

Fenntartható turizmus a digitális korban - az örökségturisztikai helyszínek modernizációjának kihívásai és lehetőségei

InnoGuide4CHT - ATHU-0100028: Határon átnyúló együttműködés a szabadterei, kulturális, örökségturisztikai létesítmények látogatói kínálatának bővítését célzó közös, innovatív idegenvezetői megoldás kifejlesztése érdekében



1

A projektet az Európai Regionális Fejlesztési Alap finanszírozza az Interreg VI-A Ausztria-Magyarország 2021-2027 együttműködési program részeként, a Magyar Köztársaság, Burgenland tartomány és a projektpartnerek saját forrásai társfinanszírozásával.

Tartalomjegyzék

1.) Előszó	3
2.) Az InnoGuide4CHT projekt fontossága és a projektpartnerek közös céljai	4
3.) A kutatói munka részterületei	6
3.1 Igényelemzés	6
3.1.1. Ésszerűség és fejlődési potenciál	7
3.1.2. Befektetési igény és megvalósíthatóság	7
3.1.3. Oktatási megbízás & inklúzió.....	8
3.1.4. Turizmus és keresztértékesítés	9
3.2 Kompetenciaelemzés	10
3.3 Technikai elemzés	11
3.4 Potenciál elemzés	12
3.5 Keresztértékesítés - elemzés	13
3.5.1 Kreatív workshop a CHT-k analóg és digitális keresztmarketing és keresztértékesítési stratégiáinak kidolgozására	14
4.) Összefoglalás	16

1.) Előszó

Az **InnoGuide4CHT - ATHU-0100028** projekt célkitűzései: Határokon átnyúló együttműködés a szabadtéri kulturális örökségturisztikai létesítmények látogatói kínálatának bővítésére irányuló közös innovatív idegenvezetési megoldás kifejlesztésére - a konkrét megvalósítások előtt meg kellett állapítani a teljesítendő alapkövetelmények széles körét. A kérdéseket az érintett kulturális örökségvédelmi intézmények eltérő kiindulási helyzetének háttérében is mérlegelni kellett. Milyen módon látszik értelmesnek az oktatási programok digitalizálása? Milyen tapasztalatokra támaszkodhatunk más intézményekből? Milyen elvárásokat támasztanak a látogatók? Nyit-e új lehetőségeket ez az alternatív múzeumi bemutatás a különböző fizikai vagy kognitív fogyatékkal élő látogatói célcsoportok jobb megszólítására, és milyen elvárásokat és szükséges követelményeket kell figyelembe venni? Milyen tartalmat kell ennek a projektnek az eredményeképpen kidolgozni? Milyen technikai követelményeknek felelnek meg már a résztvevő intézmények, és hol van szükség beruházásra? Hogyan használhatók a digitális eszközök a történelem hiteles és holisztikus közvetítésére az intézmények tartalmi követelményeinek megfelelően? Milyen szakértelemmel rendelkezik már a személyzet ezen a területen, és milyen képzésre van még szükség? Lehetséges-e közös minőségi szabványt kidolgozni a bemutatói formákra és a közvetítési ajánlatokra vonatkozóan, amely a határokon átnyúló keresztértékesítés és a kulturális örökséggel foglalkozó intézmények hálózatának alapját képezi?

3

Ezeket és más részletkérdéseket vizsgáltunk a projekt első szakaszában, amelynek keretében a legjobb gyakorlatot alkalmazó intézményeket meglátogattuk, hogy újra megvizsgáljuk saját elképzeléseink megvalósíthatóságát. Az alábbiakban összefoglaljuk az elvégzett elemzéseket, hogy szemléltessük az ebből következő megvalósítások kiindulópontját.

A kérdések kidolgozásával az is világossá vált, hogy a projekt keretében meg lehet tenni az első kísérleti tesztek és a megvalósítás lépéseit. Ez lehetőséget biztosít minden résztvevő partnermúzeum számára, hogy a projektidőszakon túl is folytassák ezt az utat. A projekt nemcsak a kulturális örökségi intézmények kölcsönös és határokon átnyúló hálózatépítését segíti elő, hanem a közös kulturális örökség turisztikai és gazdasági hasznosítását is javítja az egyszerűbb és vonzóbb hozzáférhetőség alapján.

2.) Az InnoGuide4CHT projekt fontossága és a projektpartnerek közös céljai

Az innovatív technológiákat alkalmazó digitális látogatóirányítási rendszer megoldás, a családoknak, egyéni látogatóknak és fogyatékkal élőknek szóló új, célcsoport-specifikus ismeretterjesztő tartalmak, valamint a munkatársak kompetenciabővítésének közös kidolgozása és kísérleti megvalósítása révén fenntarthatóan erősödik a CHT a programrégióban, bővül a kulturális örökség digitális úton történő közvetítésére vonatkozó kínálat, továbbá interdiszciplináris együttműködések jönnek létre.

Más régiókhoz képest az osztrák-magyar határ menti régióban különösen nagyszámú szabadtéri múzeum és egyéb, a kulturális örökségturizmushoz kapcsolódó szabadtéri létesítmény található, amelyek a két ország gazdaságkutató intézeteinek becslése szerint együttesen átlagosan mintegy 20%-os közvetlen és közvetett turisztikai bevételért felelősek az érintett régiókban.

A örökségturisztikai létesítmények óriási jelentőséggel bírnak mind a két ország közös történelmének, történelmi eseményeinek megértése, mind a saját, regionális identitásuk megalapozása szempontjából.

