

Hogyan rakjuk újra össze a turizmus Rubik-kockáját?

Egy lehetséges forgatókönyv az újturizmus világához a Duna-menti régióban...

Bécs, 2020 november 30. (Kovács Balázs / GD Consulting). A Duna-menti magyar fővárosban született **Rubik Ernő** által közel fél évszázada megalkotott **bűvös kocka**, sokkal több, mint egy játék. Mára elmondhatjuk, hogy világjelenségről van szó, az egyetemes kultúránk része, több mint egymilliárd darabot értékesítettek belőle, s még ennél is többen tartották kezükbe, illetve forgatják manapság is. A Rubik-kocka a **lehetetlen problémák megoldásának közismert jelképe** – olvasható Rubik Ernő a frissen megjelent a *Mi kockánk* című könyvében. E könyvből megtudhatjuk, hogy a kocka, bár 3*3 elemből áll, mégis több mint 43 trillió (43 és 18 db nullával leírható szám) változatban rakható ki, ugyanis ennyi pozíciója van egy kockának. A kocka három szóban: kimeríthetetlen lehetőségek tárháza. A **három maga is bűvös szám**, sokak szerint a test a lélek és a szellem megtestesítője. Ahogy mi magyarok mondjuk: három a magyar igazság. Omne trium perfektum – tökéletes minden, ami hármas – tartja a latin mondás. A szűkebb környezetünkre fordítva a kocka ráadásul 27 elemből áll, pontosan ahány tagja van az EU-nak. (Bár ebből a középső elem nem látható, de fontos fordítókorong szerepe van a „rendszer” működtetésében, mozgásban tartásában.) Az analógia természetesen hosszan folytatható, attól függően, hogy milyen narratívát teszünk mellé. Éppen ezért szerethető is a kocka, mert sokaknak megvan a **saját személyes története, élménye vele kapcsolatban**, illetve segítségével sok minden elmesélhetünk, bemutathatunk, megérthetővé teszünk.

Hogyan jön mindez ide egy turisztikai témájú blogba, amely főleg az osztrák-magyar turisztikai kapcsolatok és az újturizmus világával foglalkozik? – tehetjük fel a kérdést. Egyrészt találónak érzem a párhuzamot, hogy a **Rubik-kockához hasonlóan a turizmus is világjelenség**. Mindannyiunknak megvan a személyes története, élménye a turizmussal, az utazásainkkal kapcsolatban. A turizmus is több mint játék és szórakozás, a mindennapi életünk részévé vált, a 21. század emberének lételeme a helyváltoztatás, utazás.

Ugyanakkor az **egyensúly megbomlott**: a közelmúltban egyre több problémával szembesülhettünk, amit az overtourism, környezetszennyezés, kizsákmányolás, a helyben lakók elégedetlenségének fogalmával írhatunk le leginkább. Mintha egy láthatatlan kéz összekuszálta volna a világ turizmusának Rubik-kockáját. Mi pedig elkeseredett kisgyerekként ülünk most felette, s megpróbáljuk kitenni a számunkra már ismert pozíciót. Megtalálni az 1-et a 43 trillió lehetőségéből. Melyik a turizmusban érdekeltnek számára a legoptimálisabb megoldás? Erre keressük a turizmusban már régóta a választ. Hiszünk abban, hogy többfajta jó válasz és megoldás létezik. A nyitóképen látható pozíció is egyfajta megoldási variáció. Variáció közép-európai módra, amely az európai keretek között a régiós együttműködések hangsúlyozza. Magyar érdekek mentén, de nagyhatalmi státuszban – ahogy **Andrássy Gyula gróf** fogalmazta meg még a monarchia külügyminisztereként az összefogásban lévő lehetőségeket.

A korona-válság okozta leállás most adott időt a tűnődésre, hogy a legjobb megoldásokat megtaláljuk az újrakezdéshez. Itt az idő, hogy magunk mögött hagyjuk a rossz szokásainkat, s csak azt vigyünk magunkkal a posztkorona világba, amit jónak tartunk, s amely által remélhetőleg egy jobb és igazságosabb, fenntarthatóbb, környezetbarát jövőt építhetünk – s a jelzőket még hosszan sorolhatnánk.

