatt más kerékpáros célcsoportok is előszeretettel választhatják őket. A táblarendszer a túrázók információs és tájékozódási, valamint navigációs szükségleteit elégíti ki, amelyek nagymértékben növelik a biztonságérzetet. A túrahálózat fejlesztése révén sikerül a Felső-Tisza-vidék olyan részeit is bekapcsolni a kerékpáros túrahálózatba, amelyek eddig nem voltak részei, azonban nagyon jól kerékpározhatók és számos látványosság érhető el általuk (pl. Erdőhát, Nyírség, Rétköz). Összességében a projekt eredményeként a meglévő 430 kilométer hosszúságú felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat 660 kilométerrel bővül, vagyis közel 1 100 kilométer kitáblázott túraútvonal lesz elérhető a régióban. A kerékpáros túrázók komfortérzetét javítják a kialakításra kerülő kerékpáros pihenőpontok. Egyrészt a pihenőpontok a pihenőfunkció mellett védelmet nyújtanak eső esetén, másrészt információs pontként szolgálnak, hiszen információs táblákat helyeznek el bennük. Harmadrészt szervizpontként is funkcionálnak, mivel a meglévő és a projekt keretében kialakításra kerülő pihenőpontokban szervizoszlopok kihelyezésére is sor kerül. Az elmúlt években 15 kerékpáros pihenőpont kialakítása valósult meg, az elkövetkező években még 30 új építésére kerül sor, vagyis több mint 45 kerékpáros pihenőpont lesz elérhető a felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat mentén. A meglévő és az újonnan kialakítandó kerékpáros pihenőpontok szinergikusan kapcsolódnak egymáshoz, arányosan helyezkednek el egymástól – kiszolgálva a fontosabb látványosságokat is.

A sok éves turisztikai termék- és szolgáltatásfejlesztési folyamat, illetve különösen a hálózat üzemeltetése számos kihívással, nehézséggel is járt. Először is lényeges látni, hogy a felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat kialakítása kezdettől fogva egy egységes stratégia mentén zajlott, a cél egyértelmű volt, viszont az egyes mérföldkövek eléréséhez vezető út nem mindig.




8. térkép. Kerékpáros körtúrák kialakítása a felső-Tisza-vidéki és nyírségi gerinchálózat mentén (Saját szerkesztés)

Az elsődleges probléma a fejlesztésekhez szükséges források megszerzése volt, amelynek hiányában nem lett volna lehetőség elérni a kitűzött célokat. A szükséges forrásokat elsősorban az együttműködési, partnerségi rendszer biztosította különböző pályázatokon történő részvétellel, melyek kimenetele esetleges, sokszor bizonytalan volt, nem is beszélve a projektek megvalósításával járó adminisztratív nehézségekről. A másik kihívást a helyi szereplőkkel történő együttműködés jelentette. Számos pihenőpont kialakítása idegen tulajdonon történt, vagyis nem az volt a beruházó, aki a tulajdonos (pl. helyi egyházközségek tulajdonában lévő ingatlanok). Sok esetben nem volt zökkenőmentes a fejlesztésekhez szükséges legoptimálisabb ingatlanok megszerzése, az ehhez szükséges együttműködések kialakítása sem a tulajdonosokkal. Ráadásul számos esetben a tulajdonosok lettek egyben az adott ingatlanok üzemeltetői, ami a tulajdonosok számára többlet feladatot, extra kiadásokat eredményezett. Ebből eredően a beruházó szervezeteknek is aktív szerepet kellett vállalniuk az üzemeltetési feladatokban. Az egyik legnagyobb nehézséget a túrahálózat üzemeltetéséhez szükséges anyagi erőforrások biztosítása jelenti, erre ugyanis már nem adnak támogatást a pályázatok. Az üzemeltetéshez szükséges finanszírozási feltételek megteremtése érdekében elkerülhetetlen volt olyan szolgáltatások kialakítása, amelyek bevételt termelnek, és ezáltal biztosíthatóvá válik a rendszer rentábilis üzemeltetése. Az üzemeltetési feladatok közül a legnagyobb kihívást a személyi feltételek biztosítása és finanszírozása jelenti; a kerékpárok szervizelése, kiadása, bevétele, túravezetők biztosítása ugyanis megköveteli egy felkészült személyi állomány jelenlétét. Különösen fontos volt a szükséges létszámú, elkötelezett, felkészült túravezető biztosítása, hiszen végeredményben a kerékpáros programoknak és ezáltal a régiónak is ők az arcai és szócsövei a túrák időtartama alatt. Ezt felismerve különösen nagy figyelmet kell fordítani a túravezetők felkészítésére, képzésére, kompetenciáik fejlesztésére. A személyi állomány biztosítása mellett természetesen folyamatosak az eszközök (kerékpárok, gépjárművek), épületek amortizációjából fakadó költségek is. Ezeknek a kiadásoknak a fedezésére egyre több piaci alapon igénybe vehető szolgáltatás került kialakításra. A bevételt termelő szolgáltatások közül a legfontosabb a kerékpárbérlés – ezen belül az e-bike-bérlés, a kerékpárszállítás, a transzferszolgáltatás, a kerékpáros túravezetés, a kerékpáros szakvezetés és a komplex programszervezés. A bevételek növelése érdekében számos helyi szálláshelyszolgáltatóval sikerült együttműködést kialakítani. Végeredményben ennyi

év távlatából elmondható, hogy a rendszer üzemeltetése nagyobb kihívást jelent, mint a kialakítása.

Összességében a Felső-Tisza-vidék és a Nyírség területén lezajlott nagyszabású turisztikai termék- és szolgáltatásfejlesztés 2019–2023 között számos tapasztalatot hozott, sőt immár jelentős üzemeltetési tapasztalatokról is be lehet számolni. Lényegében ebben az időszakban született meg a felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat, melynek legfontosabb alkotóelemei a 32-es és a 33-as számú gerincútvonal, az útvonal mentén kialakított túraközpontok, kerékpáros pihenőpontok. Beszerzésre kerültek továbbá a hálózat üzemeltetéséhez szükséges eszközök (kerékpárok, kerékpárosbarát eszközök, kerékpárszállító trélerek) is, ugyanakkor megteremtődött a túrahálózat üzemeltetéséhez szükséges humánerőforrás is. Kialakult továbbá az a partnerségi kör, amely a túrahálózat fejlesztéséért és üzemeltetéséért felelős. Az igazi áttörést a 2024-es év hozta meg a régió kerékpáros turizmusa számára, amikor a Beregi kör elnyerte az Év kerékpárútja címet, amely természetesen nem történt volna meg az ismertetett előzmények hiányában. A Beregi kör felkeltette a figyelmet a régió iránt, és mintául szolgált a régió túrahálózatának jövőbeli fejlesztéséhez. Az elmúlt időszakban, és a közeljövőben is minden adott ahhoz, hogy a Felső-Tisza-vidék és a Nyírség Magyarország egyik népszerű kerékpáros desztinációjává váljon.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Cservenyák, L. (szerk.). (1993). *Szabolcs-Szatmár-Bereg megye monográfiája: I.* Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Önkormányzat.

Deák, A., & Ágoston Sz. (2016). Szabolcs-Szatmár-Bereg megye külső perifériáinak helyzete és felzárkóztatási lehetőségei. In Kókai S. (szerk.), *A változó világ XXI. századi kihívásai: Tanulmánykötet Prof. Dr. Hanusz Árpád egyetemi tanár 70. születésnapja tiszteletére* (pp. 129–148). Nyíregyházi Egyetem Turizmus és Földrajztudományi Intézet. ISBN 978-615-5545-63-4. https://foldrajz.nye.hu/sites/foldrajz.nye.hu/files/hanusz70.pdf.

Feld, I., & Vellanics, M. (2016). *Magyar építészet: Buda elfoglalásától József nádor koráig* [2., átdol. kiad.]. Kossuth Kiadó. ISBN 9789630986403.

Frisnyák, S. (2002). A kultúrtáj kialakulása és terjedése a Nyírség és a Felső-Tisza-vidékén. In Frisnyák S. (szerk.), *A Nyírség és a Felső-Tisza-vidék történeti földrajza* (pp. 87–100). Nyíregyházi Főiskola Földrajz Tanszék. ISBN: 9639385328.

Gáborjáni Sz. B., & Rácz, Z. (1999). *Közel az ég hozzám, közel az Istenem: Református templomok a Felső-Tisza-vidéken*. Alföldi Nyomda.
KENYI. (é. n.). *MK kerékpárút nyilvántartás* (https://kenyi.kozut.hu) – Kerékpárút nyilvántartó rendszer. Magyar Közút Nonprofit Zrt. https://kenyi.kozut.hu/.
Lóki, J. (2002). A Nyírség és a Felső-Tisza-vidék földrajzi alapjai. In Frisnyák S. (szerk.), *A Nyírség és a Felső-Tisza-vidék történeti földrajza* (pp. 23–40). Nyíregyházi Főiskola Földrajz Tanszék. ISBN: 9639385328.
MTÜ. (2021). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0* [PDF]. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.160.
OKIR. (é. n.). *OKIR – Országos Környezetvédelmi Információs Rendszer*. Országos Környezetvédelmi Információs Rendszer. https://web.okir.hu/hu/.

## 7.2. A BALATONBIKE365 KERÉKPÁROS TURISZTIKAI SZOLGÁLTATÁSFEJLESZTÉS

Szilasi László – Bodrogai László Anzelm

### 7.2.1. A projekt bemutatása és célkitűzései

A GINOP-7.1.9-17 – 2018 – 00012 számú fejlesztés célja a balatoni kerékpáros turisztikai szolgáltatás átfogó fejlesztése volt. A projekt célkitűzése a teljes térségre kiterjedő kerékpárosbarát fejlesztések megvalósítása, különös figyelmet fordítva arra, hogy ne csak a tóparti települések, hanem a háttértelepülések is bekapcsolódjanak a kerékpáros turizmus vérkeringésébe.

Kiemelt szempontként jelent meg a Balatoni Bringakörút összekötése a Balaton déli részén, a Balaton-felvidéken, valamint a Nyugat-Balaton–Kis-Balaton-térségben kijelölésre és kitáblázásra került kerékpározható utakkal. Az északi régióban pedig Magyarországon egyedülálló erdei élményútvonal létesült.

A projekt szemlélete túlmutatott a kerékpárutak puszta bővítésén: cél volt, hogy olyan térségeket kapcsoljanak be a turisztikai kínálatba, melyek bár közel vannak a Balatonhoz, mégsem ismertek a nagyközönség előtt. A projekt értelmezésében a Balaton nem csupán a tó és annak közvetlen környezete, hanem a 20 kilométeres körzetet magában foglaló komplex hálózat.

A kerékpáros turizmus volumenének és arányának növelése mellett kiemelt cél volt a térbeli és időbeli koncentráció csökkentése, a kerékpárosbarát szolgáltatók hálózatának középpontba állítása, a turisztikai szolgáltatási lehetőségek kiszélesítése, a teljes körű tájékoztatás biztosítása és a hálózatosodás elősegítése.

### 7.2.2. A projekt rugalmassága és szakmai szempontú megvalósítása

A projekt megvalósítása során több esetben is felmerült, hogy a pályázati kiírásokban szereplő előírások már nem voltak időszerűek. Ennek megfelelően a szakmai szempontok érdekében szükséges volt az irányító hatósággal folytatott egyeztetések során a támogatási keretek módosítása.

Jó példa erre az e-bike-beszerzések kérdése: a kiírásban szereplő teljesítmény és darabszám szakmai szempontból nem volt elegendő, illetve korszerűtlen konstrukció jött volna létre a beszerzéssel. Hosszú tárgyalásokat követően sikerült nagyobb teljesítményű elektromos kerékpárok beszerzését engedélyeztetni.

Ehhez hasonló szakmai egyeztetés zajlott több pályázati tétel kapcsán is, aminek eredményeként a projekt a gyakorlatban is jól hasznosítható, korszerű és a jelenkori igényeket kiszolgáló szolgáltatási hálózatot alakíthatott ki.

### 7.2.3. Közvetlen eredmények és kiépített szolgáltatások

A projekt eredményeként a következő szolgáltatások és infrastruktúra-elemek jöttek létre:

- kitáblázott kerékpáros útvonalak pihenőhelyekkel, mintegy 70 tematikus túrával, amelyek három nehézségi fokozatba sorolhatók,
- minimum 1000 km összefüggő kerékpáros útvonal,
- három, eszközparkkal kiválóan felszerelt szolgáltató központ Balatonföldváron, Keszthelyen és Balatonfüreden,
- innovatív, kerékpáros igényeket kielégítő mobil applikáció és weboldal, valamint
- 6 új munkahely létesült.

A központok egyesítik a Tourinform iroda és a kerékpárkölcsönző szolgáltatásait. A vendégek a kerékpárbérlésen kívül felszereléseket (sisak, gyerekülés stb.) is bérelhetnek, részletes információt kapnak a BalatonBike365 útvonalhálózaton elérhető lehetőségekről, látnivalókról és túraajánlatokról.

Kiegészítő szolgáltatásként elérhető:

- csomagszállítás,
- személyszállítás, valamint
- a kerékpárok felvételi helyétől eltérő leadási lehetőség.

A kezdetben tervezett 50 db e-bike helyett – sikeres pályáztatás révén – ma közel 1000 darabos kerékpárflotta működik a térségben. A három szolgáltató központ mellé Kapolcs és Badacsonytomaj is csatlakozott, így már öt központ szolgálja ki a BalatonBike365 rendszerét.

**Az útvonalhálózat kialakítása és infrastruktúra-fejlesztés**

A projekt második legnagyobb forrásigényű eleme az infrastruktúra feltérképezése és kijelölése volt. Az útvonalak felmérését rövid szakaszokra bontva végeztük el, hogy minden útszakaszt pontosan specifikálhassunk. Egy 10 km-es utat akár 3 különböző szakaszban kellet felmérni, majd rögzíteni annak megfelelően, hogy milyen tulajdonságai vannak. Az engedélyeztetési eljárás során magas HR-költségekkel kellett számolni, mivel minden földterület tulajdonosa eltérő típusú lehetett (állami, önkormányzati, magántulajdon).

Az 1000 km hosszú útvonalon 4000 tábla került kihelyezésre, továbbá 30 kerékpáros szervizoszlop, valamint 25 fedett kerékpáros pihenőhely is létesült.

A digitális tájékoztatás érdekében teljesen egyedi fejlesztésű honlap és applikáció készült, amely a kerékpárosok igényei szerint, a felhasználói visszajelzések alapján készült funkciókkal lett ellátva. Az applikáció elérhető a Google Play áruházban, a honlap pedig 7 nyelven kommunikál.

### 7.2.4. A szolgáltatás háttere – a BBT-sztori

A Balaton Bike Tour (BBT) 2019-ben kezdődött veszprémi székhelyű magánvállalkozásként. A projekt célja egy magas színvonalú, e-bike-fókusszal létrehozott kerékpárkölcsönző szolgáltatás a Balatonon és vonzáskörzetében. A projekt néhány ingyenes teszttúrával indult 2019 nyarán, majd 2020 tavaszán, a Covid–19-járvány időszakában kapcsolt magasabb fokozatba.

Sarokkövek:

- 2020. június: Tihanyban bérelt üzlethelyiségben és a cégközpontban (Veszprém) indult a szolgáltatás.
- Partnerhálózat kialakítása (Füred Kemping & Üdülőfalu; Dobosi Birtokközpont, Szentantalfa; Vászoly) Erre már az induláskor nagy hangsúly került.

- Online foglalórendszer, amely egy készletalapú, valós idejű foglalási szoftver. Egyedi fejlesztés, a partnerhálózat is ezt használja.
- BBT Safe (biztosítás és műszaki mentés) szolgáltatás.
- Túraútvonalak létrehozása és publikálása honlapon – hossz és nehézség alapján differenciálva.
- Vezetett túrák indítása.
- SCOTT-kapcsolat kialakítása: a kölcsönző szortiment (az alábbi a 2025 évi állapot) egyedülállóan széles:

    - eFully plus (összteleszkópos terep): pl. Scott Voltage eRide 910,
    - eFully (összteleszkópos terep): pl. Scott Strike eRide EVO 920,
    - eMTB (első teleszkópos terep): pl. Bergamont eRevox Edition,
    - eMTB plus (első teleszkópos terep): Bergamont eRevox Premium Expert,
    - eTrekking Plus (első teleszkóp túra): Axis eRide Evo Tour,
    - eTrekking (első teleszkóp túra): E-Horizon SUV Cross.

