

Miskolci Egyetem

Marketing Intézet

**A TOKAJ-HEGYALJAI BORFESZTIVÁLOK HATÁSA A
TÉRSÉG MARKETINGJÉRE, TURIZMUSÁRA**

Siska Eszter

2016

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	1
1.1. Témaválasztás indoklása.....	2
2. Tokaj – Hegyalja, mint desztináció földrajzának bemutatása, rövid történeti áttekintése – különös tekintettel a tokaji borokra vonatkozóan	
2.1. Általánosságban, földrajza.....	3
2.2. Történelme, a tokaji borok fontossága.....	4
3. A vizsgált borvidék, mint egységes turisztikai térség fejlesztése (fesztiválok, bormarketing, UNESCO Világörökségi terület)	
3.1. Fesztiválturizmus.....	7
3.2. Borfesztiválok és a bormarketing jelentősége.....	8
3.3. A Tokaj-hegyaljai bormarketing.....	10
3.4. Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék, mint UNESCO világörökségi terület...13	
4. A kutatás módszertana	
4.1. A mélyinterjúk elkészítésének háttére.....	17
4.2. Kérdőíves megkérdezés módszertani háttére.....	19
5. Saját kutatás, mélyinterjú a kiválasztott borfesztiválok kulcsfontosságú szereplőivel	
5.1. Bor, mámor, Bénye.....	21
5.2. Mádi Furmint Ünnep.....	27
5.3. Tokaji Borfesztivál.....	32
5.4. Tolcsvai Borfesztivál.....	35
6. Saját kutatás, a kérdőívek eredményeinek feldolgozása és elemzése	
6.1. A kérdőíves megkérdezés menete.....	39

6.2. A megkérdezések eredményei és a hipotézisek vizsgálata.....	40
7. Javaslatok a fesztiválok fejlesztésére.....	55
8. Összefoglaló áttekintés	
8.1. A kutatómunka alapján levonható következtetések.....	57
8.2. A borfesztiválok hatásai a térség marketingjére és turizmusára.....	59
Köszönetnyilvánítás.....	61
Irodalomjegyzék.....	62
Táblázatok jegyzéke, képek jegyzéke.....	64
Ábrajegyzék.....	65
Idegen nyelvű összefoglaló.....	66
Mellékletek.....	67

1. Bevezetés

Az elmúlt időszakban egyre inkább előtérbe kerül a kulturált hazai borfogyasztás, egyre több város, község rendez borfesztivált más-más célcsoportot megcélozva. Sokat lehet hallani arról, hogy a borvidékeink számos turista kedvelt utazási célpontjává váltak. A Tokaji borvidéket kiválasztva és alapul véve a kutatásom célja: a növekvő borfesztiválok száma valóban hozzájárul-e a régió turizmusához, és ez a változás a térség marketingjében is szerepet játszik-e? A szakdolgozatom elkészítéséhez két fontos módszertant alkalmaztam. Az egyik a mélyinterjú. Ezt a kiválasztott 4 fesztivál főszervezőjével készítettem, illetve a 4 település polgármesterét szólaltattam meg a térség marketingjével, turizmusával kapcsolatban. A másik módszertani elem a kérdőíves megkérdezés, amelyet a kiválasztott 4 borfesztivál résztvevőinek körében végeztem el. Azért, hogy a kutatás átláthatóbb legyen, 4 db kérdőívet készítettem és külön-külön kérdeztem meg a fesztiválok résztvevőit. A kérdések arra irányultak, hogy megtudjam, a látogatók kiemelten a borfesztivál miatt jöttek Hegyaljára, vagy előtte is ellátogattak már ide, miként értékelik a fesztiválok szervezettségét, program - és gasztronómiai kínálatát, ajánlanák-e ismerőseiknek, barátaiknak a régiót és a fesztiválokat turisztikai célból, visszatérnének-e a következő évi fesztiválra, és tulajdonképpen hogyan érezték magukat Tokaj-Hegyalján. A kitöltők válaszait feldolgoztam, és az így kapott eredményeket alapul véve hasonlítottam össze a négy borfesztivált.

Hipotéziseim:

1. A borfesztiválon résztvevők életkora befolyásolja a fesztiválon eltöltött időt.
2. A 35 év feletti korosztály nagyrészt a fesztivál területén étkezik, míg a 15-35 év közötti korosztály inkább saját maga oldja meg az ellátását.
3. Aki először vesz részt az adott fesztiválon, azok nagy többsége szeretne újra részt venni.
4. Jellemzően az emberek egy vagy két borfesztiválon vesznek részt a vizsgáltak közül, és a résztvevők között nagyobb arányban vannak a 35 év felettiiek.

1.1. Témaválasztás indoklása

Témaválasztásomat tekintve mindenképp egy olyan területtel szerettem volna foglalkozni, ami közel áll hozzám, és nagyon érdekel. Úgy gondolom, hogy a borfogyasztás növekvő tendenciát mutat az országban. Egyre több fiatal, és hölgy próbálja ki, és választja bátran a különféle típusú borokat. Tokaj-Hegyalja a második otthont jelenti nekem, ezért nagyon fontos számomra, hogy ez a különleges és gyönyörű vidék a megfelelő irányba fejlődjön, és minél több ember ismerje meg a borvidék adta szépségeket, lehetőségeket. A gyermekkorom egy részét itt töltöttem, a borvidék tulajdonképpen mértani közepén, Vámosújfalun. Számomra és a családom számára a borozás, és az ehhez kapcsolódó folyamatok, programok mindig is közel álltak. A választott fesztiválokat elég régóta rendszeresen látogatjuk a családommal, barátainkkal. Úgy gondolom, hogy fontos a helyi fesztiválok szerepe és nagyon jó irányba halad ezen megmozdulások látogatottsága, ismertsége. A Tolcsvai Borfesztivált például már 12. alkalommal rendezték meg, amelyet a kezdetektől fogva ismerek. A választott 4 borfesztivál a leghangsúlyosabb a térségben, és elég kiforrott ahhoz, hogy kutatási alanyként felhasználjam azokat. Egy térség jelen esetben egy borvidék tekintetében fontosak azok a tényezők, amelyek hozzájárulnak ahhoz, hogy a régióba több turista érkezzen, illetve jó véleménnyel legyenek az adott tájegységről az országban. A borfesztiválok pedig tökéletes eszközök erre. Mind a négy fesztivál más-más célcsoportot céloz meg, másfajta programokat kínál, más előadók, zenekarok kerülnek az előtérbe. A fesztiválokat külön-külön is megvizsgáltam illetve fontos, hogy megtudjuk a 4 fesztivál együttesen milyen hatással van Hegyalja imázsára.

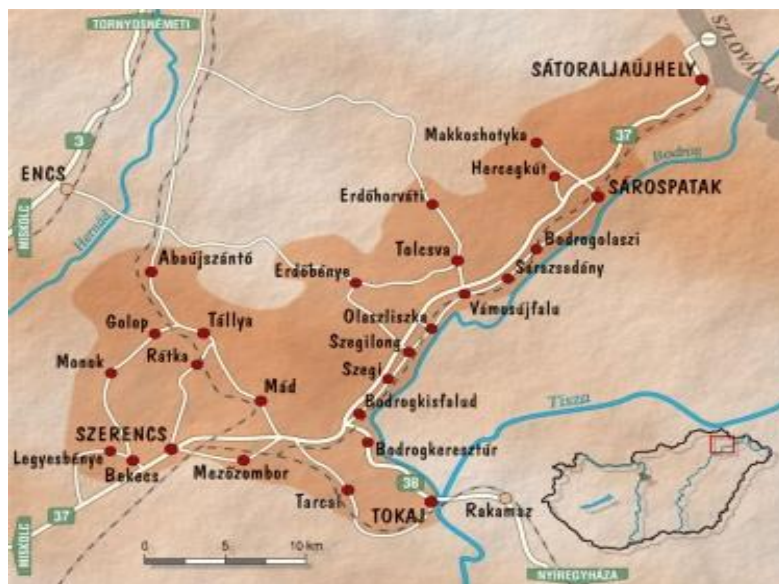
A kutatásomat 2015 szeptemberében kezdtem el, éppen ezért fontos elmondani, hogy a kérdőíves megkérdezésben résztvevők a 2015-ös évi rendezvényeket értékelték. Tehát a megkérdezések eredményei és az interjúk alapján levonható következtetések nem a legutóbbi, hanem a 2015-ös évi borfesztiválokra vonatkoznak.

2. Tokaj-Hegyalja, mint desztináció földrajzának bemutatása, rövid áttekintése – különös tekintettel a tokaji borokra

2.1. Általánosságban, földrajza

„Magyarországon viszonylag kis területen, a kerti szőlők és lugasok nélkül kb. 95 ezer hektáron folyik szőlőművelés és ennek a területnek kb. 66%-a tartozik a borvidékek közé. Hazánk szőlőterületét az ott termő szőlőfajták, valamint a belőlük készített borok jellege alapján, továbbá a termelési körülmények figyelembevételével 22 borvidékbe sorolják.” (Buzás és társai, 2007, 43. o.)

Az egyik legkiemelkedőbb és legismertebb borvidékünk az ország észak-keleti részén található, a Zempléni-hegység délkeleti lábainál. „Inspicit in Sátor, desirit in Sátor” vagyis Sátorral kezdődik és Sátorral végződik, ugyanis Abaújszántón a Sátorhegy és Sátoraljaújhelyen a Sátor hegy határolja. A borvidék 87 km hosszú, 3-4 km széles és 5860 hektárnyi területen helyezkedik el. Kizárólag 27 településnek van arra joga, hogy a Tokaji eredetvédett nevet használja. A legkiválóbb termelőhelyei Tokaj, Tarcsl, Tolcsva, Mád, Tállya községek környékén vannak. „Felvetődik a kérdés: miért éppen Tokaj lett a borvidék névadója? Miért éppen tokaji néven alakult ki ez a különleges borfajta?” (Pap, 1985, 8. o.) Az oka egyszerű, a honfoglalástól kezdve a vasutak megépítéséig Tokaj volt a fő kereskedelmi központ Hegyalján.



1. kép: Tokaj-Hegyalja vidéke

Forrás: <http://2012.aborfesztival.hu> (2015.10.17.)

A térség erősen kontinentális éghajlatú. A Bodrog és a Tisza folyók közelségének, a hegylankáknak, domboldaloknak köszönhető mikroklímához a legtöbb helyen vulkánikus alapkőzet (andezit, riolit és ezek tufái) illetve az ezen kialakult nyiroktaíaj társul. Az ásványi anyagokban gazdag vulkáni kőzetek testes, kiváló minőségű, lassan fejlődő borok készíthetők. Mindemellett egyes részeken (pl. Kopasz-hegy, Abaújszántó) lösztakaró alakult ki, ami a könnyű, illatos borok készítését teszi lehetővé. Az aszúkészítéshez az őszi csapadékos időjárást követően hosszú, száraz időszakra van szükség. Az esőzések idején felrepedt szőlőszemekbe behatol, a kedvező esetben nemes rothadást előidéző Botrytis cinerea nevű gomba, amely ezután a száraz napokon a szőlő aszúsodását, töppedését eredményezi.

Tokaj-hegyalja borvidéken jelenleg 6 szőlőfajta telepíthető. Az engedélyezett szőlőfajták megoszlási aránya a következő: 60% Furmint, 30% Hárslevelű, 10% Sárga muskotály, Zéta, Kövérszőlő, és Kabar szőlőfajták együttesen. A fenti fajták mellett kísérletek folynak a Gohér - Tokaj-hegyalja egyik hagyományos, a filoxéra után eltűnt fajtájának - a felélesztésére és újbóli termesztésbe vonására is.

2.2. Történelme és a Tokaji Aszú

Már a honfoglalás előtt is volt szőlőtermesztés Tokaj-Hegyalja területén, de csak az 1241-42-es tatárjárást követően lendült fel igazán. Ekkor IV. Béla király olasz telepesekeket hozatott be az országba, akik szőlőműveléssel foglalkoztak. Ennek az időszaknak az emlékéét őrzí néhány település a nevében, pl. Olaszliszka, Bodrogolaszi. A borvidék a 16-18. században vált világhírűvé. Bár a tokaji aszú első leírójának Szepsi Laczkó Mátét (Lórántffy Zsuzsanna református lelkészét) tartják, aki 1630-ban lejegyezte a pontos aszúkészítési technológiát, mégis már a 16. századból vannak írásos emlékek az aszúról. Az aszú legnagyobb felvevő piaca Lengyelország volt. Hegyalja aranya sok királyi udvarba eljutott a lengyel kereskedők révén. II. Rákóczi Ferenc még diplomáciai fizetőeszközként is használta a tokaji aszút. 1737-ben királyi rendeletben zárt borvidékké nyilvánították Tokaj-Hegyalját.

A világháborúk idején a tokaji borok helyzete tovább romlott. Az első világháborút lezáró trianoni békeszerződést követően stratégiai fontosságú területek (pl. Kassa, mint kereskedelmi központ) veszték el. Sok hazai és külföldi felvevő piac meg is szűnt. A második világháború utáni időszakban lezajlott államosítás, tervgazdálkodás pedig meggátolta a minőségi bortermelést. A tokaji aszú uniformizálódott. Ebből a válságból

csak a rendszerváltással együtt járó szemléletváltás menthette meg a borvidéket. Az 1990-es években a régi történelmi birtokok újraéledtek, magántársaságok jöttek létre, egyre több külföldi tőke jelent meg a borvidéken. Mindezek lehetővé tették a minőségi bortermelés technológia feltételeinek kiépülését. A termelők ma már dűlőszelektált borokat is készítenek, ami a termőhely fontosságát mutatja.

„A Tokaji talán az egyetlen fogalom a képzeletbeli nemzetközi gasztronómiai alapszótárban, ami egyedülálló, eredeti, a Földgolyó minden pontján jól ismert és eközben elidegeníthetetlenül magyar is. Nemzeti kincs, referencia terméke és viszonyítási mértéke a világ édes borainak.” (Dula és társai, 2012, 48. o.)

Manapság ha Tokaj-Hegyaljára gondolunk, mindenkinek egy fogalom jut eszébe legelőször: a Tokaji Aszú. A tokaji aszú megszületéséhez kapcsolódik egy érdekes anekdota is. A 17. században Szepsy Lackó Máté, Lórántffy Zsuzsanna udvari papja foglalkozott, a birtokon a szőlőtermelés irányításával. Akkoriban hadi események miatt a szüretet novemberig késleltette. Ennek következtében a szőlők megtöppedtek, összeaszalódtak. Így a borok tüzeesebbek, édesebbek lettek. Ráadásul a teli boroshordókat el kellett rejteni a környéken harcoló katonák elől. Kőbe vájt pincékbe, ún. „lőlyukakba” helyezték el az értékes italt. Azonban ezek a lőlyukak olyan alacsonyak voltak, hogy csak görnyedve lehetett oda belépni. Állítólag innen ered a mondás, hogy *„A tokaji bor előtt meg kell hajolni.”*

Az aszú gyors karrierjét elősegítette az a hiedelem is, hogy aranyat tartalmaz. A bor gyönyörű arany színe tévesztette meg Galeottó Marziót, aki azt feltételezte, hogy az aszú színét a hegyben lévő arany idézi elő, mivel a tőke magába szívja, és a bogyójába eljuttatja ezt az értékes nemesfémeket. Paracelsus, a neves svájci orvostudor e hír hallatán Tokajba utazott, hogy kísérleteket végezzen. Legelőször a mustot elemezte ki, de itt sem találtak aranyat. Végül arra a következtetésre jutott, hogy valószínűleg a napfény aranya jut el a tőkén át a gyümölcsösbe. Az orvostudor nem járt olyan messze az igazságtól, ugyanis orvosi körökben elterjedt az a nézet, miszerint mértéktartó fogyasztása gyógyító, regeneráló hatású, így *„Vinum Tokajense Passum”* néven az 1800-as évek végén a Magyar Gyógyszerkönyvben is szerepel. (<http://www.himesudvar.hu/tokaj-hegyalja>)



2. kép: Családom saját gyűjteménye

Forrás: saját kép (2015.10.17.)

Van egy régi mondás, amely XIV. Lajos által vált ismertté. Mikor megkóstolta tokaji bort, a „*le vin des rois et le roi des vins*” elnevezéssel illette, ami latinul vált ismertté: „*vinum regum, rex vinorum*” azaz „*királyok bora, borok királya*”. Azonban nem ő az egyetlen, aki a történelem során kinyilvánította a tokaji iránt érzett tiszteletét.

A muzsikusok közül Mozartól terjedt el, hogy szerette a tokajit, feljegyzések szerint, mikor a Don Giovanni szövegkönyvét írta, állítólag mindig ott állt az asztalán egy üveg tokaji bor. „A nagy német költő Goethe még a Faustba is beleszötte Tokaj borának hírét. A Faust első részében, Auerbach pincéjében szerepelteti a Tokajit.” (https://hu.wikipedia.org/wiki/Tokaji_borvidék) Az ifjú Schubert pedig el is készítette a Tokaji bordal zenéjét Baumberg bécsi költő verse alapján.

Azonban nem is kell olyan messzire menni, ha a Tokaji dicséretéről van szó. Kevés az olyan nemzet, amely himnuszában megénekli borának tiszteletét, Kölcsey a gondviselés ajándékának tekinti ezt a bort, amikor azt írja: "Tokaj szőlővesszein nektárt csepegtetél". (Kölcsey, 1823)

3. A vizsgált borvidék, mint egységes turisztikai térség fejlesztése (fesztiválok, bormarketing, UNESCO Világörökségi Terület)

3.1. Fesztiválturizmus

A nemzetközi tendenciákat nézve a fesztiválok manapság Magyarországon is egyre népszerűbbek. „Fesztiválnak nevezhető minden olyan – egy vagy több téma köré szerveződő, rendszeresen megrendezésre kerülő, egy vagy több helyszínen történő, meghirdetett programmal rendelkező kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb – eseménysorozat, amelynek célja, hogy közönsége részére kiemelten színvonalas, értékközvetítő, minőségi, ismereteket is bővítő és egyben szórakoztató, szabadidős közösségi élményt nyújtson.” (Magyar Fesztivál Szövetség, 2014)

A fesztiválokat számos jellemző alapján csoportosíthatjuk. Ha az időtartamot vesszük alapul, akkor megkülönböztetünk egy-és többnapos, egyhetes vagy akár egy hónapos fesztivált is. Vonzáskörzetet tekintve beszélhetünk helyi, regionális, nemzeti vagy nemzetközi fesztiválról. A fesztiválok csoportosításának az egyik fő szempontja az esemény témája. Manapság két fontos csoport alakult ki aszerint, hogy az adott fesztivál a kulturális értékek közvetítése, vagy a résztvevő közönség szórakoztatása céljából került megrendezésre. Ebben a megközelítésben a két végletet a kulturális fesztiválok illetve az úgynevezett vigasságok jelentik. (Sulyok, Sziva, 2009, 4. o.)

Fontos kérdés a fesztiválok életében, hogy vajon mekkora tömeget vonz az adott esemény. Egy 2003. évi országos kulturális reprezentatív lakossági felmérés alapján a következő adatok születtek: „kb. 4,5 millió 14–70 éves állampolgár volt az év során valamilyen kisebb-nagyobb rendezvényen vagy fesztiválon. A leglátogatottabbnak a helyi rendezvények (városnapok, falunapok, búcsú, különféle főző versenyek stb.) bizonyultak: a 14–70 évesek közel fele (47%) legalább egyszer részt vesz egy év során valamilyen helyi rendezvényen.” (Hunyadi és társai, 2006, 19. o.)

A fesztiválok és a turizmus kapcsolata igen hosszú múltra tekint vissza. Kezdetben ezek vallási megmozdulások voltak (pl. passiójátékok), majd megjelentek a tél-és böjtbúcsúztató vigasságok. A mai kor kezdeti fesztiváljai leginkább a művészet és a kultúra köré összpontosultak. Hosszú ideig csak a nagyszabású művészeti rendezvények viselték ezt a nevet, azonban az idő múlásával a fesztivál, mint fogalom fölhígult. Előtérbe

került az idegenforgalom, és ennek hatására rengeteg régió, ill. település szervezett saját fesztivált.

A fesztiváloknak manapság komoly szerepe van az adott térség megítélésében, a kulturális örökségek megőrzésében, a térségre jellemző „termék” népszerűsítésében, a tehetséges művészek felkarolásában, ezért is hárul nagy felelősség a szervezőkre. A helyi és regionális fesztiválok a helybéli közösségek életére többnyire pozitív hatással bírnak.

„Ez a hatás leginkább a következő területeken működhet:

- ✓ erősíti a közösség identitástudatát;
- ✓ mozgósítja, lelkesíti a helybélieket;
- ✓ teret ad a közösségi cselekvésre;
- ✓ az amatőr mozgalmakban való részvételen keresztül az önkifejezés számos formáját teremti meg, ami növeli az önbizalmat és az önbecsülést;
- ✓ munkaalkalmat teremt.” (Hunyadi és társai, 2006, 72. o.)

A kisebb méretű helyi fesztiválok segítenek a régió és annak szokásai megerősítésében, emellett pedig lehetőséget adnak a közösségeknek saját kulturális identitásuk kihangsúlyozására. „A gasztronómiai fesztiválok – mint például a Müncheneri Sörfesztivál – mindig is sok embert vonzottak, és mára már a borfesztiválok is lassan ugyanakkora, ha nem nagyobb érdeklődésre tettek szert. Amíg a zenei fesztiválok gyakran „globalizáltak” (például nagy részben nemzetközileg is elismert előadók meghívásával), a gasztronómiai fesztiválok segíthetnek abban, hogy a látogatók számára helyi termékeket mutassanak be és értékesítsenek.” (Smith, M. 2006, 25. o.)

Mindent egybevetve kijelenthetjük, hogy a fesztiválok országa lettünk. A különféle fesztiválok pedig hozzájárulnak az ország, és az adott térség imázsához. Fontos megemlíteni, hogy a fesztiválok összefüggenek a turizmussal. Azonban a turisták többsége nem feltétlenül az adott fesztivál miatt érkezik a kiválasztott térségre. A cél az lenne, hogy a turisták azért jöjjenek pl. Tokaj-Hegyaljára, mert épp akkor rendezik meg az egyik borfesztivált, és ők mindenképp szeretnék ebben részt venni.

3.2. Borfesztiválok és a bormarketing jelentősége

Manapság egyre inkább előtérbe kerül a kulturált hazai borfogyasztás, és egyre több kezdeményezés indul, amely ezen elképzelést hivatott terjeszteni. Magyarországon szinte

minden vidéken, településen rendeznek valamilyen kulturális eseményt, fesztivált, amely az adott térségre jellemző. Az ország 22 borvidékének a népszerűsítésére kiváló alkalmat jelentenek a különféle borfesztiválok. Ilyenkor az adott település rengeteg turistát vonz, megnövekszik vendégéjszakák száma, és az ott élő vállalkozások is jelentős mértékben profitálnak az esemény kapcsán. Illetve ami még nagyon fontos, hogy ezáltal a régió marketingje is javul. Tokaj-Hegyalján is rengeteg ilyen jellegű megmozdulást szerveznek az egészen kicsi egynapos eseménytől kezdve a háromnapos, nagyobb tömeget megmozgató fesztiválig.

A borfesztivált, mint fogalmat eddig még senki sem definiálta, ezért megfogalmaztam, hogy számomra mit jelent egy borfesztivál. A borfesztivál –amely egy kiválasztott borvidéken belül valósul meg- a borturizmus egyik fontos eleme. A fesztivált egy adott településen rendezik meg, időtartamát tekintve 2-3 napos. Általában az adott település és/vagy a borvidék pincészeteinek borait és a (helyi) gasztronómia kínálatát lehet megkóstolni, miközben a megrendezett kulturális programok széles palettájáról tud választani a résztvevő (pl. zenei koncertek, kiállítások, bemutatók stb).