A kulturális örökségturizmus pozitív gazdasági és társadalmi hatással bír, egész régiók identitását teremti meg és erősíti, hangsúlyozza a határokon átnyúló közös vonásokat vagy sokszínűségeket, és segít megőrizni a kulturális örökséget, amelynek a jövő nemzedékek számára is elérhetőnek kell lennie, mint általános tudásraktárnak, különösen a mindennapi életben való fenntarthatóság témájában.

Működésük fenntartása és ezáltal a kulturális örökség megőrzése érdekében ezen CHT létesítmények fő küldetése, hogy a régi mesterségekről, építészetéről és életmódról általuk felhalmozott ismereteket vonzóvá és elérhetővé tegyék egy szélesebb közönség számára. A Covid-járványt követő látogatószám-csökkenés megnehezítette és továbbra is megnehezíti a gazdasági fellendülést ezen a területen.

Az új látogatói ajánlatokba, valamint a digitalizálási folyamatba történő beruházásokat a megtakarítások miatt nagyrészt fel kellett függeszteni, a gyakorlatban megvalósuló társadalmi befogadás tekintetében, és a marginalizált társadalmi csoportok, például a fogyatékkal élők számára nyújtott ajánlatok létrehozása terén az örökségturisztikai létesítmények gyakran lemaradásban vannak. A projektben tervezett fejlesztések, képzések, valamint az innovatív eszközök és tartalmak bevezetése erősíteni fogják az attraktivitást és ezáltal a programrégióban működő örökségturisztikai létesítmények kiszámítható működését és versenyképességét. A megfelelő tudástranszfer tartalmak révén a meglévő és új célcsoportok is információkhoz jutnak a régió kulturális örökségéről.

A örökségturisztikai létesítmények különösen összetett példái a szabadon álló kulturális örökségi létesítmények, például a szabadtéri múzeumok, amelyek infrastrukturális (akadálymentesítés, valamint elektromos és adathálózati kapcsolatok hiánya, nagy területen szétszórta kiállítási tárgyak, a műemlékvédelem alatt álló kiállítások esetében alig van átalakítási lehetőség) és szervezeti keretfeltételeik (digitalizálási és hozzáférhetőségi követelmények a műemléki védettség ellenére) okán jelentős és alapvető kihívásokkal néznek szembe.

Az osztrák-magyar programrégióban mintegy 16 különböző méretű, szervezeti felépítésű és tematikájú szabadtéri múzeum található; a határ menti régióban a hasonló struktúrájú intézmények - kastélyok, várak stb. - kibővített köre ennél jóval nagyobb.

Mindazonáltal egyik intézmény sem rendelkezik a szükséges kompetenciákkal, pénzügyi vagy emberi erőforrásokkal ahhoz, hogy egyedül megbirkózzon a jelenlegi kihívásokkal. A versenyképesség fenntartható növelése ezen a területen csak innovatív látogatói ajánlatok kidolgozásával és megvalósításával, valamint új célcsoportok bevonásával érhető el.

A határ menti régió legnagyobb szabadtéri múzeumainak tapasztalatait, a kutatás, az oktatás és a digitális termékfejlesztés területén illetékes intézmények szakértelmét, valamint a stratégiai partnerek támogatását egyesítve - például a társadalmi befogadás területén - az InnoGuide4CHT célja, hogy a következő meghatározott cselekvési területeken javító megoldásokat dolgozzon ki:

- **Kompetenciák**

Az örökségturisztikai létesítményekben komoly hiány van a személyzet kompetenciáiban olyan fontos témákban, mint az innovációmenedzsment, a digitális termékfejlesztés, a társadalmi befogadás, a célcsoportok megszólítása, a keresztértékesítés stb. A kompetencia- és igényelemzések alapján az InnoGuide4CHT PP-k az örökségturisztikai létesítmények munkatársai számára speciális tematikus képzést dolgoznak ki, amelyet a projekt időtartama alatt legalább 16 résztvevővel tesztelnek.

- **Látogatói ajánlat**

A kiállítások vonzereje a digitális affinitású és a fogyatékkal élő célcsoportok számára, valamint a látogatók igényeinek és érdeklődési körének megfelelő egyéni élmények elérhetősége jelenleg rendkívül alacsony, különösen a szabadtéri múzeumokban. Az új innovatív történetmesélő tartalmak kidolgozásával és tesztelésével, a személyre szabható önvezető túrákat tartalmazó digitális látogatóirányítási rendszer fejlesztésével és az XR technológiák tudásátadáshoz kapcsolódó alkalmazásával a kulturális örökséggel kapcsolatos korszerű tudásátadás új szintjét érjük el.

- **Társadalmi befogadás és akadálymentesítés**

Innovatív megoldásokra és együttműködésre van szükség ahhoz, hogy a kültéri, nehezebben hozzáférhető infrastruktúrával szemben a megkülönböztetésmentesség a tartalmak, információk közvetítése és a hozzáférhetőség terén. A fogyatékkal élők célcsoportjának képviselőivel közösen tartott workshopok és értékelések során az olvasási és tanulási nehézségekkel küzdők, valamint a hallássérültek igényei kerülnek megvizsgálásra és beépítésre az új látogatói ajánlatok kidolgozásába. Például az AR filmek jelnyelven lesznek ellátva, és a szövegeket a német, magyar és angol mellett könnyített nyelven is elérhetővé teszik.

