



# **AGROTURIZMUS, HELYI TERMÉK, HELYI TURIZMUSMENEDZSMENT**

**NEMZETI AGROTURISZTIKAI STRATÉGIA NYITÓ  
KONFERENCIA**

Budapest, 2024. 02.06.

# DÉL-TIROL (AGRO)TURIZMUSA SZÁMOKBAN

**LAKOSSÁG:** 534.147 (2022)

**TERÜLET:** 7.400 km<sup>2</sup>

**MEZŐGAZDASÁGI TERÜLET:** 6.200 km<sup>2</sup>

**MŰVELÉS ALATT:** 2.040 km<sup>2</sup>

**ERDŐ:** 3.720 km<sup>2</sup>

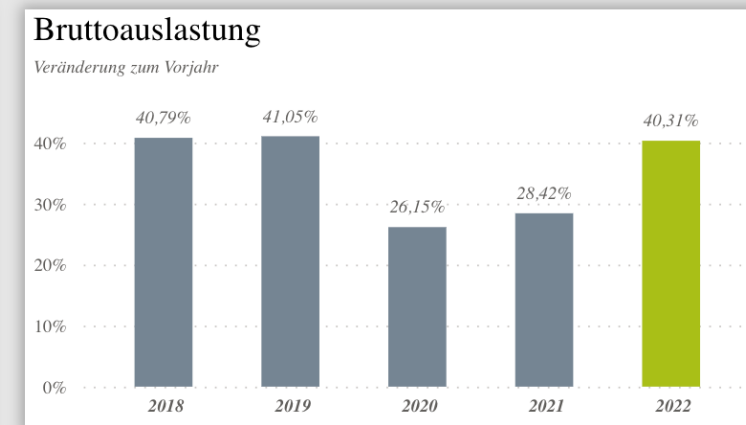
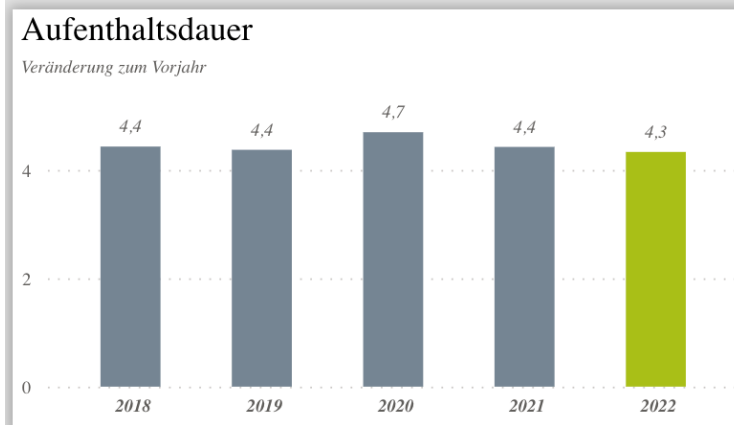
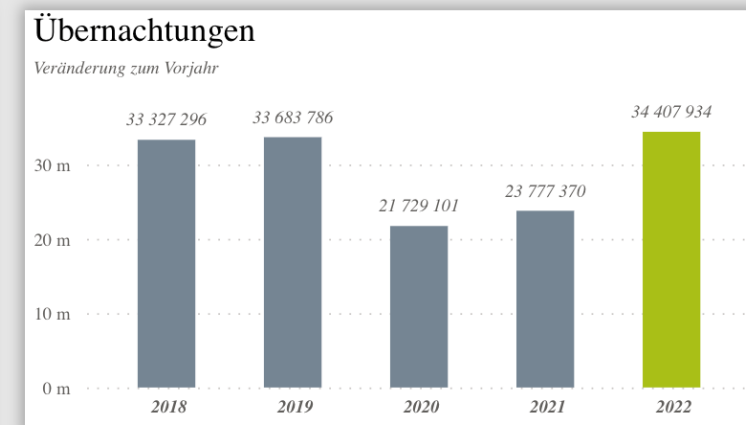
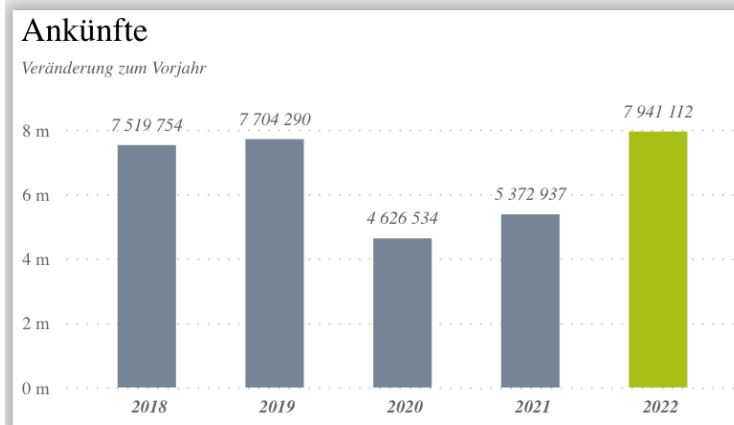
**GAZDASÁGOK SZÁMA:** 20.023 db (konstans, miközben egész Olaszországban -30%)