A borfesztiválok nagyon fontos eszközei a magyar bormarketingnek. „A bor egy rendkívül sokszínű termék, megjelenése minden szempontból - árban, minőségben, stílusban, szakmai tartalomban - változatos. Nem túlzás, hogy az ember alkotta termékek között a bor a leggazdagabb választékú. Ebből adódóan a piacra jutásnak, a marketingmunkának is nagyon sokszínűnek kell lennie: ahány termék, ahány piaci szegmens, annyi megfelelő és szükséges marketingeszköz. Bizonyos termékeket óriásplakátokkal is jól lehet kommunikálni, rendkívül fontosak azonban a személyes találkozások is. A sokszínűség mellett ugyanis a bornak sajátossága a személyesség is: kötődik hozzá a készítő stílusa, hozzáértése, a minőségről alkotott elképzelése is. Ezt a jellegzetességet értelemszerűen személyesen lehet a legjobban bemutatni, átadni.” (Zilai, 2011)

Amikor bort vásárolunk, akkor nem csupán az adott üveg tartalma alapján választunk, hanem a fogyasztók részeseivé akarnak válni a borhoz kapcsolódó kulturális hagyományoknak, sőt különösen igénylik az adott borhoz kapcsolódó szolgáltatást, mint pl. egy pince vagy vendéglátás hangulatát. A tokaji bor különlegessége miatt képes arra, hogy fogyasztása maradandó élmény legyen. Sikereket a borpiacon csak egy olyan vállalat tud elérni, amely kellő marketingorientált látásmóddal és megfelelő marketingstratégiával

rendelkezik. A borvidéki bormarketing tevékenység két szinten kell, hogy megvalósuljon: vállalkozói marketing és közösségi marketing.

A közösségi marketing fogalma az agrárágazatból származik. Ez tulajdonképpen azt jelenti, hogy nem az egyes termelő, az egyes borászat, hanem az adott terület (ország, régió, borvidék) bortermelőinek összessége és a borágazat egészének az érdekében kell egy versenysemleges tevékenységet létrehozni és művelni. Erre a közösségi marketingre azért van szükség, mert hatalmas a verseny a hazai és a nemzetközi piacokon egyaránt. Külföldön manapság a tokaji kategóriájának reális konkurensei a francia, osztrák, német borok, a spanyol sherry és a portugál portói is. A felsorolt borokat a kitűnő minőség mellett jól kialakított marketingtevékenység is jellemzi. A közösségi marketing célja a térség és a közösség érdekeinek segítése, támogatása. (Piskóti, 2012)

3.3. A Tokaj-hegyaljai bormarketing

„A marketing koncepció kiinduló szakmai tétele, hogy a tokaji bor nem egyszerűen egy fontos agrártermék, hanem annál jóval több. Ismertsége, történelmi, kultúrtörténeti szerepe, jelentősége révén meghatározó országimázs formáló termék, igazi hungarikum, melynek sikere, ezáltal kiemelkedő országos jelentőségű érdek is. A borágazat a térség, a borvidék általános, gazdasági, társadalmi fejlődésének kulcseleme, melynek következtében a térségfejlesztés kiemelkedő prioritásai közé kell tartoznia. A tokaji bor a magyar borok „zászlóshajója”, azaz kiemelt kezelése, előtérbe kerülése nemhogy rontaná, hanem jelentős mértékben segíti a magyar borok nemzetközi piaci sikerét, növekedését.” (Szakál, 2008, 52. o.)

A borvidék fő stratégiája lehet: a turistákat Tokaj-Hegyaljára „csábítani”, és a termelés helyszínén, a saját környezetében kóstolják meg a borokat. Ennek feltétele, hogy a korszerű és hatékony termesztési módszerek és szakmai együttműködések általánossá váljanak a borvidéken. A tokajit, mint különleges bort kell pozicionálni és javítani kell a nemzetközi ismertségén, imázsán. A marketingstratégia alapja az egyediség, különlegesség alapú pozicionálás. A tokaji bort egyértelműen a legmagasabb minőségű borként kell, hogy megjelenjen. Minden területen ezt a kiváló minőséget kell tudatosítani. „A tokaji bor hírneve, imázsa összeforrt a borvidék imázsával.” (Piskóti, 2012, 286. o.) A turizmus és a bor összekapcsolódása számtalan új lehetőséget nyitott, erre nagyban hatással volt, hogy a borvidék felkerült a világörökség-listára. Az élénkülő turizmus javíthatja a bor imázsát, emellett pedig növelheti az értékesítést is. A stratégiának rengeteg

érdekeltje van kezdve a borágazat gazdasági szereplőitől (szőlőtermesztők, családi pincészetek), a borágazathoz kötődő más vállalkozásokon (pl. vendéglátás) át egészen az önkormányzatokig, és a különféle érdekvédelmi és szakmai szervezetekig.

Fontos az eredetvédelem a márkaépítést tekintve. A Tokaj-hegyaljai borvidék egy zárt borvidék, amely azt jelenti, hogy a jövőben tokaji borként csak azok a borok hozhatók forgalomba, amelyek nemcsak a borvidéken termelt szőlőből készültek, hanem helyben, azaz a tokaji borvidéken is palackoztak. „Az intézkedésre a nemzetközi piacon legismertebb hazai borvidék rangjának, a minőségi borok értékesítési lehetőségeinek megóvása, illetve a szigorú nyomon követhetőség biztosítása érdekében volt szükség. Az utóbbi időben ugyanis elterjedt gyakorlat lett, hogy a borvidéken termelt szőlő értékesítése után abból más borvidék felvásárlói készítettek és forgalmaztak tokaji bort, sokszor a helyi borászok termékeinél sokkal olcsóbb áron.” (napi.hu, 2013.június)

A 2013-as év elején hatályba lépett egy új hegyközségi törvény, amelyre azért volt szükség, mert túl nagy volt az eltérés a Tokaji Aszúnak hívott borok között mind ár, mind minőség tekintetében. A kívánatosnál alacsonyabb árak negatív következménye lett, hogy egyre alacsonyabbak lettek a szőlőfelvásárlási árak is. „A cél a minőségi termelést biztosító garanciák megerősítése, valamint az aszúborokra vonatkozó előírások egyszerűsítése, továbbá a félédes és édes borok kategóriájára vonatkozó rendelkezések egységesítése – mondta Prácser Miklós, a Tokaji Borvidék nyolc hegyközségét tömörítő testület elnöke.” (hvg.hu, 2013. november) Ennek értelmében több ponton egyértelművé tették az aszúkészítési eljárás szabályait. Illetve a leglényegesebb változtatás, hogy 2014. július 31-től az oltalom alatt álló tokaji borok palackozása kizárólag a Tokaji Borvidékhez tartozó településeken engedélyezett.

A tokaji bor marketingkommunikációs üzenetének, fő szlogenjének is hatalmas felelőssége van. Olyan fő mondanivalót kell megfogalmazni, amely elsősorban a fogyasztóknak szól, tudatosítja a bor nem mindennapiságát, tudatosítja, hogy milyen kulturális értékeket hordoz, a külföldi piacon tudatosítja, hogy a tokaji magyar bor, illetve az értékesítésösztönzési módszerek típusainál jól használható. Különböző megközelítések lehetségesek. A tradicionális megközelítés az évszázadok óta használt szlogent javasolja: „*A borok királya, a királyok bora.*” Ennek nagy előnye, hogy régóta a köztudatban van, nem csak itthon, hanem külföldön egyaránt. A cél, hogy az aszút minél több fogyasztó számára elérhetővé tegyük, és ennek az üzenetnek van egy olyan hangzata, hogy 'csak a

királyok' fogyaszthatják. Illetve a mai modern életformával rendelkező közönséghez egy korszerűbb és dinamikusabb szlogen javasolt. A következő megfogalmazás: „*Tokaji, a kultúrák találkozása*” – „*Tokaji, a magyar génusz bora*”. A szlogen mögött egy filozófiai mélységű mítosz áll, amelynek a gyenge pontja is abban áll, hogy részletesen kell ezt az üzenetet magyarázni, amely megnehezíti a kommunikációs eszközök üzenetének kialakítását. A harmadik megfogalmazás: „*Tokaji bor, életünk ünnepi pillanatához*” – „*Tokaji, a boldogság/bor élménye*”. A szlogen tartalmát tekintve abban mindenki egyet ért, hogy a tokaji bort leginkább a különleges események, ünnepi pillanatok alkalmával fogyasztjuk. Ilyenek lehetnek a családi ünnepek, név-és születésnap, karácsony, házasságkötés, baráti találkozások, rendezvénymegnyitók stb. Olyan termék, amelyet azok fogyasztják, akik azt akarják üzeni magukról, hogy boldogok, sikeresek, és valami jó történt velük. „A szlogen üzenete tehát a sikeresség, az elégedettség alapján érzett boldogság egybekapcsolása a tokaji borral, azaz egy igen pozitív, optimista, vidám tartalom.” (Piskóti, 2012, 291. o.)

Szükség van olyan programra, amely a kül-és belpiaci értékesítést egyaránt támogatja. A külpiaci imázsépítést támogató marketing program elemei lehetnek a különféle szakmai kiállításokon való részvétel, ahol önálló „Tokaji bor” standot állítanánk a borvidék cégeinek együttműködésével. Remek lehetőség továbbá valamilyen kulturális programmal (pl. koncert) összekötött borbemutató szervezése, ill. borversenyeken, és bortörténeti kiállításokon való részvétel. Meg kell erősíteni azt az elképzelést, mely szerint a tokaji a „hivatalos protokollajándék”. Nagyon jó kezdeményezés lehetne Tokaji Vinotéka létrehozása a fő piacok nagyvárosaiban, egy kisebb üzlet kialakítása, ahol csak és kizárólag tokaji borokat lehetne kóstolni, és vásárolni is, emellett információs helyként is funkcionálna. Érdeemes lenne olyan találkozót szervezni, amelyen a különféle borvárosok vesznek részt, és hozzák el saját boraikat.

A belföldi értékesítést támogató program részei lehetnek a borismereti kurzusok szervezése, a „Tokaji bor és a gasztronómia” ill. „Tokaji bor és a művészetek” bemutatók. Szükség lenne egy olyan ismeretterjesztő filmre, amely a tokaji borról, történetről, borkultúráról, gasztronómiai sajátosságról szól, és ezt hazai tv-csatornákon mutatnánk be. A mai modern internetvilágban elengedhetetlen lenne egy közösségi borhonlap létrehozása tokajwine.com néven. Fontos lenne a borvidékről különféle kiadványok készítése (pl. Tokaji bor évkönyve, plakátok, bortérkép stb.)

A bor és a turizmus hatékony összekapcsolásának érdekében bortúrákat és különféle túraútvonalakat lenne érdemes kialakítani, előtérbe helyezni a Szüreti Napok rendezvényeket, emellett pedig a helyi turisztikai rendezvényeket is támogatni. A játékosabb kedvűek számára elkészíteni egy vetélkedőt, ami a világörökség és a borvidék népszerűsítésére irányul. Illetve a borvidék névadójának, Tokajnak a főterén egy heti rendszerességű turisztikai attrakciót megrendezni, amely a „Tokaji Borvásár” nevet viselni, és minden héten ugyanazon a napon a térre kitelepülnének a helyi termelők és árúsítanák a termékeiket, boraikat. (Piskóti, 2012)

A stratégia fő pontjait végignézve megalakítható a Tokaj-hegyaljai borvidék saját közösségi-és bormarketingje. Ennek a lebonyolításáért és kialakításáért a Tokaj-Hegyalja Bormarketingstratégiai Tanács és a Tokaj-Hegyalja Bormarketing Iroda volna a felelős. Ez azonban nagyrészt akkor lenne leginkább hiteles, és eredményes, ha a többi 21 borvidék is megszervezné a saját stratégiát, és létre lehetne hozni egy országos szintű bormarketing programot és irodát.

3.4. Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék, mint UNESCO világörökségi terület

A 2002-es év egy fontos dátum a térséget illetően. Az UNESCO ekkor ismerte el Tokaj évezredes múltját, az itt élő generációk évszázados munkáját, ekkor vált Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék kultúrtáj néven az UNESCO Világörökség részévé. A Bizottság Tokajt két szempont alapján tartotta érdemesnek a cím odaítélésére. A III. kritérium: „A Tokaji borvidék a világon egyedülálló, több mint ezer éves szőlészeti-borászati hagyományt testesít meg, amely a mai napig lényegét tekintve változatlan formájában maradt fenn.” Az V. kritérium: „A teljes Tokaji borvidék, beleértve a szőlőbirtokokat, a nagy múltú településeket és a történelmi pincerendszereket, eleven formában jeleníti meg a hagyományos földhasználat egy különleges formáját.” (Tokaj-Hegyalja Történelmi Borvidék Kultúrtáj világörökségi helyszínre és védőövezetére vonatkozó világörökségi Kezelési terv, 2014, 21. o.)

„Az emberi erőforrások minisztere a világörökségi kezelési tervről, a világörökségi komplex hatásvizsgálati dokumentációról és a világörökségi várományos helyszínekről szóló 315/2011. (XII. 27.) Korm. rendelet 4. § (1) bekezdése szerint közzéteszi a Városteampannon Kft., mint vállalkozó által elkészített alábbi dokumentumokat,

amelyeket a vállalkozó a világörökségről szóló 2011. évi LXXVII. törvény, valamint a fentebb hivatkozott kormányrendelet alapján a Forster Gyula Nemzeti Örökséggazdálkodási és Szolgáltatási Központ megbízásából készített el:

1. a „Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék kultúrtáj világörökségi terület” világörökségi kezelési tervének tervezetét - véleményezésre, és
2. a „Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék kultúrtáj világörökségi terület” megalapozó dokumentációját a világörökségi kezelési tervhez c. dokumentumot - tájékoztatásul.” (<http://www.kormany.hu/hu/emberi-eroforrasok-miniszteriuma>)

Tehát az Emberi Erőforrások Minisztériuma hivatalos honlapján a fentebb említett leírással közzétett 2 dokumentumot, amely a Tokaj-hegyaljai borvidék világörökségi területének kezelésével foglalkozik. A továbbiakban *A Tokaj-Hegyalja Történelmi Borvidék Kultúrtáj világörökségi helyszínre és védőövezetére vonatkozó világörökségi Kezelési terv*ből (26-30.o.) fogok idézni. Az 2.3. fejezet kifejti, hogy milyen értékhordozók (attribútumok) vannak jelen a borvidéken. Ezek rendszere rendkívül összetett, előfordulásuk a világörökségi terület egészére kiterjed változó összetételben és megőrzési állapotban. „Az értékhordozó-csoportok bemutatása:

1. „Ezeréves”, folytonos megújulásra képes szőlészeti borászati kultúra
2. évszázadok óta épülő pincék, pincerendszerek egyedülálló sűrűsége
3. az egykori mezővárosok láncolatára épülő településhálózat települési, építészeti és tárgyi öröksége
4. karakteres tájképi együttesek, melyek a sok évszázados tájhasználat, a földtani és felszínalaktani adottságok, valamint az élővilág szinergiájának leképeződései
5. az élő és élettelen természeti értékek – a biológiai, a földtani-felszínalaktani és a vízrajzi értékek rendkívüli diverzitása
6. a kultúrák évezredes egymásra rétegződését tükröző gazdag régészeti emlékhagyomány
7. a több száz éve zajló kutatási, gyűjtési, művészi alkotó, mítosz- és hagyományteremtő tevékenység eredményeinek páratlan gazdagsága”

Mivel a választott borfesztiválokat Tokaj-Hegyalján, az UNESCO világörökségi területén rendezik meg, úgy gondolom, fontos lenne, hogy a felsorolt attribútumok is megjelenjenek a rendezvényeken, kihasználva a borvidék eme rendkívül különleges értékét.

A borászati kultúrába beletartoznak a földrajzi, természeti erőforrások, a nagyminőségű tokaji borok, történelmi borházak, modern borházak stb. A természeti erőforrásokat egy borfesztiválon egy videóval vagy egy kiállítással lehetne legjobban szemléltetni. A magas minőségű borok egyértelműen meg kell, hogy jelenjenek ezeken a fesztiválokon. Történelmi borházként említhetjük a mezőzombori Patay-borházat (más néven Sárga-borház), amely ma már hangulatos vendéglőként működik Mád közelében. A vendéglő ki szokott települni, mint étterem egy-egy fesztiválra, de most jelen esetben leginkább az épületen van a hangsúly, amelyet a helyszínen tudnak megcsodálni a látogatók. A Mádi Furmint Ünnepehez lehetne kapcsolni, mint másodlagos helyszín, étterem. Modern borházak, amelyek a 4 fesztivál valamelyikén helyezkednek el: a Tokaj-Hétszőlő Szőlőbirtok, az erdőbényei Béres Szőlőbirtok és Pincészet és a tolcsvai Oremus Pincészet. A településeken található nagyméretű pincerendszerek is kedvelt turisztikai célponttá válhatnak az egyes borfesztiválokon. Tolcsva: Oremus pincék, Bormúzeum pincéi, Kereskedőház pincéi. Erdőbénye: 3,5 km hosszú háromszintes Rákóczi pincerendszer - Vivemus pincészet. Tokaj: Rákóczi-pince és a belváros alatti pincerendszer. Mád: Royal Tokaj pincéje, Holdvölgy pincészet.

Az egykori mezővárosok örökségeihez tartoznak a várak, várkastélyok pl. a tokaji vár. A 18-19. századi építkezések emlékei, pl. a tokaji görög kereskedőházak, a mádi és tokaji zsinagóga, a mádi Rákóczi-Aspermont ház, a tokaji Sóház. Ide tartoznak még a mai is élő hagyományos kézműves iparok, pl. az erdőbényei hordókészítés, rengeteg környékbeli borászat alkalmazza pincéiben a bényei hordókat. A karakteres tájképi együttesek részét képezik pl. a három Sátor-hegy (Abaújszántó, Sátoraljaújhely, Tokaj), amely kiránduló célpontként a fesztiválok programfüzetében szerepelhetne.

Az élő és élettelen természeti értékek közé tartozik az Erdőbényei Fás legelő természetvédelmi területe, amelyet leginkább egy kisfilmben lehetne bemutatni. Emellett a térség különleges ásványai pl. Erdőbénye területén opálféleségek, jáspis, karneol, kalcedon. Ezeket az ásványokat be lehetne mutatni és meg is lehetne vásárolni a fesztiválokon.

A régészeti emlékekanyagok részét képezik pl. a tokaji vár, Tokaji Múzeum. A több száz éve tartó kutatási eredmények páratlan gazdagságának része a Tokaji Múzeum tudományos tevékenysége és gyűjteményei, az UNESCO Szellemi Örökség Nemzeti Jegyzékébe is felterjesztett erdőbényei kádártánc (amely a Bor, mámor, Bénye

rendezvényen kerülhetne bemutatásra). Szintén ide tartoznak még a borvidék és borainak dicsérete a magyar irodalomban (Kölcsy Ferenc, Weöres Sándor, Petőfi Sándor stb.) és számos tengerentúli költő, író művében (Goethe: Faust, Bürger: Münchhausen báró vidám kalandjai, Pablo Neruda: Tokaji). Ezeket a méltán híres műveket érdemes lenne egy-egy színjátszó csoportnak, színházi együttesnek feldolgozni és előadni pl. a Tokaji Fesztiválatlanban, ahol kellő figyelmet és teret kapna a mű és a társulat egyaránt.

4. A kutatás módszertana

4.1. A mélyinterjúk elkészítésének háttere

„A mélyinterjú egyéni interjú. Kvalitatív, primer adatgyűjtési módszer. A kutató előre meghatározott szempontsört, az interjúvázlatot (amelyet gyakran guide-nak neveznek) követve többé-kevésbé irányított beszélgetést folytat a válaszadóval. Az elhangzottakat a szükség szerinti részletességgel rögzíti is. A mélyinterjú célja a válaszadó adott kérdéssel kapcsolatos véleményének, nézeteinek részletekbe menő megismerése. Ez az adatfelvételi technika nem teszi lehetővé az adatok számszerűsítését.”
(<http://fact.hu/fogalomtar/melyinterju-depth-interview>)

Általában akkor használunk mélyinterjút, ha a vizsgálat tárgya kevésbé ismert, és emocionális értékeléseket, motivációkat, egyéni értékeket kell megértenünk. Az egyéni mélyinterjú négy szemközti, bensőséges hangulatával megteremti a lehetőséget arra, hogy az interjúalany megnyíljon nekünk. A mélyinterjút általában sorozatban készítik, mert csak így vonható le valamilyen következtetés a vizsgált témát illetően. Időtartama fél órától kettő óráig is terjedhet. Nagy előnye, hogy egyénenként tudunk az alanyra koncentrálni, és így megtudható mit, miért tesz. A válaszadót nem tudják befolyásolni, nem nehezedik rá csoportnyomás. A kérdező jobban tudja irányítani az egy emberrel történő beszélgetést, mintha egy csoport ülne vele szemben. A hátránya, hogy az interjú elkészítése sok időt vesz igénybe, és költséges is. A diktafonra rögzített beszélgetések értelmezése, feldolgozása hosszadalmas folyamat. (<http://www.tankonyvtar.hu>)

A mélyinterjúk elkészítése hétfői napra esett. Ennek szakmai oka nem volt, úgy gondoltam, hogy aznap biztosan mindenkit meg tudok szólaltatni. Két teljes napot szántam arra, hogy ellátogassak Mádra, Tokajba, Tolcsvára és Erdőbényére (2015. október 26. és november 2.). Törekedtem arra, hogy az összes interjú 1-2 héten belül megvalósuljon, hogy egyben tudjam látni a motivációkat, és a kutatás szerkezetét. A helyszín minden esetben az interjú alany saját közege volt. A polgármesterek esetében ez az önkormányzat, a szervezőket tekintve a saját irodájuk, borászok és a többi szereplő (volt polgármester, sajtógyártó) esetében pedig a borászat és a családi otthon volt. Az átlagos időtartam 30-35 perc volt, ennyi idő alatt választ kaptam minden kérdésemre. Bár volt olyan főszervező, akivel egy órán keresztül beszélgettünk kötetlen módon, nem csak

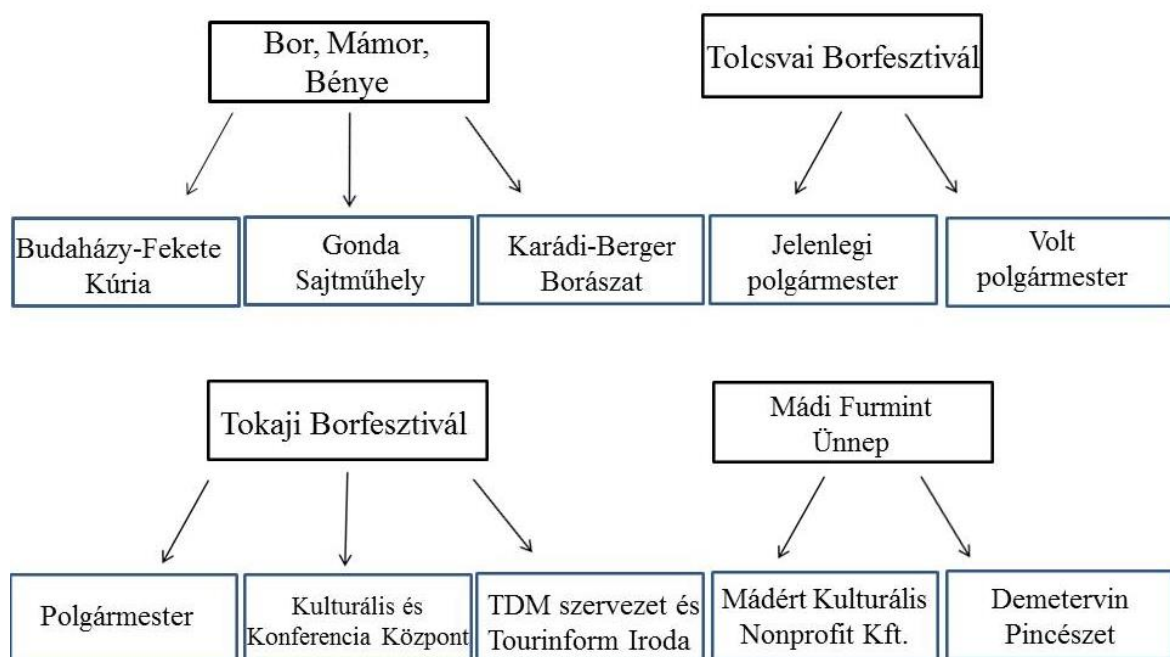
az adott borfesztiválról, hanem a borvidék egészéről, mivel a munkája is a borvidék fejlődéséhez, fejlesztéséhez kapcsolódik.