- **Látogatói csoportok**

A többnyelvű látogatói ajánlatok és a kölcsönös promóció hiánya miatt nagyon csekély a határ másik oldaláról érkező látogatók száma az örökségturisztikai létesítményekben. Például a magyar szabadtéri múzeumok látogatóinak csak elenyésző részét teszik ki az osztrák látogatók, és ugyanígy nagyon kevés magyar látogatót találunk az stübingi Osztrák Szabadtéri Múzeumban. A partnerek közötti együttműködés, a határon túli örökségturisztikai létesítmények hálózatainak kiépítése, a családoknak, egyéni látogatóknak és fogyatékkal élőknek szóló többnyelvű látogatói ajánlatok létrehozása, valamint egy innovatív, keresztértékesítési szempontokat is figyelembe vevő látogatóirányítási rendszer közös használata új látogatói csoportok megnyerését eredményezi.

3.) A kutatói munka részterületei

3.1 Igényelemzés

Az EU INTERREG ATHU-0100028 (Ausztria-Magyarország) „Határokon átnyúló együttműködés egy közös innovatív idegenvezetési megoldás kifejlesztésére a látogatói kínálat bővítésére a szabadtéri kulturális örökségturisztikai létesítményekben” (InnoGuide4CHT) című projekthez, amelynek célja a kultúra és a fenntartható turizmus szerepének erősítése a gazdasági fejlődés, a társadalmi befogadás és a társadalmi innováció terén, társadalmi befogadás és a társadalmi innováció elősegítése érdekében, a kulturális örökségi turisztikai helyszíneken a digitális idegenvezetési, tájékoztatási és közvetítési rendszer kísérleti projektjeinek hatékony tervezése, valamint állandó és fenntartható használata érdekében kezdetben egy elemzési szakaszt kellett végrehajtani.

Mivel a digitális bemutatási és közvetítési eszközök használata már ma is nélkülözhetetlen elem a múzeumokban, elsősorban a beltéri területeken, kezdetben a kapcsolódó intézmények tapasztalataiból kellett betekintést nyerni és következtetéseket levonni a projektervek lehetséges irányaihoz. Az általános szerkezeti kérdések, gazdasági keretfeltételek, szükséges beruházások, személyi és karbantartási keretek mellett természetesen a látogatók viselkedése és visszajelzései is fontos szerepet játszottak.

Mivel a KHT-k általában elkötelezettek a különleges, autentikus-történelmi megjelenés mellett a bemutatás és az ábrázolás során, a digitális média használata mindenképpen kockázatos vállalkozás, különösen azért, mert ezáltal megszakadhat a jellegzetes történelmi-analóg érzékelés, amely különleges érzelmi hozzáadott értéket teremt. A szakértői felmérésből származó, túlnyomórészt pozitív digitális tapasztalatokat ezért a KHT-k közvetlen látogatóinak kérdőíves elemzésével is szembe kellett állítani, hiszen minden projektpartner tisztában van az intézmények olykor szögesen eltérő konnotációival. Ugyanakkor megvizsgálták a CHT-k célcsoportjait, meglévő és bővíthető érdeklődési köreiket, valamint a helyszínen való tartózkodásuk időtartamát. Különös figyelmet fordítottak arra, hogy a jelenlegi digitális eszközökkel is intenzívebb információs és/vagy szórakoztató spektrumot fogadjanak el az autentikus történelmi környezetekben, illetve hajlandóak legyenek arra. Szinte valamennyi CHT számára különleges kihívást jelent a fizikai vagy kognitív fogyatékossgal élők integrációja. A védendő tárgyi kulturális örökség nem tesz lehetővé minden olyan alkalmazkodást, amellyel minden akadály leküzdhető, és maga a természeti környezet mint a hiteles bemutatás része is nagyrészt védett. Másrészt a CHT-k különösen a kulturális tájaink megítélése szempontjából nagyon vonzó célpontok e célcsoport számára. A tapasztalatok azt mutatják, hogy ezek a hiányosságok, amelyekkel minden projektpartner tisztában van, legalábbis nagymértékben csökkenthetők a digitális idegenvezetési rendszerek használatával. Ez jelentős lépést jelent a kulturális turizmusba való bevonás felé. E projektcélhoz elengedhetetlen volt az is, hogy az érintett intézményekkel előzetesen párbeszédet kezdjünk egy felmérés formájában.

A korlátozások típusa mellett felmérték az adott csoport alapvető érdeklődését a látogatás iránt, a kívánt segítséget, valamint a tervezett digitális eszközök hasznosságát és használhatóságát. Ezen eszközök konkrét megvalósítására csak a válaszadók bevonásával kerülhet sor.

A projektben részt vevő CHT-k közösen készítettek elemzési kérdőíveket mindhárom vizsgált csoport számára. A szakértői csoport kérdőívét részben kísérő interjúkkal is támogatták, hogy mélyebb kérdéseket lehessen feltenni, különösen a tiszta tapasztalatok területén. A kérdőíveket a látogatás során több helyszínen is átadták a CHT látogatóinak, hogy közvetlen tapasztalataik és érzéseik alapján a lehető legkonkrétabban tudják értékelni a digitális bemutatók és információk hiányát.