  A kölcsönző különleges kerékpárjai:

    - eGravel: Solace Gravel eRide 15,
    - eCargo: E-Cargoville LJ expert,
    - eJunior: KTM Macina Mini Me 24.

  Hagyományos (analóg) kerékpárok: city, trekking, MTB, Gravel.

  Összesen 1000 db kerékpár, ebből 700 db e-bike áll a vendégek rendelkezésére.

- 2022. nyár-ősz: a BB365-együttműködés aláírása.
- 2022. szeptember: a BB365 Balatonfüred Port megnyitása.
- 2023. tavasz: a BB365 Balatonföldvár megnyitása.
- 2023. nyár: a BB365 Keszthely megnyitása.
- 2024. nyár: a BB365 Badacsony megnyitása.
- Kereskedelem, shop. Használt kerékpárok eladása garanciával. Új kerékpárok és kiegészítők forgalmazása.
- Szerviz: flottaszerviz (saját kerékpárok szervize), publikus szerviz.
- 2025: Publikus partnerpontok:

Északi part & Balaton-felvidék

- Balatonfüred, Füred Kemping
- Tihany, Houses of History Hotel
- Szentantalfa, Dobosi Birtokközpont
- Nemesvámos, Kerekes Völgykapu
- Zánka, Fészek Étel & Hotel
- Balatonkenese, Kenese Bay Garden Resort

Déli part & Somogyi dombság

- Balatonlelle, City Panzió
- Siófok, SunGarden Wellness & Family Hotel
- Balatonföldvár, PSZ Hotel Beach Földvár
- Siófok, Fröccs Megálló

Nyugati régió

- Hévíz, NaturMed Hotel Carbona
- Balatonmáriafürdő, Pelso Panzió

- GPS-alappú nyomkövető rendszer alkalmazása (powunity).
- Céges e-bike-csapatépítők szervezése. Vezetett túrák gasztroélményekkel és csapatépítő játékokkal.
- Rendezvények, kitelepülések. Pl. Művészetek Völgye, Paloznak Jazz Piknik, Tihany Garda Fesztivál, E bike-fesztivál Kapolcs.
- Élménykártya: olyan előre megvásárolható csomagok, melyekben szállás vagy gasztro- és kerékpárélményeket lehet ajándékozni. Pl. a legnépszerűbb a panorámás sütizés e-bike-kal.

Forgalmi adatok:

Rent belső: irodai foglalás, telefonos megrendelés alapján).
Rent online: weboldalon keresztüli foglalás.
Csapatépítő: céges foglalás, 5–100 fő.
Túra: egyénileg foglalt vezetett túra.

| Típus | Százalékarány (%) | Létszám |
|---|---|---|
| Csapatépítő | 13,50 | 425 |
| Rent (belső) | 58,00 | 3 048 |
| Rent (online) | 17,00 | 696 |
| Túra | 11,50 | 350 |
| **Összesen** | **100,00** | **4 519** |

**1. táblázat. A 2021-es év terméktípusainak arányos összevetése (Forrás: Balaton Bike Tour)**

**Kerékpárkölcsönzés forgalma (darab, illetve foglalások száma)**

| Év | Északi régió | Déli régió | Nyugati régió | Kiszállítás | Élménykártya | Összesen |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2023 | 7 301 | 2 481 | 1 487 | 901 | 75 | 12 245 |
| 2024 | 8 639 | 3 923 | 3 007 | 1 154 | 74 | 16 797 |

**Vezetett túrák (részvétel)**

| Év | Északi régió | Déli régió | Nyugati régió | – | – | Összesen |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2023 | 1 195 | 37 | 156 | 0 | 0 | 1 388 |
| 2024 | 729 | 78 | 84 | 0 | 0 | 891 |

**2. táblázat. A 2023–2024-es év összehasonlítása régiónként**

| Típus | 2024 (fő) | 2025 (fő) | Változás összesen (%) |
|---|---|---|---|
| Online rent | 2 752 | 3 956 | 44% |
| Partner rent | 1 887 | 2 174 | 15% |
| Iroda rent | 4 769 | 5 556 | 17% |
| Online túra | 168 | 174 | 4% |
| Iroda túra | 934 | 416 | -55% |
| **Összesen** | 10 510 | 12 276 | 17% |

**3. táblázat. Adatok összehasonlítása: 2024. január 1. – július 31., illetve 2025. január 1. – július 31. között (Forrás: Balaton Bike Tour)**

**Marketing és kommunikáció**

A projektek többségében marketingre jellemzően 1%-ot fordítanak, azonban a BalatonBike365 esetében az irányító hatósággal egyeztetve sikerült 10%-ra növelni ezt a keretet. Ennek köszönhetően lehetőség nyílt:

- rendezvények szervezésére,
- közösségi médiatartalmak gyártására,
- kommunikációs és reklámanyagok előállítására,
- fotózások lebonyolítására.

**Célcsoportok és túrakategóriák**

Az útvonalak kialakításánál fontos volt, hogy többféle célcsoport számára legyenek elérhetőek:

- könnyű túrák családoknak – gyerekekkel is teljesíthetőek,
- országúti kerékpárosok számára aszfaltos útvonalak,
- terepkerékpárosoknak ajánlott túrák, mint amilyen pl. a Kaland kör 400.

A Kaland kör 400 a 200 km-es klasszikus Balaton körüli túra kibővített változata, terepútvonalakkal kiegészítve, összesen 400 km hosszan. Zarándokút jelleggel kerüli meg a Balatont.

Az applikációban nehézségi szint és kerékpártípus szerint lehet útvonalat választani megjelölve a nehéz szakaszokat is (pl. 10%-os emelkedő, kavicsos lejtő).

**Fenntarthatóság, üzemeltetés és jövőbeli célok**

A projekt konzorciumvezetője a Magyar Kerékpáros Szövetség volt. A megvalósítás 2018. december 1-je és 2023. február 28-a között zajlott. A projekt lezárása után is mindennapos feladat a szolgáltatási hálózat fenntartása és műszaki karbantartása.

A 2024-es év fejlesztése a Kaland kör 400 volt, 2025-ben a Balaton keleti medencéjének feltérképezése és újabb 150 km hosszú útvonal kijelölése történt meg.

Cél a vendégéjszakák számának növelése, elsősorban a belföldi – hosszabb távon –, a külföldi vendégforgalom erősítésével.

A BB365 részt vesz nemzetközi kiállításokon, vásárokon; megkezdődött a külföldi utazási irodákkal való kapcsolatépítés is, hogy be tudják illeszteni programjaik közé a balatoni kerékpáros programokat.

Magyarország legnagyobb aktív turisztikai szolgáltatójaként a BB365 és a BBT a jövőben is meghatározója kíván lenni a hazai a turisztikai kínálatnak úgy, hogy a hazai és a nemzetközi trendeket figyelembe véve folyamatosan fejleszti szolgáltatásait. A BB365 tevékenységének sikeréről alapos beszámolót közöl Kulcsár et al. (2024) kutatási beszámolója.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

Kulcsár, L. I., Bodrogai, L. A., Domokos, T., & Turzó-Németh, A. V. (2024). *Kerékpáros turisták a Balaton körül: Kerékpáros turisták számlálása és demográfiai összetételének vizsgálata: Turisztikai és szociológiai felmérés a kerékpáros turisták demográfiai-társadalmi összetételéről és a szolgáltatások igénybevételéről* [Kutatási jelentés]. Kodolányi János Egyetem Alkalmazott Kutatási és Innovációs központ Aktív- és Ökoturisztikai Kutatóintézet. https://www.kodolanyi.hu/wp-content/uploads/2025/08/Kerekparos-turistak-a-Balaton-korul-Kodolanyi-Egyetem-Kutatasi-Jelentes.pdf.

## 7.3. JÓ PÉLDÁK A NAGYVILÁGBAN

Berencsi Miklós

### 7.3.1. Új-Zéland

Új-Zélandon a 20. század elején kezdődött meg a turizmus lassú fejlődése. Már a kezdeti időszakban – amikor főként brit és ausztrál turisták látogattak ide – a természeti látnivalók jelentették az ország fő vonzerőjét, ami a második világháború utáni, dinamikusabb fejlődési szakaszban egyre nagyobb jelentőséget kapott. A turizmus súlyát jól szemlélteti, hogy 2024-ben 28,7 milliárd NZD,[22] a GDP 7,5%-a származott a turizmusból, miközben a munkaképes lakosság 10,7%-a dolgozott közvetlenül vagy közvetett módon a turisztikai szektorban (TIA, n. d.), így az ország egyik legjelentősebb gazdasági ágazatáról van szó. 2024-ben 3,31 millió látogató érkezett az országba, amelynek összesen 5,23 millió lakosa van, ami az előző évhez képest 12%-os növekedést jelent (MBIE & DOC, 2025).

Az ország földrajzi adottságai, domborzata, állat- és növényvilága, valamint klímája is kitűnőek az aktív turizmus szempontjából. A tenger- és óceánpartok, valamint a csapadékos időjárás miatt bővizű folyók különböző célcsoportok számára biztosítanak vízitúrázási lehetőséget a vad raftingtól a bálnamegfigyeléssel egybekötött tengeri kajakozáson át a nyugodt kenuzásig. Nem elhanyagolható a windsurf és a hullámlovaglás sem, amelyekhez az erős és egyenletes szél, valamint a hullámok is adottak. A vitorlázás nemzeti sport: rengeteg amatőr és profi űzi. A gyalogos és kerékpáros túrázás lehetőségei is szinte határtalanok, hiszen a sziget hegységei ideális terepet nyújtanak a kezdő és a gyakorlottabb túrázók számára is. Az északi, de leginkább a déli szigeten számos síterep található, emellett sítúrázásra is van lehetőség. Az aktív turizmus egyéb szegmensei (lovaglás, hegy- és sziklamászás), valamint az extrém tevékenységek (pl. bungee jumping) szintén népszerűek.

De hogyan garantálható, hogy a látogatók növekvő száma ellenére az ország meg tudja őrizni természeti értékeit, és hogy a helyi lakosok számára se legyen megterhelő a turizmus? Hogyan lehet környezeti, gazdasági és társadalmi szempontból is fenntartható az ország turizmusa?

[22] Az NZD ('új-zélandi dollár') Új-Zéland hivatalos pénzneme.

A szakpolitika korán felismerte, hogy az ország természeti értékei, biodiverzitása jelenti a legnagyobb erőforrást és kincset, így a kezdetektől fogva nagyon tudatosan és fenntartható módon fejlesztik és szabályozzák az aktív turizmust. A fenntarthatóság a 2024–2028 közötti időszakra vonatkozó turisztikai stratégia kiemelt szempontja (Tourism New Zealand, 2024). A négyéves időszak legfontosabb célja, hogy a szektor negatív hatások nélkül növekedjen. Ennek legfontosabb eszköze, hogy csak a nyári főszezonon (december, január, február) kívül szeretnék növelni a látogatók számát, ami nemcsak a környezet számára előnyös, hanem biztosabb munkahelyeket teremt, kiegyenlített bevételi forrást biztosít.

A fenntarthatóságra jó példa az egyik legnépszerűbb aktív turisztikai termék, a Great Walks, amely 10 többnapos, különböző hosszúságú és nehézségű gyalogos, illetve egy vízitúrából áll. Ezek a magas minőségű, jól kiépített és kijelölt *prémium* ösvények és útvonalak az ország különböző részein kerültek kialakításra, bemutatva az ország legszebb helyeit.




**1. térkép. A Great Walks helyszínei**
**(Department of Conservation, n. d.)**

A rendszer fenntarthatóságát a látogatómenedzsment rendszere biztosítja. Az útvonalak használatát a Department of Conservation (azaz a DOC, az új-zélandi környezetvédelemért felelős minisztérium) koordinálja. Az útvonalak bejárását előre kell lefoglalni külön díj ellenében a DOC-on keresztül, amivel lehetővé válik a látogatók számának korlátozása. Az útvonalak bejárása során kizárólag a kijelölt megállóhelyeken lehet éjszakázni sátorban vagy menedékházban, a vadkempingezés szigorúan tilos. Az illetékes parkőrök rendszeresen ellenőrzik a túrázókat, szabályszegés esetén magas bírságokat szabnak ki. Ebből kifolyólag alacsony a foglalás nélkül túrázók vagy vadkempingezők aránya. Az előre kijelölt szálláshelyeken a túrázókat a következő szakaszokon látható attrakciókról is tájékoztatják, valamint felhívják a figyelmüket a veszélyes útszakaszokra, az ivóvízvételi lehetőségekre, esetenként az ideiglenes lezárásokra, korlátozásokra.

Az éves látogatói kvóta megállapításánál a szálláshely-kapacitás és az adott terület biológiai eltartó képessége is fontos szerepet játszik. Ezáltal biztosítható az ökológiai fenntarthatóság, az útvonalak használatáért szedett díjakból pedig az üzemeltetési, karbantartási és fejlesztési feladatok ellátását biztosítják.

A fenntarthatóság, a természeti kincsek és a helyi māori kultúra megőrzése az országimázs szerves része. A Tiaki Promise kampányt (Tiaki, n. d.) 2019-ben indították a turizmusban érintett kormányzati és privát szervezetek, piaci szereplők. A kampány legfontosabb mondanivalója:

- A Tiaki azt jelenti, hogy gondoskodunk az emberekről, a helyről és a kultúráról.
- Új-Zéland értékes, és mindenki, aki itt él vagy ide utazik, felelősséggel tartozik megóvásáért.
- A Tiaki Promise egy elköteleződés Új-Zéland iránt – hogy most és a jövő generációi számára is vigyázunk rá. A Tiaki Promise követésével elkötelezed magad Új-Zéland mellett, hogy őrzőként viselkedsz, és megvéded, megőrzöd ezt az otthont.

A helyiek és látogatók számára az alábbi 5 témakörben adnak könnyen érthető, világos tanácsokat, amit utazásaik során kell, hogy betartsanak:

- Természet védelme.
- Tartsd tisztán Új-Zélandot!
- Készülj fel!
- Vezess óvatosan!
- Mutass tiszteletet a helyiek és a látogatók iránt!

Az Új-Zélandi Turisztikai Ügynökség 1993-ban szálláshelyhez kapcsolódó minőségi védjegyet hozott létre, mely később egy komplex fenntarthatósági védjeggyé nemesült. A hálózatnak jelenleg több mint 2000 tagja van, ezeket 3 fokozatba sorolják különböző fenntarthatósági és minőségi kritériumok alapján. 2023-ban a Qualmark védjegyet a fenntartható turisztikai minősítéssel foglalkozó szervezet, a Global Sustainable Tourism Council által is elismert védjegy lett, tehát nemzetközileg elfogadott benchmarknak tekinthető (Qualmark, 2023).

### 7.3.2. Szlovénia

A csupán 20 000 km² területű és 2,1 millió lakosú Szlovénia az elmúlt évtizedekben a régió vezető aktív turisztikai desztinációjává vált. Természeti adottságai kitűnőek: a Júliai-Alpok hegycsúcsai, a Pohorje-hegység, a Száva és a Soča[23] folyók, a tengerszemek és a kisebb tavak, valamint a tengerpart egész évben várja a belföldi és külföldi látogatókat. Az ország területének felét erdő borítja, és 37,2%-a Natura 2000 terület (európai átlag fölötti), ami kellemes, természetes környezetet biztosít a szabadban végzett sportoláshoz, túrázáshoz, kiránduláshoz.

A természeti adottságok mellett fejlett, jól kiépített infrastruktúra és magas szintű szolgáltatások várják az ide látogatókat. Szlovéniában több mint 10 000 km kijelölt és karbantartott gyalogos útvonal van, a leghíresebb az 1953-ban létrehozott, 616 km hosszú Slovenian Mountain Trail, amely Maribortól vezet az Adriai-tenger partján fekvő Ankaranig (I Feel Slovenia, n. d.).

A kerékpáros útvonalhálózat szintén jól kiépített: nemcsak túrakerékpárosoknak, hanem hegyikerékpárosoknak, gravel bringásoknak, családoknak, országúti kerékpárosoknak is kínálnak specifikus útvonalakat és termékeket, ezen felül több nemzetközi szintű bike-park is rendelkezésre áll. Az EuroVelo

[23] Isonzó.