A [GD Consulting](#) e blogsorozatában az elmúlt évben magam is számos cikket, bejegyzés írtam, amely a koronavírus okozta válságból való kilábalás lehetséges foratókönyveit mutatta be. Hiszünk abban, hogy az emberi elme képes megtalálni a kiutat a bonyolult problémákból, s rájövünk a rejtély kulcsára, megtaláljuk egy boldogabb világhoz vezető kulcsot. A kreatív magyar elmékre mindig lehet alapozni. A boldogság-központú turizmus-menedzsment alapjait ráadásul már régen lerakták, csak nem igazán építettünk ezekre az alapokra. Bizakodásra ad okot, hogy Ausztria és Magyarország egyaránt rendelkezik egy-egy életminőség-központú turizmus-fejlesztési stratégiával, amelynek végrehajtására most a korábbiaknál nagyobb motiváció és eltökéltség látszik. Erről [ITT](#) írtunk korábban. Ideje egy-két csavart venni a kockán, hogy az egyes oldalakon szépen kirajzolódó formák és elképzelések összeérjenek.

Ausztriai jó gyakorlatok alapján megállapítottuk, hogy a **sikerese turizmus-menedzsment** jövőjét három szereplő érdekeinek összehangolása és optimalizálása jelenti. A helyben lakók, a turizmusban dolgozók, s végül, de nem utolsó sorban a turisták érdekeinek összehangolása a cél. Ismerős a hármas felállás ugye? - vajon hányat kell még tekerni a képzeletbeli kockánkon, hogy az elmélet a gyakorlatban is megvalósulhasson? Bécs turisztikai hivatalának Visitor Economy koncepciója minta lehet ezen a területen. Erről [ITT](#) olvashattunk bővebben.

A **posztkorona turizmus** világában hipotézisünk, hogy a fenntarthatóság, egészségtudatosság, az autentikusság és a lokalitás olyan fogalmak, amelyek bizonyosan felértékelődnek. A szűkebb-tágabb környezetünkben, nagyjából egy 400-500 kilométeres rádiuszban a jövőben fel fog erősödni a turisztikai interakciók száma. A Duna-menti régió nagyjából egy ilyen, turisztikai szempontból kívánatos és belátható, bejárható régiónak tűnik. Egy **harmonikus élményteret** szükséges kialakítanunk, amit célszerű először szűkebb környezetünkben kezdeni, majd fokozatosan kiterjeszteni a jó példákat a tágabb környezetünkre. Így jutottunk arra a következtetésre, hogy a **Duna-régió egy optimális** kulturális és gazdasági övezet ahhoz, hogy egy **turisztikai mintarégiót** megalkossunk benne. [E helyen](#) arról érveltünk, hogy soha ekkora lehetőség nem volt még arra, hogy a közép-európai országok együttműködését előmozdítsuk egy turisztikai szempontból egységes mintarégió létrehozását. (Magyarország+Ausztria+többi szomszédos ország, némi V4 fókusszal.) Ennek a folyamatnak egyik **hajtóereje a digitalizáció**, a másik pedig a posztkorona időszakra jellemző új narratívák és hívószavak lesznek. A témában tudományosabb hangvételű írásunk [ITT](#) olvasható.

Korábbi cikksorozatunkban sorra vettük azokat a sikertényezőket, amelyeket a posztkorona turizmus világában nélkülözhetetlenek. Magyarország és Ausztria egyedülálló egészségturisztikai kínálata, továbbá a WEF turizmus versenyképességi indexén a higiéniai jó gyakorlatok terén az élmezőnyben tartozó helyezések, mind-mind hajtóereje lehet a szorosabb együttműködésnek. Az évtizedek óta kiforrottan és olajozottan működő osztrák turisztikai intézményrendszer és a leleményes magyar gondolkodás egészséges mixe, szintén egy nyertes koktéltreceptnek ígérkezik.