A szociális területet illetően a fogyasztókkal élő intézményeivel vettük fel a kapcsolatot, hogy az egyes fogyasztóssági típusokra vonatkozóan kompetens visszajelzéseket várhassunk. Az érdekképviseltek bevonása elengedhetetlen volt, mivel a fogyasztókkal élő látogatók száma a helyszínen minden bizonnyal túl kevés lett volna egy érvényes felméréshez. Ugyanakkor ezzel a megközelítéssel a későbbi fejlesztési munkák és a keresztértékesítés iránti érdeklődést kívánták növelni.

A felmérés eredményeivel kapcsolatos elvárások - a folyamat alapján - már az InnoGuide4CHT mérlegelése és koncepciója szempontjából is lényeges elemek voltak. A széleskörű elemzés ezért az alapul szolgáló értékelések ellenőrzésére szolgál, hogy a tervezett kísérleti projektek további kiigazításait elvégezhessük.

3.1.1. Ésszerűség és fejlődési potenciál

7

A szakértők általában nagyon pozitívan értékelték a CHT-k digitális eszközök integrálására irányuló erőfeszítéseit. Ugyanakkor azonban szóba került a szabadtéri múzeumok mint a történelem hiteles helyszíneinek fent említett „különleges helyzete” is, ahol az analóg-autentikus képet megőrző, óvatos használatnak bizonyára van értelme.

A digitális eszközöket a közvetítési ajánlatok nélkülözhetetlenek közé sorolták. Mivel szinte minden felkínált témakörben nagy érdeklődésre és a szélesebb körű tényszerű tájékoztatás iránti igényre találnak, a kiterjesztett digitális közvetítést nem utasítják el. A digitális eszközök tehát nemcsak arra jelentenek lehetőséget, hogy a kulturális örökségi helyszínek keretében a meglévő oktatási küldetést intenzívebbé és vonzóbbá tegyék, hanem arra is, hogy célcsoport- és generációorientált hidat erősítsenek a történelmi kép és a jelenlegi életkörnyezet között. A projekt alapfeltevése tehát megerősítést nyert.

3.1.2. Befektetési igény és megvalósíthatóság

A vizsgált intézmények - az állami és a magánintézmények között - a már megvalósult projektek, valamint a pénzügyi és humán erőforrások tekintetében széles skálán mozognak. A közintézmények

akár 500 000 eurós éves költségvetéssel is rendelkeznek, ezért kiterjedt projektekre és tapasztalatokra tudnak rámutatni.

A kisebb kulturális intézmények vagy magánmúzeumok ennek az összegnek csupán 10%-ával rendelkeznek, ezért digitális törekvéseik megvalósítása korlátozott. A magas karbantartási, frissítési és felújítási költségeket további költségként említik, amelyekkel számolni kell, és amelyeket semmiképpen sem szabad alábecsülni. A látogatók pozitív visszajelzései igazolják a beruházást, amelyet a bemutatók hozzáadott értékeként érzékelnek. Ugyanakkor kevés olyan látogatói statisztikai adat áll rendelkezésre, amely a látogatók számának a digitalizációnak köszönhető, közvetlenül refinanszírozható növekedését mutatja. A megnövekedett vonzerő azonban minden bizonnyal a regionális közvetett jövedelmezőség növekedéséhez vezet.

Az InnoGuide4CHT részeként már megkezdődött az együttműködés nonprofit kutatóintézetekkel. Segítségükkel olyan új, hatékony, célzott és ezáltal kevésbé költségigényes megoldásokat lehet kidolgozni, amelyek igazságot tesznek a CHT-k többnyire meglehetősen korlátozott pénzügyi lehetőségeinek.

A szabadtéri múzeumok esetenként nagy kiterjedésű, az adatátvitel szempontjából nehezen megközelíthető területein új, hatékony megoldásokat kell kidolgozni.

Az új digitális oktatási programok is megkövetelik, hogy a munkavállalók hajlandóak legyenek a különböző munkaterületeken továbbképzéseken részt venni. Ezt a hajlandóságot egy külön készségelemző felmérés keretében állapították meg.

Mivel a KHT-k csak kis lépésekben tudnak csatlakozni a digitális világhoz, hogy ne veszélyeztessék „különleges helyzetüket”, az erőforrás-igényes megvalósításokra csak kivételes esetekben kerül sor. A projektelemek hosszú távú finanszírozása és fenntartható hasznosítása ezért feltételezhető.

8

3.1.3. Oktatási megbízás & inklúzió

Minden kulturális örökségi helyszínek - függetlenül attól, hogy magán- vagy közfinanszírozású - alapvető oktatási feladata van.

A történelmileg hiteles környezet arra ösztönzi a látogatókat, hogy a helyszínen töltött időt elsősorban felfedezésnek és élménynek tekintsék, nem pedig oktatási kirándulásnak. Bár a digitális közvetítő programok kívánatosnak nevezik, a történelmi helyszínek holisztikus bemutatásában általában csak kevés és néha nem ideális bemutatói helyet találnak. A személyes közvetítés, idegenvezetés vagy programok formájában, még mindig előnyben részesül.

A digitális közvetítési formák hiányát nem tekintik negatívumnak, bár a kínálat bővítése esetén érdeklődés mutatkozott ezek felhasználása iránt.

A nagy többség megerősítette annak örömét, hogy a háttérrel, a mindennapi életről, a szokásokról, de a történelmi építészetéről és építési technikákról, a fenntartható építési formákról és a gazdaságról is bővített „történeteket” lehet előhívni.