A helyszínek beosztása a két hétfői napot illetően eltérően alakult, de a főszempont mindig a települések sorrendje volt, nem szerettem volna felesleges ingázást. Az első hétfőn Vámosújfaluról indultam, és először Tolcsvára, majd Tokajba látogattam el. A következő hétfőn Miskolcra indultam, először Mád, majd Tokaj és végül Erdőbénye volt a célállomás. Ahhoz, hogy ez a terv így megvalósuljon, szükség volt arra, hogy jól osszam be az időmet és a távolságokat, illetve nagy szerencsém volt, hogy az elképzeléseimnek megfelelően mindenki akkor ért rá, amikor az adott településen voltam. A mellékletben található az interjúk során feltett kérdések vázlata, sorrendje. A kérdéseket 3 szempont alapján csoportosítottam: múlt, jelen, jövő. Fontos szempont volt, hogy mind a négy fesztivál szervezőjének, szereplőjének ugyanazokat a kérdéseket tettem fel. Ezáltal jobban összehasonlíthatóak a motivációk, a megvalósítás és a tervek.

A kutatás szempontjából a 4 borfesztivál kiválasztása nagyon fontos lépés volt. Először az Észak-Magyarországi fesztiválok listáját tekintettem meg. Ezen a következő fesztiválok szerepelnek: Bogácsi Szüreti Mulatság, Bor Mámor Bénye, BÜKKVINFEST - Bükkaljai Borfesztivál és Nemzetközi Borverseny, Egri Bikavér Ünnepe, Egri Csillag Borfesztivál, Gyöngyösi Bornapok, Mádi Furmint Ünnepe, Mindszent Havi Mulatság, Miskolci Kocsonya Fesztivál, Országos Csokoládé Fesztivál, Tarjáni Tavaszi Borfesztivál, Téli Boros-Toros, Tokaj-Hegyaljai Szüreti Napok, Tokaji Borfesztivál, Tolcsvai Borfesztivál. Utána leszűkítettem a listát azokra a borfesztiválokra, amelyeket Tokaj-Hegyalján rendeznek meg. Ez után pedig sajtóhírek alapján megállapítottam, hogy az elmúlt időszakban a látogatottságot tekintve a legkiemelkedőbb helyen a Bor Mámor Bénye, a Mádi Furmint Ünnepe, a Tokaji Borfesztivál és a Tolcsvai Borfesztivál végzett. Kivételt a Hegyalja Fesztivál képezte, amelyet Rakamazon rendeznek és típusát tekintve nem borfesztivál, nem a borhoz kapcsolódik. (A 3.2. fejezetben általam definiált borfesztivál fogalma alapján).

A következő lépés az interjúalanyok kiválasztása volt. Megvizsgáltam kik szervezik az egyes fesztiválokat, értelemszerűen őket szerettem volna felkeresni. A főszervezők személye fesztiválonként eltérő. A Bor Mámor Bénye esetében a falu borászainak ötlete alapján valósult meg a rendezvény, akik ma már egyesületként szervezik meg. A Mádi Furmint Ünnepet egy nonprofit Kft. szervezi. A Tokaji

Borfesztivál a Kulturális és Konferencia Központ, a Városüzemeltető Szervezet és a helyi TDM szervezet együttműködésének keretein belül valósul meg. A Tolcsvai Borfesztivált pedig az önkormányzat szervezi. Ezen kívül fontos volt számomra, hogy a 4 település polgármesterét is megszólaltassam, akik a fesztivál hatásairól meséltek nekem a települést illetően. Illetve voltak olyan személyek, akik nem főszervezők, de érintettek a fesztivál kapcsán. Gondolok itt Tolcsva volt polgármesterére, aki a kezdetek kezdetén útjára engedte a fesztivált, a Demetervin Pincészetre, amely aktív résztvevője a mádi rendezvénynek vagy a Gonda Sajtóműhelyre, amely erdőbényei vállalkozásként sokat segít a rendezvény megszervezésében.



1. ábra: Mélyinterjú készítésének modellje

Forrás: saját készítés (2016.10.22.)

4.2. Kérdőíves kutatás módszertani háttere

Fontos szempont számomra, hogy a szervezők és interjú alanyok adatai, szubjektív véleményei mellett megtudjam, hogy az egyes fesztiválra látogatók miként vélekednek a rendezvény(ek)ről. Ahhoz, hogy ez a felmérés megvalósuljon, a kérdőíves megkérdezést választottam lehetséges módszertanként. A kérdőív összeállításakor 2 út volt előttem. Az első, hogy a 4 fesztivált egyszerre hasonlítom össze. Ennek érdekében egy olyan kérdőívet

terveztem, amelynek a kérdései az összes fesztiválra vonatkoznak. Mikor ennek elkészítésébe belefogtam, egyszerűen követhetlenné vált a kérdőív, szerkesztésileg lehetetlen volt a fesztiválokat együtt kezelni. Emellett megvolt annak a lehetősége, hogy a megkérdezett egy kérdésre ugyanazt a választ adja mind a 4 fesztivált illetően. A másik lehetőség az volt, hogy 4 típusú kérdőívet készítek a 4 településnek megfelelően.

Végül a második elképzelést választottam. Összeállítottam egy kérdőívet, példaként a Tolcsvai Borfesztiválra vonatkozóan. A kérdőívet leteszteltem egy 35 főből álló csoporton annak érdekében, hogy értelmes, követhető-e a kérdőív, van-e benne hiba stb. Miután leteszteltem, kaptam ötleteket, és javaslatokat, hogy min kellene változtatni. Megfogadtam a tanácsokat, korrigáltam a hibákat, és elkészült a végleges kérdőív, amely a mellékletben megtalálható. A kérdőívet próbáltam úgy összeállítani, hogy annak kérdései az általam megadott 4 hipotézisre választ adjanak. Nyitott és zárt kérdéseket egyaránt alkalmaztam. Fontos volt az elején megtudni, hogy a kitöltő járt-e már korábban a borvidéken, mennyire vesz részt az ország és Tokaj-Hegyalja borfesztiváljain. A kérdőívnek köszönhetően választ kapunk arra a kérdésre is, hogy a fesztivál melyik napja volt a leglátogatottabb. Lényeges kérdés a szállás és az ellátás a rendezvény ideje alatt, ezáltal felmérhetjük, hogy a kitöltők hány százaléka vette igénybe a település kínálta szolgáltatásokat, lehetőségeket. Az elégedettségre vonatkozó kérdésre válaszként egy 1-6-ig terjedő Likert skálát adtam meg. Ez a számozás sokkal kifizetődőbb, hiszen míg egy 5 fokozatúnál, a válaszadók többsége hajlamos a középső, 3-ast választani, amelyből nem tudunk meg sok mindent, addig egy 6 fokozatúnál eldől a válasz és a vélemény valamelyik irányba. A kérdőív második felében arra kerestem a választ, hogy mi volt a látogató motivációja, amely a Tolcsvai Borfesztiválra hozta őt, mely momentum tetszett neki a legjobban, illetve jövőre újra részt vesz-e. A legutolsó kérdés pedig a másik 3 vizsgált fesztiválra vonatkozik. Kíváncsi vagyok arra, hogy azok közül, akik a tolcsvain részt vettek, vajon hányan, milyen arányban vettek részt a borvidék másik 3 borfesztiválján, egyáltalán részt vettek-e. A kérdőív legvégén kaptak helyet a válaszadó személyes adataira vonatkozó kérdések. Úgy gondoltam érdekesebb a végére rakni, mert ha az elején van, félő, hogy az illető nem tölti végig a kérdőívet a személyes kérdések miatt. A nemre, korosztályra, lakhelyre kérdeztem rá, illetve, hogy havonta átlagosan mennyi pénzből gazdálkodik a családja, és hányan élnek egy háztartásban. Ezen kívül a legmagasabb iskolai végzettség megadása is fontos tényező, mivel volt olyan fesztivál, amely célcsoportjának pl. az értelmiségi helybelieket is megjelölte.

5. Saját kutatás, mélyinterjú a kiválasztott borfesztiválok kulcsfontosságú szereplőivel

5.1. Bor, mámor, Bénye

Minden év augusztusában kerül megrendezésre Erdőbényén Tokaj-Hegyalja egyik legkülönlegesebb borfesztiválja. Nem szokványos fesztivált kínálnak, színpadokkal és árusító standokkal, hiszen a fesztivál helyszínei az erdőbényei kertek. A nyitott pincék hangulatának megteremtéséhez, ahol a borászok saját boraikat kínálják, és helyi szakácsok, éttermek főznek, közben pedig koncertek mennek, rengeteg munkára volt szükség. A fesztivál évről évre fejlődik, ehhez pedig nagymértékben hozzájárult a borászok és a falu lakosságának összefogása. „Az első évek *„mindenki szervez egy házibulit a pincéjébe és mindegyiket végig is járjuk”* hangulata a mai napig megvan, csak most már sokkal több programmal és több emberrel.” A fesztivált egyre nagyobb érdeklődés veszi körül, ezért a borászatok is próbálnak minél jobban felkészülni és minél érdekesebb programokkal gazdagítani a saját helyszínüket. „Van itt egy olyan, máshol megismételhetetlen érzés, amit akkor érzel, amikor a bényei kertekben üldögélsz vagy fekszel a függőágyak és a színesen világító lampionok között, a háttérben szól a jazz, te pedig az ezen a helyen született bort iszod éppen, amit a készítője töltött a poharadba. Ezért az érzésért el kell menni a Bor, mámor, Bényére.” (Homoky, 2015)

Az erdőbényei borfesztivál kapcsán az első interjúalanyom **Berger Zsolt** volt, a Karádi-Berger Borászat tulajdonosa és borásza. Ő a fesztivál egyik megálmodója és kitalálója. Az első fesztivál 2009-ben valósult meg. Ha a megrendezés okát szeretnénk megtudni, akkor vissza kell mennünk az időben, egészen a 2000-2002-es évekig, amikor is Erdőbényén semmilyen borászati és turisztikai vállalkozás nem működött. Ebben az időben kezdődött meg a Magita Hotel építése, és egyre több vállalkozás jelent meg, akik fantáziát láttak a település fekvésében, adottságaiban. A 2008-as évre kialakult egyre több igényes és prémium minőségű bort előállító pincészet a faluban, és arra gondoltak, reklámot kellene csinálni, mert sokan egyáltalán nem ismerték és nem tudták merre van Erdőbénye. A falu adottságait kihasználva a megszokott kitelepülős, standokkal gazdagított rendezvénytől eltérőt szerettek volna létrehozni. Kezdetben a célcsoport a messzebb fekvő nagyvárosi emberekből állt, emiatt a környéken egyáltalán nem is hirdették az eseményt. A 2015-ös fesztiválon körülbelül 2500-an vettek részt, kevesebben, mint előtte, ez köszönhető a nagyon magas hőmérsékletnek. Amikor arról kérdezem, hogy

pontosan honnan jönnek leginkább a látogatók, azt mondja pontos statisztikáik nincsenek, abból tudnak következtetni, hogy a legnagyobb közösségi oldalon (Facebook) mennyien érdeklődtek az esemény iránt. Legutóbb volt lehetőség a jegyeket elővételben is megvásárolni, amely a bevételek negyedét tette ki. Ezt a vásárlási módot leginkább a Budapesten és környékén élők választották (látogatók 50%-a). Eleinte Debrecenből és Nyíregyházáról érkezett a látogatók nagy része, idén viszont nagyon sokan jöttek Miskolcra, Szlovákiából, és Lengyelországból. (Ez az egész borvidékre elmondható, hogy rengeteg lengyel turista érkezik, és viszik haza tokaji borainkat. Leginkább a Szamorodnit kedvelik, amelynek neve lengyel eredetű, azt jelenti: „*ahogy született*”. Ez utal a bor elkészítési módjára is, ugyanis válogatás nélkül szüretelik a teljes vagy részben aszúsodott szőlőfürtöket, amelyek a préselés után 2 évig érlelődnek általában fahordókban.)



3. kép: Borkóstolás Erdőbényén

Forrás: saját kép (2015.08.16.)

A rendezvénybe 15-16 helyszín kapcsolódott be, amelyek kivétel nélkül borászatok. A település központjában találhatóak meg, mindegyik régi építésű házakban, szép kertekkel, elérhető távolságban egymástól, tehát 1-2 nap alatt végig lehet járni a helyszíneket. A borászatok kertjeibe hívnak éttermeket főzni. Ezek részben helyi éttermek pl. Anyukám mondta, Sárga Borház, Oroszlános Borvendéglő, Miskolcra a Dülő étterem, Debrecenből az Ikon Restaurant. Az ételkínálat sem tipikus „fesztiválkaja”, hanem egy

kicsit igényesebb, de emellett azok is találhatnak kedvükre valót, akik az egyszerűbb ételeket részesítik előnyben. A programokat tekintve a kertekben rendeznek koncerteket, főleg a jazz, népzene és a világzene stílusában. Kezdetben minden borászat saját maga szervezte a koncerteket. Időközben létrejött egy központi szervezet, a Bor, Mámor, Bénye Egyesület, melynek tagjai a szervezés és a lebonyolítás teljes egészéért felelősek. A borfesztivál nagymértékben hozzájárult Erdőbénye fejlődéséhez. Amikor elkezdték, csupán 6 borászat volt összesen, és a Magita Hotel működött egyedüli szálláshelyként. Azóta a kezdetleges, hobbiként működő borászatok is hivatalossá váltak, megjelentek újabb befektetők, és volt olyan hegyaljai borászati cég, aki ide tette át a székhelyét más faluból, emellett nagyon sok vendégfogadó hely, vendégház nyílt. Amikor arra kérdezek rá, hogy van-e elegendő szálláshely az ide érkezők számára, határozottan mondja, hogy nincs. Azon a hétvégén megtelnek a falu szállásai, és Tállya, Tokaj, Sárospatak és a környező falvak helyei is. Viszont a fesztiválon kívüli időszakban elegendő szálláshellyel rendelkeznek kb. 300-400 ember részére. A fesztivál hétvégén és egy átlagos hétvégén is van elegendő vendéglátóegység az ide látogatók számára.

A helyi önkormányzat a rendezvény szervezésében nem vesz részt, viszont hozzájárul a fesztivál sikerességéhez tárgyi, technikai támogatással (pl. közterületek, áram-és vízfogyasztás, önkormányzat helyiségei). Pénzbeli támogatást különféle pályázati forrásoktól kaptak (Nemzeti Kulturális Alap, Leader Európai falu). A fesztivál népszerűsítésére az alábbi csatornákat használják: a legnagyobb közösségi oldal (Facebook), budapesti Jazzy Rádió, illetve egy PR ügynökség támogatásával jelentek meg különféle programajánlóban, lifestyle rovatokban. Összefoglalva elmondható, hogy országos lefedettségű csatornákon reklámozzák az eseményt, ill. legutóbb Szlovákiában és Lengyelországban is hirdettek. A legnagyobb szervezési nehézségként említi, hogy a fesztivál alkalmával nincs elegendő szálláshely a településen. Ennek érdekében a kemping férőhelyét szeretnék bővíteni, és az amúgy is üresen álló, kihasználatlan víkendházak tulajdonosait meggyőzni, hogy adják ki az ide látogatók számára ezen idő alatt. Emellett fontos feladat lenne a helyi lakosság meggyőzése, hogy adjanak ki 1-1 szobát, vagy biztosítsanak sátrazási lehetőséget. Amikor a jövőbeli tervekről kérdezem interjúalanyomat, azt mondja, gondolkoznak abban, hogy csütörtök - péntek - szombatra szerveznék a fesztivált, vagy esetleg egy egész hetet megtöltenének programokkal. (Ez a 2016-os évben meg is valósult, ugyanis már csütörtökön elkezdődött a fesztivál.) Ezen keresztül tudnák növelni a látogatószámot, és talán több ember érdekelt lenne abban, hogy

bekapcsolódjon és valamivel hozzájáruljon a rendezvény előkészítéséhez és sikeréhez. Eddig mindig augusztus közepére szervezték, de felmerült, hogy érdemes lenne változtatni ezen. (Ez az elképzelés 2017-ben meg fog valósulni, hiszen június 29-től július 2-ig fog tartani a következő Bor, mámor, Bénye.) Az augusztusi időpont mellett szól az, hogy már megszokták és tudják az emberek, hogy akkor rendezik meg, emellett pedig még kellőképpen megfelelő az időjárás. Ellene szól, hogy ebben a hónapban tele van rendezvénnyel a borvidék (pl. Zempléni Fesztivál, Sárospataki Borterasz, Hercegkúti Nyitott Pincék, Tolcsvai Borfesztivál), és eléggé foglaltak a szálláshelyek. Ami még ellenérv lehet, hogy az a közönség, akit nyár végén megmozgatnak, nem valószínű, hogy visszajön ősszel vagy a karácsony előtti időszakban Erdőbényére. A fesztivál fennmaradásának alapját a rendezvény különlegességében látják, és sokan érdekeltek abban, hogy évről évre megrendezzék.

A fesztiválhoz kapcsolódóan felkerestem egy helyi családi vállalkozás, a **Gonda Sajtműhely** egyik vezetőjét, Gondáné Marikát, aki megosztotta velem, hogy ők milyen segítséggel járulnak hozzá az eseményhez, és miként látja helybeliként a fesztivált. Helyi gazdálkodóként juhokkal, kecskékkal foglalkoznak, és sajtot gyártanak már 15 éve. Ha igény van rá, akkor az állatsimogatóhoz biztosítják az állataikat. Férje Gonda Tamás, az Erdőbényei Erdőbirtokossági Társulatnál dolgozik, így fa ülkékkel, szalmabálákkal és egyéb ülőalkalmatosságokkal segítik a szervezők munkáját. A termékeiket helyben értékesítik, nem szoktak kitelepülni. Viszont rendelkeznek egy tanyával, amelyen egy régi átalakított magtárépületben készítik a sajtokat, ott lehet kóstolni, állatot simogatni, és a gazdasági-gyártó épületet megtekinteni. A fesztivál alkalmával is meghatároznak időpontokat, amikor el lehet látogatni a kb. 2 km-re fekvő Liget-tanyára és ott körülnézni, kóstolni, vásárolni. A fesztivál sikerességét ő is abban látja, hogy egyedi a koncepció, és hangulatos környezetben lehet élvezni a különleges koncerteket és borokat. A látogatók a 20-25 évestől egészen a 60 évesekig mozognak, azonban nagyrészt a 30-40-es korosztály, az igényes borfogyasztók vesznek részt a rendezvényen, a helyi lakosságból is inkább a fiatalabbak látogatják. Pozitívként említi, hogy a falu hangulata miatt az emberek jobban elbeszélgetnek egymással, illetve a tömegrendezvényekhez hasonlóan itt nem lehet látni az utcán olyanokat, akik „erőteljesebben” néztek a borosüveg alá. A helyi vállalkozások is profitálnak a rendezvényből, azt meséli, hogy ilyenkor sok sajtot eladnak. Reklámtevékenységre egyáltalán nem költenek, névjegykártyával rendelkeznek, illetve a Facebookon van saját oldaluk. Leginkább visszajáró vendégeik vannak, és a helyi

szállodában árusítják a termékeiket, akik ott fogyasztják, azok előszeretettel vásárolnak is belőle. A fesztivál fennmaradásának az alapját a megújulásban, és a bensőséges hangulat megőrzésében látja.

A fesztivál kapcsán felkerestem még egy erdőbényei borászatot, a Budaházy-Fekete Kúriát, és annak fiatal borászával, **Dávid Rémusszal** készítettem interjút. A Kúriát 1996-ban, a hozzá tartozó szőlőterületeket pedig 2010-ben vásárolták meg. A borászat első bora 2012-ben készült el. Rémusz számára pedig a 2013-as év volt a legfontosabb dátum, hiszen ebben az évjáratban készített először saját borokat (Furmint, Hárslevelű, Sárgamuskotály), valamint a Bor, mámor, Bényén is ebben az évben jelent meg először résztvevőként a borászat. A fesztivált az egyik legkiemelkedőbbnek tartja Magyarország borfesztiváljai közül, és úgy gondolja, hogy még rengeteg lehetőség rejlik benne. Rémusz is tagja a Bor, Mámor, Bénye Egyesületnek –mint ahogy a többi erdőbényei borászat is, akik résztvevői a fesztiválnak-, és ötleteivel hozzájárul a fesztivál kialakításához, megteremtéséhez. A borfesztivál elsődleges célcsoportját leginkább a 30 év feletti korosztály, a visszatérő vásárlók alkotják. Azonban nagyon szeretné, ha a fiatalok lennének a fő célcsoport, úgy fogalmaz, hogy ő is megivott sok rossz bort és rossz italt élete során, ezért is szeretné nagyon, ha a fiatalabb generáció megismerné a minőségi borokat és érzékelné a különbséget. A fesztivál fellépőit tekintve a fő koncepció a jazz és világzene, e két stílusban tevékenykedő művészek fordulnak elő a leggyakrabban a fesztiválon. Ő azt vallja, hogy a neves előadók helyet lehetőséget kell adni a fiatal pályakezdőknek is, hiszen ők ugyanolyan tehetségesek, csak még nincs meg a kellő ismeretségük a szakmában. Úgy gondolja központosított koncertekre nincs szükség, hiszen a mottójuk is magába foglalja a koncepciójukat: *„Fesztivál az erdőbényei kertekben”*. A gasztronómiai kínálatról minden pincészet maga gondoskodik, és próbál olyan minőségű helyi/környékbeli vendéglátóipari egységet meghívni, amelynek minősége illik a kínált borok minőségéhez.

Rémusz szerint a borfesztivál megrendezésének egyik legfőbb célja Erdőbénye és az itt készült borok megismertetése. Emellett pedig úgy gondolja a rendezvény a saját életfilozófiáját is hűen tükrözi, egészen pontosan úgy fogalmaz: *„A természethez való visszatérést és közelséget próbálom a borokban is visszaadni, meg a fesztiválon is.”* A település vezetésétől sok segítséget kapnak. Az önkormányzat leginkább tárgyi eszközökkel, kempinghelyek, parkolóhelyek biztosításával járul hozzá a rendezvény sikerességéhez, hiszen az ő érdekük is, hogy Erdőbénye fejlődjön. A látogatók száma

általában 2-3 ezer fő között szokott lenni, most már egyre többen jönnek külföldről is, leginkább Lengyelországból és Németországból. Azonban az előző évekhez képest most volt először visszaesés, azt mondja ez a jegyárak drasztikus megemelésének köszönhető (ezen megpróbálnak 2017-ben változtatni). Amikor a fesztivál reklámozására kérdezek rá, azt válaszolja, hogy ő a helyi szintű szervezésben vesz részt, de leginkább az online felületeket használják (a rendezvény és a borászatok saját oldala, gasztro portálok). Emellett kifejezetten Bor, mámor, Bényés kóstolókat tartanak például Budapesten, ahol közösen reklámozzák a fesztivált. A szálláshelyek számát tekintve kevés van a településen és a környéken is, de bíznak abban, hogy idővel lesznek ilyen irányú beruházások. A vendéglátóipari egységek számával alapvetően megvan elégedve, van kávézó, sok borászat, ahol kimért borokat lehet kóstolni, illetve a Magita Hotel is sok vendéget vonz.