- KIS- ÉS KÖZEPES ÁTLAGOS MÉRET,
- 24,7 % MELLÉKTEVÉKENYSÉGET FOLYTAT, - EBBEN MEGHATÁROZÓ AZ „URLAUB AUF DEM BAUERNHOF”

**MEZŐGAZDASÁGBAN FOGLALKOZTATOTTAK:**

5% (ERŐSEN SZEZONÁLIS ÉS CSÖKKEN)

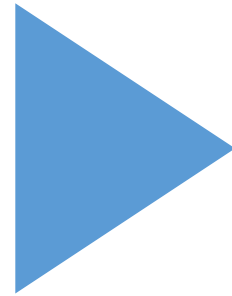
## TURIZMUS ÖSSZESEN:



# IDENTITÁS ÉS MÁRKA

---


AGRÁRKULTÚRA:



MÁIG A TELJES  
DÉL-TIROLI  
TURIZMUS  
LEGFONTOSABB  
ALAPPILLÉRE

SÜDTIROL





BAUERNBUND  
ÉS ROTER  
HAHN

**1850:** Sommerfrische – menekülés a hőség elől

**1960-as** évek – az első bajorok a parasztudvarokon

**1971** – az első katalógus: 236 falusi vendégház

**1980-as** évek – az első „belföldi” olaszok

**1990-es** évek eleje – az első téli vendégek (már ahol volt fűtés)

**1998:** *a Gazdaszövetség létrehívja a „Roter Hahn” védjegyet - első katalógus*

**1999:** a Roter Hahn az internetre megy

**2002:** specializáció – különböző vendégigényeknek különböző típusú házak felelnek meg

**2003:** a Roter Hahn ernyőmárkává válik

**2005:** 96 szempontú minősítési rendszer bevezetése – 1-4 virág

**2012:** vendégminősítési rendszer bevezetése

*„Közelebb  
viszünk a  
vendéghez egy  
darabkát a  
dél-tiroli  
paraszi  
életformából”*

**2015:** az „5. virág”

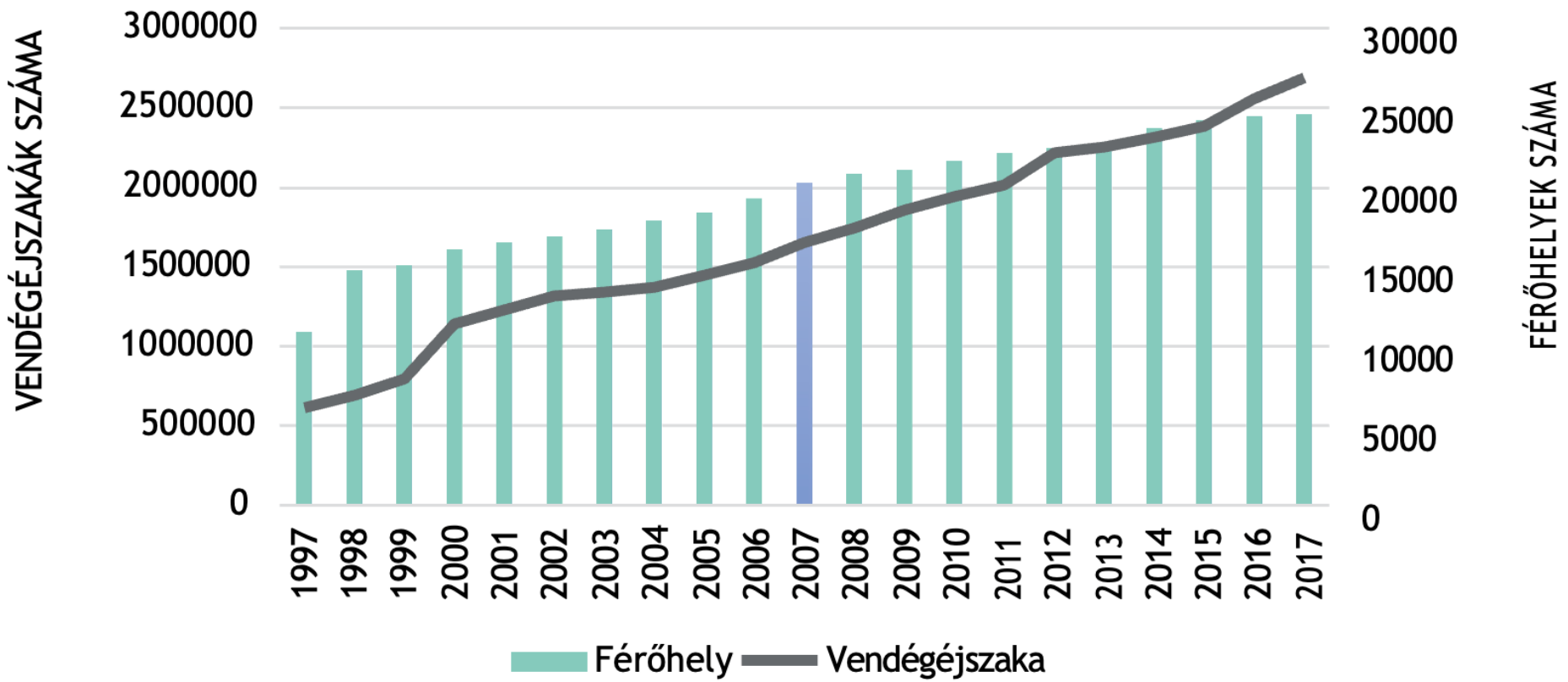
**2021:** az egy csillagos gazdaságok többé nem tartoznak a Roter Hahn márkához