E tartalmak elbeszélő és szórakoztató formában történő bemutatása a múzeumpedagógiában már évtizedek óta bevált, generációkon és célcsoportokon átívelő, és hatékony irányító és ellenőrző elemként használható a teljes KHT látogatásának a vendégek által a tartózkodás időtartamára vonatkozóan megfogalmazott kívánságoknak megfelelő strukturálásához.

Az önszervező szervezetek visszajelzései alapján üdvözlnek mindenfajta kiegészítő kulturális és közvetítői ajánlatot ügyfelek számára. Az eddigi ajánlatok hiánya miatt nincs széles körű tapasztalat az ilyen jellegű digitális ajánlatokkal kapcsolatban. Ahol vannak ilyenek, ott nagyon pozitívan értékelik őket. A visszajelzések nem jelentenek abszolút igényt a befogadásra, mivel a fogyatékkal élők a nagyobb erőfeszítés miatt nem tudják kihasználni a CHT által kínált szolgáltatások teljes körét. A legérdekesebb és legbiztonságosabb területek biztonságos látogatását már most is nagyon kívánatosnak tartják. A megfelelő eszközök használatára való hajlandóság egyértelműen túlsúlyban van.

E feladatok, kívánságok és kihívások sokfélesége csak akkor valósítható meg egy alkalmazásos megoldáson keresztül, ha azokat a lehető legegyszerűbben és felhasználóbarát módon kínálják fel egy felületen/eszközön keresztül.

3.1.4. Turizmus és keresztértékesítés

Megállapítható, hogy a CHT-k a turisztikai marketing úgynevezett „világítótornyai” közé tartoznak, még a határokon átnyúló régiókban is. Ennek megfelelően a megkérdezett szakértők mindegyike természetes eszköznek tekintette a turisztikai hálózatépítést a mindennapi munkájában. A keresztértékesítés területén mind a szakmai, mind a gazdasági-turisztikai területre vonatkozóan kimutatható a jó kapcsolatrendszer.

A turizmus oldaláról a már többször említett, a történelmi-autentikus és a kortárs digitális közötti eltérés is szóba kerül, ahol az empatikus digitális kiterjesztés mindenképpen hozzáadott értéket jelent a turizmus számára, különösen interkulturális szempontból.

A CHT-k nemcsak történelmi hidakat jelentenek a szomszédos országok között, hanem interkulturális összehasonlításra is invitálnak, ami általában a turisták mindennapi életének közvetlen élményvilágát érinti. Mind a hasonlóságok, mind a különbségek érdeklődést keltenek. Mivel a CHT-k témakörei számos kategóriában ismételtlen átfedik egymást, az elmesélendő történeteken keresztül tematikus kapcsolatokat lehet létrehozni, amelyek egyik CHT-ről a másokra vezethetnek. Egy közös, szabványosított eszköz párhuzamos struktúrákkal, tartalmi tájékoztató pontokkal és technikai felszereltséggel új, turisztikai szempontból releváns kínálati csoportot hozhatna létre, amely a jelenlegi projektrégió túl is kiterjeszhető lenne.

Összefoglalva elmondható, hogy a projektkérelemben meghatározott célkitűzések közül egyiket sem kérdőjelezte meg a technikai elemzés, hanem pozitívan megerősítette azokat. Az elemzés azonban olyan területekre is rávilágított, amelyek a sikeres hosszú távú megvalósítás érdekében különös

figyelmet igényelnek. Az eredmények a projektrégió számára megvalósíthatóak, és értékes adalékot jelentenek a CHT-k turisztikai, gazdasági és társadalmi-integrációs környezetében páneurópai érdekből, mivel a projekt eredményei országhatárokon átívelően felhasználhatóak.

Az egyes kérdőívek a kérdésekkel, az elemzésekkel és az összefoglalóval az alábbiakban érhetők el.

3.2 Kompetenciaelemzés

Az InnoGuide4CHT célkitűzéseivel a kulturális örökségi helyszínek munka tekintetében olykor új területre lépnek feladatkörükben. Ezért a jelen kérdőív azért készült, hogy kimutassa, melyik korosztály vagy képzettségi csoport, melyik vállalati pozícióban, a jövőben milyen feladatokkal fog találkozni. A szükséges és kívánatos továbbképzési tartalmak feltérképezése és a sikeres megvalósítás érdekében információt fog nyújtani az intézmények munkatársainak digitális és technikai tudásáról, a digitális prezentációs- és közvetítő berendezések kezeléséről és fejlesztéséről. Az inklúzió területén a szubjektíven érzékelt kompetencia jelenlegi helyzetét és a továbbképzési igényeket mérték fel, hogy itt is fejlesztési lépéseket lehessen kezdeményezni.

A következő kérdések egyértelmű általános eredményre vezettek

- Életkor, szakképzettség és a vállalatnál betöltött pozíció szerinti megkérdezés
- A válaszadók korábbi digitális vagy technikai ismeretei
- A jelenlegi munkaterülethez szükséges további ismeretek vagy készségek (pl. kommunikáció, szervezés, digitális készségek stb.) és személyes értékelés arról, hogy van-e és milyen továbbképzésre van szükség.
- A projekt szempontjából releváns célcsoportokkal és a politikailag korrekt nyelvhasználattal kapcsolatos személyes kompetenciák felmérése.
- Az új látogatóknak szóló tartalomfejlesztéssel kapcsolatos kompetenciák önértékelése
- A kívánt képzési formátumra vonatkozó felmérés

A felmérésben részt vevő személyek túlnyomórészt olyan korosztályból származtak, amely ismeri a digitális eszközök használatát és általában érdeklődik iránta.