Ne feledkezzünk meg, hogy e régió szülötte, a Budapesten és Bécsben egyaránt tevékenykedő, ismert és elismert **Semmelweis Ignác**, a higiénia nagymestere. A hagyománnyal és tradícióval ötvözött innováció csodákra képes. Ahogy a **Szent-Györgyi Albert** által feltalált C vitamin vitalizálja a szervezetünket, úgy pezsdíthetjük fel magunk körül a turisztikai vállalkozásokat, állíthatjuk helyre a biztonságos utazás melletti bizalmat, illetve erre alapozva pár év távlatában megvalósítható a minőségi élménytér Európa szívében. Akár egy **közös régiós integrált kampány** is indítható ennek érdekében. A V4 keretében kisebb próbálkozások már korábban is voltak, érdemes lenne a jó példákat kiterjeszteni, továbbvinni. Magyarország szempontjából nemzetstratégiai specialitás, hogy a szomszédos országokban is rengeteg magyar honfitársunk él, akik az anyaország számára fontos erőforrások lehetnek. Az ausztriai magyarok körében kísérleti jelleggel már kipróbált és bevált **diaszpóra-turizmus mozgalom** kiterjesztése a többi szomszédos országra ugyancsak számos lehetőséget tartogat a régió kohéziójának erősítése, illetve a turizmus fellendítése érdekében.

A koronavírus okozta válság miatti leállás egyben egy új kezdetet is jelent. Itt az ideje, hogy a félregombolt kabátot újragomboljuk, ahogy **Deák Ferenc**, a magyar haza bölcse javasolta egykor. A siker receptje gyakran az, hogy semmit sem fogadunk el úgy, ahogy van, hanem mindent megkérdőjelezünk. Hisszük, hogy a **turizmusban a jövő a hálózatosság**ról szól. A szűken értelmezett nemzetállami gondolkodás kora e területen is lejárt. Ahogy a szomszédos országok turisztikai hivatalai, városok menedzsmentjei már most is együttműködnek, úgy itt az ideje, hogy Magyarországot is bekapcsoljuk a vérkeringésbe. Szomszédos országokkal, határokon és desztinációkon átnyúló közös kampányok indításával pl. win-win alapon egymás felfedezésére bátoríthatjuk és motiválhatjuk az útra kelőket. Miért ne dolgozhatna Bécs, Pozsony, Prága és Budapest együtt, hogy például közösen pályázzanak meg konferenciákat, ahogy Bécs és Barcelona ezt már hosszú ideje megteszi. Miért nem lehetne egy közös business+leisure városkártyát létrehozni Bécs, Pozsony és Budapest, vagy a térség EU Kulturális Fővárosai, illetve jelöltjei között (Graz, Linz, Veszprém, Győr, Debrecen, Temesvár, etc)? Közös operabérelt a bécsi és budapesti operaházban, amely már 150 éve működött? A **Duna-menti kooperációk** rail+ship+bike kombinációban itt is számos lehetőséget rejteget még. Forgassuk csak bátran a Rubik-kockánkat. Lépésről lépesre így valósulhatna meg az egységes Duna-menti turisztikai élménytér. A teljesség szempontjából nem versenytársak, hanem szövetségesek vagyunk. A Rubik-kocka esetében is a játékhoz mind a 27 elemre egyaránt szükség van, az összes elem egymástól függ, összhangban van egymással, így valósul meg az együttműködésen alapuló összjáték, s a végén az eredményen alapuló öröm.