**2023:** az ötödik oszlop felállítása – mára integrált ernyőmárkaként a Roter Hahn-t a következő oszlopok tartják:

- 1. Urlaub auf dem Bauernhof - szállás (1600 szolgáltató)*
- 2. Minőségi helyi termékek (86 gazdaság)*
- 3. Falusi betérők - étterem (25)*
- 4. Paraszi kézműves műhelyek (5)*
- 5. Roter Hahn főzőiskola (50 tanfolyam)*

# A TELJES SPEKTRUM

Tevékenység	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Változás		
												menny.	%	
<b>Szálláshely</b>														
Egység	2.666	2.670	2.666	2.679	2.724	2.708	2.709	2.680	2.739	2.678	2.793	127	4,8	
Ágyszám	22.235	22.366	22.341	23.406	23.642	23.691	23.983	23.775	24.496	23.994	25.519	3.284	14,8	
<b>Betérő</b>														
Egység	424	420	430	470	479	493	513	487	511	532	548	124	29,2	
Férőhely	4.948	4.871	4.997	5.565	5.495	5.626	5.748	5.457	5.702	5.940	6.086	1.138	23	
<b>Kóstoló</b>														
Egység	-	-	-	-	-	211	219	227	231	238	242	..	..	
<b>Egyéb tevékenység</b>														
Egység	1.277	1.257	1.255	1.292	1.234	1.201	1.105	1.147	1.084	1.038	1.047	-230	-18	
<b>Ezen belül</b>														
- Lovas	115	114	114	108	103	102	91	90	89	84	83	-32	-27,8	
- Túra	853	834	832	779	731	707	630	623	605	568	559	-294	-34,5	
- Sport	583	570	568	535	504	486	435	427	410	384	374	-209	-35,8	
Egyéb	213	219	220	328	322	321	322	377	340	342	367	154	72,3	
<b>Összes egység</b>	<b>2.990</b>	<b>2.998</b>	<b>2.996</b>	<b>3.098</b>	<b>3.145</b>	<b>3.125</b>	<b>3.150</b>	<b>3.187</b>	<b>3.185</b>	<b>3.132</b>	<b>3.261</b>	<b>271</b>	<b>9,1</b>	



Forrás: ASTAT, Bozen/Eurac Research

# URLAUB AUF DEM BAUERNHOF 1997-2017



# MI HATÁROZTA MEG AZ ELMÚLT 150 ÉVET?

---

- HAGYOMÁNYOS PARASZTI KULTÚRA ÁTÖRÖKÍTÉSE,
- A SAJÁT ÉRTÉKEK MEGŐRZÉSE
- ÉLETFORMÁK ORGANIKUS (ÁT)VÁLTOZÁSA
- ALKALMAZKODÁS A VÁLTOZÓ PIACI IGÉNYEKHEZ
- APÁK ÉS FIÚK: FÖLDMŰVESBŐL HOTELTULAJDONOS
- MERAN VS. SCHENNA
- EGYÜTTMŰKÖDÉSEK HÁLÓZATA
- MÁRKAFEJLESZTÉS
- INNOVÁCIÓ







MINDEKÖZBEN  
MAGYARORSZÁGON...

- HAGYOMÁNYOS PARASZTI KULTÚRA ÁTÖRÖKÍTÉSE  
TÉESZESÍTÉSE,
- A SAJÁT ÉRTÉKEK MEGŐRZÉSE SZÉTVERÉSE
- ÉLETFORMÁK ORGANIKUS KÉNYSZERŰ  
(ÁT)VÁLTOZÁSA
- VÁLTOZÓ PIACHIGÉNYEK
- APÁK ÉS FIÚK: FÖLDMŰVESBŐL ~~HOTELTULAJDONOS~~  
GYÁRI MUNKÁS, PÁRTTITKÁR VAGY TÉESZTAG VAGY...
- ~~MERAN VS. SCHENNA~~ FALU VS. VÁROS
- ~~EGYÜTTMŰKÖDÉSI HÁLÓZATOK~~ KÖLCSÖNÖS  
BIZALMATLANSÁG ÉS KISZOLGÁLTATOTTSÁG
- ~~MÁRKÁTLAN~~SÁG
- ~~INNOVÁCIÓ~~ EGYÉNI PRÓBÁLKOZÁSOK ÉS TÚLÉLÉSI  
TECHNIKÁK