A válaszadók szakmai tevékenysége a kulturális közvetítőktől kezdve a létesítmény gondozókon keresztül a közép- és felsővezetőig terjed. A digitális eszközöket alapvetően pozitív érdeklődéssel használják, és van igény a technikai ismeretek elmélyítésére.

Az eredmények azt mutatják, hogy a kulturális örökségi helyszínek rendelkeznek a projekt céljainak megvalósításához szükséges alapvető készségekkel. A technikai és digitális eszközök fokozott alkalmazása a közvetítés területén a szaktudás gyarapodásának tekinthető. Az alkalmazottak körében is megvan az érdeklődés és a hajlandóság arra, hogy ezen a területen továbbképzéseken vegyenek részt. A „digitális készségek”, majd a látogatók integrációjának támogatására és biztosítására való készség a leggyakrabban kért továbbképzési területek. Az inklúziós csoportokkal való bizonytalan bánásmód kiemeli az új tanulási lehetőségek megteremtésének hasznosságát és szükségességét. Alapvetően kijelenthető, hogy a gyakorlatorientált coaching és a személyes oktatás előnyben részesül az e-learninggel vagy az online oktatással szemben.

3.3 Technikai elemzés

A Digitalizáció Hatása az Örökségturisztikai Létesítmények Fejlesztésére

A digitalizáció rohamos fejlődése alapvetően átalakítja a turizmus iparágát, különös figyelmet fordítva az örökségturisztikai létesítményekre, mint múzeumok, szabadtéri örökségi helyszínek és kulturális intézmények. Az alábbi összefoglaló azokat a kulcsfontosságú technológiai fejlesztéseket és trendeket tárgyalja, amelyek meghatározzák a kulturális örökség megőrzését, bemutatását és a látogatói élmények fokozását.

- **A digitalizáció szerepe a turizmusban**

A turizmus iparága az elmúlt évtizedekben figyelemre méltó növekedésen ment keresztül, és az új digitális technológiák, mint az Ipar 4.0 és a digitális innovációk, alapvetően alakítják a turizmus jövőjét. Az iparágban megfigyelhető trendek szerint a látogatók egyre inkább személyre szabott élményekre vágnak, amit az új technológiai megoldások, mint a virtuális valóság (VR), kiterjesztett valóság (AR), mesterséges intelligencia (AI), és a kiterjesztett valóság (XR) segítségével valósíthatunk meg. Az új technológiák nemcsak a látogatói élményeket javítják, hanem a turizmus fenntarthatóságát és hatékonyságát is segítik.

- **Digitális technológiák a turizmusban**

A digitalizáció előrehaladása különösen fontos szerepet játszik a múzeumok és szabadtéri örökségi helyszínek látogatói élményeinek gazdagításában. A VR, AR és XR technológiák lehetővé teszik az interaktív, élményalapú bemutatókat, amelyek segítik a látogatókat a történelmi helyszínek és műalkotások mélyebb megértésében. A virtuális múzeumok, interaktív tárlatok és digitálisan kiegészített kiállítások olyan új lehetőségeket kínálnak, amelyek biztosítják, hogy a kulturális örökségi helyszínek a digitális korban is relevánsak maradjanak.

- **A digitális múzeumok fejlődése**

A digitális múzeum fogalma a fizikai tárlatok mellett egyre inkább az online jelenlétet is magában foglalja. Az interneten elérhető gyűjtemények, virtuális túrák és interaktív eszközök lehetőséget biztosítanak a látogatók számára, hogy fizikailag nem jelenlévő helyszíneket is felfedezhessenek. Az interaktív, látogatóközpontú digitális megoldások, mint például a QR-kódok, digitális gyűjtemények és virtuális kiállítások, lehetőséget adnak arra, hogy a látogatók aktívan részt vegyenek a művészeti és kulturális tartalom felfedezésében.

- **Skanzenek digitalizációja**

Bár a szabadtéri örökségturisztikai intézmények, mint a skanzenek esetében a digitalizáció alkalmazása még viszonylag korlátozott, számos jó példa mutat arra, hogyan segíthetnek az új technológiák az élménygazdagításban. A Tallinni Szabadtéri Múzeum például mobilalkalmazásokat kínál, amelyek többnyelvű audio-kalauzokat és kiterjesztett valóság segítségével interaktív kalandjátékokat kínálnak. A Lagazuoi Skanzen az I. világháború csatáinak emlékét idézi fel, ahol az alkalmazás offline módban is használható, így a látogatók interaktív módon, térképek és történelmi anyagok segítségével fedezhetik fel a helyszínt.

- **Új technológiai rendszerek és trendek**

A digitalizáció más területeken is új lehetőségeket kínál. Az okosszemüvegek, holográfia, mesterséges intelligencia és az érintés nélküli technológiák mind hozzájárulnak a látogatói élmény fokozásához. A Big Data alkalmazása lehetővé teszi a személyre szabott élmények biztosítását, miközben növeli a turizmus fenntarthatóságát és hatékonyságát. A jövőben a turizmus digitalizálásának eredményeként a hagyományos, fizikai irodák szerepe csökkenhet, míg a személyre szabott, digitális szolgáltatásoké nőhet.