A fesztivál megszervezésében még van hova fejlődniük, egyikőjük sem rendezvényszervező, és legnagyobb nehézségnek az időráfordítást tartja. Nincs elegendő idejük a szervezésre, hiszen van, aki munka mellett csak hobbi szinten foglalkozik borászattal, és van, akinek ez a fő tevékenysége (mint ahogy neki is), ezért is kell sokat foglalkozni a szőlővel, a borászattal és a borok készítésével. A fesztiválból leginkább a helyi vállalkozók profitálnak, de a borvidék ismertségét is még jobban előréviszi. Nagyon fontosnak tartja, hogy az emberek megismerjék Tokaj-Hegyalját, hiszen ez egy óriási kincs. Szeretné, hogyha minél többen megismernék a tokaji borokat és a minőségi borok világát. Hiszen alkoholt fogyaszt rendszeren a magyar nép, de érezni kell, hogy mit tud mutatni egy tokaji bor. *„Az nem csak annyi, hogy berúg tőle az ember, hanem meg is nyitja a lelkét, és sokan úgy élik le az életüket, hogy ezt az érzést nem ismerik meg. Egy jó borozás spirituális élmény is.”* Amikor a fejlesztési lehetőségekről, ötletekről kérdezem, a gaszto és zenei élmények mellett a vizuális élmény megjelentetését említi. A jó borok és jó zenék mellett a művészetre szeretne nagyobb hangsúlyt fektetni. Úgy gondolja, komoly kiállításokkal, festményekkel, szobrokkal, installációkkal még változatosabbá lehetne tenni a borfesztivált. A fesztivál fennmaradását a folyamatos megújulásban látja, minden évben kell valami újítás, ami meglepetést okoz a visszatérő vendégek számára is. A Bor, mámor, Bényének van egy nagyon jó hírneve, már lassan etalonként emlegetik a borfesztiválok között, és a szervezők legfőbb célja, hogy ezt a jó hírnevet megtartsák és tovább erősítsék.

5.2. Mádi Furmint Ünnep

Mádon a 19. század óta nagy hagyománya van a szüreti báloknak. Ezeket a hagyományokat újragondolva és kissé modernizálva jött létre a Furmint Ünnep, amelyet minden év szeptemberének első hétvégéjén rendeznek meg. A Furmint Hegyalja vezető szőlőfajtája, Mádon különösen, hiszen a szőlőterületei 70 %-át uralja. „Mint ahogy a névadó furmint is egy rendkívül sokszínű, változatos borfajta, a Furmint Ünnep is pont ilyen sokrétegű programlehetőséget kínál az idelátogató vendégeknek.” (<http://www.madifurmintunnep.hu/>) A főutcán zajló forgatagot számos koncert, előadás szórakoztatja, illetve mindez kiegészül megfelelő ital-és ételkínálattal. A rendezvény fő célja a Furmint és a sikeres szüret ünneplése, illetve Mád borkereskedelmének fellendítése.

A Mádi Furmint Ünnep kapcsán az első interjú alanyom a rendezvény főszervezője, **Dubóczy Dorina**, a Mádért Kulturális Nonprofit Kft. vezetője volt, aki egymaga szervezi meg minden évben ezt az eseményt. Az első rendezvényre 2010-ben került sor, de régebbre nyúlik vissza a története, egészen a második világháború utánra, amikor szüreti napokat rendeztek majdnem minden településen. A régi mádi szüreti napokat megreformálták, és egy újabb köntösbe bújtatták a kor igényeinek megfelelően. A hagyományos elemeket megtartották, mint pl. a szüreti felvonulás, de magasabb minőségre emelték a programok színvonalát. Mádon megfigyelhető a lokálpatriótizmus, amelynek Dorina is nagy követője. Ennek köszönhetően a hagyományos gumicukros, vattacukros, műanyag puskás árusítókat nem engedik be, hanem csak a helyi termékeket, amelyeket kézzel készítenek itt, Mádon. Ezt az egyedi látásmódot erősíti meg az is, hogy a fesztiválon felvonuló helyi pincészetek kiváló minőségű furmint borait nem kínálják műanyag pohárban, hanem csakis üvegpohárban, amelyet meg lehet vásárolni kóstolópohárként. (Ez a kóstolópohár egyébként minden borfesztiválon alkalmazott bevált szokás.) Nem lehet náluk kólát és egyéb cukros üdítőket árusítani, ehelyett házi szörpöt és limonádét tudnak fogyasztani a látogatók. A hitvallásuk: *„Mindenki a maga területén érje el azt a minőséget, mint a bor.”* Ha árusító, akkor az legyen helyi termék, és kézműves, ha programról beszélünk, az legyen a maga műfajában ugyanúgy magas színvonalú. Amit még fontos megemlíteni, hogy a fesztivál alatt próbálnak minél több mádit foglalkoztatni, akik a programok lebonyolításában, vagy esetleg a borászatoknál tudnak segíteni. A rendezvény központja a főutca, amelyet Furmint korzónak neveznek, itt található meg a gasztronómiai kínálat és a helyi termelők sokasága. A programokat a Furmint színpadon

lehet megtekinteni, emellett pedig van még körülbelül 20-25 más helyszín. A helyi borászatok kinyitják a pincészetüket, az udvarukra be lehet menni, ott a helyszínen lehet kóstolni borokat, emellett ők is készülnek mindig programmal (pl. koncert, kiállítás, borbemutató, borvacsora stb.). A rendezvényen résztvevő borászatok száma körülbelül 15, illetve minden éven egyre több helyszínnel bővül a rendezvény. Említi, hogy 2014-ben készült el az Aszú Ház nevezetű épület, ami interaktív módon mutatja be a szőlő fejlődését. Emellett sorra nyílnak a különböző vállalkozások pl. hotel, étterem és ezek mind-mind csatlakoznak a szervezéshez. Példaként említi a nem rég megnyílt Botrytis Hotelt - amely egy magas minőségű butikhotel -, akik az épület alsó szintjén egy játszóházat rendeztek be a gyerekek felügyeletére. A gyermekek foglalkoztatására a borfesztiválon is gondolnak. Legutóbb a Szőlősgazda Játszópark nevet viselte a helyszín, ahol a kézműves foglalkozásokra, népi játékokra fektettek nagy hangsúlyt (pl. korongozás, süti sütés).



4. kép: Furmint a pohárban

Forrás: saját kép (2016.09.02.)

Úgy gondolja, hogy nem a rendezvény 2 napja a lényeg, hanem az, hogy a látogatók az év többi szakában is visszajöjjenek. A lényeg, hogy ha újra eljön, meg kell szállnia valahol, ellátogat vendéglátóegységbe, vásárol bort, különböző szolgáltatásokat

vesz igénybe. Ennek következtében megnő a szállásadó, étterem forgalma, nagyobb az önkormányzat adóbevétele, így tud foglalkoztatni helyieket. A környékről többnyire az értelmiségi réteg látogatja a rendezvényt, aki vevő erre a gondolkodásmódra, emellett pedig Budapestről és a Dunántúlról érkeznek látogatók. A látogatók számát nem tudják mérni, mivel a rendezvény ingyenes, maximum az autók számából tudnak következtetni. Egyébként azt mondja számára nem az a lényeg, hogy több ezer ember ellátogasson ide, ha csupán 300 ember vesz részt, de abból 200 visszajön máskor a családdal, barátokkal, akkor már elérték a céljukat. Számukra a rendezvény csupán egy marketingeszköz arra, hogy megismertessék minél több emberrel az itt lévő szolgáltatásokat, pincészeteket, egyáltalán Mádót. Amikor a szálláshelyekről kérdezem interjúalanyomat, azt mondja a hétköznapiakra, hétvégékre elegendő, a rendezvények alkalmával viszont kevés. A vendéglátóegységeket tekintve jelenleg 3 működik a településen, és most fog nyílni még egy. Minden évben a rendezvény előtt készül egy kiajánló, és próbálnak támogatókat szerezni, emellett a Nemzeti Kulturális Alapnál pályáznak (legutóbb is nyertek), és az önkormányzat is segít anyagilag. A fesztivál népszerűsítésének nagy részét online felületeken végzik (pl. Facebook, blogok, gasztro oldalak stb.), emellett megjelennek a helyi sajtóban, országos rádiókban (Kossuth és Petőfi Rádió), valamint Miskolc és Nyíregyháza helyi rádióiban, az összes közül a rádiós hirdetések bizonyulnak a leghatásosabbnak. Úgy gondolja, mindig annak van a legnagyobb felelőssége, aki egy hegyaljai rendezvényt országos szinten reklámoz. Mert ennek hatására ide érkezik pl. egy érdeklődő Budapestről, aki még nem járt a borvidéken, és itt rossz bort iszik, akkor azt az élményt azonosítja a tokaji borokkal.

A fesztivál szervezési nehézségeként említi, hogy nincsen segítsége, egyedül szervezi. A legtöbb időt a programfüzet összeállítása, és a kézműves árusítók felkeresése, helyszínen való elrendezése jelenti. Mikor megkérdezem, hogy nem lenne-e egyszerűbb, ha többen dolgoznának a szervezésben, azt válaszolja, szereti ő kézen tartani a dolgokat, és mindig visszajelzést kapni az elvégzett feladatokról. Például mire egy teendő megvalósítását elmagyarázza, mit, miért és hova szeretne, ez idő alatt ő egymaga hamarabb elvégzi. Ezért sokszor nincs értelme, hogy megossa a munkát valakivel. Ennek ellenére mikor a jövőbeli tervek jönnek szóba, elsőként említi, hogy a jövő évi rendezvény megszervezéséhez biztos, hogy be fog vonni valakit, mert szeretne minden egyes részletre elegendő hangsúlyt fektetni. Viszont nehéz olyan munkaerőt találni, aki szintén szívügyének érzi Mádót és a rendezvényt is, és elegendő odaadással végezné a munkáját.

Amikor azt a kérdést teszem fel, hogy milyen hatással van a fesztivál a borvidékre, a rádióhirdetések példáját hozza fel. A rádiós spotokban ugyanis nem a fellépőket emelik ki, mert úgy gondolja, nem emiatt fognak ide látogatni az emberek. A reklámban azokat a programokat kell kihangsúlyozni abban a 20 másodpercben, ami máshol nincsen, illetve minél többször hangozzon el a település neve. Mert nem a rendezvény a lényeg, hanem Tokaj-Hegyalja és Mád.

A főszervező mellett szerettem volna egy olyan borászat véleményét is meghallgatni, amely aktív résztvevője a fesztiválnak. Így esett a választásom a Demetervin Pincészetre és **Demeter Endrére**, a pincészet borászára, vezetőjére. A családi birtok története a 90-es évek végén kezdődött, és 2003 volt az első országosan megjelenő évjárat. Endre édesanyja, a Tokaji Borbarátnők Társaság alapítója és elnöke. A társaság a közelmúltban nyitott egy boltot, amely a családi borászat területén található. A kedves kis helyszín kóstolóhelyiségként, találkozóhelyként üzemel, és itt került sor az interjúra is. Amikor a Mádi Furmint Ünnep kezdeteiről kérdezem, ő is a szüreti fesztiválokat említi és hozzáteszi, hogy a Mádi Kör és a jelenlévő borászatok igyekeznek hozzájárulni a település és rendezvényei fellendítéséhez, ismertségéhez. A rendezvény kapcsán odafigyelnek arra, hogy ne csak az ide látogató vendégeknek, hanem a falu lakosainak is megfelelő programot alakítsanak ki (bár ez nem könnyű), hiszen tulajdonképpen egy falunapból nőtte ki magát a fesztivál. A programok nagyrészt neves, országos híró fellépők koncertjeiből állnak, és ami fontos, hogy igyekeznek sok gyermekprogramot, és gyermekmegőrzőt is kialakítani a nagycsaládos érkezők számára. A fesztivál ideje alatt a település összes borászata nyitva van, ahol a pincészetek saját boraiból kialakított borkóstoló sorok várják a vendégeket. Mivel ez egy pörgős fesztivál, ezért a gyorsabb, könnyebben fogyasztható borokat kínálják a borászatok. A fesztiválon kóstolható Demetervin borok közül a szortiment elejét, a 3 belépő birtokbort kínálják (Délceg, Élvezet és a Furmint), amelyek a legkedveltebbek is. A látogatók többsége mádi, a környező városokból (Miskolc, Nyíregyháza, Debrecen) és azok vonzáskörzetéből is sokan jönnek, illetve a fővárosból is. Amikor a település szálláshelyeiről kérdezem, elárulja, hogy egyre több lesz, de ezek a legforgalmasabb időszakokban megtelnek, így a fesztivál idején is. Azonban a téli időszakban gyakorlatilag csak mádi rendszámokat lehet látni az utcákon. A borászok azt remélik, hogy egyre több vállalkozó lát lehetőséget Mádon szálláshelyek kialakítására, és a magánszemélyek is vállalnak egyes alkalmakkor szobakiadást. Az időszakokat tekintve a látogatók többsége szüretkor szeretne jönni, de

egy borászatban ősszel van a legtöbb munka. A tavaszi Szent Orbán napot próbálják megerősíteni Mádon, így kialakítva egy másik fontos időszakot az őszi mellett (példaként az etyekieket hozza fel, akik szintén így csinálják). A fő cél azonban az lenne, hogy a 12 hónapos teljes szezont megtöltsék programokkal, vendégekkel. Azt mondja, ez az elképzelés még a kezdeti szakaszában van, de mindent megtesznek annak érdekében, hogy ez megvalósuljon. A családi borászat területén 16 fő számára tudnak ők is szállást nyújtani, ez 7 db fürdőszobás apartman lakrészt jelent. A Furmint Ünnepen elsősorban a saját törzsvevőik, kereskedőik, partnereik és szakmai borász vendégeik töltik meg a szállást. Amikor a helyek kihasználtságáról kérdezem, megemlíti, hogy a szálláshely 2016-tól működik teljes erővel, az online booking oldalakra való regisztráció jelenleg is zajlik, ezért pontos számokat nem tud mondani. A kezdeti célkitűzésük, hogy a téli szezonon kívül minden héten legalább egyszer megteljen a szálláshely, közel vannak ahhoz, hogy ez működjön. A Mádi Furmint Ünnep négy helyszínén jelennek meg a Demetervin borok: a borászatban, a Borbarátnők boltjában, a kiállítással egybekötött kóstolóhelyiségükben illetve a Mádi Körös borkóstolón. A szervezett, előre egyeztetett csoportokat a kóstolóban, az egyéni látogatókat pedig a boltban fogadják. Külön gasztronómiai kínálattal nem készülnek, de a kóstolókhöz apró falatkákat, ún. borkorcsolyát szervíroznak.

Fontosnak tartja, hogy a települések kommunikáljanak egymással a rendezvényeik szervezését illetően, ne legyen ugyanabban az időben 2 település rendezvénye. A mádi fesztivál évről évre fejlődik, ez egyre több látogatót jelent. Megemlíti, hogy a polgárőrségnek, rendőrségnek, mentőknek óriási munkájuk van abban, hogy a 2400 fős településre megérkező rengeteg ember biztonságban és a lehető legjobban érezze magát. Amikor a legutóbbi rendezvény látogatóinak számáról kérdezem, nem tud pontos adatot mondani, és hozzá is teszi, hogy ők nem darabra mérik a látogatót, Hegyalja soha nem a tömegről szól. *„Hegyalja egy ékkő Magyarországnak, a legfontosabb világörökségünk - ez egy objektív gondolatom.”* Úgy véli, hogy a tokaji borok különlegességéhez mérten az igényes, elit célközönséget kell megcéloznia a borvidéknek. Inkább kevesebb, de fizetőképesebb potenciális látogatók jelenjenek meg, olyanok, akik majd hírét viszik Tokaj-Hegyalja szépségének, kiváló borainak és az emberek vendégszeretetének. Végül pedig a fesztivál fejlesztési lehetőségeiről beszélgetünk. A Mádi Furmint Ünnep fejlődését a rendezvény utókövetésében, a borászatok összehívásában és a közös brainstorming-ban látná.

5.3. Tokaji Borfesztivál

A Tokaji Borfesztivál kapcsán elsőként **Dévald Istvánt** kerestem fel, aki a tokaji Kulturális és Konferencia Központ igazgatója (volt 2015-ben). Sokáig Tokajnak csak egyetlen szőlő-és borkultúrához kapcsolódó rendezvénye volt, a Szüreti Napok, amely már 1932 óta működött. A 90-es évek végén a német testvérvárosukban (Oestrich-Winkel) tapasztalt esemény hatására a helyi vállalkozók javasolták, hogy Tokajban is rendezzenek ilyen borfesztivált. Ezt 3-4 alkalommal meg is rendezték borászok és vendéglátósok, de a lebonyolítás sok nehézséggel járt az úgymond „amatőr” szervezők számára, és abbamaradt. 2002-ben (mikor a világörökségi listára felkerült a borvidék) rendezte meg újra Nyikos István, a Magyar Borok Házának akkori igazgatója és a Bacchus Art Stúdió, akik a standokat, boros pavilonokat biztosították. Úgy pozícionálták a rendezvényt, hogy május végén, június elején legyen ez a program, a Szüreti Napok pedig október első hétvégéjén. Ekkoriban vezették be a kóstolójegyes kóstolást, a fesztiválpoharat, a Borok utcáját is. A Kulturális és Konferencia Központ már egészen a 90-es évek szervezői mellé állt és segített, amiben csak tudott. 2012-ben az önkormányzat megszakította a kapcsolatot Nyikos úrral közel 10 év után, és a Kulturális és Konferencia Központot bízta meg a rendezvény megszervezésével. A Városüzemeltető Szervezet a boros pavilonok felállításával, takarítással segít, tehát a gazdasági és technikai munkákat ők látják el. A résztvevő hegyaljai borászatok száma, akik minőségi bortermeléssel foglalkoznak, 10 és 15 között mozog. Kiállítóként nem bérel pavilont pl. a helyi Hétszőlő és a Sauska sem, mert mindkét pincészet a fesztivál közvetlen környezetében helyezkedik el, és biztosítja saját pincészetét a fesztivál helyszínéként. A fesztivál programkínálatát mindig meghatározza a költségvetés, ugyanis nem árusítanak belépőjegyet, hanem az ide érkező árusok, és borászatok bérleti díjából és a fesztiváljegy, kóstoló pohár értékesítéséből származik a bevételük. A programok a magyar pop, jazz, népzene és világzene stílusában jelennek meg. A fesztivál célközönsége a 30 év feletti korosztály és a fiatal értelmiségiek, akik meg tudják fizetni a drágább tokaji borokat és igénybe veszik a város szolgáltatásait. A látogatók többsége a környező településekről, a régióból érkeznek, emellett Dunántúlról, Budapestről, és ha külföldi turistákat nézzük, akkor Lengyelországból. A legutóbbi 3 napos fesztivál programjában volt a Tokaji Aszú c. előadás, amely a Fesztiválatlanban került megrendezésre szombat este, ezen 2500 fő vett részt. Ezt beleszámítva, ill. ezen kívül körülbelül 5 ezer ember fordult meg a fesztiválon. Az időjárás nagymértékben befolyásolja a rendezvény látogatottságát, a 2015-ös kánikula miatt pl. a

napközben zajló programokon kevés ember vett részt. Amikor az anyagi támogatottságról kérdezem, azt válaszolja, hogy az év első felében sajnos nincsenek még olyan pályázatok, amelyekre a borfesztivál be tudná nyújtani igényét. Egyedül az önkormányzat biztosított számukra anyagi segítséget, amire szükség is volt, hiszen egy országszerte ismert, nagy zenekar koncertje akár több millió forintba is kerülhet. Említi, hogy több szálláshelyre volna szükség a városban, elsősorban a magasabb kategóriában. A fesztivál hétvégéjén az összes szálloda, fogadó megtelik, sokan a környező településekről járnak be (pl. Tarcál, Mád). A város rendelkezik elengedő vendéglátóipari egységgel, csak a színvonalon kellene változtatni. Szükség lenne egy gasztronómiai szempontból egyedi, különleges ételeket kínáló étteremre. A rendezvény legnagyobb szervezési nehézsége a folyamatos anyagi bizonytalanság, nagyon későn derül ki az, hogy valójában mennyi pénzből tudják megvalósítani. Amikor a jövőbeli tervekről kérdezem, azt mondja, hogy esetleg el kellene felejtetni a kitelepülős kóstolóhelyeket, és meg kellene kérni a borászokat, nyissák ki saját pincéiket, hogy ott kóstolhassanak az emberek, tehát hasonlót alkotni, mint Erdőbényén. Ehhez kell egy adottság, ami Tokajban sajnos nincs meg, hogy a pincészetek zárt kerttel, udvarral rendelkezzenek, ebből a városban kevés van. Terjeszkedés szempontjából a belváros nem éppen a legmegfelelőbb, ezért ötletként merült fel az is, hogy át kellene költöztetni az egész rendezvényt a Fesztiváltkatlanba. Nagy előny, hogy az év ezen szakaszában a borvidéken nincsen sehol boros rendezvény, illetve a Polgármesterek Bora is ehhez a fesztiválhoz kapcsolódik, ekkor adja át a Kereskedőház a Hegyalja összefogásának egyik jelképét. Ha a borvidék másik 3 városát (Sárospatak, Sátoraljaújhely, Szerencs) megnézzük – Sárospatakon ugyan idén rendeztek boros eseményt - de megállapítható, hogy sehol máshol nincs ilyen nagy múltja a borfesztiváloknak, mint Tokajban.

A fesztivál kapcsán a következő interjúalanyom Tokaj polgármestere, **Posta György** volt. Amikor a város és a rendezvény kapcsolatáról kérdezem, elmondja, hogy Tokaj számára nagyon fontos, hogy legyen olyan fesztivál, ami a borhoz kötődik, és a bornak kiemelkedő szerepe kell, hogy legyen a város életében. Úgy gondolja, most még az útkeresés fázisában vannak, és sokat kellene fejlődnie a rendezvénynek. Olyan típusú fesztivált terveznek, ahol a bor, a gasztronómia és a programok is magas színvonalat képviselnek, illetve amely nemzetközi viszonylatban is megállná a helyét. Átlagosan körülbelül 2-3 ezer látogatót vonz a borfesztivál. Amikor a szálláshelyekről kérdezem, azt mondja, ez a gyenge pontja a városnak, a Fesztiváltkatlan megjelenése egyértelműen

bizonyította, hogy szálláshelyben javulniuk kell. A vendéglátóegységeket tekintve sok-sok étterem, és csárda van, azonban nagyon fontos lenne, egy olyan meghatározó gasztro étterem kialakítása, amelynek hírére sokan ellátogatnának Tokajba. A fesztivál jövőbeli célja, megtalálni azt az üzenetet, ami megmozgatja a borászokat, akik ebből kifolyólag a rendezvény mellé tudnak állni.



5. kép: Borkóstolás Tokaj főutcáján

Forrás: saját kép (2015.06.06.)