9 útvonal mellett talán az olasz és horvát területeket is érintő Parenzana Trail a legkedveltebb.

A vízitúrázás kedvelőinek is rengeteg lehetőséget tartogat Szlovénia. Legismertebbek talán a rafting útvonalak (Soča, Bohinj, Bled, Felső-Savinja térsége), de emellett a szelídebb folyókon való túrázás és a tengeri kajakozás, vitorlázás is népszerű.

A szlovén síterepek a magyar síelők körében is népszerűek. A klímaváltozás és a gazdasági szempontok miatt egyre több síterep kínál tavasztól őszig kerékpáros szolgáltatásokat, épít ki bike-parkokat, ahol a kevésbé tapasztalt és profi bringások egyaránt megtalálják a tudásuknak megfelelő, különböző akadályokkal, döntött kanyarokkal, ugratókkal izgalmassá tett pályákat.

A 2022–2028-as időszakra szóló Szlovén Turisztikai Stratégia – a korábbi évtizedekhez hasonlóan – kiemelten foglalkozik az aktív turizmussal és a fenntarthatósággal. A stratégia egyik alapvetése, hogy olyan turizmust kell kialakítani, amely összhangban van és barátságos a természettel és a helyi lakossággal, erősebben tükrözi a szlovén identitást, magasabb hozzáadott értéket teremt, és minden érdekelt fél javát szolgálja. Emellett segíti az átállást egy kiegyensúlyozottabb és ellenállóbb turizmus irányába. Ennek megfelelően egy *green boutiqueness* desztinációt határoz meg a stratégia, mely egyéni, felelősségteljes vendégeket vár, akik értékelik a természetet, az egészséget, a kulturális élményeket és a helyi közösségek hiteles karakterét (MEDT, 2022).

Ebbe a stratégiai keretrendszerbe kitűnően illeszkedik az évtizedek óta épített aktív turizmus, mint a szlovén turizmus egyik húzó alágazata. Az ország turisztikai kínálatát alapvetően meghatározza az aktív időtöltés, legyen szó kerékpározásról, túrázásról, raftingról, síelésről. De az aktív mozgás megjelenik például a gasztro- és borturizmusban, továbbá a kulturális turizmusban is. Ezt olyan kombinált termékek fejlesztésével és ajánlásával érik el, amelyben a látogató egy csomagban kap szállást, étkezést, tematikus programokat, kerékpárt vagy egyéb túrafelszerelést, útvonalajánlatot vagy túravezetést, és wellness-szolgáltatást. Ezen termékek esetében tehát nem csak a túrázás jelenti a fő tevékenységet, ugyanakkor mégis az élmény szerves része.

Az aktív turizmus az országimázs alakításában, promócióban is jelentős szerepet kap. Az I feel Slovenia márkanév alatt futó honlapon vagy akár a nemzetközi turisztikai vásárokon való megjelenés során is kiemelt szerepet kap az aktív turizmus. A turizmust – ezen belül is a kerékpáros turizmust – olyan nagykövetek népszerűsítik, mint Tadej Pogačar vagy Primož Roglič.

Az aktív turisztikai lehetőségeket, termékeket, foglalható ajánlatokat az erre a célra – piaci szereplők és az EIG gazdasági lobbicsoport által – létrehozott Slovenia Outdoor honlapon gyűjtötték össze. A Slovenia Outdoor (n. d.) szorosan együttműködik az állami Szlovén Turisztikai Tanáccsal, a turizmusért felelős minisztériummal, az önkormányzatokkal és a nemzeti parkokkal.

A Soča-folyó igen népszerű raftingcélpont az egész régióban, ami egy idő után túlturizmushoz vezetett. Egy új rendszer bevezetésével a vízfelület használata ma már jól szabályozott és engedélyhez kötött: a Kobarid község önkormányzata által fenntartott, dedikált oldalon lehetséges a folyó különböző szakaszaira jegyet venni, melyet a ki- és belépési pontokon ellenőriznek, szabálytalanság esetén szigorúan büntetnek. A rendszeren keresztül egyrészt pontosan követni tudják az ide látogatók számát, másrészt adott esetben korlátozhatják a folyó használatát (akár árvizek, akár más tényezők miatt), vagy




**1. illusztráció. Szlovénia egyik legismertebb sportnagykövete (I Feel Slovenia, 2022)**

figyelmeztetni tudják az ide érkezőket a veszélyekre, a változásokra. A Sočán külön figyelmet fordítanak arra, hogy csak megfelelő képesítéssel rendelkező túravezetők dolgozhassanak – így biztosítva a minőségi szolgáltatást. Az új rendszer hatására természetesen csökkent a turistaforgalom, ami a szolgáltatók bevételeinek csökkenését is okozta, azonban hosszú távon csak ez a megoldás biztosíthatja a fenntarthatóságot. Nem csak a Sočán, de más, vízi sportokra használt folyók esetében is érzékelhető a klímaváltozás hatása, ami leginkább a szélsőségesebb vízjárásban nyilvánul meg. Ez szintén egy olyan tényező, amit látogatómenedzsment-eszközökkel lehet hatékonyan kezelni.

A túlturizmus más, népszerű szlovén üdülőközpontokban is problémát okoz. Bohinj térsége (Bohinji-tó, a Vogel síközpontja) évtizedek óta növekvő népszerűségnek örvend az aktív turisták körében, 2014–2018 között volt olyan év, hogy 100%-kal nőtt az látogatók száma, ami egyre nagyobb terhelést jelentett a környezetnek, illetve az itt élőknek egyaránt. Emiatt 2007-től kezdődően tudatosan elkezdték korlátozni a gépjárműforgalmat, egyes útvonalakat, nemzeti parki területeket le is zártak. Ezzel párhuzamosan csökkentették a parkolóhelyek számát, és elkezdődött a közösségi közlekedés fejlesztése (télen síléc-, nyáron kerékpárszállítási lehetőséggel), amit nagyon kedvező áron vagy ingyen lehet igénybe venni a térségi vendégkártyával (Bohinj Card, n. d.). Ezzel hosszú távon tudják biztosítani, hogy a térség értékei megmaradjanak, és vonzóak legyenek az aktív turisták és az itt élők számára is.

### 7.3.3. Svájc – SwitzerlandMobility

Svájc az aktív turisták paradicsoma. Az ország fekvése, természeti adottságai és domborzata miatt régóta kedvelt célpontja a síelni, túrázni, kerékpározni vágyóknak, de ezek a túratípusok mellett sok más sportot, aktivitást is kipróbálhatnak a látogatók. Az adottságokat természetesen a helyi lakosság is kihasználja; óvodás kortól az idős korig rengeteg lehetőséget és programot biztosítanak a hegyek, a folyók, a kiváló minőségű kerékpárút-hálózatok. A mozgás és sport a nemzeti identitás része, egy 2020-as kutatás szerint a svájciak 75%-a hetente legalább egyszer sportol (amivel elsők Európában), a 2014 és 2020 közötti időszakban 26%-ról 16%-ra csökként azoknak a száma, akik egyáltalán nem sportolnak (Lamprecht & Stamm, 2020).

Ehhez természetesen kiterjedt és jó minőségű infrastruktúra és szolgáltatás szükséges, amit Svájcban hosszú évtizedek óta fejlesztenek. A fejlesztések során kiemelt szempont a fenntarthatóság, amire jó példa a svájci vasúti hálózat és a vasúttársaság által nyújtott szolgáltatás. A gépjármű-közlekedés visszaszorítása érdekében az SBB társaság[24] a kerékpárosok, túrázók, síelők igényeit kielégítő szolgáltatásokat, turisztikai termékeket kínál, tehát a tevékenysége jóval túlmutat egy vasúti operátor hagyományos szerepén. Az Európai Kerékpáros Szövetség (ECF) által készített Cyclists Love Trains 2025 jelentés (Rozenburg & Küster, 2025) a vasúti társaságok kerékpárosbarát szolgáltatásait vizsgálta. Ez alapján az SBB társaság az európai társaságok közül a legmagasabb pontszámot és kitűnő minősítést kapott.

A turisztikai fejlesztések finanszírozása szintén egy évtizedek óta jól kialakított elosztási rendszer szerint működik. Bizonyos kiemelt célokat nemzeti szintű finanszírozási programokon keresztül valósítanak meg; például az innovatív turisztikai termékek fejlesztését 30 millió CHF-kal támogatta a központi költségvetés a Innotour programon keresztül 2020 és 2023 között. De ugyanebben az időszakban 236 millió CHF hitelkeret is rendelkezésre állt szálláshelyfejlesztésre. A nemzeti szintű finanszírozás mellett kiemelt szerepe van a helyi turisztikai adóknak (jellemzően 3–7 CHF/éj/fő). Az önkormányzatok vagy kantonok által megállapított és beszedett adó kizárólag a helyi turisztikai fejlesztéseket támogatja, és a felhasználás módjáról is a helyi desztinációmenedzsment szervezetei döntenek. A helyi adókból finanszírozzák például a gyalogos ösvények kialakítását, a kerékpáros útvonalak vagy erdei ösvények fejlesztését, a népszerűsítő kampányokat és eseményeket, a vendégkártya-rendszereket stb.

A SwitzerlandMobility platformot 2008-ban hozták létre azzal a céllal, hogy az ország aktív turisztikai és nem-motorizált szabadidős kínálatát egy weboldalon gyűjtsék össze részletes és naprakész információt adva a belföldi és külföldi látogatóknak az utazás tervezéséhez, a helyszínen való navigáláshoz, a szállásfoglaláshoz vagy épp a eszközbérléshez.

A rendszer az alábbi nyári- és téli túratípusokra terjed ki:

- Gyalogtúrázás.
- Kerékpártúrázás.

[24] Schweizerische Bundesbahnen (' Svájci Szövetségi Vasutak').

- Hegyi-kerékpározás.
- Görkorcsolyázás.
- Vízitúrázás.
- Téli gyalogtúrázás.
- Hótalpas kirándulás.
- Sífutás.
- Szánkózás.

Minden túratípus esetén az oldalon megjelennek a nemzeti, regionális és helyi útvonalak, melyek 1, 2 és 3 szemjeggyel, azonos arculattal kerülnek kijelölésre. Az arculati elemek nemcsak a weboldalon, hanem a terepen, útirányjelző- és információs táblákon, kiadványokban is következetesen megjelennek. Minden útvonalról részletes információ (térkép, hosszúság,

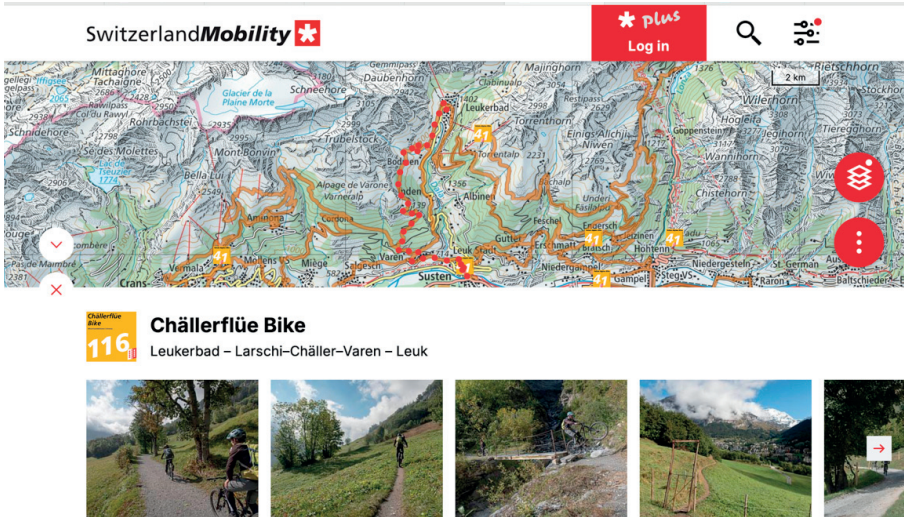



**2. illusztráció. Különböző túratípusok egységes táblázási rendszere Svájcban (SwitzerlandMobility, n. d)**

szintemelkedés, burkolattípus stb.), képek, nehézségi besorolás és leírás érhető el. Ezen felül az adott útvonal belépési pontjainak elérhetősége (vonat- vagy buszjáratok menetrenddel), közelben található szállások, különböző látnivalók és programok is megjelennek. Ezzel a túrázók egy olyan komplex információs csomagot kapnak, amellyel a saját felkészültségüknek, igényeiknek leginkább megfelelő útvonalat, túrát tudják kiválasztani. Mindezt ingyenesen. A gyalogos túrázás esetén külön megjelennek azok az útvonalak, melyet a fogyatékkal élők is biztonságosan látogathatnak. Jelenleg több mint 1500 útvonal, 110 000 fénykép érhető el; a weboldalon és az applikáción évente 28 millió keresés történik.

Az weboldal mellett applikáción is minden szolgáltatás és információ elérhető. A közelmúltban indult fizetős szolgáltatás évi 35 CHF ellenében további funkciókat tesz elérhetővé, például pontos útvonaltervezést a túrák belépési pontjára és a túra alatt (offline állapotban is), GPS-útvonalak fel- és letöltését, a túrák és képek rögzítését, megosztását.

A rendszer működtetője a Switzerland Mobility Fundation nevű nonprofit alapítvány, amely a magán- és a közszféra együttműködésén alapul *(public*




**3. illusztráció. Helyi jelentőségű hegyikerékpáros útvonal a SwitzerlandMobility weboldalán (Route 116, n. d.)**

*private partnership)*. A finanszírozás tekintetében ez azt jelenti, hogy az éves működési költségek 50%-át a svájci állam, a kantonok és Liechtensteini Hercegség adja (mivel a rendszer a hercegségre is kiterjed), a maradék 50%-ot pedig magánszolgáltatók (például szállásadók, utazási irodák és utazásszervezők, szponzorok és előfizetők) biztosítják. A szervezet természetesen szorosan együttműködik a nemzeti turisztikai ügynökséggel (Switzerland Tourism), a regionális turisztikai ügynökségekkel és desztinációkkal. Az alapítvány – mely jelenleg 22 fővel működik – a B2C tevékenység[25] mellett a szolgáltatók, ügynökségek, turisztikai szervezetek számára is biztosít tanácsadást, de workshopokat és konferenciákat is szervez.

Fontos kiemelni, hogy a Switzerland Mobility azért ilyen sikeres, mert egy nagyon jól felépített, a különböző szereplők feladatait és felelősségi körét pontosan rögzítő, hosszú távon fenntartható együttműködési rendszeren alapul. A szövetségi kormány feladata a nem motorizált közlekedés keretrendszerének meghatározása, ami magában foglalja többek között a szabályozást, az irányelveket, az alapvető geoadatokat és a monitoring rendszert. A kantonok határozzák meg a regionális hálózatot, és egy regionális szakosztályt működtetnek, mely koordinálja az útvonal-kijelölést és egyeztet a különböző érintettekkel (földtulajdonosok, nemzeti parkok, vadásztársaságok, vízügyi szervezetek stb.). Az alapítvány a szövetségi kormány és a regionális, valamint a helyi szervezetek, szakosztályok közötti koordinációt, információáramlást biztosítja, valamint működteti és fejleszti a teljes információs rendszert, és tájékoztatja a látogatókat.

## FELHASZNÁLT IRODALOM


Bohinj Card. (n. d.). *Julian Alps Cards: Bohinj Card*. Bohinj – Official Destination Website. https://www.bohinj.si/en/julian-alps-bohinj-card/.

Department of Conservation. (n. d.). *Great Walks*. New Zealand Department of Conservation. https://www.doc.govt.nz/parks-and-recreation/things-to-do/walking-and-tramping/great-walks/.

I Feel Slovenia. (n. d.). *Slovenian Mountain Trail: a hiking adventure from the Pohorje Hills to the coast*. Slovenia.info. https://www.slovenia.info/en/stories/slovenian-mountain-trail.


[25] Business to customer, azaz 'vállalat és fogyasztó közötti' tevékenység.

I Feel Slovenia. (2022, February 27). *NEW! Promotional video with Tadej Pogačar, world's best cyclist.* Slovenia.info. https://www.slovenia.info/en/press-centre/news-of-the-tourism-press-agency/18823-new-promotional-video-with-tadej-pogacar-world-s-best-cyclist.