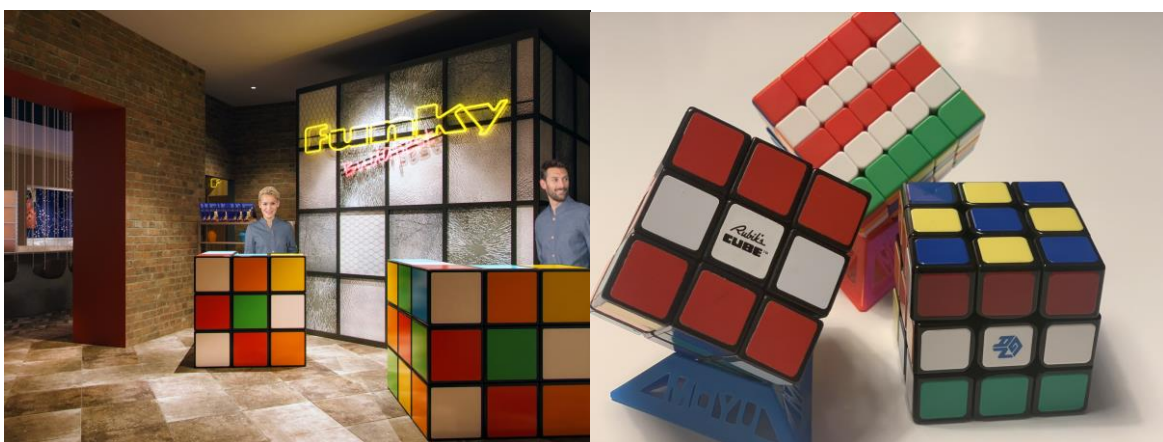
A jövő turizmusának a **fókuszában azonban az embernek kell állnia**, ugyanis „nem a házak, hanem az emberek adják a várost” - tartotta már Periklész is. A homo turisticus mellett a helyben lakók igényeinek a kiszolgálása legalább annyira fontos. A „mit tehet a város a turistáért” gondolkodást, a „mit tehet a turista a városért”, desztinációért gondolkodásnak kell felváltania. A Linz Tourismus példáján keresztül **ITI** írtunk bővebben az emberközpontú turizmus kritériumairól. Mivel Ausztrián belül a sikeres turizmus-irányítás kísérleti laborjának és zászlóshajójának Linz városa számít, így érdemes a jövő városában megvalósult jó gyakorlatokat is tanulmányozni, mielőtt sokat csavarnánk a kockán.

A 21. századi turizmust a **fogyasztói társadalom harmadik fejlődési szakaszához** kell igazítani. Az első szakaszban a termékek eladásán volt a fókusz, majd erre épült a szolgáltatások értékesítésének széles vertikuma. Manapság az árukon és a szolgáltatásokon túl már nemcsak az élményeket, hanem az azokat megformáló **történeteket kell eladni**, illetve azon keresztül motiválni, inspirálni. Ahogy a Rubik-kocka eredeti neve bűvös kocka volt, amely magába szippantja, elbűvöli a játékost, így kell elvárásolni a jövő turistáit is az érdeklődést felkeltő sztorikkal.

Az osztrák közgazdász **Schumpeter** alkotta meg a „teremtő rombolás” fogalmát. Próbáljuk a nehéz helyzetben is a lehetőséget meglátni. A korona-válság alapos rombolást végzett a turizmus alrendszeriben: a feltételekben, a bizalomban és az intézményrendszerben egyaránt. Teremtünk lehetőséget arra, hogy a rombolás teremtővé válhasson, kijavíthassuk a korábbi hibákat, s egy optimálisan, egymásra odafigyelő, az embert a fókuszba helyező gondolkodás mentén építsük újra a szemünk láttára széthulló világot. Biztosan találunk a kiinduló pozíciónál is találób, érdekesebb mintázatot a kockánkon.

A korona-válság megtanított minket arra, hogy nem a siker a boldogság forrása, hanem pont fordítva. **A boldogság a siker kulcsa**. Ne azt nézzük, hogy a szomszéd fűje zöldebb-e, hanem tegyük meg mindet, hogy nekünk is szép virágos kertünk legyen. A kettő együtt még vonzóbb. **Albert Schweitzer** mondta egykor a sikerről, hogy az akkor következik be, amikor elérjük azt, amit mindig is akartunk. Ennek jegyében úgy gondoljuk, hogy az újrakezdés rengeteg lehetőséget is tartogat, amely felelősség is. Ahogy láttuk, a stratégiák, narratívák rendelkezésre állnak, csak megfelelően kell alkalmazni, összerakni őket. Rajtunk múlik, hogy a startnál tudunk-e repülőrajttal helyzeti előnyt szerezni, hogy úgy forduljon a kocka, amely a magyar érdekeknek és a **Duna-menti régióban** élőknek a leginkább megfelel.

Ha ügyesek leszünk, sikerre vagyunk ítélve. Rakjuk össze a szétesett Rubik-kockát, bűvöljük el együtt a világot. Így érkezünk meg az újturizmus világába.



Fotók:

CPI Hotel Budapest - Mérleg utcai Projekt, Varro Design 2020

GD Consulting – variációk a Duna-menti régiós együttműködésre. Designed by Kovács Álmos Benedek