A fesztivál marketingtevékenységét a Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernádvölgye Idegenforgalmi és Kulturális Egyesület, tehát a helyi TDM szervezet végzi. Ez a szervezet egy Tourinform irodát is üzemeltet Tokajban, ezért is kerestem fel a helyi TDM menedzsert, **Ladomérszky Lászlót**, és a Tourinform igazgatóját, **Szegedi Bencét**. Ennek a TDM Egyesületnek a tagja Tokaj város, amiért egy meghatározott összeget fizet (idegenforgalmi adó és állami támogatás 20 %-a) egyesületi tagdíjként. Ezért az egyesület marketing feladatokat lát el Tokaj, és a többi 23 település számára is. Elsőként a fesztivál népszerűsítésére alkalmazott csatornákról kérdezem őket. Az online felületet tekintve a legismertebb közösségi oldalakon (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest), a programok.tokaj.hu-n, és a város honlapján reklámoznak. Emellett pedig bannercserével hívják fel magukra a figyelmet a környékbeli TDM szervezetek segítségével. A fesztivál népszerűsítésére a hagyományos plakátot, a műsorfüzetet, és a helyi sajtó (Tokaji hírek, Szuperinfó) hasábjait használják, a nyíregyházi televízió egyik programjánló műsorába

kaptak meghívást. Ezen kívül létrehoztak egy saját fejlesztésű mobil applikációt, amely a programokat, leírásokat tartalmazza. A tavaszi utazási kiállításokon (Budapest, Szolnok, Debrecen) is részt vesznek különböző szóróanyagokkal. Amit még fontos megemlíteni, az az Ad Grants kampány, amelyet a Google biztosít nonprofit szervezetek számára. 2015 áprilisában nyerték ezt a lehetőséget, havi 3 millió forintot tudnak költeni Google hirdetésre, és ezzel tudták támogatni a borfesztivált. 2013 óta vesznek részt aktívan a Tokaji Borfesztivál valamint az őszi Szüreti Fesztivál lebonyolításában. A kóstolójegyek, látogatójegyek ára nem emelkedett, viszont érezhetően több jegyet adnak el évről évre. Példaként említik, hogy a legutóbbi Szüreti Fesztivál az eddigi legnagyobb jegyeladást és bevételt produkálta. Megkérdezem, hogy vajon mi az oka annak, hogy az októberi fesztiválra sokkal többen kíváncsiak, mint a tavaszira? Azt válaszolják, hogy az októberi esemény marketing tevékenységére többet költenek, nagyobb körülötte a felhajtás, ill. régebb óta rendezi meg a város, nagyobb hagyománnyal, múlttal rendelkezik (1932 óta). Az is közrejátszik ebben, hogy a szüreti fesztivál időpontja évek óta állandó, mindig október első hétvégéje, ellenben a tavaszi fesztivál mindig más időpontra esik. Eddig mindig a Pünkösdhöz kötötték, ami ugye mozgó ünnep. Az időpont kijelölése függ még az aktuális városvezetéstől, és a szeszélyes tavaszi esős időjárástól is. Amikor a rendezvény hatásáról kérdezem interjúalanyaimat, elmondják, hogy minden színvonalas, jól megszervezett rendezvény jó hatással van a borvidék idegenforgalmára. Úgy gondolják, a kora nyári rendezvény jó hatással van a Tokaj vendégforgalmára, mivel turistát generálhat nyárra is.

5.4. Tolcsvai Borfesztivál

A Tolcsvai Borfesztivált a borvidék közepén, Tolcsván rendezik meg minden év augusztus első hétvégéjén. A központi helyszín a Kastélykert, ahol a zenei és kulturális programok kerülnek megrendezésre. Bort kóstolni lehet itt, valamint a pincesor nyitott pincéiben, ill. a település különböző pontjain elhelyezkedő családi pincészetekben. A kezdetekkor csupán néhány 100 fős összejövetel mára egy több 10.000 fős borünneppé nőtte ki magát. „Talán a siker kulcsa a Tolcsvaiak vendég szeretetében, talán a borok mámorító íz világában, de az is lehet, hogy a hús pincékben töltött pihenésben, vagy a változatos programok nyújtotta kulturális élményekben rejlik.” (<http://www.tolcsva.hu/borfesztival>)

A tolcsvai fesztivál kapcsán az első interjúalanyom **Vojnár László** volt, aki a rendezvény elindulásakor volt Tolcsva polgármestere. 7 fesztivált szervezett meg, egészen 2010-ig, utána nyugdíjba vonult, és a saját családi pincészetre, szőlőművelésre fordította minden erejét. A legelső fesztivált 2004-ben rendezték meg. Amikor a megrendezés okáról kérdezem, a 2002-es évet említi, amikor az UNESCO Világörökségi listára való felkerülés következtében a 27 település polgármestere megalapította a Világörökségi Egyesületet. Előtte 2001-ben a Magyar Borok Házával, Nyikos István kezdeményezésére kötöttek egy együttműködési megállapodást, ami a tokaji borról és a gasztronómiáról szólt. Így keletkezett a Tokaj-hegyaljai Polgármesterek Bora. Ennek lényege, hogy a települések polgármesterei a Tokaj Kereskedőházhoz bevisznek kb. 2 mázsa szőlőt, 20 kg aszút, és ebből a Kereskedőház bort állít elő. A Tokaji Borfesztiválon egy ceremónia részeként adják át a Polgármesterek Borát, a Szüreti Napokon pedig a Polgármesterek Szőlőátadása zajlik. 2004-ben egy testületi ülésen vetődött fel az ötlet, hogy borfesztivált kellene szervezni, ugyanis akkor az országban csak egy-két helyen rendeztek ilyen jellegű eseményt. A fesztivál elsődleges célcsoportja a helybeliek voltak. A második évben kitalálták, hogy meghívnak egy vendégboraszt a fesztiválra, és az legyen vörös boros (pl. Dula Pincészet, Bock Pincészet, Fekete Borpince, Gere Pincészet), a konkurencia elkerülése végett. Amikor az anyagi támogatásról kérdezem, elmondja, hogy körülbelül 3-4 alkalommal kaptak a 7-ből. A fesztivál célja nem az volt, hogy az önkormányzat nyereséges legyen, hiszen mindig ingyen kínálták a bort. A szlogenük a következő volt: *„Ma ráfizetünk, de egy év nem 3 napból áll, hanem 365 napból, és ha jó bort kínálunk, akkor a fogyasztó visszajön és vásárol.”* Ennek következtében már a második fesztiválon 20-22 ezer ember volt Tolcsván.

A programokat tekintve mindig a jó, híres előadókat próbálták meg elhívni, mert az vonzotta az embereket. Volt olyan este, hogy 7 ezer ember szórakozott a Kastélyparkban. Amikor a szervezési nehézségekről kérdezem, elmondja, hogy az ő idejében megbíztak egy rutinos szervezőt, aki nem bizonyult a legjobbnak, hiszen átvágta őket, zsebre dolgozott stb., de a szervező készsége nagyon jó volt. A reklámozásra a helyi rádiókat, és a regionális sajtót (Észak-Magyarország) használták. Nem gondolták, hogy ilyen hírneve lesz a fesztiválnak, nagyon sokan érkeztek Szlovákiából, Lengyelországból, Ukrajnából, Romániából. Az ide látogatók számára a településen vendéglátóhely igen, viszont szálláshely nem volt elegendő, ennek következtében megteltek a környékbeli szállodák, szálláshelyek. A résztvevő borászatok száma annak függvényében alakult, hogy

részt kívántak-e venni a fesztiválon, ennek érdekében minden pincetulajdonost végig kérdeztek. Úgy gondolja, most Tokaj-Hegyalja előtérbe került, és egyre több fejlesztést végeznek, amely kihat Tolcsva életére, fejlődésére is.



6. kép: Tolcsva látképe

Forrás: Vojnár László (2010.08.15.)

A másik interjúalanyom **Csoma Ernő**, a jelenlegi polgármester volt, aki családi pincészetével már a kezdetekkor részt vett a fesztivál szervezésében, 2010-től viszont már főszervezőként. Ő a megrendezés céljaként említi, hogy a Zempléni Művészeti Hetek jóvoltából rengeteg vendég volt Hegyalján. Kulturális rendezvényből nagyon sok volt a vidéken, viszont az emberek nem tudtak utána szórakozni. Ekkor gondoltak arra, hogy kellene valamilyen fesztivált szervezni. Tolcsván értelemszerűen borból és szőlőből van a legtöbb, ezért adta magát a feladat, hogy legyen borfesztivál. A fesztiválra minden évben igyekeznek elég széles kulturális, borászati és gasztronómiai palettát biztosítani az ide érkezőknek. A zenei részt tekintve a népzene-től a könnyűzenéig, a helyi amatőröktől az országos hírnevű együttesekig bármit meg lehet találni. A fesztivál elsődleges célcsoportja: „*aki a bort szereti.*” Az utóbbi időben egyre több fiatal vesz részt, régebben inkább a 30-40-50 körüli korosztály jelent meg szívesebben. A fesztivál péntektől vasárnapig tart, és igyekeznek minél szélesebb korcsoportot megszólítani. A pénteki koncertek a fiataloknak, a szombat-vasárnapi koncertek viszont inkább az idősebbeknek szólnak. Az elején bevezették a kóstoló poharat, borászonként 2 db jegy állt rendelkezésre a látogatók számára. Az elmúlt időben kinőtte magát a fesztivál, így

célszerű volt belépőssé tenni, mert az ide érkezőknek minél szélesebb programkínálatot szerettek volna mutatni. A 2015-ös fesztiválra látogatók számát pontosan meg tudja mondani: 10184-en jelentek meg. A látogatók lefedik az egész országot, sokan jönnek Győrből, Bajáról, Szegedről, Debrecenből, ill. a környékbeli településekről, nagyobb városokból. Ezen kívül sokan jönnek a határ túloldaláról (pl. Királyhelmec, Terebes, Nagymihályi). Amikor a szálláshelyekről kérdezem, ő is elmondja, hogy nincs elegendő, hiszen a helyi szálláshelyeket már előre le szokták foglalni a következő évre. Ennek következtében megtelnek a környékbeli szálláshelyek (Erdőbénye, Tokaj, Sárospatak, Sátoraljaújhely) is. A településen jelenleg 2 étterem működik, viszont a helyi éttermek legtöbbje este 6 órakor bezár, és aki ide utazik egy hosszú hétvégére, szeretne megvacsorázni stb., erre az éttermek nincsenek még felkészülve. Amikor a támogatottságra kérdezek rá, elmondja, hogy minden éven megpróbálnak pályázni. 2014-ben például elnyerték az Európa a polgárokért, a Tempus Közalapítvány által meghirdetett pályázati forrást. A fesztivál népszerűsítésére használnak 3-4 óriásplakátot (Nyíregyháza, Szerencs és Sátoraljaújhely közelében), kisebb plakátokat, szórólapokat a környékbeli településeken és a határ túloldalán, ill. az országos médiában is meg szoktak jelenni (pl. Kossuth Rádió, Hír Tv, M1, M2, Duna Tv).

A fesztivál szervezési nehézségének a kevés számú munkaerőt gondolja. Amikor a jövőbeli tervekről kérdezem, elmondja, hogy vannak pályázati lehetőségek, amelyeket igyekeznek kihasználni. Az egyik a Világörökségi Pincesor fejlesztésére vonatkozik, itt megpróbálnak olyan körülményeket kialakítani, ami méltó ehhez a névhez. Ezen belül vizesblokkokat, szabadtéri színpadot építenek, a felszíni vízelvezetést és a világítást próbálják megoldani. A másik fejlesztési irány a Szirmay-Waldbott kastély és a Kastélypark köré csoportosul, itt egy örökségturisztikai rendezvényközpontot szeretnének kialakítani. (Ez az elképzelés 2015 év végén meg is valósult.) A lakosságból sokan vesznek részt a fesztiválszervezésben, elsősorban az alapítványok és fiatalok segítenek. A diákok számára minden éven meghirdetnek egy közmunkaprogramot, amelynek keretében dolgozhatnak, ők végzik a jegyek értékesítését és a vendégek fogadását. A fesztiválra mindig meghívják a további 26 település polgármesterét, akik Tolcsva példájából látják, hogy érdemes hasonló rendezvényt szervezni, és minden olyan lehetőséget meg kell ragadni, amely Tokaj-Hegyalja hírnevét előbbre viszi.

6. Saját kutatás, a kérdőívek eredményeinek feldolgozása és elemzése

6.1. A kérdőíves megkérdezés menete

A kérdőíves megkérdezést 2 hónapos időintervallumként fogalmaztam meg, és ez kétféle módon zajlott. A közösségi oldalak és az informatika fejlődő világának köszönhetően elsőként az online megkérdezést választottam. Elkészítettem a kérdőíveket Google Drive segítségével, majd a legnagyobb közösségi oldalak (Facebook, Instagram) segítségével megosztottam ezeket a saját profilomon. Mivel így elég kevés résztvevőt tudtam elérni, ezért megkértem a borfesztiválok szervezőit (pl. Berger Zsolt, Dubóczki Dorina, Posta György), hogy osszák meg az adott kérdőívet saját profiljukon és a fesztivál oldalain is. Emellett megkerestem azokat a Facebook-os oldalakat, amelyek a fesztiválokhoz és Tokaj-Hegyaljához kapcsolódnak (pl. Tokaji Világörökségi Borvidék, Karádi-Berger Borászat, hegyaljainfo, Tolcsvai Borfesztivál kedvelői, I love Tokaj, I love magyar borok stb.), hogy egy megosztással segítsenek nekem. Úgy gondoltam, hogy oldalak kedvelői között biztosan vannak olyan személyek, akik résztvettek a borfesztiválok valamelyikén, így könnyebben elérhetőek. Általános tapasztalatom, hogy nehéz megtalálni azokat a személyeket, akik részt vettek valamelyik fesztiválon –hiszen csak ők tudják kitölteni-, és még nehezebb „rávenni” őket, hogy töltsék is ki. Mivel kellett kis idő, hogy beinduljon ez a folyamat, így egy biztosabb megoldást is választottam. Az Instagram képmegosztó applikációt ma már rengeteg magánszemély és vállalat egyaránt használja és a mélyinterjúk során is kiderült, hogy a szervezők is szívesen hirdetnek ott. Hobbifotósként én is gyakran használom ezt a felületet, és azt reméltem, ha rákeresek a fesztiválokra (pl. #bormamorbenye vagy #tolcsvaiborfesztival), akkor majd láthatóak olyan fényképek, amelyek a fesztiválokon készültek, és könnyen elérhetőek a képek készítői, akik valóban résztvevők voltak. Így egyesével megkerestem ezeket a felhasználókat, és pár kedves sorral kiegészítve megkértem őket, hogy töltsék ki a kérdőívemet. Többségük nagyon segítőkész volt, csupán 1-2 ember akadt, aki a személyes adatok megadása miatt nem válaszolt a kérdéseimre. Összességében elmondható, hogy ez a megoldás nagyon kedvező volt, láthatóan megnövekedett a kitöltők száma, és a személyes kontaktus miatt sokan a rendelkezésemre álltak és sok sikert kívántak a munkámhoz.

Az internetes mellett a személyes megkeresésre is lehetőségem adódott, így mélyinterjú keretében több, mint 10 fővel sikerült részletesebben a témáról elbeszélgetni, és ezáltal választ kaptam a kérdőívben szereplő összes kérdésre.

A kérdőív kitöltése a fesztiválon már részt vett személyekre szorítkozott, így nem reprezentatív a minta és az adatok torzítást tartalmazhatnak. A Bor, mámor Bénye kapcsán 80 fő, a Mádi Furmint Ünnep kapcsán szintén 80 fő, a Tokaji Borfesztivállal kapcsolatban 60 fő és a Tolcsvai Borfesztivált illetően pedig 107 fő töltötte ki a kérdőívemet. Az így kapott eredményeket mutatom be, a válaszok közötti összefüggéseket vizsgálva.

6.2. A megkérdezések eredményei és a hipotézisek vizsgálata

A kérdőívek eredményeinek közzététele és összehasonlítása a kérdések sorrendjében fog történni.

1. Járt már korábban a Tokaj-hegyaljai borvidéken?

Hegyaljai látogatások megoszlása, 2015

1.táblázat

%-os megoszlás	Bor, mámor, Bénye	Mádi Furmint Ünnep	Tokaji Borfesztivál	Tolcsvai Borfesztivál
Igen	100%	96%	97%	97%
Nem	0%	4%	3%	3%

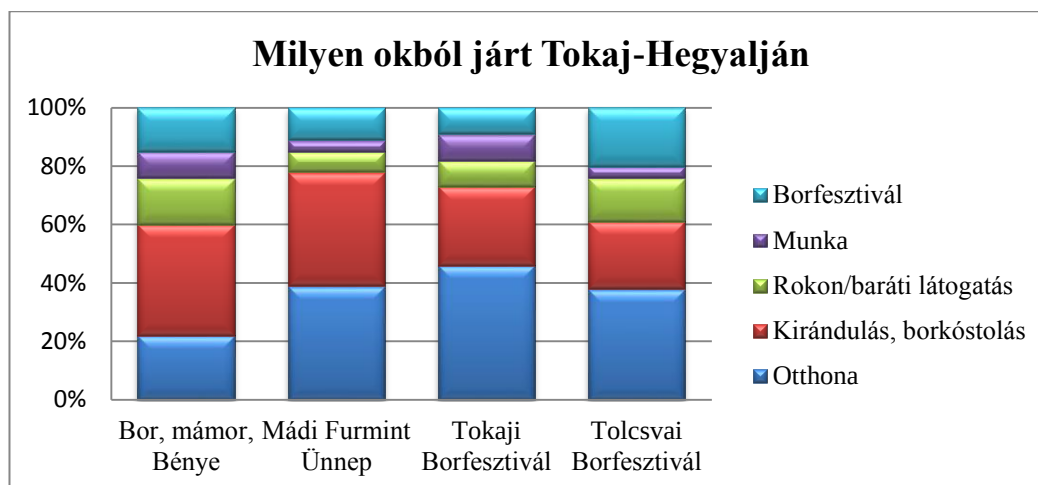
Forrás: saját készítés (2016.04.02.)

Az eredményekből látható, hogy a megkérdezettek többsége járt már korábban a borvidéken. Viszonylag kevesen vannak, akik az adott fesztivál miatt először jártak Tokaj-Hegyalján. Pl. a Mádi Furmint Ünnep kapcsán megkérdezettek 96%-a már járt korábban a borvidéken, és csupán 4%-uk válaszolta, hogy először jár Tokaj-Hegyalján.

2. Ha igen, akkor legutóbb mikor és milyen célból?

A diagramról leolvasható, hogy a megkérdezettek többsége legutóbbi Tokaj-hegyaljai látogatásának fő céljaként a kirándulást, borkóstolást említette, illetve azt, hogy a borvidéken található a lakhelye. A Bor, mámor, Bénye esetében: megkérdezettek 22%-ának otthona, és 38% kirándulás miatt volt a borvidéken, a Mádi Furmint Ünnep esetében az otthon és a kirándulás is 39%-ra jött ki, a Tokaji Borfesztivál esetében a megkérdezettek 46%-a említette az otthont, és 27%-a kirándulást, borkóstolást fő oknak.

A Tolcsvai Borfesztivál esetében pedig a lakhely 38% volt és a válaszadók 23%-a említette, hogy borkóstolás és kirándulás miatt járt korábban Tokaj-Hegyalján.



2. ábra: Legutóbbi Tokaj-hegyaljai látogatás oka, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.09.)

3. Évente hány alkalommal vesz részt borfesztiválon az országban?

4. Évente hány alkalommal vesz részt helyi borfesztiválon, Tokaj-Hegyalján?

Ezt a két kérdést együttesen vizsgáltam és az ebből kapott következtetéseket mutatom be.

Borfesztiválokon való részvétel, 2015

2.táblázat

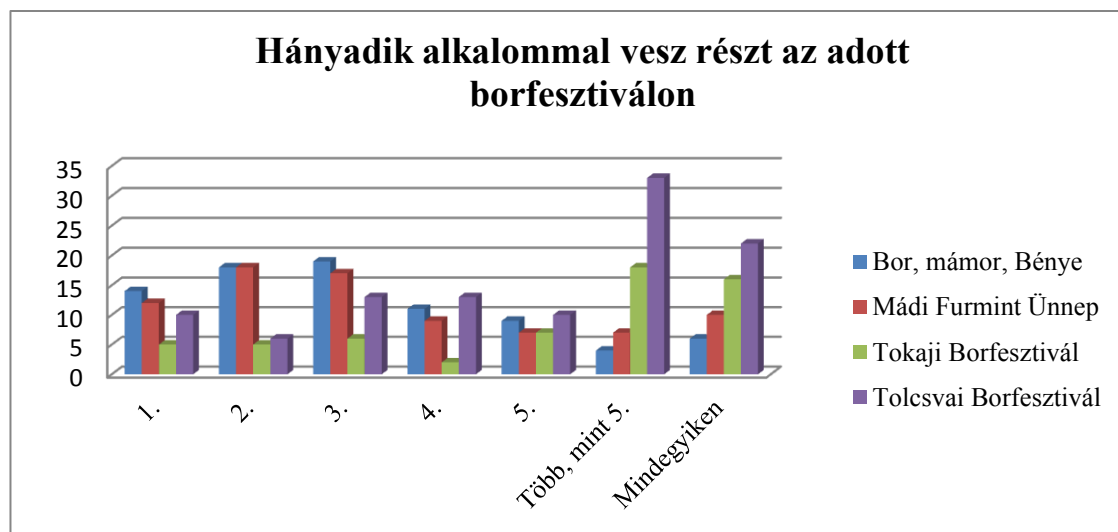
Borfesztiválokon való részvétel (fő)	Bor, mámor, Bénye	Mádi Furmint Ünnep	Tokaji Borfesztivál	Tolcsvai Borfesztivál
<i>Az országban csak Tokaj-Hegyalján</i>	68 fő	57 fő	52 fő	100 fő
<i>Borfesztiválok több, mint felét Tokaj-Hegyalján</i>	8 fő	15 fő	6 fő	4 fő
<i>Borfesztiválok kevesebb, mint felét Tokaj-Hegyalján</i>	4 fő	4 fő	2 fő	3 fő
<i>Összes megkérdezett</i>	80 fő	80 fő	60 fő	107 fő

Forrás: saját készítés (2016.04.05.)

Egyértelműen látható, hogy a megkérdezettek túlnyomó többsége évente borfesztiválon csak Tokaj-Hegyalján vesz részt. Pl. a Tolcsvai Borfesztivállal kapcsolatban megkérdezett 107 fő közül 100 fő az országban csak Tokaj-Hegyalján jár borfesztiválra, 4 fő a borfesztivál alkalmainak több, mint felét Tokaj-Hegyalján tölti el, és csupán 3 fő az, aki a borfesztivál alkalmainak kevesebb, mint felét tölti el Tokaj-Hegyalján.

5. Hányadik alkalommal vesz részt az adott borfesztiválon?

A megkérdezettek közül a Bor, mámor, Bényén legtöbben harmadik alkalommal vettek részt, a Mádi Furmint Ünnepen második alkalommal, a Tokaji Borfesztiválon résztvevők és Tolcsvai Borfesztiválon résztvevők számára is a legutóbbi fesztivál már több, mint az 5. alkalom volt, amire ellátogattak. A borfesztiválok közül a legtöbb visszatérő vendége, hűséges látogatója a Tolcsvai Borfesztiválnak van, ez 107 főből 22 főt jelent, ezt követi a Tokaji Borfesztivál 16 visszatérő vendéggel, majd a mádi 10 fővel, végül pedig az erdőbényei fesztivál a megkérdezettek közül 6 fő visszatérő vendéggel büszkélkedhet.