# VAGY PÉLDÁUL A BALATON...



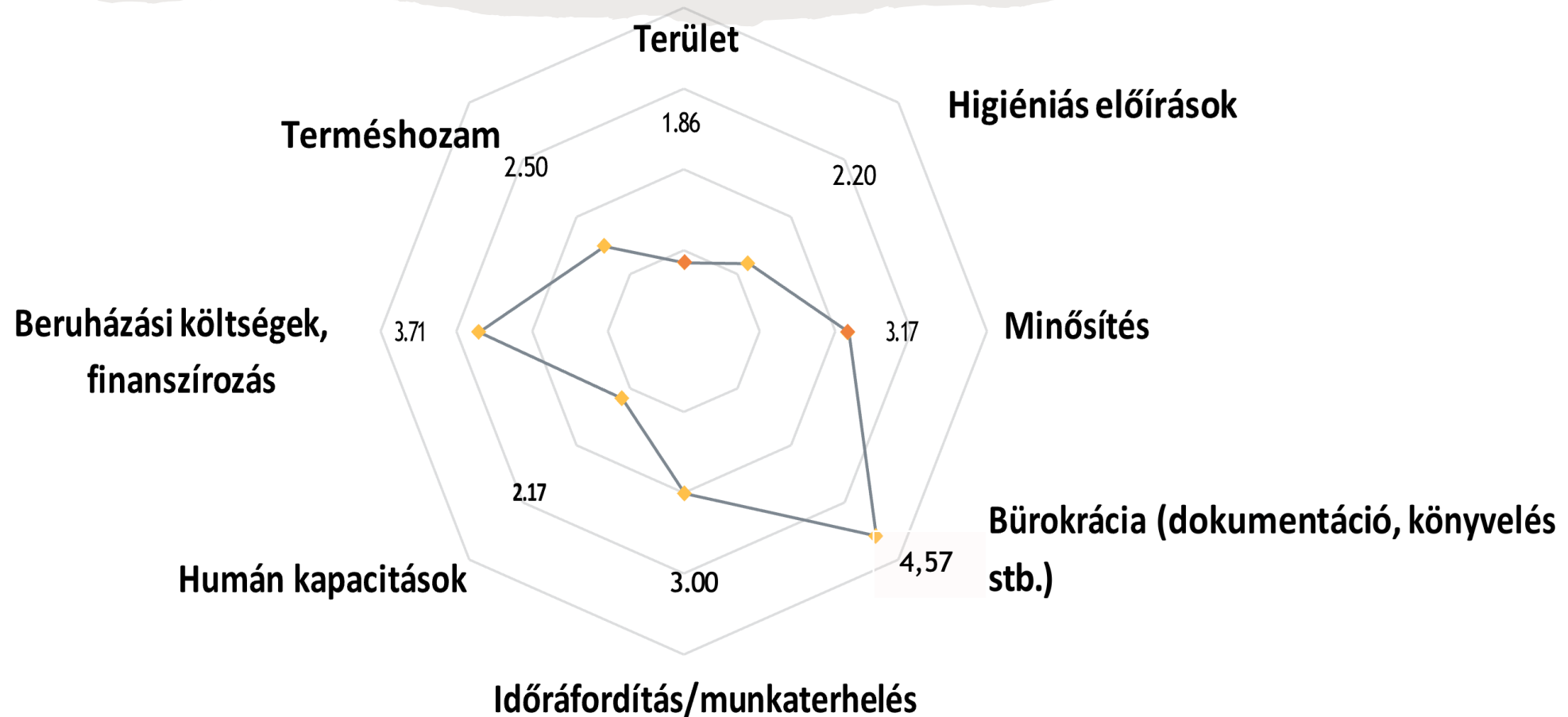
Amikor a turizmus  
gyarmatosítja a helyi  
életformákat – ahelyett  
hogy organikusan nőne ki  
belőlük...