Lamprecht, M., Bürgi, R., & Stamm, H. (2020). *Sport Schweiz 2020: Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung* [PDF]. Schweizer Sportobservatorium; Bundesamt für Sport BASPO. https://www.psgz.ch/site/assets/files/1964/bro_sport_schweiz_2020_d_web.pdf.

MBIE, & DOC. (2025, March 4). *International Visitor Survey – Year end December 2024 and December Q4 2024 data release: Notes on interpreting results*. Ministry of Business, Innovation and Employment; Department of Conservation. https://teic.mbie.govt.nz/teiccategories/resources/2025/03/04/international-visitor-survey-mailout/.

MEDT. (2022). *Slovenian tourism strategy 2022–2028* [PDF]. Ministry of Economic Development and Technology of the Republic of Slovenia. https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGTS/Dokumenti/DTUR/Strategija-slovenskega-turizma-20222028-/SLOVENIAN-TOURISM-STRATEGY-2022-2028-v2.pdf.

Qualmark. (2023, August 30). *Qualmark's STB Criteria gains official recognition by the GSTC*. Qualmark. https://www.qualmark.co.nz/about-qualmark/news/qualmarks-stb-criteria-has-been-recognised-by-the-gstc.

Route 116. (n. d.). *Chällerflüe Bike: Leukerbad – Larschi – Chäller– Varen – Leuk*. SwitzerlandMobility. https://schweizmobil.ch/en/mountainbiking-in-switzerland/route-116.

Rozenburg, J., & Küster, F. (2025). *Cyclists love trains 2025: An analysis of the bicycle friendliness of European railway operators* [PDF]. European Cyclists' Federation. https://ecf.com/media/ecf%20at%20velo-city/CLT/Cyclists%20Love%20Trains%202025%20Report.pdf?_t=1749109981.

Slovenia Outdoor. (n. d.). *Slovenia Outdoor: Outdoor experiences in Slovenia*. Slovenia Outdoor. https://slovenia-outdoor.com/en/.

SwitzerlandMobility. (n. d.). Signalisation of SwitzerlandMobility routes. SwitzerlandMobility. https://schweizmobil.ch/en/signalisation-of-switzerlandmobility-routes.

TIA. (n. d.). *Quick Facts & Figures: Tourism by the Numbers: Key Tourism Stats for Year to March 2024.* Tourism Industry Aotearoa. https://www.tia.org.nz/the-industry/quick-facts-and-figures?utm_source=chatgpt.com.

Tiaki Promise. (n. d.). *Tiaki Means to Care for People, Place and Culture*. Tiaki. https://www.tiakinewzealand.com.
Tourism New Zealand. (2024). *Tourism New Zealand 2024–2028 Strategy and FY25 focus* [PDF]. Tourism New Zealand. https://www.tourismnewzealand.com/assets/about/publications/Strategy-overviews/Tourism-New-Zealand-2024-2028-Strategy-Overview.pdf.

# AZ AKTÍV TURIZMUS STRATÉGIÁJA 2030

A következő fejezet a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 című dokumentum alapján készült, és olyan szemelvényeket közöl az aktív turizmussal kapcsolatos stratégiai fejlesztésekről, amelyek jól illeszkednek a könyv koncepciójához. Rávilágítanak az aktív turizmus társadalmi-gazdasági hasznosságára, és arra az integratív szerepre, amelyet más turisztikai ágazatokkal való viszonyában betölt.

A szerkesztők

# 8. Az aktív turizmus stratégiája 2030

## NEMZETI AKTÍV TURISZTIKAI STRATÉGIA 2030
*(Szemelvények)*[26]

[...]

### I. Aktív Magyarország 2030 – Koncepció

Koncepciónkat három fő kijelentés köré építettük a hazai aktív turizmus jövőjére vonatkozóan:

- Kiépült magas minőségű fenntartható útvonalhálózat, az igényeket kielégítő pihenőkkel és szolgáltatópontokkal
- Egyedi karakterű aktív turisztikai térségek jönnek létre
- Megfelelő promóció és hatékony szervezeti rendszer működik

**1.1. Magyarország túraútvonalai, szolgáltatásai hálózatosan és magas minőségben állnak rendelkezésre, valamint fenntartható módon működnek 2030-ban.**

*1.1.1. Vonzó, összefüggő és jó minőségű útvonalhálózat*

Magyarországon jelenleg is több hosszútávú, országos és nemzetközi jelentőségű aktív turisztikai útvonal van. 2030-ra ezeknek fel kell fűzniük Magyarország legjelentősebb természeti vonzerőit, és össze kell kötniük a változatos tájakat, térségeket. Az egyes térségeken belül külön hálózatok épülnek ki az adott térségen belüli vonzerők összekötésére. Az országos útvonalak térségeken áthaladó szakaszai általában az adott térség gerincútvonalai is egyben, melyről a helyi hálózat útjai leágaznak, vagy keresztezik azt. A hazai állami erdőgazdaságok, nemzeti parki igazgatóságok és vízügyi igazgatóságok kezelésében lévő utak gyalogosan, lóval, kerékpárral, vízitú-

[26] A szemelvényeket az Aktív Magyarország Fejlesztési Központ Nonprofit Kft. engedélye alapján, változatlan formában közöljük. A stratégiában foglaltak megvalósulásának céldátuma 2030.

raeszközzel való bejárhatóságának egyedülállósága miatt a térségi hálózatok további útvonalakkal színesíthetők.

*1.1.2. Térségi léptékű hálózatok, melyeket országos útvonalak kötnek össze.*

A célzott és környezetbarát infrastruktúra- és attrakciófejlesztéseknek köszönhetően a (korábban jellemzően pontszerű/szigetszerű) fejlesztések több térség esetében is fenntartható hálózatokba szerveződnek, ami a jelenleginél vonzóbbá, sikeresebbé, környezetbarátabbá és területileg kiegyensúlyozottabbá teszi a hazai aktív turizmust. Az egyes releváns térségek összefüggő térségi úthálózattal és szolgáltatói hálózattal rendelkeznek. Az útvonalak tudatos nyomvonalvezetéssel, az élményt jelentő természeti-táji vonzerők pedig célcsoportokra szabottan kerülnek felfűzésre. Az egyes térségi úthálózatok fizikai, illetve a szolgáltatóhálózatok virtuális összekapcsolásával országos hálózatok jönnek létre.

*1.1.3. Magas minőségű szolgáltatások fenntartható módon*

2030-ra a különféle szolgáltatásoknak (szállás, étkezés, kölcsönzés, javítás stb.) a célcsoportok igényeihez kell alkalmazkodniuk, továbbá az egyes túratípusok speciális igényeihez illeszkedő sűrűségben, távolságban le kell fedniük a különböző térségeket. Ezáltal a szolgáltatások és az infrastruktúra környezeti, természeti terhelése és a negatív társadalmi hatások mérséklődnek.

*1.1.4. Országos jelentőségű túraútvonalak*




**1.2. Magyarország a szelíd aktív turizmus hazája, mely 18 + 8 egyedi arculatú, megfelelően kiépült aktív turisztikai térségére és az őket összekötő országos és nemzetközi útvonalakra támaszkodik.**

*1.2.1. Magyarország a szelíd aktív turizmus hazája*

Országunk tájai széles közönség számára ajánlható, biztonságos és aktív élményekhez ideális terepet nyújtanak. A gyerekektől kezdve a családokon és időseken át a fogyatékkal élőkig mindenki megtalálja a számára ideális túratípust és túrahelyszínt. A domborzat lehetővé teszi, hogy a kezdő túrázóktól a haladókig minden célcsoport megtalálja a számára megfelelő nehézségű túrát. Az értékeket tovább növelik az érintetlen ártéri erdők, a vizes élőhelyek sokszínűsége. Számos olyan vonzerő van, mint az ősbükkösök, arborétumok, vagy nagy tavaink és folyóink, melyek európai összehasonlításban is vonzóak az aktív turizmus szempontjából. Ugyanakkor magashegységek és tengerpartok hiányában a fejlesztések jelentős része elsősorban a belföldi célcsoportokra fókuszál.

### *1.2.2. Térségi adottságokhoz illeszkedő, egyedi arculat*

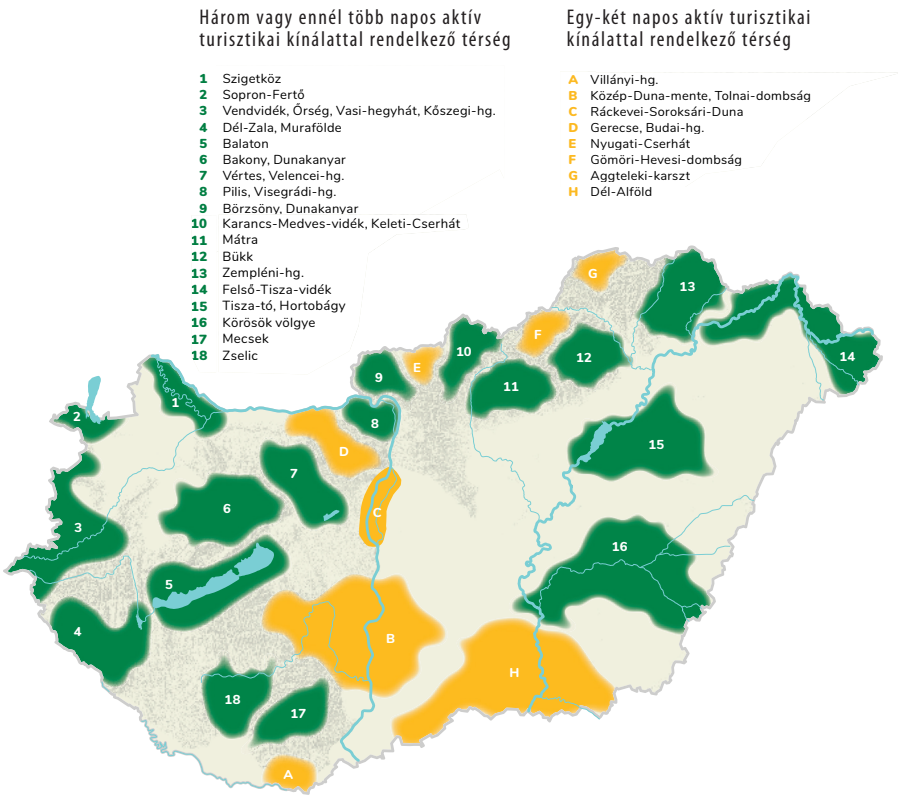
Minden hazai, az aktív turizmus szempontjából fontos térségnek saját arculata, márkaneve van, amely az adott térség földrajzi, természeti adottságaira és látnivalóira alapozva kerül meghatározásra. Mindez illeszkedik a turizmus egészének arculatához, amit az MTÜ határoz meg. Amennyiben egy térség mind az MTÜ, mind az aktív turizmus szempontjából kiemeltnek számít, úgy az arculat meghatározása mindig a térségben érintett érdekelt felek és az állami szervezetek (MTÜ, AÖFK) konszenzusán alapul. A térségi arculatok a térségben kiemelten kezelt túratípusok saját arculatához is illeszkednek. Mindennek köszönhetően területileg jól elkülöníthető, egyedi arculattal rendelkező, fejlesztési és menedzsment szempontból is önálló térségek jönnek létre. Minden térség a saját adottságaira, turisztikai kínálatára alapozva a megfelelő túratípusokra és célcsoportokra fókuszál, és túratípusonként többféle, különböző nehézségű, változatos tematikájú élményt képes biztosítani.

### *1.2.3. Az aktív turisztikai szempontból fontos, 18 + 8 térség, valamint az országos és nemzetközi szintű útvonalak*

A hazai aktív turizmus igényeinek kielégítésére legalkalmasabbnak ítélt 18 + 8 hazai térség 2030-ra megfelelően kiépül, és nagy népszerűséggel, saját márkanévvel rendelkezik. A 18 fő térség a 3-4 vagy akár több napos, a további 8 térség pedig az alacsonyabb vonzerőt maximálisan kihasználva az 1-2 napos aktív turisztikai utazások fő úti céljai. Az attrakció- és a szolgáltatássűrűség nemcsak a térségekben, hanem a térségeket összekötő nemzetközi és országos jelentőségű aktív turisztikai útvonalak mentén is fejlődik. A kijelölt térségeken kívül futó országos útvonalak a térségekkel egyenrangú fejlesztési tengelyek, melyek feladata a térségek, a különböző karakterisztikájú tájak láncolatba kapcsolása.

A lehatárolás alapját a települések közigazgatási határai adták. Az így lehatárolt területen belül magterület került kijelölésre a vonzerők, attrakciók és a szolgáltatások által leginkább lefedett területek, a természeti környezet érintetlensége alapján. Felmérésre kerültek az attrakciók, a túratípus-specifikus szolgáltatások és az, hogy az adottságok mely túratípusok számára kínálják a legszéleskörűbb lehetőségeket.

## *1.2.4. Magyarország aktív turisztikai fejlesztési térségei*




Az aktív turisztikai fejlesztési térségek kiválasztási folyamatában a meglévő adottságok, a jelenlegi szolgáltatói és attrakciókínálat, a bennük rejlő fejlesztési potenciál, a más turisztikai szektorokkal való összekapcsolhatóság, a terület turisztikai felvevőképessége, terhelhetősége és az alábbi komplex szempontrendszerben végzett priorizálás játszott szerepet:

### *1.2.5. Az aktív turizmus szempontjából fontos térségek kiválasztásának szempontjai*



### 1.3. A szükséges információs és promóciós csatornák hatékonyan működnek, erős a szervezeti háttér.

#### *1.3.1. Megfelelő információs és promóciós csatornák*

Az online és offline promóciós és kommunikációs csatornák hatékonyan (átfedés és ellentmondás nélkül) és hatásosan (friss és pontos információkkal) érik el a célcsoportokat. Ezzel jelentősen motiválják a lakosságot a gyakoribb aktív turisztikai tevékenység végzésére. Az aktív turizmushoz kapcsolódó információs és promóciós tevékenységeket az AÖFK koordinálja.[27] Mindez az MTÜ által irányított nemzeti és nemzetközi turisztikai kampányokkal összhangban, a túratípus-specifikus országos szervezetek bevonásával, támogatásával valósul meg. Az AÖFK az országos jelentőségű információk célba juttatásáért felelős. A szakmai szervezetek és a térségek a sokkal részletesebb információszolgáltatást biztosítják a saját hatáskörükben. Az információs rendszerekhez az alapadatok nyilvánosak, és a piaci szereplők felhasználhatják őket új tartalmak létrehozására.

Az információáramlás és az információk közzététele esetében fontos követni a szubszidiaritás elvét. Fontos támogatni a helyi szereplők online felületeinek fejlesztését, ahol térségspecifikusan a lehető legszélesebb körben állnak rendelkezésre turisztikai információk. Ezek naprakészen tartásáért a térségi szereplők lesznek a felelősek.

#### *1.3.2. A szervezeti háttér erősödik*

Az AÖFK részéről a szektor fejlesztésében érintett minisztériumokkal és állami szatellit intézményekkel folyamatos az együttműködés. Szoros együttműködésben dolgozik a túratípusokat képviselő civil és szakmai szervezetekkel, valamint a térségi aktív turisztikai koordinátorokkal, desztinációmenedzsment szervezetekkel. A civil és szakmai szervezetek aktív turizmust érintő munkája hosszú távon és kiszámítható módon támogatott.