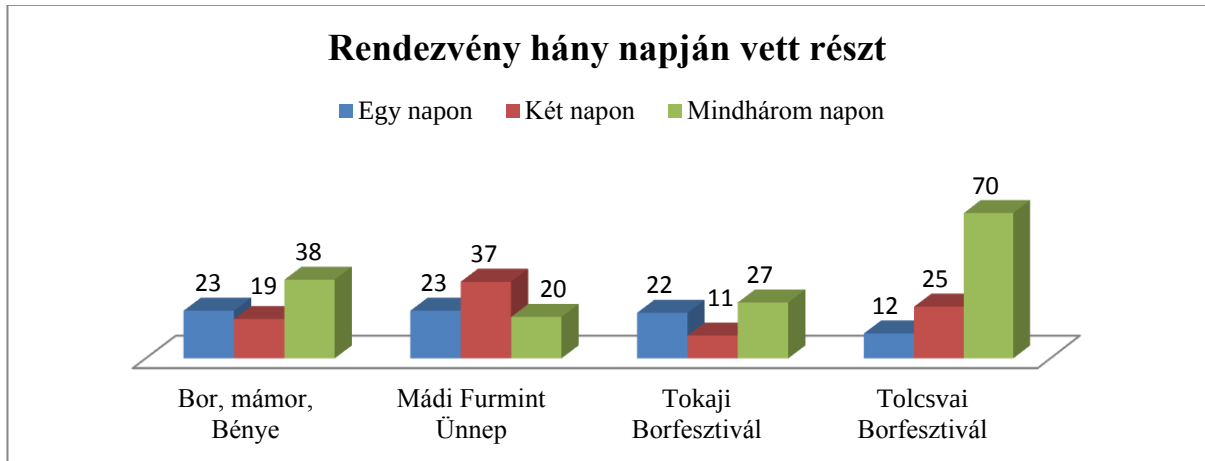
3. ábra: Hányadik részvétel az adott borfesztiválon, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.05.)

6. A rendezvény mely napjain vett részt?

A kitöltők bejelölték, hogy mely napokon vettek részt az adott borfesztiválon, így azt vizsgáltam, hogy milyen számban voltak azok a résztvevők, akik a fesztivál teljes egészén részt vettek, illetve hányan látogatták meg a rendezvény kettő illetve csupán egy napját. A kapott eredményekből jól látszik, hogy a megkérdezettek közül a Tolcsvai Borfesztivál esetében 70 fő mindhárom napon részt vett, a Tokaji Borfesztiválon 27 fő válaszolt

ugyanígy, illetve a Bor, mámor, Bényén 38 fő látogatta meg minden nap a rendezvényt, mindhárom fesztivál esetében ez volt a leggyakoribb a megkérdezettek közül. A Mádi Furmint Ünnep megkérdezettjei közül a legtöbben csupán a fesztivál 2 napján vettek részt, 37 fő volt, aki így válaszolt. Illetve ez esetben 20 fő volt, aki a rendezvény teljes egészén részt vett.



4. ábra: Az adott borfesztivál napjain való részvétel, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.06.)

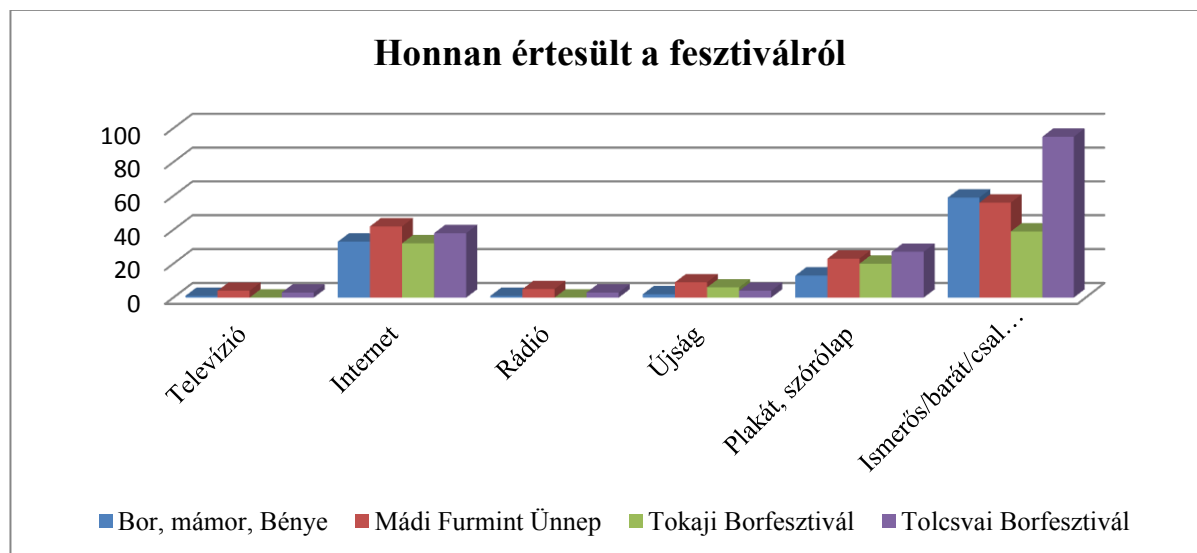
H1 hipotézis magyarázata (A borfesztiválon résztvevők életkora befolyásolja a fesztiválon eltöltött időt.)

Megvizsgáltam, hogy azok a személyek, akik egy, kettő vagy esetleg mindhárom napon részt vettek az adott borfesztiválon, milyen korosztályból kerülnek ki. A Bor, mámor, Bénye, a Mádi Furmint Ünnep és a Tokaji Borfesztivál esetében megállapítható, hogy a megkérdezettek közül a 36-60 év közötti korosztály tölti a legtöbb időt a fesztiválon. Ez többek között azért is van, mert nekik már saját keresetük van, amiből gazdálkodnak, míg a fiatalabb (15-35 év közötti) korosztálynál előfordul, hogy a szüleik segítik anyagilag. A Tolcsvai Borfesztivál esetében viszont az jött, hogy a legtöbb időt a 15-35 év közötti korosztály tölti a rendezvényen. Ezt az eredményt azért kaphattam, mert a kitöltők között a legnagyobb arányban ez a korosztály szerepelt. Ez ilyen tekintetben torzító érték, mert nem ugyanolyan merítésű a minta.

7. Honnan értesült a fesztiválról?

Az ábrából egyértelműen látható, hogy a legtöbben internetről tájékozódtak a fesztiválról illetve baráttól/ismerőstől/családtagtól hallottak információkat. A televízió és rádió

elenyésző számban volt jelen a megkérdezettek körében, emellett páran újságban, plakáton és szórólapon is olvastak a fesztiválokról. A tokaji, erdőbényei és mádi fesztiválról elmondható, hogy azok a megkérdezettek, akik ismerősüktől/barátjuktól/családtagjuktól hallottak az adott fesztiválról, azoknak majdnem a fele interneten is tájékozódott. A tolcsvai kapcsán ez kevesebb, körülbelül a harmada.



5. ábra: Fesztiválról való tájékozódás, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.06.)

8. Hol található a szállása a fesztivál ideje alatt?

Válaszadók szállásainak megoszlása, 2015

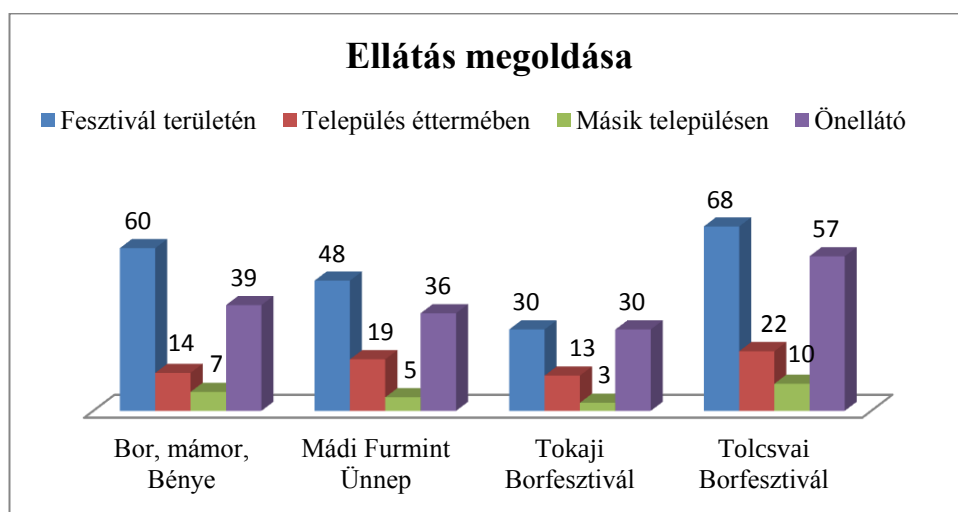
3. táblázat

Szállásának helye	Bor, mámor, Bénye	Mádi Furmint Ünnep	Tokaji Borfesztivál	Tolcsvai Borfesztivál
Adott településen szálloda/fogadó	19 %	7 %	7 %	3 %
Adott településen ismerős/barát	49 %	48 %	48 %	50 %
Környező településen	14 %	24 %	7 %	34 %
Messzebb fekvő településen	12 %	6 %	8 %	5 %
Nem szállt meg	6 %	15 %	30 %	8 %

Forrás: saját készítés (2016.04.06.)

A megkérdezettek többsége az adott fesztivál ideje alatt egy ismerősnél/barátnál/családnál lakik, amíg tart a településen a rendezvény. A válaszadók közül, a fesztiválokat összehasonlítva a Bor, mámor, Bénye látogatói közül veszik legtöbben (19%) igénybe a település szállásait a fesztivál ideje alatt. A fesztiválokat összehasonlítva legtöbben a tolcsvai rendezvény kapcsán megkérdezettek szállnak meg a környező települések szálláshelyein. Illetve a fesztiválokat összehasonlítva a megkérdezettek közül a Tokajba látogató fesztiválozók közül került ki a legtöbb olyan résztvevő, aki nem szállt meg a rendezvény ideje alatt (válaszadók 30%-a).

9. Hogyan oldja meg az ellátást a fesztivál ideje alatt?



6. ábra: Ellátás megoldása, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.06.)

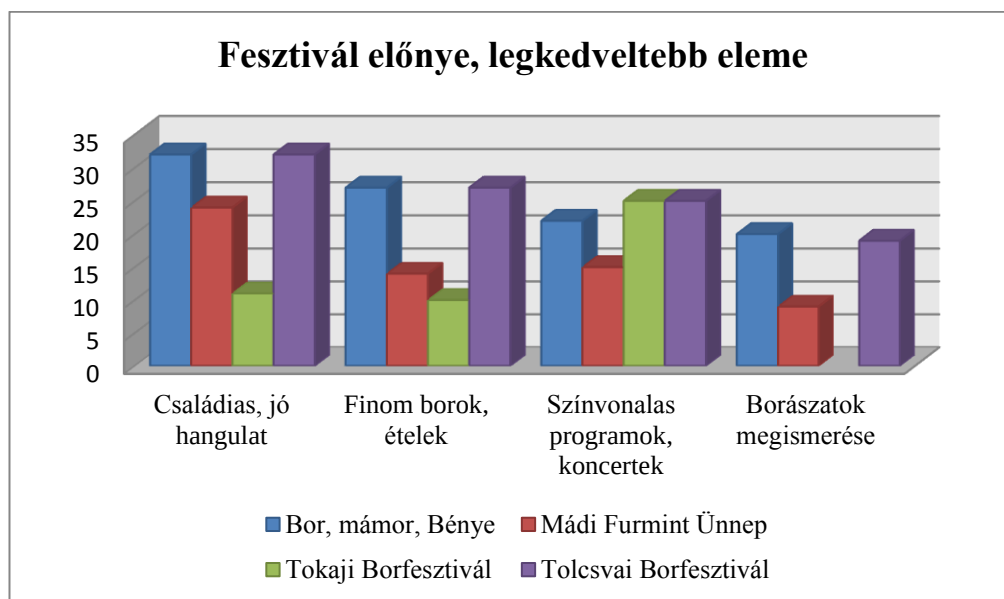
Az ábrából látható, hogy a válaszadók többsége mindegyik fesztivál esetében ellátását a fesztivál területén oldja meg. Mivel erre a kérdésre több választ is meg lehetett jelölni, így megvizsgáltam, hogy a megkérdezettek közül hány fő az, aki ténylegesen csak a fesztivál területén oldotta meg étkezését. A Bor, mámor, Bénye válaszadói közül 80-ból 28 fő, a Mádi Furmint Ünnep válaszadói közül 80-ból 25 fő, Tokaji Borfesztivál válaszadói közül 60-ból 17 fő, Tolcsvai Borfesztivál válaszadó közül pedig 107-ből 25 fő van, aki csak a fesztivál területén étkezik.

H2 hipotézis magyarázata (A 35 év feletti korosztály nagyrészt a fesztivál területén étkezik, míg a 15-35 év közötti korosztály inkább saját maga oldja meg az ellátását.)

A mádi és a tolcsvai fesztiválon legnagyobb arányban a 15-35 év közöttiek vettek részt, míg az erdőbényei és tokaji fesztiválon a nagyobb részt a 35 év feletti látogatók tették ki a megkérdezettek közül.

Ahol a 15-35 év közötti korosztály volt leginkább jelen, ott jellemzően az önellátás mutatkozott nagyobb arányban, ahol pedig a 35 év feletti korosztály, ott a fesztivál területén igénybe vett ellátás. A 15-35 év közötti résztvevők nagy többségénél jellemző a szülői támogatás, ami miatt általában kisebb költségvetésből kell megoldaniuk a fesztivál területén való tartózkodást. Ennek következtében inkább saját maguk gondoskodnak az étkezésről. Ezzel szemben a 35 év feletti korosztály egy biztosabb egzisztenciával rendelkezik, saját maga osztja be költségvetését, és emiatt megengedheti magának, hogy a fesztivál területén belül maradván oldja meg az ellátást.

10. Kérem folytassa a mondatot! A fesztiválon az tetszett a legjobban, hogy...



7. ábra: Fesztiválok előnyei, legkedveltebb elemei, 2015

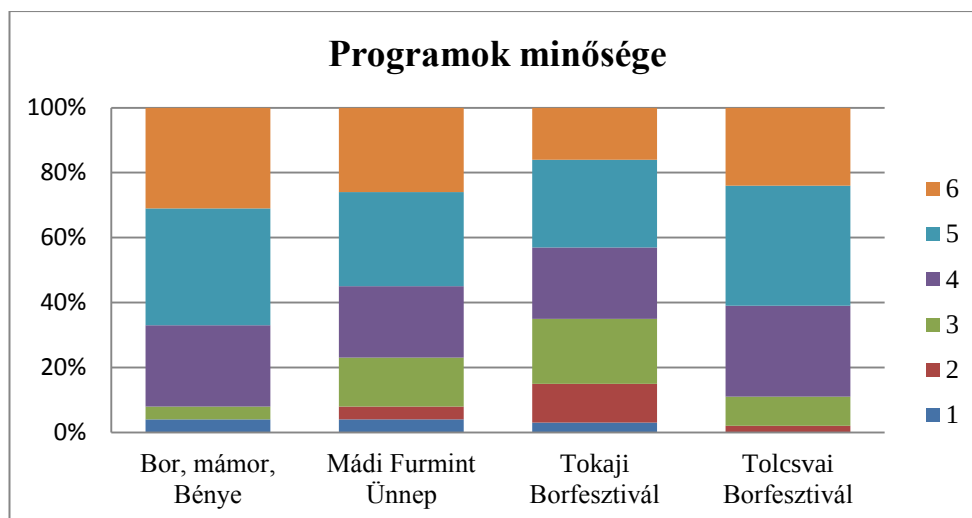
Forrás: saját készítés (2016.04.09.)

Ez egy olyan kérdés volt, ahol nem volt megadva válaszlehetőség. Kíváncsi voltam, mi az, ami a legjobban tetszik a megkérdezetteknek a fesztiválokból. Nagyon sokféle megfogalmazás született, de próbáltam csoportosítani, és 4 főszempont volt, amit legtöbbször megjelöltek. Az erdőbényei fesztivál kapcsán legtöbbször a családi, közvetlen hangulatot (32 fő) és a finom ételeket, borokat (27 fő) értékelték. A mádi fesztivállal kapcsolatban főszempont volt szintén a családi hangulat (24 fő) és sokan kiemelték a

színvonalas programokat, koncerteket (15 fő). A tokaji fesztivál kapcsán megkérdezettek első helyen egyértelműen a zenei koncerteket jelölték (25 fő). A tolcsvai fesztivállal kapcsolatban első helyen a közvetlen hangulat áll (32 fő), emellett a borok és a gasztronómiai élmények (27 fő). A Bor, mámor, Bénye, a Mádi Furmint Ünnep és a Tolcsvai Borfesztivál kapcsán fontos megemlíteni, hogy ezeken a fesztiválokon jobban megismerhető a borok készítője, a pincészeteket meg lehet látogatni közvetlenül a településeken és a borokat a készítés helyszínén lehet megízlelni. E három fesztivál megkérdezettjei ezt a szempontot is kiemelték. Illetve volt olyan vélemény, amely egy az egyben azt tükrözi, ami a fesztiválok szervezői szeretnék elérni, és ez a mélyinterjúk során ki is derült. Pár példa a megkérdezettek válaszaiból, mely egybecseng a szervezők céljaival.

- Bor, mámor, Bénye: „*Fűben ülős, beszélgetős, borozós.*”
- Mádi Furmint Ünnep: „*Gyermekebarát, ápolják a hagyományokat, kézműves termékek kínálata.*”
- Tokaji Borfesztivál: „*Kis színpadon bemutatkozhatnak a helyi és környékbeli zenekarok.*”
- Tolcsvai Borfesztivál: „*Változatos programok megfizethető áron.*”

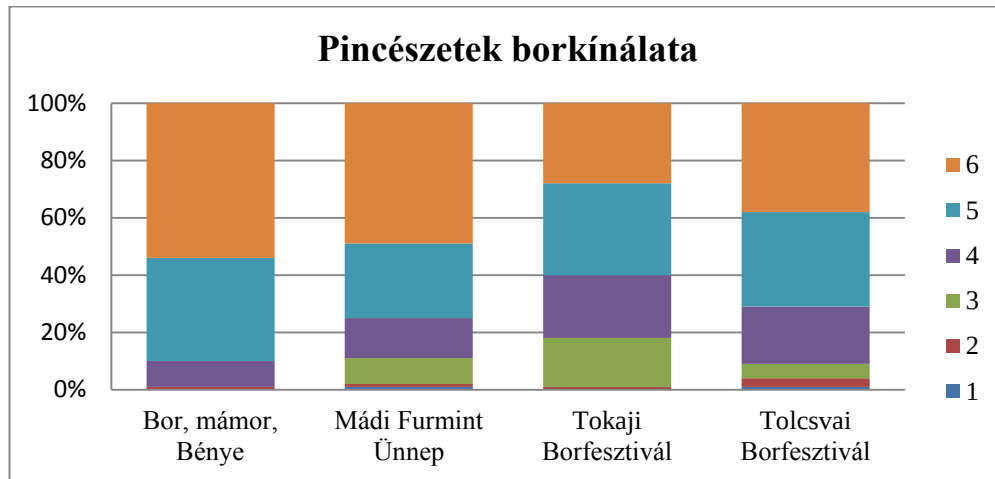
11. Jelölje 1-6-ig terjedő skálán, hogy mennyire volt elégedett az alábbiakkal?



8. ábra: Programok minőségének értékelése, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.06.)

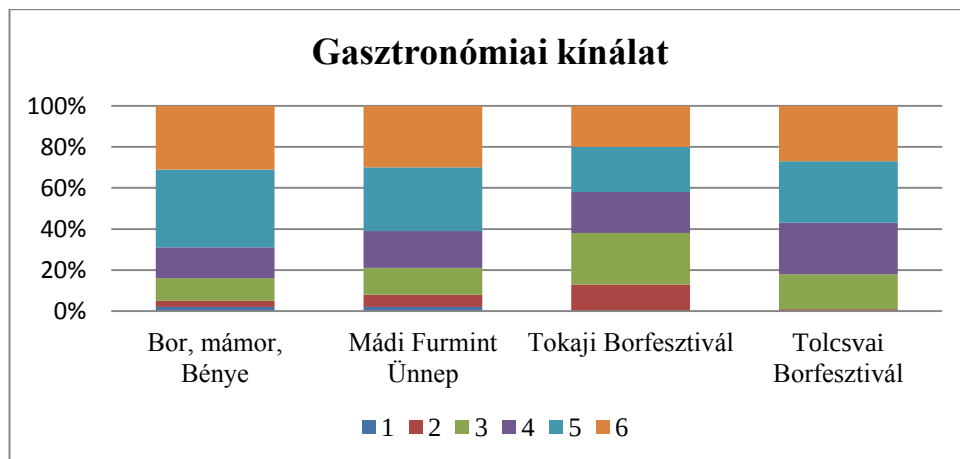
Megállapítható, hogy a megkérdezettek közül legtöbben 5-ösre értékelték az adott fesztivál programjait (Bor, mámor, Bénye: 36%, Mádi Furmint Ünnep: 29%, Tokaji Borfesztivál: 27%, Tolcsvai Borfesztivál: 37%).



9. ábra: Pincészetek borkínálatának értékelése, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.06.)

Az ábrán is jól látszik, hogy a pincészetek borkínálatát a megkérdezettek nagy része a legjobbra, 6-osra értékelte, mely Erdőbénye esetében 54%, Mádon 49% és Tolcsván 38%. A tokaji fesztivál kapcsán megkérdezettek közül legtöbben az 5-öst jelölték meg (32%).

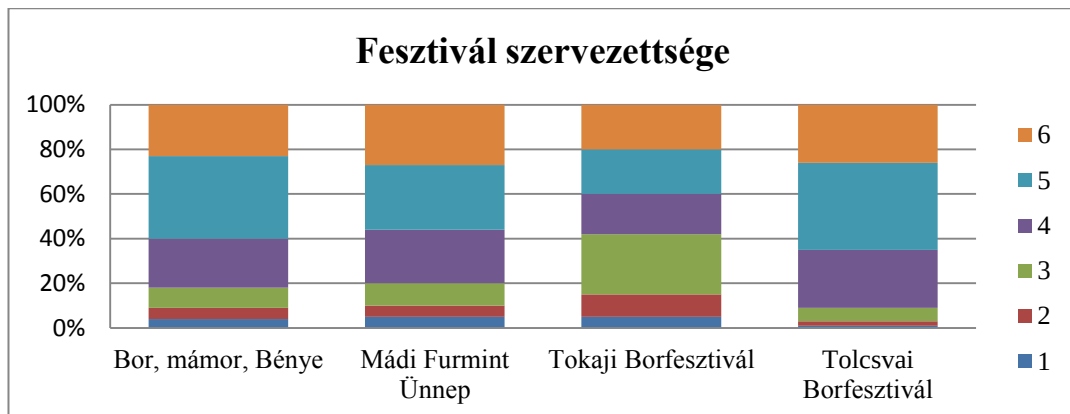


10. ábra: Gasztronómiai kínálat értékelése, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.08.)

A gasztronómiai kínálatot a megkérdezettek nagy része 5-ösre értékelte, a Tolcsvai Borfesztivál kapcsán 30%, a Mádi Furmint Ünnep esetében 31% és a Bor, mámor, Bénye

tekintetében 38%. A Tokaji Borfesztivál kínálatát pedig a megkérdezettek közül legtöbben 3-asra jelölték (25%).