- **Jövőbeli lehetőségek és kihívások**

A digitalizáció folytatódó terjedése alapvetően átalakítja a turizmus iparágát. A jövőben az intelligens turizmus, a mesterséges intelligencia, és a nagy adatkezelés fogják meghatározni a turisták igényeinek kielégítését. A digitális megoldások nemcsak a látogatói élményeket gazdagítják, hanem hozzájárulnak a fenntarthatóság növeléséhez is, például a fenntartható turizmus alkalmazásain keresztül.

- **Összegzés**

A digitalizáció elengedhetetlen a turizmus iparágának fejlődésében. A különböző digitális technológiák, mint a VR, AR, MR és AI alkalmazások, segítenek a látogatói élmények gazdagításában, a fenntarthatóság növelésében és az iparági hatékonyság javításában. Az új technológiai fejlesztések, mint a virtuális múzeumok, interaktív tárlatok és a szabadtéri örökségi helyszínek digitalizálása, a turizmus következő évtizedeinek formálásában meghatározó szerepet fognak játszani.

3.4 Potenciál elemzés

Az elemzés a különböző digitális technológiák integrációját vizsgálja a múzeumi élmény fokozása érdekében, mind a látogatók, mind a múzeumi személyzet számára új lehetőségeket kínálva a kiállítási tárgyakkal való interakcióra és azok kezelésére.

A tárgyalta legfontosabb innovációk közé tartoznak a webes rendszerek, a drónfotózás, a mesterséges intelligencia (AI), a robotika és az adatvezérelt technológiák, amelyek mindegyike egyedülálló lehetőségeket kínál a hagyományos múzeumi gyakorlatok átalakítására. Az olyan mesterséges intelligencia-technológiák, mint a chatbotok, lehetővé teszik a múzeumok számára, hogy valós idejű tájékoztatást és segítséget nyújtsanak, míg a személyre szabott tárlatvezetések a látogatók egyéni preferenciáit szolgálják. A drónfelvételek és a virtuális valóság (VR) magával ragadó és vizuálisan vonzó látványt nyújtanak a kiállítási tárgyokról és történelmi helyszínekről. A földrajzi helymeghatározó eszközökkel, interaktív térképekkel és játékos túrákkal ellátott mobilalkalmazások személyre szabott és vonzó múzeumi élményeket teremtenek, amelyeket olyan funkciók egészítenek ki, mint a rejtvények, kvízek és ide vonatkozó tartalmak, amelyek interakcióra és tanulásra ösztönöznek. A nagy adatelemzés lehetővé teszi a látogatói magatartás elemzését, a kiállítások optimalizálását és a működési hatékonyság növelését. A kiterjesztett valóság (AR) technológiák lehetővé teszik, hogy a történelmi rekonstrukciókat a meglévő helyszínek fölé helyezték, interaktív tanulási lehetőségeket teremtve. A holografikus vetítések és az interaktív kijelzők a széles közönséget megszólító dinamikus bemutatók révén fokozzák a látogatói élményt.

Az elemzés tisztázza ezen innovációk megvalósításának technikai követelményeit és infrastrukturális előfeltételeit is, és rávilágít az olyan kihívásokra, mint a hozzáférhetőség, az alkalmazás-kompatibilitás, valamint a karbantartáshoz és a személyzet képzéséhez szükséges erőforrások.

Az elemzés rámutat, hogy a digitális technológiák integrálása nemcsak a látogatói élményt gazdagítja, hanem modernizálja a múzeumi működést is, és biztosítja a múzeumok relevanciáját a digitális korban. A múzeumok ezt az előrelépést felhasználhatják arra, hogy innovatív, befogadó és előremutató kulturális intézményként pozícionálják magukat.

A projekthez minden résztvevő szabadtéri múzeumot megkérdeztek arról, hogy milyen lehetséges digitális attrakciókat tudnának elképzelni intézményük számára. A múzeumokat arra is megkérték, hogy nevezzék meg az e digitális ajánlatok megvalósításának útjában álló akadályokat. Arra is megkérték őket, hogy nevezzenek meg „kötelező” és „jó lenne” funkciókat az új digitális jelzőrendszerrel kapcsolatban.

A Savaria Múzeum még nem rendelkezik digitális eszközökkel, de a látogatói felmérések azt mutatták, hogy a fiatalabb célcsoportok egyre inkább elvárják a digitális kínálatot, míg az idősebb generációnak kevésbé van szüksége ilyen technológiákra szabadtéri környezetben. A Göcseji Falumúzeum a COVID-19 járvány idején digitális kezdeményezéseket hajtott végre, többek között egy ötrészes online sorozatot, valamint három interaktív érintőképernyő telepítését a helyszínen, amelyek a múzeumi tartalmakhoz való hozzáférést biztosítják.

Az Osztrák Szabadtéri Múzeum két kisebb digitális kísérletet hajtott végre: egy munkafolyamatokat bemutató vetítést, amelyet pozitívan értékelték, és egy kevésbé jól fogadott tabletes mezőgazdasági játékot. A múzeum hangsúlyozza a történelmi élet analóg, hiteles ábrázolásának fontosságát, hogy megőrizze a látogatókat leginkább érdeklő egyedi hangulatot. A múzeum kifejtette: „A digitális funkciók nem zavarhatják a múltbeli élethelyzetek holisztikus bemutatását. Ez az egyik fő oka annak, hogy a látogatók eljönnek a múzeumunkba”.