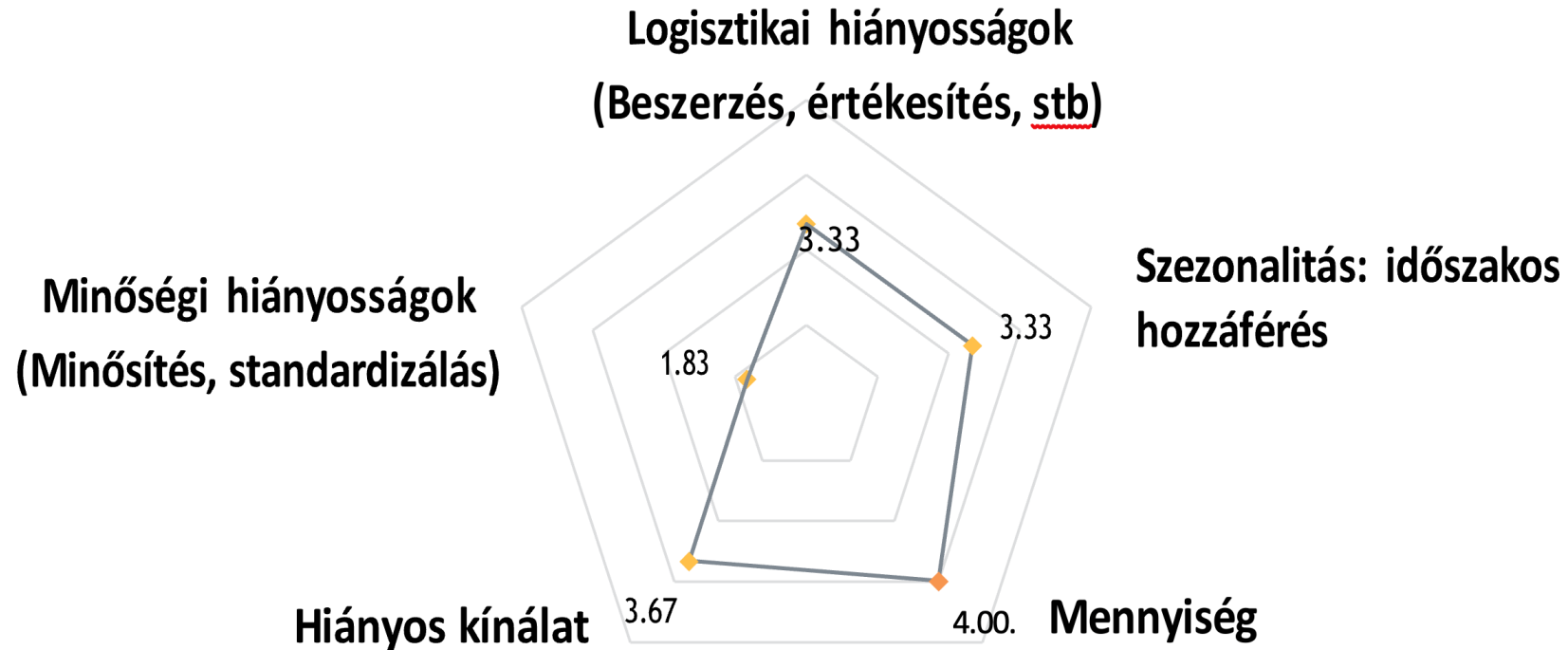
# A hátrányból fakadó előny

- Dél-Tirol agroturizmusának egyik legnagyobb problémája, hogy a termelők nem válnak egy csapásra turisztikai szolgáltatókká, bár egyre inkább a turizmussal foglalkoznának: az évszázados hagyományokkal rendelkező termelői szemléletből váltani a modern és innovatív turisztikaira nehezebb, mint profi menedzsment szemlélettel újra-(meg)teremteni az egykoron létezett paraszti életformák tereit és szemléletét – ráadásul a kor szellemének és igényeinek megfelelően, innovatív módon újragondolva azokat és beillesztve egy teljesen megváltozott társadalmi környezetbe.
- Márpedig ezt teszi ma Magyarországon meglehetősen számos megcsömörlött városlakó... Az ő szemléletüket megbékíteni és ötvözni a helyben élők tudásával és mindennapi tevékenységével – ebben van a nagy esély – hiszen humán- és pénzügyi tőke áramlik vele vidékre és ebből előállhat valami új, valami innovatív – a luxus fogalmának egyfajta agroturisztikai újraértelmezése...

# AZÉRT SEHOL SINCS MINDEN RENDBEN - 1. A KÍNÁLATI OLDAL PANASZAI DÉL-TIROLBAN



# AZÉRT SEHOL SINCS MINDEN RENDBEN – 2. A KERESLETI OLDAL PANASZAI DÉL-TIROLBAN





# MEGOLDÁSI JAVASLATOK – „ALULRÓL FELFELÉ”

- **Közös gondolkodás**, meglévő kezdeményezések közös továbbvitele,
- **Innovatív termékek** és szolgáltatások **közös** fejlesztése,
- Működő „interfész” **közös** kidolgozása a termelők, a kereskedelem és szálláshely-szektor között,
- „**Local leader**”-ek támogatása
- Információhordozók, látogatás- és vásárlásösztönző eszközök **közös** kidolgozása,
- **Közös** programok és rendezvények kidolgozása, ahol a vendég „átélheti” a paraszti életforma örömeit,
- **Együttműködés a térségi turizmusmenedzsment-szervezetekkel,**
- **Döntő, hogy a szereplők motiváltak legyenek és a „local leader”-ek magukénak érezzék és előrébb vigyék a közös ügyet.**







MEGOLDÁSI  
JAVASLATOK –  
„FELÜLRŐL LEFELÉ”

- **Adekvát és méltányos állami szabályozás** (élelmiszerbiztonság, helyi termékek, minősítés, adók, védjegyek stb)
- Államilag támogatott **intézményi és szervezeti rendszer**
- **Kooperatív stratégia** készítése a szektor számára, aminek mentén adekvát módon oszthatóak el a (pályázati) támogatások
- Az agroturisztikai hálózat, mint roppant fontos elem **integrálása a térségi turizmus egészének vérkeringésébe** (térségi termékfejlesztés, márkák, kommunikáció, stb)
- **Ernyőmárka** kiterjesztése