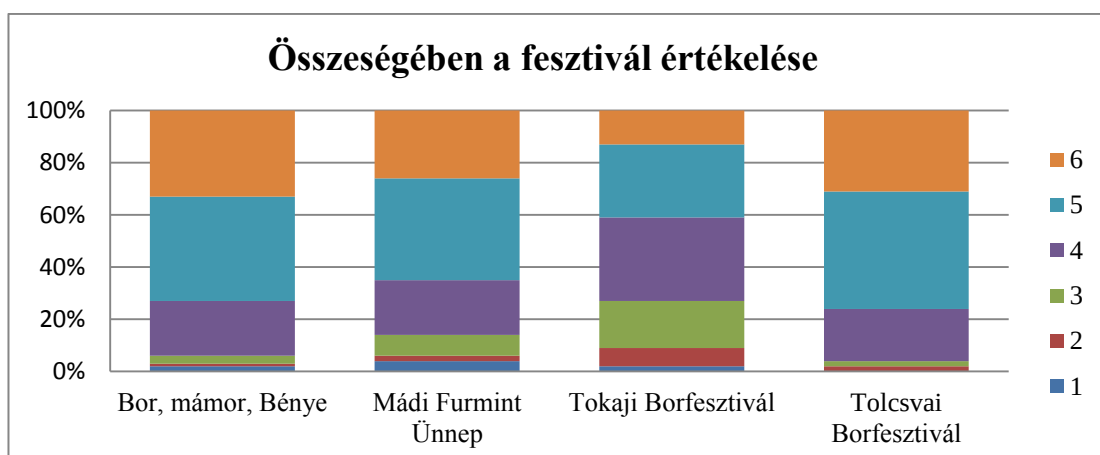


11. ábra: Fesztiválok szervezettségének értékelése, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.08.)

A fesztiválok szervezettségét a megkérdezettek nagy része 5-ösre értékelte (Tolcsvai Borfesztivál: 39%, Mádi Furmint Ünnep: 29%, Bor, mámor, Bénye: 37%). A Tokaji Borfesztivál ennél is lemaradt kissé, ennek a kínálatát a megkérdezettek közül legtöbben 3-asra jelölték (27%).

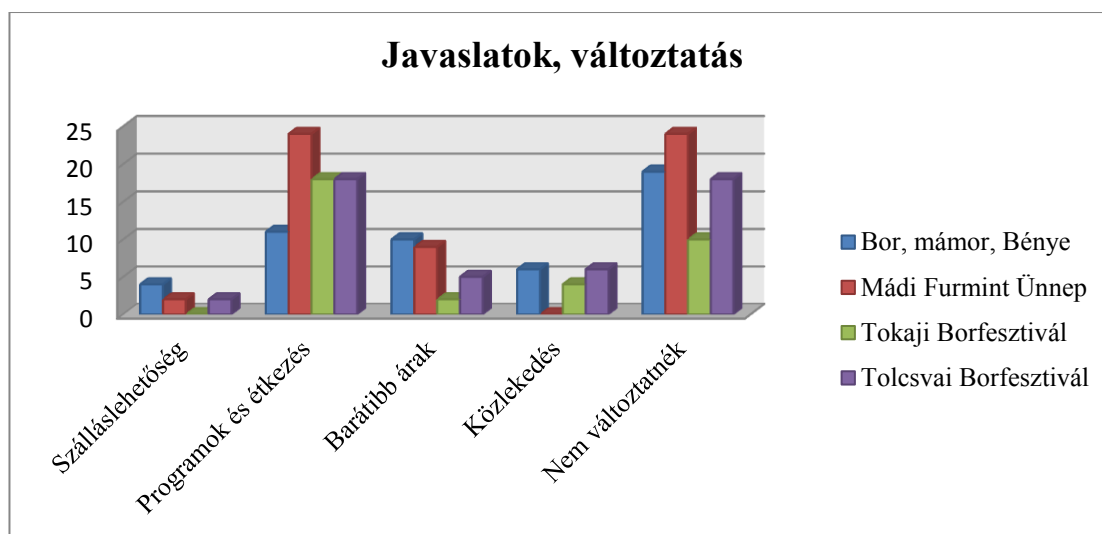
Az egyes szempontok értékelése után arra voltam kíváncsi, hogy összességben az adott borfesztiválokat hogyan látják a megkérdezettek. Az esetek többségében pozitív értékelések születtek, Erdőbényén a megkérdezettek 40%-a, Mádon 39%-a és Tolcsván 45%-az adott fesztivált 5-ösre értékelte. Egyedül a Tokaji Borfesztivál esetében született alacsonyabb, de még mindig a jó megítélést tükröző 4-es értékelés (32%).



12. ábra: Összeségében a fesztiválok értékelése, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.08.)

12. Milyen javaslata van, mi az, amin változtatna a fesztivált illetően?



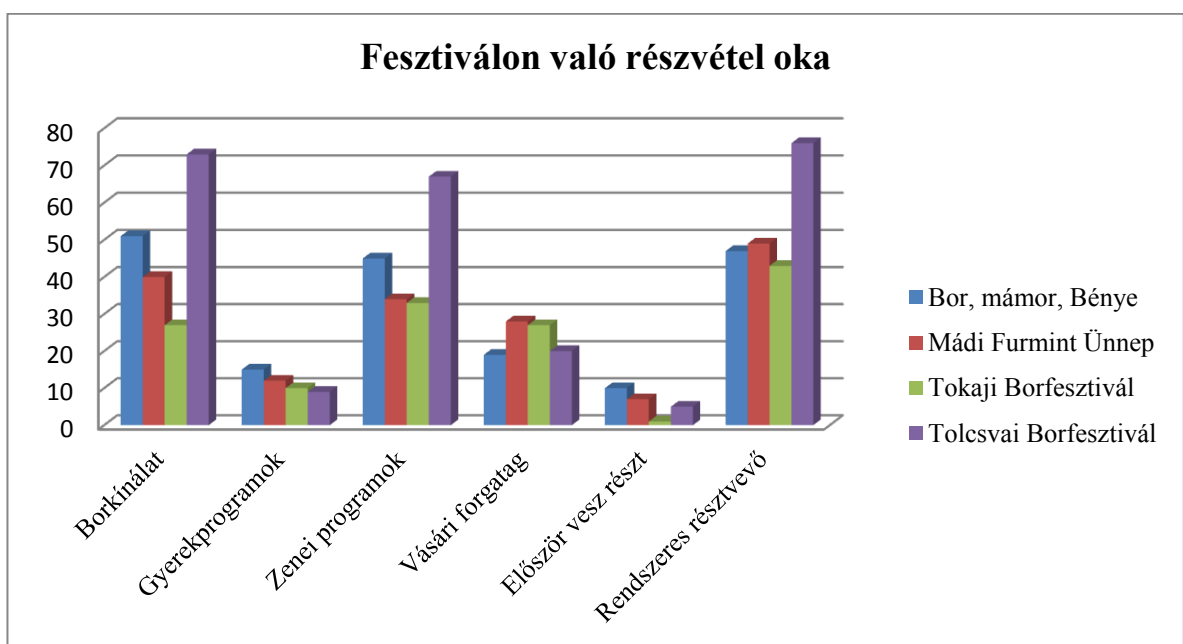
13. ábra: Megkérdezettek javaslatai, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.09.)

Ez egy olyan nyitott kérdés, amire reméltem, hogy a megkérdezettek őszintén fognak válaszolni, leírják a negatív észrevételeiket, amely majd nagy segítség lesz a szervezőknek a későbbiekben. Sokféle megfogalmazást olvastam, és összegyűjtöttem a leggyakrabban előforduló problémákat. A szálláslehetőségek kevés száma a tokaji kivételével minden borfesztiválon megtalálható problémaként jelentkezett a megkérdezettek szerint. Korábban már megemlítésre került, hogy sokan a környező települések szállás- és étkezési lehetőségeit választják, mely a jelenlegi válaszok alapján eredeztethető a helyszínen található lakhatási és étkezési lehetőségek alacsony számából. A legnagyobb kritika a programok mennyiségét, minőségét és az étkezési lehetőségek számát és minőségét érte. Emellett sokan megemlítették, hogy drágának tartják az adott fesztivált, ez legnagyobb számban Erdőbényén (10 fő) és Mádon (9 fő) van így. Mindegyik fesztivál kapcsán volt egy olyan felvetés a válaszadók részéről, hogy a fesztiválra való és a fesztiválon történő közlekedésen kellene fejleszteni. Tokajban a belvárosi közlekedést és a forgalmas tömeg miatti szűk utcákat kritizálták, míg a másik három fesztivál esetében a megkérdezettek azt javasolták, hogy indítsanak buszokat, amelyek a környező településekről a fesztiválra és visszaszállítják az utasokat. A számos kritika mellett érdemes kiemelni, hogy nagy számban vannak a megkérdezettek között olyanok, akik teljes mértékben elégedettek a fesztiválokkal, és egyáltalán nem változtatnának rajta.

13. Milyen okból látogatott el a fesztiválra?

Mindegyik borfesztivál kapcsán a megkérdezettek megjelölték, hogy a pincészetek borkínálata az egyik fő oka a részvételüknek. A Bor, mámor, Bénye kapcsán megkérdezettek közül legtöbben (51 fő) jelölték ezt fő szempontnak egyéb okok mellett, illetve a rendszeres részt vevők száma 47 fő. A Mádi Furmint Ünnep megkérdezettjei közül a borkínálat miatt 40 fő látogatott el, és 49 fő rendszeresen részt vesz. A Tokaji Borfesztivál kapcsán megkérdezettek közül 43 fő rendszeres résztvevő, illetve egyedül itt került első helyre látogatottsági szempontból a zenei programok, 33 fő jelölte ezt meg. A Tolcsvai Borfesztivál kapcsán megkérdezettek közül 76-an rendszeres visszatérők, és itt is a borkínálat került az első helyre, 73 fő válaszolt így.



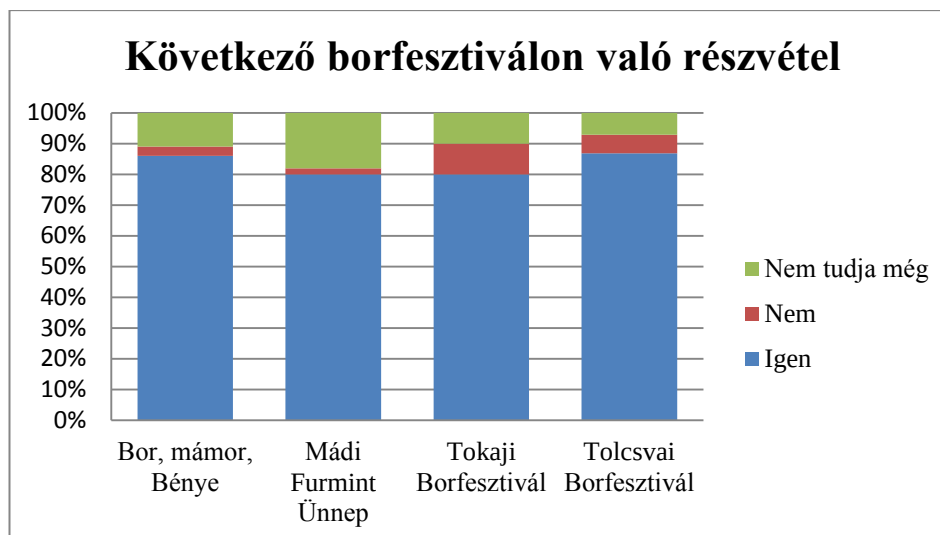
14. ábra: Fesztivál látogatásának okai, 2015

Forrás: saját készítés (2016.04.07.)

14. Részt vesz majd a következő borfesztiválon is?

H3 hipotézis magyarázata (Aki először vesz részt az adott fesztiválon, azok nagy többsége szeretne újra részt venni.)

Az diagramon egyértelműen látható, hogy a 4 borfesztivál megkérdezettjei közül a legtöbben arra a kérdésre, hogy részt vesz-e a következő évi borfesztiválon, igennel válaszoltak. Ez a tolcsvai és az erdőbényei esetében 86% volt, míg a mádi és tokaji kapcsán a válaszadók 80%-a.



15. ábra: Következő évi borfesztiválon való részvétel, 2015

Forrás: saját készítés (2016.10.24.)

Kíváncsi voltam arra, hogy azon személyek, akik először vettek részt az adott borfesztiválon, vajon részt vesznek-e a következőn is. A Bor, mámor, Bénye kapcsán 10 ember válaszolta, hogy először járt a fesztiválon, és ebből csupán 1 fő mondta, hogy nem venne részt a következőn. Ennek oka az volt, hogy több zenei kínálatot várt a fesztiválon, illetve a szervezéssel nem volt megelégedve. A Mádi Furmint Ünnep kapcsán 6 fő első résztvevő volt, és ebből 2 fő válaszolt nemmel. Egyikük a tömeget kifogásolta, a másik személy nem válaszolt. A Tolcsvai és a Tokaji Borfesztivál kapcsán pedig 1-1 fő volt csak, aki először vett részt, és mindkét fő azt válaszolta, hogy ellátogat a következő évi rendezvényre is. Emellett az is megállapítható, hogy azok a személyek, akik először vettek részt az adott borfesztiválon, látogatásuk oka(i)ként nagyrészt a zenei programokat illetve a pincészetek borkínálatát jelölték meg.

15. Melyik borfesztiválra látogatott még el az alábbiak közül?

Ennél a kérdésnél arra voltam kíváncsi, hogy az adott borfesztivál megkérdezettje melyik borfesztiválon vett még részt a vizsgáltak közül. Az adatokat pedig úgy rendszereztem, hogy hány fő vett részt csak az adott borfesztiválon, hányan kettőn, hányan hárman, és hányan vettek részt mind a négy fesztiválon.

A táblázatban is világosan látszik, hogy a megkérdezettek nagyrészt csak az adott borfesztiválon vettek részt. Erdőbényén a megkérdezettek 60%-a, Mádon a 40%, Tokajban a válaszadók 41,6%-a, Tolcsván pedig a megkérdezettek több, mint fele.

Kiemelkedő volt még azon személyek száma, akik az adott és egy másik fesztiválon a vizsgáltak közül is részt vettek. Például a mádi esetében ez volt a leggyakoribb, egészen pontosan a válaszadók 41,25%-a. Azon személyek száma, akik mind a négy vizsgált borfesztiválon részt vettek, elég kevés. A megkérdezettek közül a tolcsvai esetében például csupán 5,6% válaszolt így, a tokaji kapcsán volt a legnagyobb, a megkérdezettek 15%-a vett részt mindegyik fesztiválon a vizsgáltak közül.

Vizsgált borfesztiválok látogatottsága, 2015

4. táblázat

Vizsgált borfesztiválok látogatottsága	Bor, mámor, Bénye	Mádi Furmint Ünnep	Tokaji Borfesztivál	Tolcsvai Borfesztivál
<i>Csak az adott borfesztiválon</i>	60%	40%	41,6%	50,5%
<i>Adott borfesztiválon + még 1</i>	22,5%	41,25%	30%	31,8%
<i>Adott borfesztiválon + még 2</i>	10%	11,25%	13,3%	13,1%
<i>Mindegyik borfesztiválon</i>	7,5%	7,5%	15%	5,6%
<i>Összesen (fő)</i>	80 fő	80 fő	60 fő	107 fő

Forrás: saját készítés (2016.10.24.)

H4 hipotézis magyarázata (Jellemzően az emberek egy vagy két borfesztiválon vesznek részt a vizsgáltak közül, és a résztvevők között nagyobb arányban vannak a 35 év felettiek.)

A kapott eredményekből megállapítható, hogy a válaszadók a vizsgált fesztiválok közül jellemzően egy vagy két borfesztiválon vettek részt. Legnagyobb arányban tényleg a 35 év felettiek vesznek részt az erdőbényei, mádi és tokaji fesztivál megkérdezettjei közül. Ez

azért is alakulhatott így, mivel ők biztos egzisztenciával rendelkeznek. A tolcsvai fesztivál esetében viszont az jött ki, mint az első hipotézis vizsgálatánál, hogy legnagyobb arányban a fiatalabb (15-35 év közötti) korosztály vett részt. Ez az eredmény azért alakult így, mert a kitöltők között nagyobb arányban volt ez a korosztály. Ez ilyen tekintetben torzító érték, mert nem ugyanolyan merítésű a minta.

Azon személyek, akik 3 vagy akár mind a 4 fesztiválon részt vettek, nagyobb részt szintén a 35 év feletti korosztályból került ki.

Összegyűjtöttem pár indokot azon 35 év feletti személyek pozitív értékeléseiből, akik mindegyik fesztiválon részt vettek. A Bor, mámor, Bénye kapcsán a magas zenei és borminőséget említették, illetve két ok volt: vagy környékbeli az illető, tehát a borvidéken lakik (ebben az esetben Sátoraljaújhely a példa), vagy pedig előző években is részt vett már az adott fesztiválon. A Mádi Furmint Ünnepe esetében azt emelték ki, hogy emberléptékű a rendezvény, és minőségi programokon vehetnek részt (miskolci és sárospataki lakos véleménye). A Tokaji Borfesztivállal kapcsolatban pozitívként kiemelték, hogy nagyon sok turista vesz részt a rendezvényen, és ez hozzájárul a város ismertségéhez, jó megítéléséhez (helybéli lakosok véleménye alapján). A Tolcsvai Borfesztivál kapcsán pedig azt emelték ki, hogy sokat fejlődött a rendezvény az évek során, illetve megemlézték, hogy nagyon barátságosak a vendéglátók, borászok és jó borokat kóstolhatnak (borvidéken élők véleménye).

7. Javaslatok a fesztiválok fejlesztésére

A kérdőíves megkérdezés eredményeit alapul véve megfogalmaztam pár javaslatot, amely a fesztiválok szervezői számára hasznos lehet a továbbiakban.

A 6-os ábrán és a második hipotézis vizsgálatánál az az eredmény született, hogy a fesztivál ideje alatt az ellátást sokan saját maguk oldják meg, ez nagyrészt a 15-35 év közötti korosztályra jellemző, és a 35 év felettiek étkeznek inkább a fesztiválok helyszínén. Ezért megoldásként felmerülhet a fesztiválok területére olyan vendéglátóegységeket meghívni, akik menüt kínálnának, ez a fiatalok számára előnyösebb lenne, mivel olcsóbb, de az ételek minősége is megfelelné a fesztivál nyújtotta elvárásoknak.

A fesztiválokon sokan problémaként említették, hogy nincs elég szálláshely az adott településen. Ez inkább Mádra, Tolcsvára és Erdőbényére volt jellemző. Emiatt sokan környékbeli panziókban, vendégházakban szállnak meg, és így az adott településre való lejutást nehezebb megoldani. Mivel boros rendezvényről van szó, legtöbbször kocsival érkeznek, és így a sofőr nem tud kóstolni. Éppen ezért a válaszadók között is felmerült, hogy jó lenne, ha indítanának buszjáratokat a környező településekről, amelyek a fesztiválozókat a helyszínre majd visszaszállítanák. Javaslatként egy olyan megoldásra gondoltam, hogy a fesztiválok szervezői megállapodást kötnének pár környékbeli szálláshellyel, fogadóval, akik bizonyos számú kedvezményt biztosítanak azoknak a vendégeknek, akik az adott fesztivál miatt szállnának meg náluk, cserébe pedig a szervezők reklámoznák ezeket a helyeket. Emellett pedig az adott fogadó/vendégház biztosítana buszokat a fesztiválra és vissza.

A kevés szálláshellyel kapcsolatban felmerült még egy lehetőség. Manapság a legtöbb fesztiválon van sátrazási lehetőség, amelyet sokan igénybe vesznek. A borfesztiválok településein lehetne biztosítani elkerített részen sátorhelyeket. Ez azért lenne előnyös, mert az igénybe vevők számára a lakhatás a helyszínen lenne megoldva, ezáltal több időt is töltenének a fesztiválon. Ebből kifolyólag előfordulhat, hogy aki eredetileg csak egy (vagy két napra) érkezne, az is elgondolkozik a sátrazási lehetőségen, mivel költséghatékonyabb megoldás. A sátrazási lehetőség az erdőbényei borfesztiválon már megvalósult, és esetleg érdemes lenne a másik három fesztivál szervezőinek is elgondolkoznia ezen.

A válaszadók közül többen hiányolták a gyermekprogramokat a fesztiválok kínálatából. Erre mindenképpen nagyobb hangsúlyt kellene fektetni, mert érkeznek nagycsaládosok is a fesztiválokra. Ki lehetne alakítani egy olyan részt a fesztivál területén belül, ahol délelőtt vagy napközben gyermekfoglalkozások, játékok biztosítanak a kicsik számára a jó hangulatot. Emellett akár gyermekmegőrzőként is funkcionálhatna, amíg a szülők kóstolnak pár bort a területen.

Egy saját javaslat a végére: A biztonság és a könnyebb kezelhetőség érdekében be lehetne vezetni a nagyobb fesztiválokra már bevált fizetési eszközt, a Pay Pass kártyát. Ez a szülők számára is kedvező megoldást jelentene, mivel így egy bizonyos összeget feltöltenének a gyerekeik kártyájára és ők azzal tudnának gazdálkodni a fesztiválon.

A leírt javaslatok a megkérdezettek és a saját véleményem alapján került megfogalmazásra, ezeken a szervezőknek érdemes lenne elgondolkozni. Hasznos lenne számukra, mivel már ismerik a résztvevők véleményét, és ha változtatnak, még több elégedett és visszatérő vendéggel büszkélkedhetnek. A legtöbb megoldás ráadásul költséghatékony, és kellő odafigyeléssel még több ember számára nyújtanának szórakozási lehetőséget a vizsgált borfesztiválok.

8. Összefoglaló áttekintés

8.1. A kutatómunka alapján levonható következtetések

A dolgozatom témájának megfelelően feldolgoztam a rendelkezésre álló releváns szakirodalmakat. Még jobban megismertem Tokaj-Hegyalja történetét, érdekességeit, a Világörökséghez kapcsolódó részét. Megtudtam, hogy az országban a borfesztiválok és bormarketing fogalma egyre fontosabbá válik. A bor egy rendkívül sokszínű termék, és egyik legfontosabb jellemzője a személyesség. Kötődik hozzá a borász stílusa, a borászat egyedisége, és ezt legjobban személyesen lehet bemutatni, egy borfesztivál pedig a lehető legjobb alkalom erre. Mélyinterjúkat készítettem a kiválasztott fesztiválok kulcsfontosságú szereplőivel, feldolgoztam az anyagot, ez alapján készítettem egy rövid táblázatos összehasonlítást.

Fesztiválok összehasonlítása

5. táblázat

Vizsgált fesztiválok	Bor, Mámor, Bénye	Mádi Furmint Ünnepe	Tokaji Borfesztivál	Tolesvai Borfesztivál
<i>Időpontja</i>	Augusztus közepe	Szeptember első hétvégéje	Május vége, június eleje	Augusztus első hétvégéje
<i>Első fesztivál, okai</i>	2009. Erdőbénye megismertetése	2010. mádi szüreti napok megreformálása	90-es évek német testvérváros, 2002. UNESCO	2004. testületi ülés, kevés borfesztivál
<i>Célcsoport</i>	Messzebb fekvő nagyvárosi emberek	Nagyvárosi emberek, környék „középrétege”	Környékbeli, nagyvárosi, fővárosi tehetősebb emberek	Falu lakossága, helybeliek
<i>Látogatók honnan érkeznek</i>	Debrecen, Miskolc, Nyíregyháza, Szlovákia, Lengyelország.	Környék értelmiségei, Budapest, Dunántúl	Környező település, régió, Budapest, Dunántúl, Lengyelország.	Környék, határ túloldala, Győr, Baja, Szeged, Debrecen
<i>Borászatok száma</i>	15-16 (kezdetekkor 6)	15	10-15	18
<i>Népszerűsítés</i>	Facebook, Jazzy Rádió, programajánlók, lifestyle rovatok	Fb, blog, gasztro oldal, helyi sajtó, országos és regionális rádiók	Közösségi m., plakát, műsorfűzet, helyi sajtó, app, utazási kiállítás, AdGrants	Óriásplakát, szórólap, országos tv, rádió
<i>Pénzbeli támogatás</i>	Nemzeti Kulturális Alap, Leader Európai falu	Szponzorok, önkormányzat, NKA	-	Európa a polgárokért, a Tempus Közalapítvány
<i>Szervezési nehézség</i>	Nincs elegendő szállás	Egy ember szervezi	Folyamatos anyagi bizonytalanság	Kevés számú munkaerő
<i>Jövőbeli tervek</i>	Cs-P-Sz, 1 hét, időpont változtatás	Szervezési munka megosztása	Fesztiválatlanba átszervezni	Világörökségi Pincesor, Szirmay-Waldbott kastély

Forrás: saját készítés (2015.11.12.)