Minden túratípus esetében van legalább egy, országos koordinációs szerepet ellátó, erős legitimációval, megfelelő szakemberekkel és pénzügyi

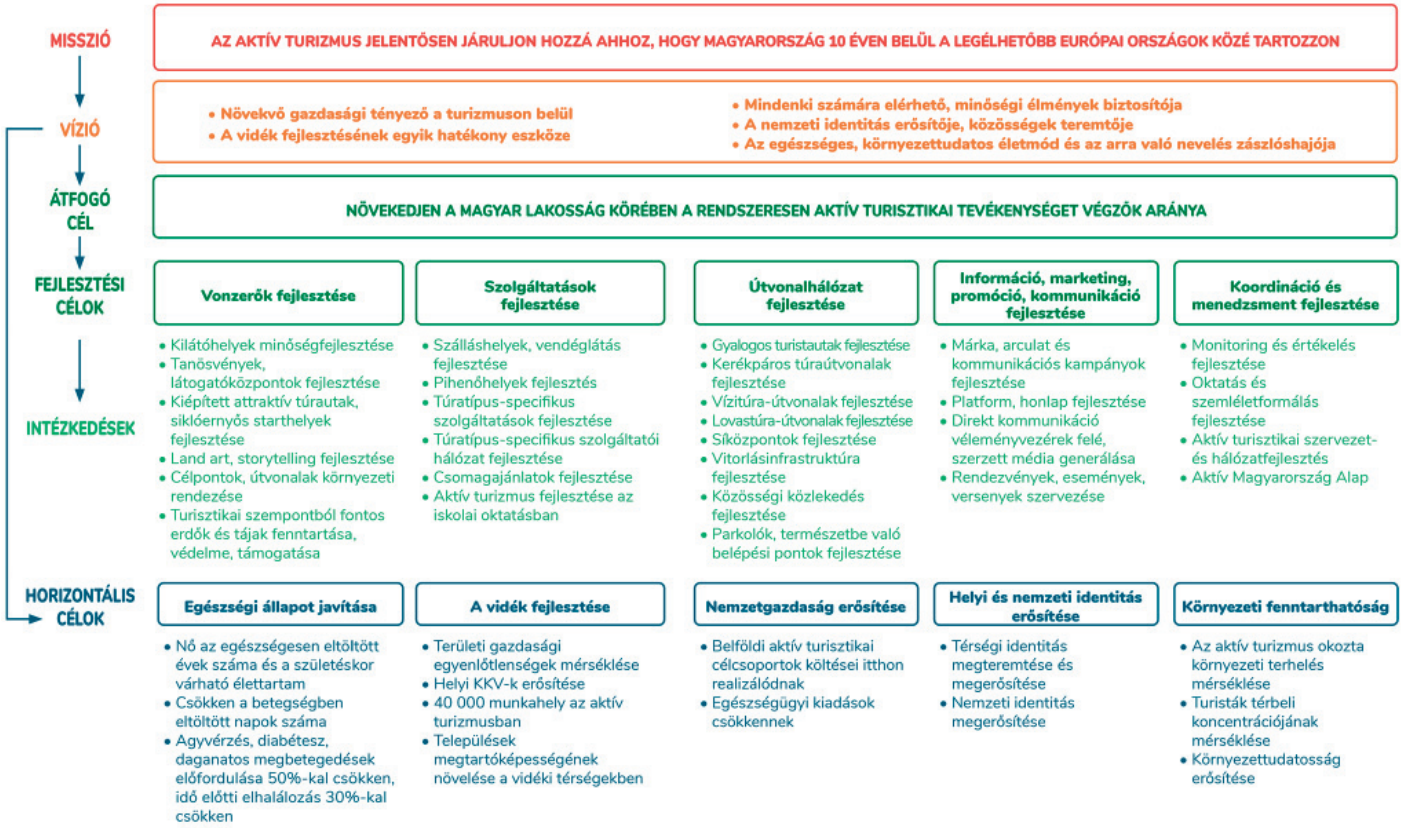
[27] 2025. július 3-ától megváltozott az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ neve: a szervezet Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) néven működik.

háttérrel rendelkező szakmai szervezet. Térségenként rendelkezésre áll és biztosított az aktív turizmus helyi koordinációja. A térségi aktív turisztikai szervezeti háttér a turizmus országos és regionális szervezeti rendszerének része. Az egyes országos és térségi szervezetek szerepkörei, hatáskörük egyértelmű. A karbantartási és fenntartási tevékenységek felelősségi körei és finanszírozásuk is biztosított. A szervezetek nem versengenek, hanem együttműködnek egymással. A túratípusok között rendszeres az egyeztetés a külön erre a célra létrehozott fórumokon, platformokon. Az aktív turisztikai szervezeti hálózat tagjai közösen új turisztikai csomagokat és termékeket dolgoznak ki.

Az AÖFK felel az országos tervezésért, az aktív turizmus szereplőivel szorosan együttműködve. A térségek szintén részt vesznek a tervezésben az országos stratégiához illeszkedő térségi tervek elkészítésével, melyeket a helyiekkel partnerségben és velük folyamatosan együttműködve dolgoznak ki és hajtanak végre.

# II. Célrendszer

## 2.1. A Stratégia célrendszere



## III. Misszió

Az Aktív Magyarországért Felelős Államtitkárság, valamint az AÖFK és ezáltal a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 küldetése szorosan kapcsolódik ahhoz a társadalmi és kormányzati törekvéshez, mely arra irányul, hogy **Magyarország az évtized végére a legélhetőbb európai országok közé tartozzon.** Nézőpontunk szerint az aktív turizmus ehhez a törekvéshez elsősorban egészségügyi és környezetvédelmi szempontból képes jelentősen hozzájárulni, de gazdasági szempontból is egyre erősebb szereplője a nemzetgazdaságnak.

Hitvallásunk szerint az aktív turizmus az egyik legjobb eszköze annak, hogy a társadalom egészségesebben és környezettudatosabban élje mindennapjait. A 2020-as pandémia időszakából látjuk, hogy az aktív turizmus krízishelyzetben is megfelelő eszköz a fizikai erőnlét, a testi és a lelki egészség fenntartásához. Az aktív turizmus emellett sok olyan periférikus, hátrányos helyzetű településnek kínál kitörési lehetőséget, ahol az ipar, a mezőgazdaság, illetve a gazdaság egyéb szegmensei, beleértve a szolgáltatást és a kereskedelmet is, már nem képes erre. Mindezek azt erősítik meg, hogy az aktív turizmus és általa az aktív életmód népszerűsítése elengedhetetlen egy egészségesebb, boldogabb és kiegyensúlyozottabb magyar társadalom és egy sikeres, versenyképes Magyarország fenntartásához.

MAGYARORSZÁG 2030-RA OLYAN ORSZÁG, AHOL...

... a lakosság legalább 50%-a hetente egyszer aktív mozgással tölti a szabadidejét.
... a lakosság egészségben eltöltött éveinek száma, valamint a születéskor várható élettartam eléri az EU-s átlagot.
... 20% alá csökken az elhízottak és 40% fölé nő a normál súlyúak aránya.
... a lakosság többsége a szabadidejében gyalogtúrázik, kerékpározik, lovagol, síel, vitorlázik, fut.
... az emberek nem csak járják, de óvják, védik is a természetet.
... továbbra is kiegyensúlyozottan, boldogan lehet élni.

## IV. Vízió

A Stratégia jövőképe az aktív turizmus 2030-as magyarországi helyzetét vizionálja, mely szerint a hazai aktív turizmus:

### 4.1. Az egészséges, környezettudatos életmód, és az arra való nevelés zászlóshajója.

A megfelelő kommunikáció, a nevelés, az aktív turizmus és a párhuzamosan folyó – aktivitást ösztönző – fejlesztések hatására az aktív életmód jótékony hatásaival a lakosság tisztában van. A magyarok nagy része ennek megfelelően aktívan tölti mindennapjait, és szabadidejében keresi a természetben végezhető mozgásformákat. A 2022-ben végzett hazai kutatás szerint a felnőtt lakosság több mint fele potenciálisan aktív turista. Ez 2030-ra realizálódik, és tovább növekszik a természetben gyalogtúrázók, kerékpározók, vízitúrázók, lovaglók, síelők, vitorlázók, futók és szabadidős sportolók száma. A rendszeres testmozgás hatására a 2021-es helyzethez képest felére csökken az elhízottak száma, a lakosság egészségben eltöltött éveinek száma pedig meghaladja a 64 évet. Az aktív turizmusban résztvevők nemcsak járják a természetet, hanem az ott található értékeket megismerik és óvják. A természetben eltöltött aktív kikapcsolódás hatására a magyar emberek összességében környezettudatosabban, egészségesebben, kiegyensúlyozottabban és boldogabban élnek. Növekszik a társadalom környezetvédelemre és fenntarthatóságra való fogékonysága. Így csökken az egyéni cselekvéseken alapuló természetkárosítás (kevesebb szemetelés az erdőben, kevesebb illegális szemételhelyezés a természetben).

### 4.2. Növekvő gazdasági tényező a turizmuson belül

Az aktív turizmus gazdasági súlya a turizmusszektoron belül jelentősen növekszik, ezzel növeli a belföldi turizmus versenyképességét. A hagyományos többnapos nyaralás fő- vagy melléktevékenységeként a többségnél megjelennek a természetben végzett aktív programok. A turisták egyre nagyobb számban veszik igénybe az aktív turizmus kínálta lehetőségeket. Az aktív életmódnak köszönhetően a lakosság sokkal több időt tölt el egészségben, ami az egészségügyi kiadások csökkenéséhez vezet. A keresletnövekedés a

kínálati oldalon új vállalkozásoknak, szolgáltatóknak ad lehetőséget a boldogulásra, amelyek új munkahelyeket teremtenek. A hazai vállalkozások saját, hazai hozzáadott értéket állítanak elő, jövedelemtermelő képességük javul, mely az adó- és járulékbefizetések miatt az állam számára is kifizetődő. Az aktív turizmus eszközeinek karbantartásával, kereskedelmével és gyártásával foglalkozó vállalkozások, valamint az aktív turisztikai szolgáltatók egymással való versengése új innovációknak, szabadalmaknak nyit teret.

### 4.3. Mindenki számára elérhető, minőségi élmények biztosítója

Az aktív életmód feltételei a lakosság nagy része számára elérhetőek. Az esélyegyenlőség jegyében a mozgásukban korlátozottak és a fogyatékkal élők is megtalálják azokat a szolgáltatókat és túrahelyszíneket, amelyek segítik őket az aktív turizmusban való részvételben. Tovább növekszik a részvétel az aktív turizmusban, minden túratípus esetében. A szervezett, rögzített gyalogos túrákon (Kékkör, instant túrák, teljesítménytúrák) részt vevők száma megduplázódik. A kerékpárút-hálózat elérhetősége és minősége javul, szolgáltatói hálózata kiépül, melynek köszönhetően a kerékpáros túrázók száma duplájára növekszik. Hazánk folyó- és állóvízi adottságait kihasználva minőségi szolgáltatások honosodnak meg vízitúrahelyszíneinken, így Magyarország a szelíd vízi turizmus egyik vezető országa a régióban és Európában. A síelés, lovaglás és vitorlázás szélesebb körökben elérhető, mind anyagi, mind előképzettség tekintetében nagyobb bázissal rendelkezik, mint jelenleg. A különböző túratípusok helyspecifikusan megjelennek az oktatásban, és már kisgyermekkorban kialakul a vízbarátság, az eszközök használatának elsajátítása a magyar gyermekek nagy részénél.

### 4.4. A vidék fejlesztésének egyik hatékony eszköze

Olyan periférikusnak számító területeken is megjelennek a minőségi aktív turisztikai szolgáltatók, ahol más szektorok az adottságokból fakadóan erre nem képesek. A periférikus területeken új munkahelyeket teremtenek, ezzel lassítják a vidék elnéptelenedését, és megélhetést biztosítanak a helyi lakosságnak.

Az aktív turizmusban részt vevő, általában városban vagy város környékén élő lakosság költései a vidéki területeken realizálódnak, amely mérsékli a perifériku s területek gazdasági lemaradását, és növeli a vidék népességmegtartó erejét.

### 4.5. A nemzeti identitás erősítője, közösségek teremtője

A belföldi aktív turizmus jelentősen hozzájárul a nemzeti identitás formálásához. A magyar lakosság büszke természeti értékeire, és törekszik annak megismerésére és védelmére. Az aktív turizmus nyújtotta attrakciók és a természeti örökségek meglátogatásával megtapasztalják a hazai értékeket, és megélik szülőföldjük szeretetét. Túrájuk során közelről szemlélik a hazai tájak nyújtotta kincseket, és olyan élményekkel gazdagodnak, melyek egy életen át elkísérik őket. Kirándulásaik során új közösségek alakulnak, együtt vesznek részt szervezett túrákon, és a nemzeti identitás mellett kialakul bennük az aktívturista-életérzés, amire büszkék is.

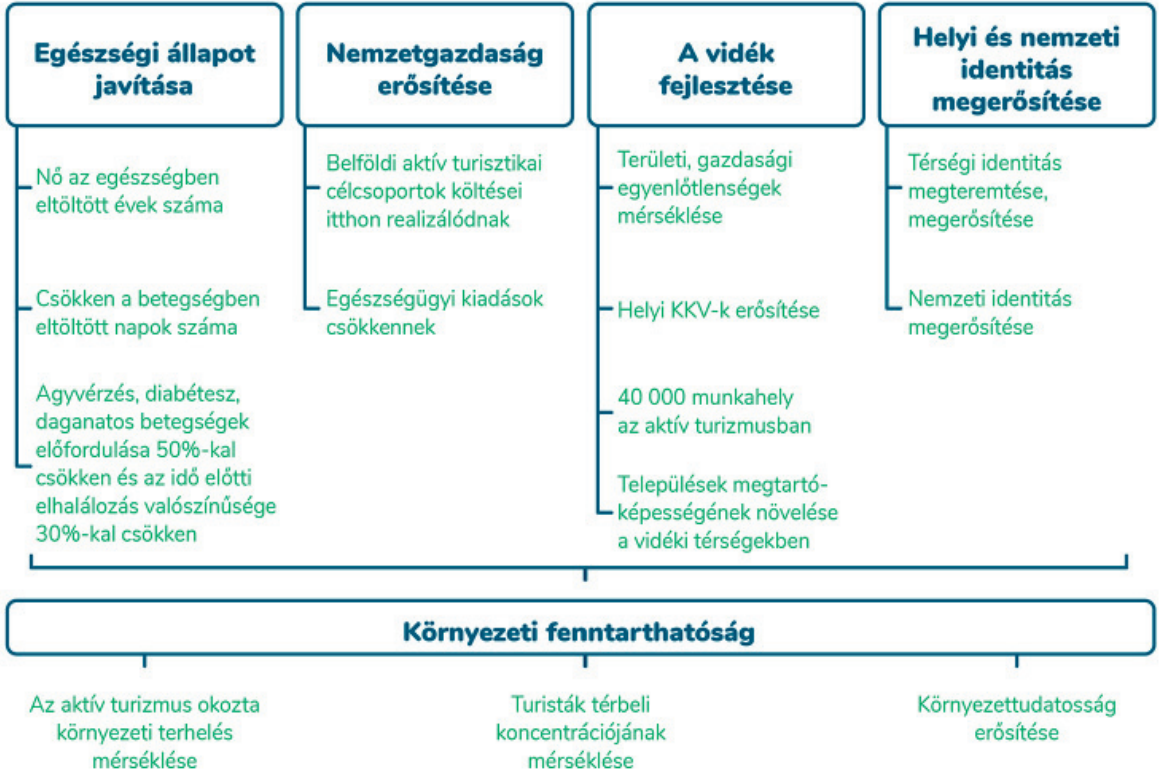
## V. Célkitűzések

Az aktív turizmus fejlesztésével öt horizontális célt tűztünk ki, melyek társadalmi, gazdasági és környezeti szempontokat vesznek figyelembe:

- Egészségi állapot javítása
- Nemzetgazdaság erősítése
- A vidék fejlesztése
- Helyi és nemzeti identitás megerősítése
- Környezeti fenntarthatóság

A környezeti fenntarthatóság az összes célban megjelenik külön-külön is.