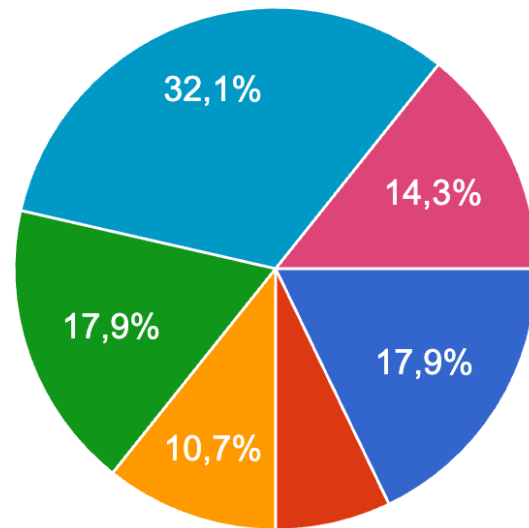
# AMIT A TDM SZERVEZETEK LÁTNAK ÉS TEHETNEK

A múlt héten megkérdeztem a TDM szervezeteket a helyi termékekkel és termelőkkel kapcsolatban.

28 szervezet válaszolt rekord idő alatt...

## Hol működik a szervezeted?

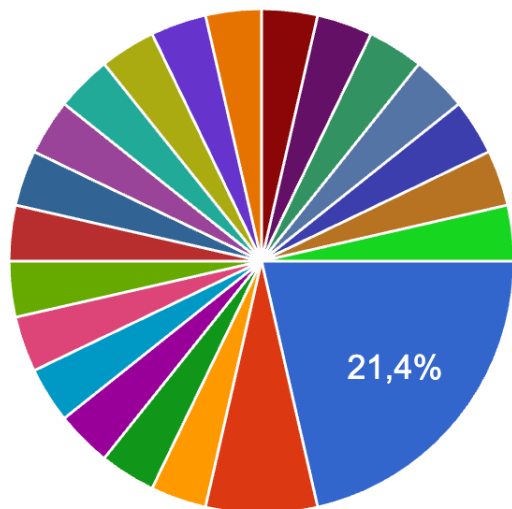
28 válasz



- Észak-Magyarország
- Észak-Alföld
- Dél-Alföld
- Közép-Magyarország
- Dél-Dunántúl
- Közép-Dunántúl
- Nyugat-Dunántúl

## A térségem hagyományosan mezőgazdaságból él

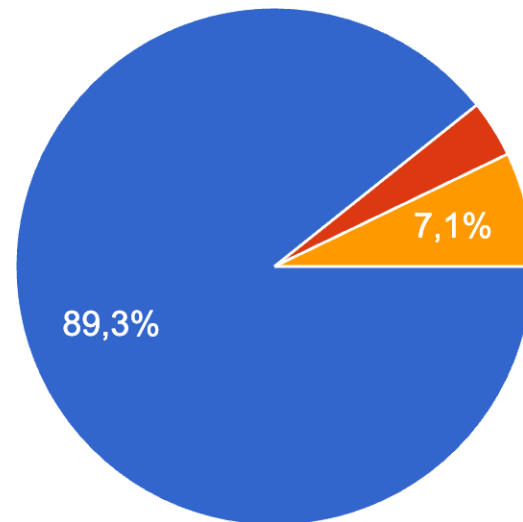
28 válasz



- Igen
- Nem
- turizmusból
- nem
- nem, meghatározóan ipari
- nemcsak mezőgazdaság, hanem legf...
- Idegenforgalom
- nincs számottevő mezőgazdasági tev...