Megállapítható, hogy a fesztiválok időpontja júniustól kezdve szeptember elejéig tart. Ha időrendbe szeretnénk tenni a fesztiválok kialakulását, az a következőképpen alakulna: Tokaji Borfesztivál, Tolcsvai Borfesztivál, Bor, mámor, Bénye és a Mádi Furmint Ünnep. A megrendezés oka kis eltéréssel nagyrészt hasonló: 2002-ben a Világörökség részévé vált a borvidék, ennek következtében mind a 4 település szeretne volna felhívni magára a figyelmet. A célcsoport alakulása eléggé különböző. Viszont a látogatók alakulása a lakóhelyüket tekintve hasonló. Egyértelműen kijelenthető, hogy ez a 4 fesztivál az elmúlt évek alatt országsszerte ismertté vált, és Magyarország minden tájáról érkeznek Tokaj-Hegyaljára látogatók. A rendezvényeken megjelenő borászatok száma hasonlóképpen alakult, annyi eltéréssel, hogy míg a kisebb települések rendezvényein csupán a helyi borászatok vesznek részt, addig a tokaji fesztiválra a borvidék egészéről érkeznek borászok, hogy megismertessék boraikat az oda látogatókkal. A fesztiválok népszerűsítésére használt csatornák megegyeznek. Kijelenthetjük, hogy a célcsoportnak megfelelő helyi, regionális és országos médiumokban egyaránt hirdetnek. A rendezvényekről elmondható, hogy megpróbálnak támogatókat szerezni és pályázatokon vesznek részt. A szervezési nehézségek között a kevés számú munkaerő, szállás, és anyagi fedezet említhető meg. A jövőbeli terveket illetően minden szervezőnek más és más elképzelése van.

A dolgozatomban elején megfogalmaztam 4 feltevést, hipotézist, amelyeket a kérdőíves kutatásom eredményei alátámasztottak és mind igaznak bizonyultak.

1. *A borfesztiválon résztvevők életkora befolyásolja a fesztiválon eltöltött időt.*

- ✓ Az eredmények azt mutatják, hogy a 36-60 év közötti korosztály tölti a legtöbb időt a fesztiválokon. Ez többek között azért is van, mert nekik már saját keresetük van, amiből gazdálkodnak, míg a fiatalabb korosztálynál előfordul(hat), hogy őket a szüleik segítik anyagilag.

2. *A 35 év feletti korosztály nagyrészt a fesztivál területén étkezik, míg a 15-35 év közötti korosztály inkább saját maga oldja meg az ellátását.*

- ✓ Ahol a fiatalabb (15-35 év közötti) korosztály volt leginkább jelen, ott jellemzően az önellátás mutatkozott nagyobb arányban, míg ahol a 35 év feletti korosztály, ott pedig a fesztivál területén igénybe vett ellátás.

3. *Aki először vesz részt az adott fesztiválon, azok nagy többsége szeretne újra részt venni.*
- ✓ A megkérdezettek nagy többsége azt válaszolta, hogy újra részt venne az adott fesztiválon. Ebbe beletartoznak az először résztvevők válaszai is. Emellett az is megállapítható, hogy azok a személyek, akik először vettek részt az adott borfesztiválon, látogatásuk oka(i)ként nagyrészt a zenei programokat illetve a pincészetek borkínálatát jelölték meg.
4. *Jellemzően az emberek egy vagy két borfesztiválon vesznek részt a vizsgáltak közül, és a résztvevők között nagyobb arányban vannak a 35 év feletti.*
- ✓ A kapott eredményekből megállapítható, hogy a válaszadók a vizsgált fesztiválok közül jellemzően egy vagy két borfesztiválon vettek részt. Legnagyobb arányban tényleg a 35 év feletti vesznek részt.

8.2. A borfesztiválok hatásai a térség marketingjére és turizmusára

Elsősorban a turisztikai multiplikátor hatás említhető meg. Ez azt jelenti, hogy a borfesztiválok megléte és az ezekre ellátogató vendégek által megnövekszik a vendégéjszakák száma, megnő a tartózkodási idő. Hiszen ahogy a mélyinterjúk alapján is kiderült, a fesztiválok alkalmával az adott település és a környező települések szálláshelyei is teltházassak. Emellett visszatérési motiváció alakul ki, ez a szervezők egyik legfontosabb elképzelése is, hogy a fesztiválokra látogatók az év más időszakában visszatérjenek a borvidékre. A kérdőívek eredményei is azt mutatják, hogy a 4 rendezvény megkérdezett résztvevőinek több, mint 80%-a a következő évi borfesztiválra is ellátogat majd. A borfesztiválok erősítik a térség és a település pozicionálását, elégedettséget növel, amely területi image transzferként kihat a desztinációra is. Jelentős a pozitív térségi PR hatás is – ami talán a legfontosabb-, hiszen a fogyasztót ért impulzusok raktározódnak és továbbadásra kerülnek. Emellett kulturális és természeti hatással is rendelkezik. A 3.4. alfejezetben leírt *A Tokaj-Hegyalja Történelmi Borvidék Kultúrtáj világörökségi helyszínre és védőövezetére vonatkozó világörökségi Kezelési terv* tartalmazza azokat az

értékhordozó attribútumokat, amelyekre hatással vannak és hatással kell, hogy legyenek a borvidék vizsgált fesztiváljai. Az említett fejezetben kerültek megfogalmazásra azok a javaslatok, amelyek ezen értékhordozók a fesztiválokön való megjelenítésére vonatkoznak. A rendezvények közvetve munkahelyeket is teremtenek, ezáltal bevonják a települések lakosait, így növekszik az elkötelezettségük és identitásuk. A mélyinterjúk során mindegyik fesztivál főszervezője megemlítette, hogy sok helyi lakos aktívan részt vesz a rendezvények lebonyolításában. Tehát a borfesztiválokönak számos gazdasági és társadalmi haszna is van.

Összességében elmondható, hogy a Tokaj-hegyaljai borfesztiválok fejlődési pályán vannak, de nagyon sok teendő szükséges még ahhoz, hogy megvalósuljon a fesztiválok és a borvidék tudatos marketingstratégiája. Annak érdekében, hogy a megfogalmazott tervek létrejöhessenek, összefogásra van szükség. Emellett pedig fontos, hogy a borvidéki stratégia igazodjon az országos közösségi bormarketing tevékenységéhez.

Köszönetnyilvánítás

Szeretném megköszönni a szakdolgozatomban szereplő összes interjúalanyomnak a segítséget. Köszönöm, hogy szántak időt az interjú lebonyolítására, és válaszoltak a kérdéseimre, ezzel is segítve a dolgozatom elkészítését. Nélkülük ez a kutatás így és ilyen formában nem jöhetett volna létre.

Köszönettel tartozom: *Berger Zsoltnak*, a Karádi-Berger Borászat tulajdonosának és borászának; *Csoma Ernőnek*, Tolcsva jelenlegi polgármesterének; *Dávid Rémusznak*, a Budaházy-Fekete Kúria borászának; *Demeter Endrének*, a Demetervin Pincészet vezetőjének és borászának; *Dévald Istvánnak*, a tokaji Kulturális és Konferencia Központ 2015-ös igazgatójának; *Dubóczki Dorinának*, a Mádi Furmint Ünnepe főszervezőjének; *Gondáné Marikának*, a Gonda Sajtműhely vezetőjének; *Ladomérszky Lászlónak*, a Tokaj-Hegyalja, Taktaköz, Hernádvölgye Idegenforgalmi és Kulturális Egyesület, tehát a helyi TDM szervezet menedzserének, *Posta Györgynek*, Tokaj polgármesterének; *Szegedi Bencének*, a tokaji Tourinform igazgatójának és *Vojnár Lászlónak*, Tolcsva korábbi polgármesterének.

Végül, de nem utolsó sorban köszönettel tartozom a Miskolci Egyetem docensének, a konzulensemnek, **Dr. Szakál Zoltánnak**, aki az első pillanattól fogva a bizalmába fogadott, és hitt bennem. Köszönöm szépen Tanár Úr a rengeteg segítséget és támogatást!

Irodalomjegyzék

Buzás, G. - B. Kiss, A. - Sahin-Tóth, Gy. (2007): Italismeret. Budapest: Képzőművészeti Kiadó. 43. o.

Dula, B. – Mészáros, G. – Rohály, G. (2012): Borminősítés, borgasztronómia, borhungarikumok és –gallikumok. Borkultúra Központ Kiadványai 48. o.

Hunyadi, Zs. – Inkei, P. – Szabó, J. Z. (2006): Fesztivál-világ. NKA-Kutatások 3. Budapest: KultúrPont Iroda. 19. o., 72. o.

Kölcsey, F. (1823. január 22.): Himnusz

Pap, M. (1985): A tokaji. Budapest: Gondolat Kiadó. 8. o.

Piskóti, I. (2012): Régió-és településmarketing. Budapest: Akadémia Kiadó. 286-291. o.

Smith, M. (2009): Fesztiválok és turizmus: lehetőségek és konfliktusok. Turizmus Bulletin, XIII. évf. 3.sz., 23-27. o.

Sulyok, J. – Sziva, I. (2009): A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái, Turizmus Bulletin XIII. évf. 3.sz., 3-13. o.

Szakál, Z. (2008): A tokaji borvidék borkülönlegességeinek marketing szempontú elemzése. Debreceni Egyetem. 52. o.

Tokaj-Hegyalja Történelmi Borvidék Kultúrtáj világörökségi helyszínre és védőövezetére vonatkozó világörökségi Kezelési terv (2014. 05. 05.) Budapest: Város-Teampannon Kft.

Internetes források:

XII. Tolcsvai Borfesztivál, Tolcsva.hu, 2015. Elérhető: <<http://www.tolcsva.hu/borfesztival>> [Letöltve: 2015. október 25.]

Bemutakozik a Magyar Fesztivál Szövetség, Magyar Fesztivál Szövetség „Szakmai Napok 2014” 2014. március 19. Elérhető: <<http://slideplayer.hu/slide/1929036/>> [Letöltve: 2015. november 3.]

Homoky Dorottya, Idén is lesz Bor,mámor,Bénye, Mandiner.bor, 2015. március 29. Elérhető:<http://bor.mandiner.hu/cikk/20150329_iden_is_lesz_bor_mamor_benye_de_nem_tudni_meg_mikor> [Letöltve: 2015. október 25.]

Kiss Melinda, Tokaj zárt borvidék lesz, napi.hu, 2013. június 14. Elérhető: <http://www.napi.hu/magyar_gazdasag/tokaj_zart_borvidek_lesz.556561.html> [Letöltve: 2016. október 23.]

Közlemény a „Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék kultúrtáj világörökségi terület” világörökségi kezelési tervének véleményezéséről, Kormany.hu, Emberi Erőforrások Minisztériuma, 2014. június 30. Elérhető: <<http://www.kormany.hu/hu/emberi-eroforrasok-miniszteriuma/hirek/kozlemeny-a-tokaj-hegyaljai-tortenelmi-borvidek-kulturtaj-vilagoroksegi-terulet-vilagoroksegi-kezesi-tervenek-velemenyezeserol>> [Letöltve: 2015. november 11.]

Lehota József, Az egyéni mélyinterjú, Digitális Tankönyvtár, Elérhető: <<http://www.tankonyvtar.hu/en/tartalom/tkt/marketingkutatas/ch02s06.html>> [Letöltve: 2015. november 11.]

Mádi Furmint Ünnep Történet, Elérhető: <<http://www.madifurmintunnep.hu/toumlrteacutenet.html>> [Letöltve: 2015. október 25.]
(a megjelölt oldalt már törölték, 2016.)

Mélyinterjú fogalma, Elérhető: <<http://fact.hu/fogalomtar/melyinterju-depth-interview>> [Letöltve: 2015. november 11.]

MTI, Tokajit csak Tokajban lehet palackozni, Hvg.hu, 2013. november 11. Elérhető: <http://hvg.hu/kkv/20131111_Tokajit_csak_Tokajban_lehet_palackozni> [Letöltve: 2015. november 3.]

Tokaj történelme, Himesudvar.hu, Elérhető: <<http://www.himesudvar.hu/tokaj-hegyalja>> [Letöltve: 2015. október 25.]

Tokaji borvidék, Wikipédia, Elérhető: <https://hu.wikipedia.org/wiki/Tokaji_borvidék> [Letöltve: 2015. október 25.]

Zilai Zoltán, Merre tovább magyar borászat?, Borászat.hu, 2011. április 2. Elérhető: <<http://www.boraszat.hu/?mit=hirek&mit1=kivalaszt&id=3363>> [Letöltve: 2015. október 25.]

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Hegyaljai látogatások megoszlása, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.02.)
2. táblázat: Borfesztiválokön való részvétel, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.05.)
3. táblázat: Válaszadók szállásainak megoszlása, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.06.)
4. táblázat: Vizsgált borfesztiválok látogatottsága, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.10.24.)
5. táblázat: Fesztiválok összehasonlítása (Forrás: saját készítés, 2015.11.12.)

Képek jegyzéke

1. kép: Tokaj-Hegyalja vidéke (Forrás: http://2012.aborfesztival.hu/index.php?page=tokaj_4119&id=143&a=0, 2015.10.16.)
2. kép: Családom saját gyűjteménye (Forrás: saját kép, 2015.10.17.)
3. kép: Borkóstolás Erdőbényén (Forrás: saját kép, 2015. 08. 16.)
4. kép: Furmint a pohárban (Forrás: saját kép, 2016.09.02.)
5. kép: Borkóstolás Tokaj főutcáján (Forrás: saját kép, 2015.06.06.)
6. kép: Tolcsva látképe (Forrás: Vojnár László, 2010.08.15.)

Ábrajegyzék

1. ábra: Mélyinterjúk készítésének modellje (Forrás: saját készítés, 2016.10.22.)
2. ábra: Legutóbbi Tokaj-hegyaljai látogatás oka, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.09.)
3. ábra: Hányadik részvétel az adott borfesztiválon, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.05.)
4. ábra: Az adott borfesztivál napjain való részvétel, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.06.)
5. ábra: Fesztiválról való tájékozódás, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.06.)
6. ábra: Ellátás megoldása, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.06.)
7. ábra: Fesztiválok előnyei, legkedveltebb elemei, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.09.)
8. ábra: Programok minőségének értékelése, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.06.)
9. ábra: Pincészetek borkínálatának értékelése, 2015 (Forrás: saját készítés: 2016 04.06.)
10. ábra: Gasztronómiai kínálat értékelése, 2015 (Forrás: saját készítés: 2016.04.08.)
11. ábra: Fesztiválok szervezettségének értékelése, 2015 (Forrás: saját készítés: 2016.04.08.)
12. ábra: Összességében a fesztiválok értékelése, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.08.)
13. ábra: Megkérdezettek javaslatai, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.09.)
14. ábra: Fesztivál látogatásának okai, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.04.07.)
15. ábra: Következő évi borfesztiválon való részvétel, 2015 (Forrás: saját készítés, 2016.10.24.)

Idegen nyelvű összefoglaló

The effect of the wine festivals in Tokaj-hegyalja on the marketing and tourism in the region

Tokaj-Hegyalja is one of the most excellent wine-growing areas in Hungary. The wine in Tokaj was always popular, it was kept count of the kings' presents. Nowadays, the cultural national consumption of wine comes to the front increasingly and there are more and more initiatives, whose purpose is to spread this conception.

Some kinds of cultural events or festivals are taken place in most of the wine-growing areas in Hungary, which are typical of the region. What kind of festival would it be in Tokaj-Hegyalja, like the wine festival. At this time the settlements attracting many tourists, the numbers of the guest nights increasing and the concerns working in this area gaining benefit from these events. Besides these positive factors, the marketing of the region can improve. However, these kinds of festivals are taken place not just in this area but other places in our country (for example: Villány, Etyek...etc).

The task of my thesis is to find out the difference between the Hegyalja-wine festivals and festivals in other places in the country. Which factors do attract the visitors from the other side of the country? I study that the most important festivals how to affect local and regional level. In the course of the analysis, I am going to make interviews and representative researches with questionnaires, emphasizing the scientific methodological foundations.

I was brought up in this area, I stayed half of my childhood here so I consider the improvement of the Tokaj wine and the area important with different marketing devices. In my opinion the four chosen wine festivals (Bor, Mámor, Bénye; Mádi Furmint Ünnepe; Tokaji Borfesztivál; Tolcsvai Borfesztivál) are the most important for the region. Each of them aims at different people and offers different programmes for the visitors. My purpose is to get to know these festivals more and how to positionize themselves on the map about the wine festivals. Besides the bibliography, the individual research plays an important role in my thesis.

Mellékletek

A FESZTIVÁLSZERVEZŐKKEL FOLYTATOTT INTERJÚK ALAPJÁUL SZOLGÁLÓ KÉRDŐÍV

1. Mely évben rendezték meg először a fesztivált?
2. Mindig az év egyazon időszakában rendezik meg?
3. Melyek a megrendezésének legfőbb okai és céljai?
4. Milyen jellegű programok, események voltak a fesztiválon?
5. Ki a fesztivál szervezője?
 - erre a fesztiválra szerveződött jogi személy, csak ezzel a fesztivállal foglalkozik
 - professzionális rendezvényszervező cég, ami több fesztivállal foglalkozik,
 - önkormányzat, művelődési ház vagy más önkormányzati intézmény,
 - civil szervezet vagy saját szervezés (színházé, más fenntartású kulturális intézményé)
6. Kik számára rendezik elsősorban a fesztivált, kik alkotják a fesztivál elsődleges célcsoportját?
7. Mekkora a fesztivál vonzereje, milyen távolságról vonz látogatókat?
8. Hány %-os volt a fesztivál eseményeinek átlagos látogatottsága? Összesen hány látogatója volt a 2015-ös fesztiválnak?
9. Kapott-e a fesztivál anyagi támogatást pl. önkormányzattól, minisztériumtól, pályázaton, szponzortól stb.?
10. Milyen csatornákat használtak a fesztivál népszerűsítésére, reklámjára a következők közül
 - országos tévé csatorna(k)
 - országos rádió csatorna(k)
 - országos napilapok, magazinok
 - helyi írott sajtó
 - helyi rádió
 - helyi televízió
 - szórólapok
 - óriásplakátok
 - Internet (saját és egyéb)
11. Mit gondol, van-e elegendő szálláshely a településen/a kistérségben a fesztivál idején ide látogatóknak?

12. Mit gondol van-e elég vendéglátóhely (étterem, bolt, kocsmá stb.) a fesztivál idején ide látogatóknak?
13. A fellépő művészek hány százaléka profi? És hány százaléka amatőr?
14. Van-e a fesztiválnak saját, önálló honlapja?
15. Mi a fesztivál legnagyobb szervezési nehézsége?
16. Hogy tudja, a fesztiválnak mennyire fontos szerepe van a település településfejlesztési tervében?
17. Milyen hatással van a rendezvény a településre?
- lakosság
 - vállalkozók
 - önkormányzat
 - turisztikai cégek
 - borászatok
18. Milyen hatással van a rendezvény a borvidékre?
19. Milyen terveik vannak, mit akarnak a jövőben fejleszteni a fesztivállal kapcsolatban?
20. Miben látják/látnák a fesztivál tartós fennmaradásának alapját?

Kérdőív a Tolcsvai Borfesztivál látogatottságáról

Siska Eszter vagyok, a Miskolci Egyetem harmadéves közgazdász hallgatója. A kérdőív kitöltésével hozzájárul a szakdolgozatom primer kutatásához. A kérdőív kitöltése 5-8 percet vesz igénybe. Az adatokat anonim módon kezelem.

1. Járt már korábban a Tokaj-hegyaljai borvidéken? igen nem
2. Ha igen, akkor legutóbb mikor és milyen célból?
.....
3. Évente hány alkalommal vesz részt borfesztiválon az országban? Húzza alá!
1-3 alkalommal 4-6 alkalommal 7-10 alkalommal 10 alkalom felett
4. Évente hány alkalommal vesz részt kisebb, helyi borfesztiválon Tokaj-Hegyalján?
Húzza alá!
1-3 alkalommal 4-6 alkalommal 7-10 alkalommal 10 alkalom felett
5. Hányadik alkalommal vesz részt Tolcsvai Borfesztiválon?
6. A rendezvény mely napjain vett részt? Húzza alá! *Több válasz is lehetséges!*
péntek szombat vasárnap
7. Honnan értesült a fesztiválról? Húzza alá! *Több válasz is lehetséges!*
televízió internet rádió plakát, szórólap
újság ismerőstől/baráttól/családtagtól egyéb:.....
8. Hol található a szállása a fesztivál ideje alatt? Karikázza be!
a, Tolcsván egy szállodában/fogadóban/vendégházban
b, Tolcsván egy családtagnál/ismerősnél/barátnál
c, környező településen pl. Vámosújfalun, Olaszliszka, Erdőbénye, Sárospatak stb.
d, messzebb fekvő településen pl. Sátoraljaújhely, Tarcal, Tokaj stb.
e, nem szállt meg, csak 1 napig tartózkodik Tolcsván
9. Hogyan oldja meg az ellátást a fesztivál ideje alatt? Karikázza be!
a, Tolcsván, a fesztivál területén
b, Tolcsván étteremben/büfében
c, másik település vendéglátóipari egységénél (ahol a szállás is van)
d, önálló, saját maga készíti

10. Kérem folytassa a mondatot! A fesztiválon az tetszett a legjobban, hogy

11. Jelölje 1-6 terjedő skálán, hogy mennyire volt elégedett az alábbiakkal? Karikázza be! (1=egyáltalán nem vagyok elégedett, 6= nagyon elégedett vagyok)

programok minősége, változatossága	1	2	3	4	5	6
pincészetek borkínálata	1	2	3	4	5	6
gasztronómiai kínálat	1	2	3	4	5	6
fesztivál szervezettsége	1	2	3	4	5	6
összességében a fesztivállal	1	2	3	4	5	6

12. Milyen javaslata van, mi az, amin változtatna a fesztivált illetően?

13. Milyen okból látogatott el fesztiválra? Karikázza be! *Több válasz is lehetséges!*

- a, pincészetek borkínálata, borozás élménye miatt
- b, gyermekeknek szóló előadások, programok miatt
- c, zenei programok, fellépők miatt
- d, vonzott a vásári forgatag
- e, kíváncsiságból vagyok itt/először járok itt
- f, rendszeres visszajáró látogató vagyok

14. Részt vesz majd a következő évi borfesztiválon is?

igen, ennek oka:

nem, ennek oka:

15. Melyik borfesztiválra látogatott el idén az alábbiak közül? *Többet is megjelölhet!*

- a, Bor, Mámor, Bénye
- b, Mádi Furmint Ünnepe
- c, Tokaji Borfesztivál
- d, egyiken sem vettem részt

Neme: Nő Férfi

Korosztálya: 15- 25 év 26-35 év 36-45 év 46-60 év 60 év felett

Kérem adja meg legmagasabb iskolai végzettségét! Húzza alá!

általános iskola érettségi szakiskola

technikum/OKJ

főiskola/egyetem

Mekkora összegből gazdálkodik az Ön családja havonta? (havi nettó összesen, átlagosan)

100 ezer Ft alatt

101-250 ezer Ft

251-400 ezer Ft

401-600 ezer Ft

601ezer Ft felett

Adja meg hányan élnek egy háztartásban: fő

Lakhely (település):

Köszönöm szépen, hogy a kérdőív kitöltésével hozzájárult a kutatásom sikerességéhez!