Társadalmi, gazdasági és környezeti célok:

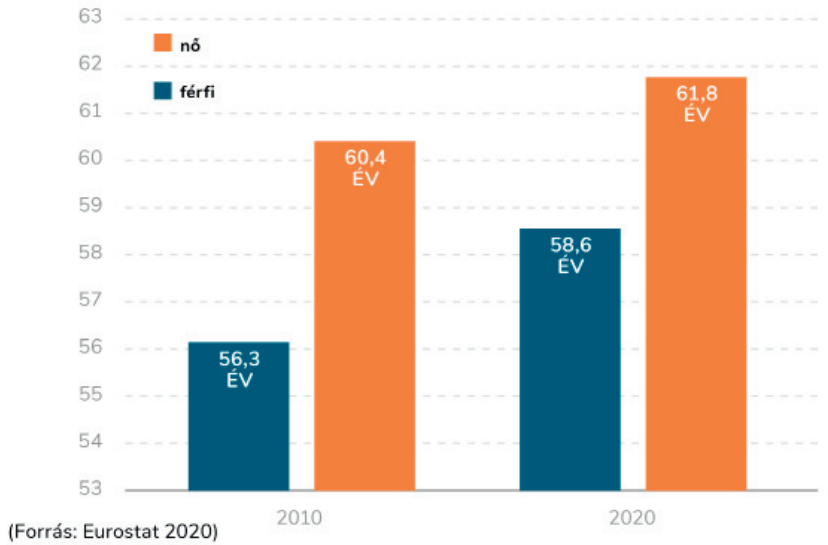


### 5.1. Egészségi állapot javítása

*5.1.1. Nő az egészségben eltöltött évek száma*

Az Eurostat rendszeresen méri az európai uniós országokban a lakosság egészségben eltöltött várható élettartamát. Az elmúlt 10 év adatai szerint Magyarországon az egészségben eltöltött évek száma folyamatosan nő, ezzel az eredménnyel olyan országokat előztünk meg, mint Dánia, Finnország, Ausztria, Észtország vagy Hollandia. Ezen adat további javítását a következő időszakban is célul tűzzük ki. 2030-ra mind az egészségben eltöltött évek, mind a várható élettartam tekintetében szeretnénk elérni a európai uniós átlagot.

Az egészségben eltöltött évek száma 2010-ben és 2020-ban nemek szerint Magyarországon:




(Forrás: Eurostat 2020)

Az általános és középiskolás korúakat célzó programok, valamint az oktatás által elérhetővé válik az aktív turizmus bázisának szélesítése és fiatalítása is. A fiatalabb korosztályok az erőteljesebb megszólítás hatására gyermekkoruktól kezdve odafigyelnek az egészségükre, amely az adatok további javulásához vezet.

*5.1.2. Csökken a betegségben eltöltött napok száma*

Cél, hogy a lakosság mindennapi életének szerves része legyen a természetben végzett rendszeres fizikai aktivitás, a lakosság 50%-a legalább havonta egyszer egy napot főtevékenységként aktív kikapcsolódással töltsön. Az aktív életmód, a gyakoribb testmozgás az immunrendszert is megerősíti, így a lakosság ellenállóbb lesz a fertőzésekkel szemben. Ennek hatására a betegségben eltöltött napok száma csökken, ami jót tesz a gazdaságnak is, növekszik a produktivitás, csökkennek az egészségügyi kiadások. A természetjárás és az aktív kikapcsolódás jótékony hatásainak köszönhetően növekszik a munkahelyi teljesítőképesség és csökken a stressz, ami a fizikai és mentális egészség megtartásához is hozzájárul.

*5.1.3. Az aktív turizmus hozzájárul ahhoz, hogy az agyvérzés, a diabétesz, a daganatos betegségek előfordulása és az idő előtti elhalálozás valószínűsége csökkenjen.*

Hazánkban a szív- és érrendszeri betegségek, valamint a daganatos megbetegedések évek óta a két fő vezető halálozási ok. A testmozgás és a természetben aktívan eltöltött idő hozzájárul mindkét betegség kialakulásának megelőzéséhez. Éppen ezért tűzzük ki célul azt is, hogy az aktív turizmus hozzájárulásával csökkentsük ezen betegségek előfordulását és az ilyen okból bekövetkező halálozások számát.

**5.2. Pozitív nemzetgazdasági hatások**

*5.2.1. Belföldi aktív turisztikai célcsoportok költései itthon realizálódnak*

Célunk, hogy hazai környezetben a hazai adottságokra építve aktív turisztikai élményeket teremtsünk, továbbá a lakosság aktív turisztikai kiadásai belföldön maradjanak, hozzájárulva a hazai vállalkozások és a gazdaság fejlődéséhez. A kínálat és a promóció célzott fejlesztésével minden célcsoport számára elérhetővé tesszük az egyes túratípusokat.

Az aktív turizmus által generált bevételek többsége jellemzően helyi egyéni, mikro-, kis- és középvállalkozásoknál, aktív turisztikai szolgáltatóknál marad. Ezek a vállalkozások részben helyi alapanyagokat, termékeket,

szolgáltatásokat használnak/forgalmaznak, amivel további másodlagos pozitív hatást is generálnak a helyi gazdaságban és a munkaerőpiacon. A hazai aktív turizmus növeli az idegenforgalom más turisztikai termékeinek (pl.: wellnessturizmus, városlátogatás) vonzerejét is, meghosszabbítja a tartózkodási időt, színesíti a turisztikai kínálatot és ezzel emeli a vendégköltést.

Az aktív turisztikai eszközök hazai előállítói, fejlesztői innovációikkal képesek magas hozzáadott értékű aktív turisztikai eszközök előállítására. A hazai aktív turisták eszközbeszerzései és -javításai pozitív hatással vannak a gazdaságra. Az egyre növekvő kereslet és a hazai gyártók támogatása dinamikusan növekvő innovatív hazai termelést is eredményezhet.

#### *5.2.2. Az egészségügyi kiadások csökkennek*

Az aktív turizmusban részt vevők számának növelésével az egészséges életmódot előtérbe helyező gondolkodás is egyre szélesebb körben elterjedtté válhat. A rendszeres mozgás és a természetben eltöltött idő csökkenti a fizikai és mentális betegségek kialakulásának kockázatát. A krónikus betegségek kezelése magas költséggel jár mind az állam, mind a lakosság számára, így, ha a megbetegedések száma csökken, az egészségügyi kiadások is csökkennek.

### 5.3. A vidék fejlesztése

#### *5.3.1. Területi, gazdasági egyenlőtlenségek mérséklése (Budapest-vidék, város-falu)*

Az aktív turizmus tevékenységei – néhány kivételtől eltekintve – a vidéki térségekben végezhetőek, távol a nagyvárosoktól, közel a természethez. A periférikus térségekben sok esetben az aktív turizmus az egyetlen lehetséges bevételi forrás. A túrázók költései így ezekben a térségekben realizálódhatnak, amennyiben megfelelőek a szolgáltatások. Célunk, hogy ezt a potenciált kihasználva fejlesszük a vidék gazdaságát, így fokozzuk annak népességmegtartó erejét. A megvalósuló infrastrukturális beruházások és szolgáltatásfejlesztések nyomán a látogató- és vendégéjszakák száma növekszik. Ez keresletet generál további helyi szolgáltatásokra, megélhetést biztosít új vidéki vállalkozásoknak, valamint munkahelyeket is teremt.

### *5.3.2. Helyi KKV-k erősítése*

Az aktív turizmus esetében a bevételek nagy százaléka a helyi és hazai KKV-knál realizálódik. Az aktív turizmus a kisebb szolgáltatókra épül, így a nagyobb, multinacionális társaságok kevésbé vannak jelen. Az eszközök (kerékpár, vitorlás) javítását általában helyben kell elvégezni, és a javításhoz szükséges alkatrészeket is helyi KKV-k szerzik be és értékesítik. A túrázók számára szolgáltatásokat nyújtó helyi vállalkozások az aktív turizmus fejlesztésével, nagyobb vendégforgalom generálásával erősíthetőek.

### *5.3.3. 40 000 munkahely az aktív turizmusban*

Hazánkban erős munkaerőhiány tapasztalható a turizmusszektorban, ami ennek ellenére körülbelül 400 000 dolgozónak biztosít megélhetést. Célunk, hogy ennek 10%-át az aktív turizmus adja. Sok olyan térség van hazánkban, ahol a helyi adottságok lehetővé teszik, hogy jól működő aktív turisztikai szolgáltatók jöjjenek létre, azonban a képzett munkaerő hiánya mindezt megakadályozza. Ám sok esetben ez az egyetlen kitörési lehetőség az aprófalvakban, amelyek nem rendelkeznek a gazdaság egyéb szegmenseiben (mezőgazdaság, ipar, szolgáltatások) tevékenykedő munkaadókkal. Az aktív turizmus megfelelő képzésekkel megélhetést biztosíthat a helyi munkaerő számára. A fejlesztések nyomán fellépő magasabb kereslet a munkavállalási szándékra is hatással van, amely segíti a betöltetlen munkahelyek feltöltődését.

### *5.3.4. Települések megtartóképességének növelése a vidéki térségekben*

Az aktív turizmusban tevékenykedő stabil vállalkozásoknak és az általuk generált munkahelyeknek, illetve bevételeknek köszönhetően a vidéki települések lakosságmegtartó képessége növelhető.

### 5.4. Helyi és nemzeti identitás megerősítése

#### *5.4.1. Térségi identitás megteremtése, megerősítése*

Egy térség akkor válik igazán vonzóvá az idelátogatók számára, ha értékeire a helyiek is büszkék. A fenti megállapítás fordítva is igaz: ha a látogatók megbecsülik, a helyiek is nagyobb értékként tekintenek környezetükre. Könnyebben kötődünk olyan helyhez, amire büszkék vagyunk, így létrehozható, megerősíthető a szűkebb térséghez fűződő identitás. A térségekben nem csupán természeti, de mesterséges attrakciók is vannak. A meglévő és új létesítmények fejlesztésénél a települési arculati kézikönyvek, településképi rendeletek által megfogalmazott iránymutatásokat figyelembe kell venni. A térségekre jellemző épített környezet is hozzájárul a helyi és térségi identitás kialakulásához.

#### *5.4.2. Nemzeti identitás megerősítése*

Nemzeti identitásunk alapját képezi az, hogy van olyan hely, amelyre büszkék vagyunk, ahol igazán otthon érezzük magunkat – nemcsak szűkebb lakhelyünkön, hanem bárhol Magyarországon. Hazánk tájait jobban megismerve erősebb érzelmi kötődés és öntudat alakul ki, amely büszkévé teszi az itt élő embereket. A nemzeti értékké nyilvánított Országos Kéktúra, a történelmi lovas múltunk és minden, az aktív turizmushoz is köthető nemzeti értékünk egyaránt hozzájárul a nemzeti identitás megerősítéséhez.

### 5.5. Környezeti fenntarthatóság

#### *5.5.1. Az aktív turizmus okozta környezeti terhelés mérséklése*

A Stratégiának egyik legfontosabb, kiemelt célja a környezeti fenntarthatóság. Az aktív turizmus fejlesztésével a környezetre kifejtett negatív hatásokat nem szabad tovább erősítenünk, különben elvész a vonzerőt biztosító természetes közeg. A fejlesztések előkészítése és megvalósítása, valamint a működtetés során az óvatosság és a megelőzés elve szerint, a terhelések minimalizálása mellett mindenhol, ahol lehet, törekedni kell a környezeti folyamatok pozitív irányba fordítására. Alapelv, hogy a fejlesztéseket a fenn-

tartható fejlődés és a környezetvédelem jegyében kell megvalósítani. Ügyelni kell a környezet és táj eltartó- és tűrőképességére, a táj terhelhetőségére, a természeti erőforrások védelmére. Már a tervezési fázisban be kell vonni a területileg illetékes nemzeti parki igazgatóságok mellett az erdőgazdaságokat (ha erdőterületen folyó beruházásról van szó), a vízügyi igazgatóságokat (ha vízparti fejlesztés valósul meg) és egyéb, releváns természetvédelmi és területkezeléssel, gazdálkodással foglalkozó szervezeteket, a megvalósulás helyszínétől függően. Összességében bármilyen volumenű aktív turisztikai fejlesztésről is legyen szó, a környezeti fenntarthatóságnak, a helyi ökoszisztéma megőrzésének az egyik leginkább kiemelt tervezési és kivitelezési szempontnak kell lennie. A turisztikai fejlesztésekkel párhuzamosan gondoskodni kell a természeti környezet állapotának folyamatos monitoringjáról, igény szerint védelmi intézkedéseiről.

### *5.5.2. Turisták térbeli koncentrációjának mérséklése*

A szelíd turizmus a környezet megóvására, a természeti, társadalmi és kulturális értékek megőrzésére törekszik. Egy-egy attrakciónál, kiemelt helyen a turisták koncentrációja jelentős terhet róhat a természeti környezetre. Az attrakciófejlesztéseknél éppen ezért cél, hogy a létrejövő elemek ne veszélyeztessék a környezet eltartóképességét, egyensúlyát. Célunk tehát a tömegturizmus elkerülése érdekében az attrakciók komplex hálózatba szervezése, hogy a turisták térbeli koncentrációja ne lépje át a természet eltartóképességének felső határát. A nagyobb turistakibocsátó helyszínek (főváros, megyeszékhelyeink) közvetlen környezetében megfelelő számú és jó minőségű, magas élményfaktorú aktív turisztikai lehetőségre van szükség. A hétvégi, egynapos túrák sok esetben ezeken a városkörnyéki zöld területeken valósulnak meg. Ha kevés a lehetőség, a turisták erőteljesebben koncentrálódnak, aminek a környezetkárosító hatása is erősebb. A távolabbi területek tömegközlekedési elérhetőségének javítása segít elosztani a túrázó közönséget a városkörnyéki zöld területekről, ezért a közösségi közlekedéssel való elérhetőség javítása szintén egy fontos cél. Célunk még, hogy a kijelöletlen parkolók korlátozásával, az attrakciókhoz vezető földutak sorompózásával elérjük, hogy az autóval érkezők ne hatoljanak be a természeti környezetbe, autójukat a kiépített belépési pontokon hagyva gyalogosan vagy kerékpárral járják az attrakciók közvetlen környezetét.

### *5.5.3. Környezettudatosság erősítése*

A turisták számának növekedésével párhuzamosan egyre több, a szabályokat nem ismerő vagy azokat be nem tartó látogató jelenik meg a természeti környezetben. Számukra nem evidens a természetjárás és a környezet védelmének kapcsolata. Környezeti-nevelési eszközökkel, tájékoztatással, kampányokkal és egyéb eszközökkel szükséges ezen elvek érvényesítése, különösen a legfrekventáltabb helyszínek, útvonalak térségében. A szemléletformálás ezek segítésére egy kiemelten fontos feladat az előttünk álló évtizedekben, melyet a jövőben a jelen Stratégia égisze alatt megvalósuló projektek nagyban képesek segíteni. A természetjárás „etikettjének" ismertetése mellett fel kell hívni a figyelmet a mindennapokba átültethető környezettudatosságra is. Ehhez kiváló helyszínt ad a természeti környezet, ahol a turista szembesül azzal, hogy milyen harmonikusan működik egy, az emberi tevékenységtől közel mentes terület. A belépőpontokon, az attrakcióknál fel kell hívni a figyelmet a biodiverzitás fontosságára, a klímaváltozással kapcsolatos témákra, a tudatos fogyasztásra és a környezettudatos életmód, az újrahasznosítás népszerűsítésére. Az általános és középiskolás korúakat célzó környezettudatos oktatás már gyermekkorban kiemeli a környezettudatos életmód előnyeit. A különböző szervezetek által végzett ilyen célú tevékenységek jelenleg is kiemelkedőek. A természetben végzett gyakori és rendszeres aktivitás hozzájárul a felnőtt lakosság környezettudatos gondolkodásának erősítéséhez is. Cél, hogy figyelemfelhívó kampányok és az oktatás segítségével tovább tudatosítsuk a lakosság elköteleződését a környezet tisztán tartása és a fenntarthatóság iránt. Azt szeretnénk, hogy a természetbe kivitt szemét ne maradjon a természetben, hanem a túrázók hazavigyék magukkal, ezért alapelvünk, hogy a természeti környezetbe nem szabad szemétlerakókat, kukákat kihelyezni.

# ABSTRACTS

**Chapter 1**
*Introduction: The Role and Significance of Active Tourism*
László Kulcsár, & László A. Bodrogai

Almost all academic researchers and policy experts dealing with tourism noticed decades ago that the tourism system, institutions, demands, and services were undergoing a transformation. New types of tourism emerged that differed from the traditional tourism offerings, which were based almost exclusively on hospitality. These include active tourism (in North America, but also often referred to as "adventure" tourism in Europe), which, of course, did not separate itself from earlier "traditional" forms of tourism, such as hospitality-based health tourism, rural tourism, or newer forms such as wellness tourism, but it operates with a completely different set of values. The aim of our book is primarily to formulate theoretical starting points for the analysis of active tourism and thus to assist actors who are confronted in practice with the environmental, social, and economic changes associated with active tourism.