## Van-e a térségben/településen helyi termelői piac?

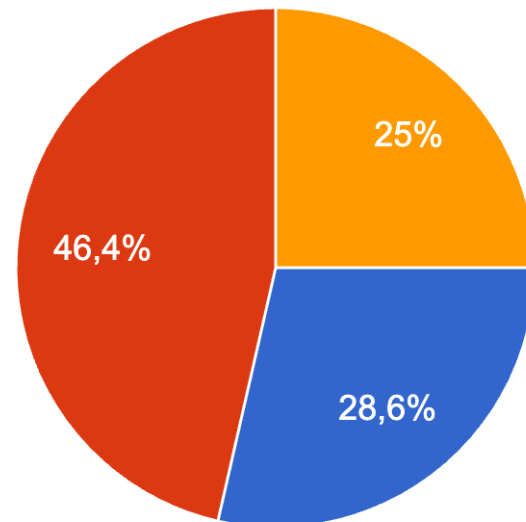
28 válasz



- Van
- Nincs
- Van és a TDM szervezet üzemelteti

## A térségben található helyi termelők száma

28 válasz

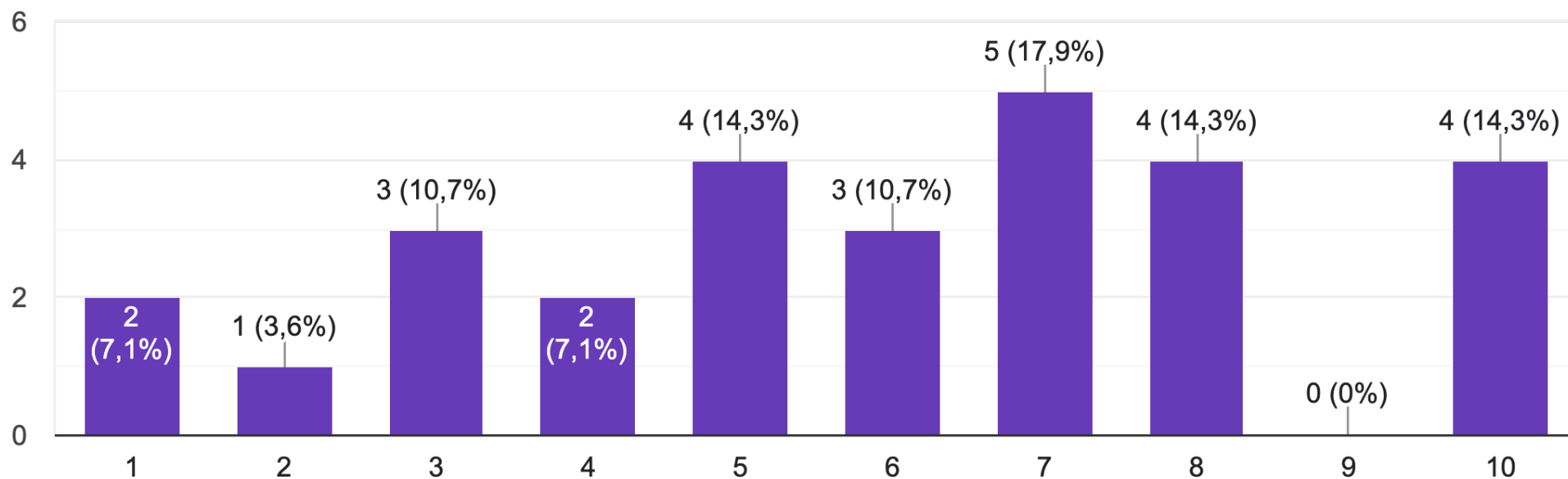


- Kevesebb, mint 10
- 10-50
- Több, mint 50



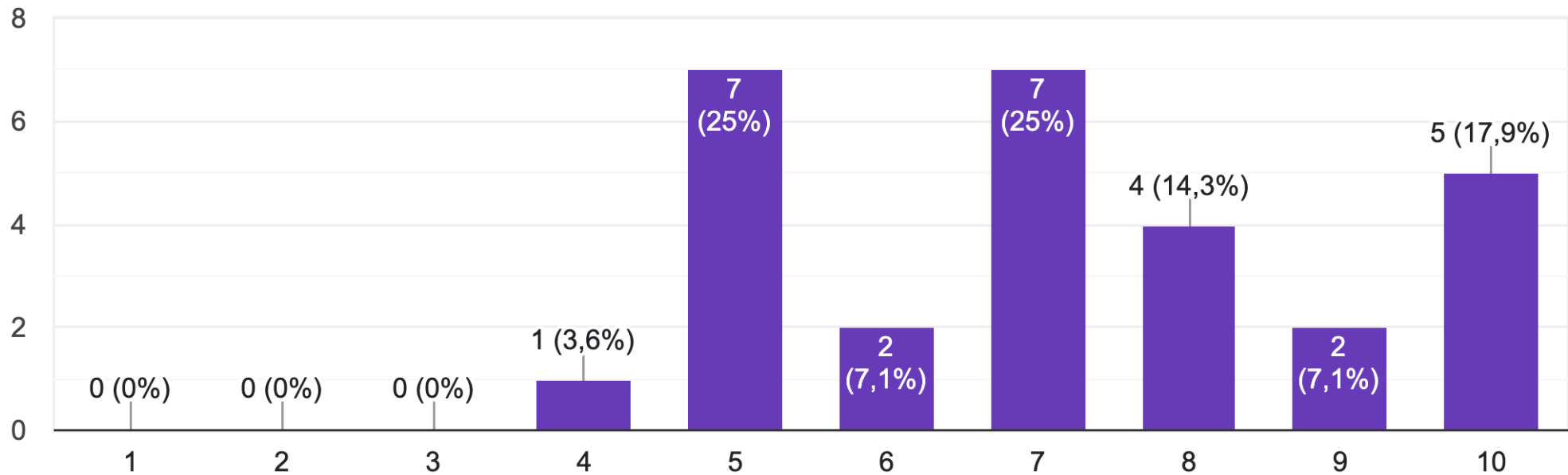
## Milyen a kapcsolata a TDM szervezetnek a helyi termelőkkel?

28 válasz



## Megítélésed szerint mennyire érdeklődnek a térségbe érkező turisták a helyi termékek iránt?

28 válasz



Van-e bármilyen ötleted, javaslatod a helyi termékek és a turizmus kapcsolatának szorosabbá tételére?

15 válasz

- Mi igyekszünk a Tourinform irodában a helyi termelőket, kézműveseket bemutatni. Fontos a kapcsolatfelvétel és a jó kapcsolat ápolása.
- Étkezést kínáló szálláshelyek nyersanyag szükségletének a lehető legkisebb távolságról való beszerzésének ösztönzése (pl. adókedvezmény TAO-ból, helyi iparűzési adóból, ha nyersanyagai (pl.) 80%-át (pl.) 30 km-es körön belülről szerzi be) - platform létrehozása ahol a fenti nyersanyagok termelői elérhetővé válnak a turisztikai szolgáltatók számára (termelői regisztráció ösztönzése) – országos franchise kialakítása, ennek támogatása. A franchise üzletekben a helyi termelők élelmiszerei elérhetőek elsősorban (szűkebb választékban kiegészülve minden olyan termékkel, amelyre egy üdülés során szüksége lehet, de nem feltétlenül helyi). Pl. Nah&Frisch hálózat – Ausztria
- Még több marketing
- Szigorú élelmiszeripari szabályozások ésszerű enyhítése
- Workshopok szervezése, nyitott porták, szálláshelyek/éttermek és a helyi termelők összekapcsolása

- 1. A feldolgozott helyi termékek számának növelése: nálunk többnyire a mezőgazdaságban elsődleges helyi termékek képződnek, a termelőknek viszont nem éri meg a turistákkal/egyéni vásárlókkal "szöszmötölni", az az érdekük, hogy felvásárlónak adják el a termékeket - ez a kör így nem értelmezhető a turizmus számára. A kézműves termékeknek nincs olyan fizetőképes kereslete, ami megélhetést tudna biztosítani.

2. Ehhez kapcsolódik, hogy ha lehetne generálni/támogatni/segíteni a mezőgazdasági feldolgozó kisüzemek létrejöttét + képzést/szemléletformálást a turizmus és mezőgazdaság kombó előnyeire, ezek hosszútávon segíthetnek. Hiába szeretnénk itt nálunk generálni, a jelenlegi mezőgazdasági tevékenységben elenyésző mértékben tud helyet kapni a turizmus.

3. A "Falusi vendégasztal" szolgáltatást leegyszerűsítve és aktívabban népszerűsítve lenne jó kapcsolódási területet, pl. reggelit kínálni. Jelenleg a magán szálláshelyek nem látják értelmét annak, hogy ebbe energiát fektessenek.

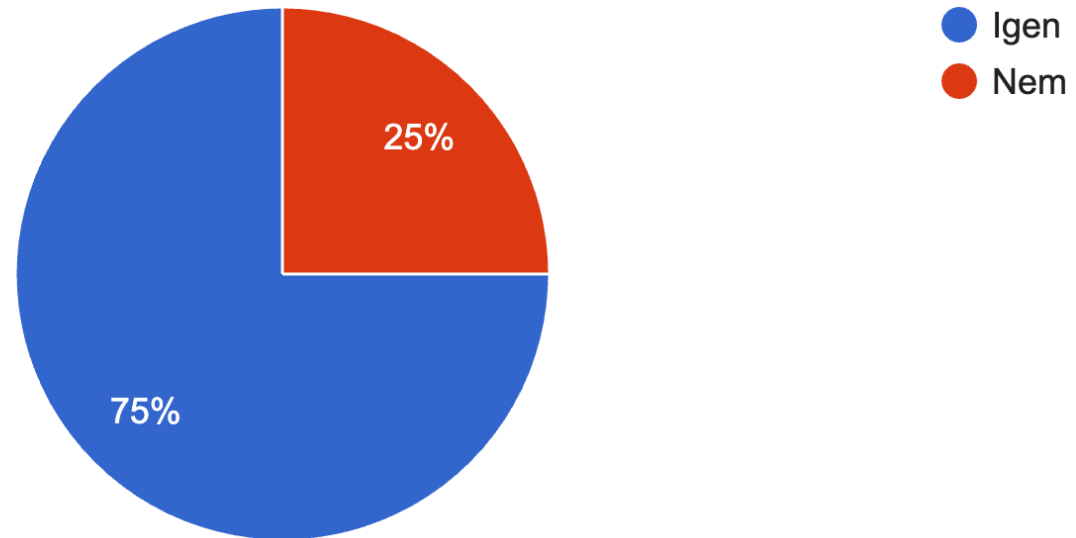
- Ahol megoldható, "nyitott műhely" (a vendéget bevonni az egyes munkafázisokba pl.), receptkönyv kiadása.

- Gasztronómiai rendezvények, ahol a helyi termelők bemutathatják termékeiket.  
Helyi vendéglátóhelyeken helyi termékek használata.

- A Tourinform irodában helyi termékeket lehet árusítani. Védjegy rendszert lehet kialakítani a helyi termelők között. Kóstolóval egybekötött városnéző sétákat lehet szervezni.
- Védjegyezés, közvetítői szerep erősítése, turisztikai képzések szervezése helyi termelők számára
- Partnertalálkozók szervezése helyi termékesek és éttermek, szálláshelyek körében

Ha lehetőséged lenne rá, üzemeltetnél-e helyi termelői piacot vagy termékpolcot/átvevőhelyet?

28 válasz





Köszönöm a megtisztelő figyelmet!

Semsei Sándor

MTDMSZ

[semsei@sassetta.hu](mailto:semsei@sassetta.hu)