**Chapter 2**
*The Conceptual Framework of Active Tourism*
Ádám Bauer

The chapter aims to examine the conceptual interpretations of active tourism in both international and Hungarian academic literature. While activities and motivations associated with active tourism first appeared in the international discourse in the late twentieth century, the concept gradually permeated Hungarian scholarship, leading to the first definitions in the early 2000s. Since then, diverse approaches have sought to clarify the scope of active tourism, its activities, and participant motivations. As demand has increased, the concept has become institutionalized in public administration, refined through policy documents, and standardized in practical development. Consequently, references to the "active tourism experience chain" or to tour products are now widely understood in a consistent manner among Hungarian experts. – Despite this, the product dimension of active tourism

has received relatively limited attention in academic publications. This chapter therefore also seeks to present the structure of active tourism products by outlining the experience chain. Active tourism can function both as the purpose of travel and as a means of experience creation. However, ensuring a continuous positive experience throughout a tour represents a complex, multi-actor task that cuts across tourism sectors and requires strong stakeholder cooperation to produce high-quality active tourism products.

**Chapter 3**
*The Environmental, Economic, and Social Impacts of Active Tourism*
Zsolt Ságı, László Kulcsár, & László A. Bodrogai

Active tourism is not independent of the environmental and ecological systems surrounding the sector, nor of the economic and social environment, which is also greatly influenced by the natural environment and historical processes. In many respects, the question arises as to how independent these subsystems are and how they influence each other. In this chapter, we place great emphasis on presenting these mutual influences. It is difficult to say which sphere is decisive in each case, as there are basically two approaches to answering this question. If we attempt to answer from a static point of view, we inevitably establish a hierarchy among the factors (environment – society – economy), but if we imagine the dynamic intertwining of these three factors as a process, we can see that the weight of the factors is variable, with different (apparent) equilibrium situations developing in different periods.

**Chapter 4**
The Integrative Role of Active Tourism
*4.1. Rural Tourism and Active Tourism*
László Kulcsár

The main purpose of this chapter is to describe the relationship between rural tourism and active tourism. This relationship is much more complex than can be ignored. For this reason, the relationship between active tourism and rural (village) tourism can only be understood based on a holistic approach. This means that we must focus on the connections between the two concepts and make it clear that the natural, regional, economic, and social causes and

consequences form a system whose characteristics significantly influence the relationship between the two phenomena under examination, rural tourism and active tourism. In the 19th and first half of the 20th centuries, rural tourism mainly meant rural hospitality, with elements of active tourism, but only tangentially, primarily through excursions and nature walks. In the second half of the 20th century, rural tourism experienced a renaissance in the 1990s and in the years following Hungary's accession to the European Union, becoming a central focus of rural development. Tourism can and does play a key role in rural development, especially in areas where rural tourism is closely linked to natural and cultural values. It goes beyond the narrow concept of "hospitality" and, depending on its characteristics, opens to active tourism. This opening will also have a positive impact on the rural regions' economies.

*4.2. Ecotourism*
László A. Bodrogai, & Balázs Witzl

This chapter compares the domestic and international interpretations of active and ecotourism since 1948, when the world's first nature conservation and tourism organization was established in Switzerland. It then discusses the attractions that unite the two destinations. In reviewing the conditions, it presents the attractions from the growing desire and reality of breaking away from modern mass tourism to the emergence of new second and third-generation tourism demands. In relation to the ecological footprint of tourism and active tourism, it summarizes that, measured in global hectares, the burden on the Earth has increased significantly over the past decade, and that, in the case of nature-based tourism types, there is a great responsibility in organizing and implementing travel in such a way that the ecological footprint is as small as possible. In reviewing the infrastructure, it notes that ecotourism needs are typically served by nature reserves and national parks in Europe and elsewhere. – The connection between ecotourism and active tourism, and the opportunities and importance of networking, are partly described in the most relevant objectives of the National Tourism Development Strategy 2030 – Tourism 2.0. Finally, the chapter concludes with a summary, conclusions, and recommendations, drawing attention once again to the opportunities inherent in education.

### *4.3. Health Tourism*
Zoltán Lantos

Health tourism is one of the fastest-growing sectors of the tourism industry, combining physical and mental well-being with preventive healthcare. It introduces key types – wellness, medical, and preventive tourism – and highlights a growing hybrid trend that integrates outdoor activities with professional recovery services. Health tourism brings substantial economic benefits, particularly for regions with natural resources like thermal waters or a favorable climate. It helps reduce seasonal fluctuations in tourism and promotes public health. New research shows that visitors on combined active-wellness trips spend about 40% more and stay longer than average tourists. – Technological innovations, especially telemedicine and wearable devices, enable personalized services before, during, and after travel. Digital solutions such as Health & Activity Pass systems further enhance engagement and loyalty. The best international practices demonstrate that integrated programs that combine physical activity with thermal and wellness services enhance both visitor satisfaction and local sustainability. – Sustainable development emphasizes green architecture, energy efficiency, and community engagement. Strategic planning and digital marketing are vital for success, supported by regional cooperation and standardized quality systems. – Policy recommendations include establishing EU-level certifications, fostering data integration, and incentivizing community-based, eco-conscious innovations to ensure future competitiveness and resilience.

### *4.4. Cultural Tourism*
Tamara Rátz

Active and cultural tourism are closely linked, as both tourist products focus on discovering local values and authentic experiences. Thematic routes, such as pilgrimage paths or historical trails, offer both physical challenges and cultural dimensions, supporting sustainable, "slow" tourism. International and Hungarian examples like the Camino de Santiago, the Kumano Kodo, or the National Blue Trail show how physical activity and heritage exploration can be combined. Castle and fortress tourism, as well as cycling and hiking routes, further strengthen this synergy and contribute to boosting local

economies. Events, festivals, and the cultural elements of water-based and equestrian tourism also broaden the range of experiences. A unique form of integration is land art, which blends physical activity with aesthetic experience through artworks created in natural landscapes. These dynamic, site-specific installations create new narratives and encourage visitors to return.

*4.5. Pilgrimage Tourism*
Zsóka Abelovszky

Pilgrimage tourism is a complex sector positioned at the intersection of religious, cultural, and active tourism. Its roots lie in sacred heritage, while it simultaneously responds to contemporary needs for spiritual renewal, self-discovery, and physical activity. Consequently, it attracts a diverse audience, ranging from devout believers to cultural tourists and adventure seekers. In Hungary, the pilgrimage network is primarily managed by non-profit organizations; however, challenges remain in terms of standardized routes, accommodation capacities, and visitor management. Internationally, the Camino de Santiago exemplifies the transformative power of pilgrimage routes, serving as both spiritual and economic drivers. The Hungarian case underscores the importance of unified strategies, enhanced infrastructure, and effective coordination in integrating religious heritage into sustainable tourism development.

**Chapter 5**
Types of Active Tourism
*5.1. Hiking*
Máté Pál, & Péter Argalász

This study examines the historical evolution, contemporary characteristics, and emerging challenges of active hiking tourism in Hungary. Drawing on the long tradition of organized nature walking culture, Hungarian hiking developed from early high-mountain explorations in the Carpathians to a nationwide recreational practice supported by a dense network of associations and infrastructural investments. The research outlines how social, political, and economic transformations shaped hiking motives, organizational structures, and the creation of tourist facilities, including trails, shelters,

lookout towers, forest railways, and visitor centers. Today, hiking is one of the most widespread forms of active recreation, supported by digital navigation tools and expanding thematic routes such as the national Blue Trail system. At the same time, rising visitor numbers put pressure on protected landscapes, including erosion, habitat disturbance, and infrastructure strain. Climate change further amplifies these impacts through extreme weather and ecological vulnerability. The study highlights the need for integrated visitor management, sustainable infrastructure development, and stronger environmental awareness among hikers to ensure long-term preservation of natural values. By analyzing attractions, services, and management practices, the chapter provides a comprehensive overview of how hiking tourism can balance recreation, heritage protection, and sustainability in Hungary's diverse natural landscapes.

### *5.2. Cycling Tourism*

Miklós Berencsi, Attila Glász, & László A. Bodrogai

The popularity of cycling, primarily recreational cycling, is growing worldwide. This is due, on the one hand, to the development of infrastructure, and on the other hand, to the increasing emphasis on healthy lifestyles, physical activity, as well as concerns for sustainability and climate protection. – With the increasing number of cyclists, more service providers have emerged to cater to their needs, and the sector's revenue continues to grow year after year. The importance of cycling tourism is evident in estimations that it generates at least EUR 44 billion annually in Europe. Even in one of the most significant markets, Germany, cycling tourists spend EUR 22–25 billion per year. – Cycling tourism makes a significant contribution to achieving climate protection goals, particularly when combined with public transportation. In Hungary, due to climate change, even early spring and late autumn have become part of the cycling season, which helps mitigate the seasonal impacts, even in highly frequented areas like Lake Balaton. The health benefits are also considerable: physical activity enables a healthier lifestyle at the individual level, supporting both physical and mental well-being. On a societal level, it is beneficial because healthier people require less from the healthcare system, not to mention the community-building and awareness-raising effects.

*5.3. Equestrian Tourism*
Csilla Obádovics, & László Kulcsár

Equestrian tourism plays an important role in Hungary, as it is one of the attractions of Hungarian tourism and an important element in its growth potential. In most European countries, horse riding in natural surroundings is almost impossible due to closed private areas and private roads. In Hungary, horse riding is permitted in many places in the most beautiful landscapes and forests. – The development of equestrian tourism could be an important breakthrough for the countryside. The services associated with equestrian trails provide numerous jobs. However, it is essential to have equestrian associations that are suitable for organizing equestrian tours and providing accommodation services, as well as knowledge and mapping of the number and quality of the main players, the horses. – Horseback riding is a beautiful, enjoyable, and healthy way to spend your free time. In this study, we sought to present the diversity of horseback riding and, through this, to illustrate the wide range of social groups that can benefit from this type of active recreation. The diversity of needs presented, the services necessary to complement horseback riding (meals, accommodation, feeding), and other services that can be easily linked to it (wellness, gastronomy, cultural programs, etc.) offer significant tourism potential through the development of the equestrian sector.

*5.4. Water-Based Tourism*
Balázs Witzl

Water tourism is a vital sector within active tourism. Like other branches, it has experienced significant growth over the past decade. When paired with today's heightened sustainability awareness, water tourism emerges as an exceptionally environmentally friendly form of recreation. In Hungary – reflecting international trends – water tourism routes are continually expanding to meet rising demand. As a result, Hungary now boasts over 3,000 kilometers of natural river sections suitable for water tourism. Together with the country's standing waters, this creates a unique array of opportunities with international appeal. – Much like other types of active tourism, water tourism involves physical activity and the integration of various tourist

services and attractions. With effective collaboration and organization, these elements can be packaged together to offer appealing deals for travelers. Water tourism provides a unique opportunity for individuals seeking to enjoy their leisure time in pristine natural settings, granting direct access to undisturbed water habitats.

**Chapter 6**
*Communication in the Field of Active Tourism*
Róbert Richard Kiss

The chapter presents an overview of the communication system of active tourism in Hungary, outlining the coordinated roles of governmental, institutional, municipal, and civil actors. It introduces the strategic framework defined by NATS 2030, the regulatory functions of the National Media and Infocommunications Authority (NMHH) and the National Communication Office, and the integrative and supportive tasks of the State Secretariat for Active Hungary and the Active Hungary Development Centre (AMFK), including the creation of unified databases, sub-brands, and visual toolkits. The local dimension is reflected in municipal publications, events, collaborations, and thematic regional programs. Institutional communication is represented through the activities of the Hungarian Tourism Agency and nature-related organizations. The chapter also reviews thematic radio and television programs, highlighting the importance of experience-based presentation. A separate section analyses key social media platforms, presenting the relevance of YouTube, Facebook, Instagram, and TikTok, and discusses the role of the Digital Wanderer and Active Adventurer applications in motivating younger audiences. The conclusion emphasizes that the chapter does not aim to map the entire communication landscape; rather, it seeks to inspire further research while demonstrating that the rising popularity of active tourism is supported by multi-channel, experience-driven, and well-coordinated communication practices.

**Chapter 7**
**Case Studies**
*7.1. The Birth of a New Cycling Destination*
Attila Deák

In the northeastern corner of Hungary, a new cycling destination is emerging: the Upper Tisza Region. The area is characterized by its strong connection to nature, a high concentration of cultural and historical monuments, and the continued presence of regional artistic, architectural, visual, folk-art, and gastronomic traditions. Together, these elements form a highly authentic and distinctive tourism offering. In addition, the hundreds of kilometers of paved embankments along the rivers, combined with rural cycling routes linking the settlements, provide the Upper Tisza Region with considerable potential for active tourism. The region's outstanding natural and heritage-based assets constitute its core tourism products and offer a solid foundation for the development of unique tourism experiences. – In recent years, the region has become one of the most prominent cycling areas of the Great Hungarian Plain. This transformation has been driven by concentrated, synergistic, and systematic development efforts, built on broad partnerships and aligned with the specific characteristics of the landscape. The success of these efforts is demonstrated by the fact that the Beregi Circle was awarded the "Cycle Path of the Year" in 2024. This case study presents the process of developing the cycling tour network of the Upper Tisza Region and Nyírség, along with the key cycling-friendly developments implemented across the region.

*7.2. Cycling Tours Around Lake Balaton – BalatonBike365*
László Szilasi, & László A. Bodrogai

Lake Balaton is the second most popular tourist destination in Hungary and the number one cycling destination. For decades, there has been ongoing development of cycling infrastructure around the lake, and more service providers have recognized the importance of catering to bikers' needs. The aim of the development project no. GINOP-7.1.9-17 – 2018 –00012 was to create an extensive touristic service structure, nowadays known as Balaton Bike 365. During the complex development, it was especially important to include among the opportunities areas that were not previously acknowl-

edged by cyclists, e.g., the Kis-Balaton region [Smaller Balaton], the Balaton Uplands, and Somogy County (south of the Lake). These areas are now an integral part of BalatonBike365's year-round offers, as they provide an almost 1,000 km-long, uninterrupted pathway marked with signs. – Along with the infrastructural developments, BB365 also provides high-quality services, including bike tours, online maps, and one of the largest bike rentals in the country (in cooperation with Balaton Bike Tour). As one of the region's determining forces, BB365 is committed to popularizing and continuously developing biker culture.

### *7.3. International Good Practices in Active and Adventure Tourism: Lessons from New Zealand and Slovenia*

Miklós Berencsi

This chapter reviews international good practices in active and adventure tourism through two leading destinations – New Zealand and Slovenia – with a focus on how growth can be managed without degrading natural assets or residents' quality of life. In New Zealand, where tourism is a major economic sector, sustainability is embedded in national strategy, emphasizing seasonality management and visitor control. A flagship example is the Great Walks network of premium multi-day trails, operated by the Department of Conservation through mandatory booking, quotas linked to ecological carrying capacity, designated overnight infrastructure, and ranger enforcement, with user fees reinvested in maintenance and development. New Zealand also strengthens responsible visitor behavior through the Tiaki Promise campaign and supports service quality via the Qualmark sustainability certification. Slovenia, a small but highly competitive outdoor destination, combines high-quality infrastructure with a strategy positioning the country as a "green boutique" destination that prioritizes authentic, higher-value, nature-friendly tourism. Practical visitor-management measures include permit-based regulation of rafting on the Soča River (ticketing, monitoring, qualified guides, enforcement) and traffic reduction policies in overtourism hotspots such as Bohinj, paired with public transport improvements and destination cards to shift mobility away from private cars. Together, the cases illustrate transferable tools that align economic benefits with environmental and social sustainability.

**Chapter 8**
*Active Tourism Strategy 2030*

The chapter presents excerpts from Hungary's Active Tourism Strategy, compiled from the document titled National Active Tourism Strategy 2030. These excerpts align well with the book's concept, as they highlight the socio-economic benefits of active tourism and its integrative role with other tourism sectors.

## A KÖTET SZERZŐI / AUTHORS

### Abelovszky Zsóka / Zsóka Abelovszky

Az aktív turizmus területén kilenc éve tevékenykedik, turisztikai szakértőként pedig öt éve dolgozik az Aktív Magyarország Fejlesztési Központban. 2023-ban végezte el a Budapesti Corvinus Egyetem Turisztikai Fejlesztési Menedzser posztgraduális képzését. Munkája során hazai aktív turisztikai fejlesztések koordinálásában vett részt, szakértőként közreműködött térségi aktív turisztikai stratégiák kidolgozásában. A TOP PLUSZ 6.1.4. – „Aktív turizmus fejlesztése" című uniós pályázatban turisztikai szakértőként dolgozik. Emellett több hazai egyetemen is közreműködik az aktív turizmus tantárgy oktatásában. 2010 és 2015 között a Magyar Katolikus Rádió szerkesztő-riportereként turisztikai műsorokat szerkesztett és vezetett. 2019-ben több túraajánló cikket írt a *Turista Magazin*ba.

abelovszky.zsoka@amfk.hu

### Argalász Péter / Péter Argalász

A Magyar Természetjáró Szövetség (MTSZ) szakági munkatársa, a turistaút-hálózat területi felelőse, végzettségét tekintve agrármérnök; szervezett természetjáróként megszerzett képesítései: bronzjelvényes gyalogos és kerékpáros túravezető, útjelzővezető. 2017 és 2020 között, négy éven keresztül az MTSZ projektirodáján EU-s finanszírozású, aktív turisztikai hálózatok infrastruktúra-fejlesztési pályázatainak koordinálásában vett részt. Jelenleg a turistaút-hálózat fenntartási és módosítási feladatait, illetve a most futó aktív turisztikai pályázatok szakmai támogatását látja el. Munkaidejében és szabadidejében is részt vesz a turistautak jelzésfestési munkálataiban.

argalasz.peter@termeszetjaro.hu

### Bauer Ádám / Ádám Bauer

Tanulmányait az Eötvös Loránd Tudományegyetemen és a Budapesti Corvinus Egyetemen végezte, ahol geográfus és közgazdász diplomákat szerzett. Szakterülete a terület- és településfejlesztés, kiemelt figyelmet fordít a fenntarthatóságra, a hosszú távú tervezésre. Az egyetem elvégzését köve-

tően szakpolitikai dokumentumok összeállításával foglalkozott a Magyar Urbanisztikai Társaság és a Budapesti Corvinus Egyetem projektjeiben. 2021 óta dolgozik az Aktív Magyarország Fejlesztési Központban (korábbi nevén Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ). Részt vett a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030, a Nemzeti Kerékpáros Stratégia és a Nemzeti Víziturisztikai Stratégia összeállításában, valamint a szervezet által készített, a kormány által elfogadott nyolc térségi aktív turisztikai stratégia összeállításában és társadalmasításában. Jelenleg az Aktív Magyarország csapatán belül a turizmus szakmai csoport vezetőjeként dolgozik.

bauer.adam@aofk.hu

### Berencsi Miklós / Miklós Berencsi

A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemen végzett építőmérnökként, a Budapesti Corvinus Egyetemen mérnök-közgazdász, majd a Floridai Egyetemen (University of Florida, Gainesville, FL) közlekedésmérnöki diplomát szerzett. Több mint 20 éve dolgozik a hazai közigazgatásban különböző területeken és szinteken, beleértve az úthálózat fejlesztését, az útüzemeltetést és -fenntartást, a belvízi hajózást, valamint a fenntartható közlekedést. 2013 óta kizárólag kerékpáros témákkal foglalkozik. 2016 és 2019 között vezette az Innovációs és Technológiai Minisztériumban létrehozott Kerékpáros Koordinációs Főosztályt. 2015-ben Írországban, a Közlekedési, Turisztikai és Sportminisztériumban dolgozott ösztöndíjasként kerékpáros és fenntartható közlekedési területen. 2019-ben csatlakozott az Aktív Magyarország Fejlesztési Központhoz. Rendszeresen ad elő hazai és nemzetközi konferenciákon, egyetemeken.

berencsi.miklos@amfk.hu

### Dr. Bodrogai László Anzelm / Dr. László A. Bodrogai

Dr. Bodrogai László Anzelm 1991–1996 között a Pannon Agrártudományi Egyetemre járt, ahol agrármérnökként végzett. 1996–2000 között a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetemen Vállalatgazdaságtan szakon folytatta tanulmányait. 2014–2019 között PhD-tanulmányait a Kaposvári Egyetemen végezte. Szakmai tapasztalatait az államigazgatásban és a gazdaságban szerezte. Vezető beosztásban dolgozott többek között a Magyar

Turizmus Zrt.-nél, az Eszterháza Kulturális, Kutató- és Fesztiválközpontban. A Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség alapító tagja, és jelenleg az alelnöke. 2023-tól a Kodolányi János Egyetem Aktív- és Ökoturisztikai Kutatóintézetét vezeti.

bodrogai.laszlo@kodolanyi.hu

### Deák Attila / Attila Deák

Több mint tizenöt éve foglalkozik a felső-Tisza-vidéki örökség és aktív turizmus fejlesztésével, népszerűsítésével. Nevéhez fűződik a Középkori templomok útja tematikus útvonal létrehozása és fejlesztése, amely 2017-ben elnyerte Magyarország legjobb kulturális úticélja címet, valamint a felső-Tisza-vidéki kerékpáros túrahálózat kialakítása és a régió kerékpárosbarát fejlesztése, melynek egyik legfontosabb állomása volt, amikor a Beregi kör az Év kerékpárútja büszke címet elnyerte 2024-ben. Munkáját 2021-ben Aktív Magyarország díjban részesítették. Jelenleg a Tiszántúli Református Egyházkerület fejlesztési csoportvezetője, a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség elnökségi tagja és a Középkori Templomok Útja Egyesület elnöke.

deakattila83@gmail.com

### Glász Attila / Attila Glász

Közlekedésmérnök, közlekedési gazdasági szakmérnök, a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség munkatársa. Jelenleg térségi szintű, aktív turisztikai projektekben a kerékpáros túraútvonalak hálózatának fejlesztésében vesz részt. Karrierre során korábban főként a hazai kerékpáros infrastruktúra fejlesztésének és a kerékpárutak kezelésének országos szintű koordinációját végezte. Nemzetközi tapasztalatokat a turizmus területén Dél-Tirolban, a Bolzanoi Szabadegyetem kutatócentrumának kutatójaként szerzett.

attila.glasz@gmail.com
https://www.linkedin.com/in/attila-glasz/

### Dr. Kiss Róbert Richard / Dr. Róbert Richard Kiss

Turisztikai kommunikációs szakember, újságíró, a Kodolányi János Egyetem Újmédia és Kreatívipari Karának dékánja. Évtizedek óta kutatja és formálja

a hazai turizmus kommunikációját, közreműködött számos település turisztikai koncepciójának kialakításában. Jelentős turisztikai tanulmányok és könyvek szerzője, többek között a *Filmturizmus a Kárpát-medencében*, az *Így látják a magyarokat a világban*, *A világ legszebb szállodái*, a *TOP 50 magyar hotel* című kötetek fűződnek a nevéhez. Rangos hazai turisztikai konferenciák rendszeres előadója aktív turizmus témában, valamint a Kodolányi János Egyetemen, a Budapesti Corvinus Egyetemen, az Eötvös Loránd Tudományegyetemen, a Szegedi Tudományegyetemen és a Tokaj-Hegyalja Egyetemen oktatja a turisztikai kommunikáció és országimázs témakört. Számos rangos szakmai elismeréssel rendelkezik, a Prima Primissima-, a Pro Europa-, a Berzsenyi- és a Zlatna Penkala-díj birtokosa. Médiaszakértőként a turizmus trendjeinek bemutatásával és népszerűsítésével járul hozzá a hazai aktív és kulturális turizmus fejlődéséhez.

kiss.robert.richard@kodolanyi.hu

### Prof. Dr. Kulcsár László / Prof. Dr. László Kulcsár

Jogász, szociológus, az MTA VEAB korábbi Társadalomtudományi alelnöke. 1970–1986 között a Tömegkommunikációs Kutatóközpont osztályvezető-helyettese, majd a Gödöllői Egyetem tanszék- és intézetigazgatója. 1993 és 2007 között, megszakításokkal, az amerikai Cornell University (Ithaca, NY) és a Wyoming State University (Laramie, WY) vendégkutatója. A Soproni Egyetem Közgazdaságtudományi Karának professor emeritusa. Jelenleg professor emeritusként a Kodolányi János Egyetem Alkalmazott Kutatási és Innovációs Központjának igazgatója. A következő folyóiratok szerkesztőbizottságának tagja: *Appalachian Studies, Területi Statisztika, Autonómia & Társadalom, Gazdaság & Társadalom*. Tudományos kutatási területe a vidékfejlesztés és a turizmus szociológiája. Tudományos publikációinak listája elérhető a következő linken: https://m2.mtmt.hu/gui2/?type=authors&mode=browse&sel=authors10002214.

kulcsar.laszlo@kodolanyi.hu

Dr. Lantos Zoltán / Dr. Zoltán Lantos

Egyetemi docens, az Egészségtámogatási Módszertani Tanszék alapító tanszékvezetője a Semmelweis Egyetem Egészségtudományi Karán. Többek között digitális egészség néven tart két féléves kurzust a kar angol nyelvű Egészségügyi szervező alapképzésének Egészségturizmus-szervező specializációján. – Emellett Írország Egészségügyi Minisztériumában a myHealth@myHands nevű kiemelt európai uniós projektet vezeti, amelynek célja, hogy 2029-ben minden európai polgár bárhonnan és bármikor hozzáférjen saját egészségadataihoz.

lantos.zoltan@semmelweis.hu
https://www.linkedin.com/in/zoltan-dr-lantos-a823579/

Prof. Dr. Obádovics Csilla / Prof. Dr. Csilla Obádovics

Egyetemi tanár, doktori iskola vezetője a Soproni Egyetem Közgazdaságtudományi Karán. 2025-januárjától a Kodolányi János Egyetem professzora és rektora. 1988-ban végzett mint üzemszervező agármérnök a Gödöllői Agrártudományi Egyetemen. 1994-ben védte meg egyetemi doktori, majd 2004-ben PhD doktori fokozatát. 2010-ben matematikus és programtervezői informatikusi végzettséget kapott az egri Eszterházy Károly Tanárképző Főiskolán. 2015 és 2022 között soproni egyetemi beosztásai mellett a KSH Népességtudományi Kutatóintézetének a tudományos főmunkatársa. 2021–2023 között az OKFŐ statisztikai tanácsadója. Kutatási területe a többváltozós statisztikai módszerek alkalmazása a területi elemzésben. Tudományos publikációi elérhetők az alábbi linken: https://m2.mtmt.hu/gui2/?type=authors&mode=browse&sel=authors10001841.

obadovics.csilla@kodolányi.hu
obadovics.csilla@uni-sopron.hu

Pál Máté / Máté Pál

A Magyar Természetjáró Szövetség szakmai projektmenedzsere, túravezető és utazásszervező. Geográfus alapszakos végzettségét a Szegedi Tudományegyetemen szerezte turizmus szakirányon. Egyetemi szakdolgozatát a Borneó szigetét érintő ökoturizmus jelentőségéről és szerepéről írta 2013-ban. Ta-

nulmányait a veszprémi Pannon Egyetem fenntartható fejlődési szakember posztgraduális képzésén folytatta, ahol szakdolgozatában 2023-ban a fenntartható turizmus tendenciáit és a hazai utazási szokások változásait vizsgálta egy magyarországi utazási iroda vonatkozásában. Utazásszervezési és civil szervezeti munkájában is kiemelten foglalkozik a fenntartható turizmus gyakorlati megvalósításának lehetőségeivel.

pal.mate@termeszetjaro.hu

### Dr. Rátz Tamara / Dr. Tamara Rátz

Dr. Rátz Tamara turizmuskutató, főiskolai tanár, a Kodolányi János Egyetem Turizmus Tanszékének vezetője, és 2024 óta az intézmény nemzetközi igazgatója. PhD-fokozatát a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetemen szerezte 2000-ben, disszertációjában a turizmus társadalmi-kulturális hatásait vizsgálta. Jelentős nemzetközi oktatási tapasztalattal rendelkezik, többek között vendégprofesszorként dolgozott a finnországi HAMK Alkalmazott Tudományok Egyetemén (1995–2011), a kazahsztáni Kazpotrebsoyuz Karagandai Közgazdasági Egyetemen (2011–2014) és a Bolognai Egyetemen (2017–2018) Olaszországban. Több mint 260 publikáció szerzője vagy társszerzője, köztük 12 könyvé. Aktuális kutatási érdeklődése az idegenvezetőknek mint kulturális mediátoroknak a szerepére, a szervezett utazások jövőjére és a turizmus felelősségteljes fejlesztésére irányul.

### Dr. Sági Zsolt / Dr. Zsolt Sági

A Janus Pannonius Tudományegyetem Természettudományi Karán történelem-földrajz szakon végzett 1995-ben. PhD-fokozatát a JPTE-en 2000-ben szerezte gazdaságföldrajzból. Szakmai pályáját az MTA Földrajztudományi Kutatóintézeténél kezdte 1998-ban. 2000-től az államigazgatásban dolgozott az európai uniós támogatások területén, elsősorban az oktatási, emberi erőforrás fejlesztési területen különböző minisztériumoknál és háttérintézményekben vezető beosztásokban. A közigazgatási szektor után az üzleti tanácsadói szektorban dolgozik európai uniós területen, főként az emberi erőforrások és környezet- és energetikai, fenntarthatósági ágazatokban.

A Kodolányi János Egyetemen 2023-tól oktat és a Klímavédelmi és Fenntarthatósági Kutató Intézet helyettes vezetője.

sagi.zsolt@kodolanyi.hu

### Witzl Balázs / Balázs Witzl

Witzl Balázs végzettségeit az Eötvös Loránd Tudományegyetemen szerezte, ahol jelenleg is PhD-hallgató. Civil munkájában, hobbijában egy- vagy többnapos városlátogatásokat, csillagtúrákat tervez, tesztel, melyekben az éjszakai túrázás és azt követő rekreáció kiemelt szereppel bír. Részt vesz urbex és geocaching helyek felkeresésében, és azok turisztikai látványosságokkal való összekötésében.

wbj001@gmail.com

Minden jog fenntartva, beleértve a sokszorosítás, a nyilvános előadás, a rádió- és televízióadás, valamint a fordítás jogát, az egyes fejezeteket illetően is!

Kiadó
Kodolányi University Press
a MediaCom Kiadó közreműködésével

Szerkesztőségi központ
Kodolányi János Egyetem, Újmédia és Kreatívipari Kar
1117 Budapest, Prielle Kornélia utca 47–49.

Felelős kiadó
Bodrogai László Anzelm és Szörényi Péter

Olvasószerkesztő
Hajnal Jenő
Könyvterv és tipográfia
Basiliscus KMM
Budapest, 2025

Készült az EPDB Nyomtatási Központ Zrt.-ben
Felelős vezető Gellér Ágoston József vezérigazgató
Telefon: 1/371-4630
E-mail: konyvgyartas@epdb.hu
www.epdb.hu

ISBN 978-615-6967-06-0 (Nyomtatott formátum)
ISBN 978-615-6967-07-7 (PDF-formátum, online)

Aktív Magyarország Fejlesztési Központ Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság által támogatott AOFK_T/0562/2024. számú Támogatói Okirat

Az *Aktív turizmus – Elméleti és módszertani kézikönyv* című kiadvány olyan, a tudományos kutatások eredményeit és a módszertani megoldásokat, valamint a gyakorlati ismereteket és a sikeres projektek bemutatását együttesen tartalmazó munka, amely a turizmus szakirodalmán belül is újdonságnak számít. A könyv jó példa arra, hogyan alapozhatja meg, és támogathatja a kutatás a szakpolitikai tervezést és értékelést.

A könyv koncepciójának középpontjában az az új megközelítés áll, amely az aktív turizmus integráló szerepét tekinti a tudományos elemzés alapvető tényezőjének. Ebből a nézőpontból tárgyalja egyrészt a területi diverzitás, a változó természeti, gazdasági és társadalmi környezet szerepét, másrészt az aktív turizmus egyes típusait, valamint más turizmuságazatok kapcsolódási pontjait, lehetőségeit. A könyv több ajánlást is tartalmaz a szakpolitikai elemzők számára.

A szerkesztők

KODOLÁNYI UNIVERSITY PRESS

ISBN 978-615-6967-06-0