Összefoglalva, a felmérés azt mutatja, hogy a múzeumok megközelítései és lehetőségei nagyon eltérőek. Ahhoz, hogy az egyes múzeumok sajátos körülményeihez igazodjunk, elengedhetetlen az egyéni elemzés, amely figyelembe veszi az innováció és a hagyományos múzeumi élmények megőrzése közötti egyensúlyt.

3.5 Keresztértékesítés - elemzés

A turizmus nélkülözhetetlen terület az európai gazdaságban, melynek messzemenő hatása van a gazdaságra, foglalkoztatottságra és a társadalmi fejlődésre. Az „InnoGuide4CHT” projekt keretén belül le akarjuk fektetni az alapokat a közös marketingstratégiák és a keresztértékesítési lehetőségek közös fejlődése érdekében, hogy jobban együttműködjenek a projektterület skanzenjei és több látogatóra tegyenek szert.

A projektpartnerek tudatos vagy természetes USP-i (unique selling point) ellenére, történelmi kontextusban konkrét utalások találhatóak, melyek a közölt tartalmakból, valamint az arra használt pedagógiai didaktikából és a rendelkezésre álló módszertani és műszaki megvalósításból állnak. Az összes projektpartner elemezte a saját kulturális létesítményére jelentős turisztikai keretfeltételeket, melynél korábbi tapasztalatok a megfontolások alapjául szolgáltak – mint például

az LP ÖFM Stübing keresztmarketing és keresztértékesítési együttműködése a stájerországi vezető kulturális-történelmi létesítményekkel (Top10 stájerországi kirándulóhely). Ebből a jelen projektfeladatra számos kiindulási pont került megfontolásra, melyek két releváns munkaterületre lettek osztva.

A keresztértékesítés a skanzenek kontextusában kiegészítő ajánlatokat jelent a látogatók számára, melyek javítják az élményüket és növelik a múzeum forgalmát. A fő cél a határon átívelő közös struktúrával, meghatározott célcsoportokban az egy látogatóra jutó forgalom növelése, és a teljes élmény javítása további, kiegészítő ajánlatok révén.

Projekt partnerek közötti marketing alatt, különböző marketingcsatornák és intézkedések koordinációját és integrációját értjük, hogy a múzeumokról és a kínálatokról közös képet közvetítsünk.

A cél egy egységes és átfogó marketingstratégia elérése, mely az adott skanzenek ismertségét növeli, új célcsoportokat ér el és a márka megjelenését erősíti.

A partnerek erősségének összefogásával, koherens és vonzó kommunikációt akarunk létrehozni, mely a látogatók érdeklődését maximalizálja és az egész múzeumvilágot támogatja. A CHT egyedülállóságát ezzel nem gyengítjük, hanem a nemzeteken átívelő kulturális jelentőség tudatosításával és a kulturális turisztikai hálózat meglétével tovább erősítjük.

A keresztértékesítés és a hálózatba kapcsolt marketing közötti különbség a skanzenek esetében az adott stratégia céljaiban és orientációjában rejlik. Mindkét megközelítés a látogatói számok növeléséhez és a látogatói élmény javításához vezethetnek, viszont különböző módon.

Közös intézkedések példaként a projektpartnerek a következő pontokat határozták meg:

- Közös belépőjegyek vagy kombinált jegyek
- Határon átnyúló közös rendezvények
- Közös Marketing- és reklámakciók
- Közös oktatási programok és workshop-ok
- Kedvezmények visszatérő látogatók számára

A régiók közötti hálózatépítés a projekt keretein belül szükségessé teszi a projektpartnerek közötti többnyelvűséget is, ami a korlátok lebontásával segíti a másik kultúra, valamint a nyelv és idegenforgalmi terület iránti tudatosságot és érdeklődést.

3.5.1 Kreatív workshop a CHT-k analóg és digitális keresztmarketing és keresztértékesítési stratégiáinak kidolgozására

2024 október 11-én Ausztriában a stübingi skanzenben találkoztak a projektpartnerek, annak érdekében, hogy megvitassák a turisztikai és gazdasági együttműködés lehetőségeit és meghatározzák a megvalósítás közös stratégiáit.

A workshop célkitűzése közös marketingstratégiák kifejlesztése és az osztrák / magyar határrégió keresztértékesítési tevékenységek feltérképezése, a látogatói számok, CHT ismertség és a gazdasági forgalom növelése érdekében. Alapvetően következő eszközök állnak a skanzeneknek rendelkezésére.

Elsősorban a **keresztmarketing** célja, hogy a különböző marketingintézkedések célzott és szisztematikus koordinációjával, felhívja a potenciális célcsoportok érdeklődését közös jellemzőkre, üzenetekre és kínálatokra stb. Egységes márkaüzenetek vagy minőségi kritériumok a széleskörű stratégiai kommunikációban növelik az egyes partnerek ismertségét és márkáértékét.

A **keresztértékesítés** a keresztmarketing stratégiák konkrét megvalósítása közös értékesítési tevékenységekkel vagy impulzusokkal, kiegészítő átfogó programkínálatokkal vagy anyagi ösztönzőkkel, a marketinghálózaton belül látogatók megtartása és tovább irányítása érdekében. Ennek a célja a magasabb anyagi előny pl.: egy látogatóra jutó magasabb bevétel elérése.

A két komponensből álló közös, lehetőleg átfogó marketingstratégia segítségével, a „skanzen-márkákat”, valamint későbbiekben a turizmus területén további CHT-eket helyezi a középpontba, mint kulturális hasonlóságok, akár kultúrpolitikai területen is, a lehetőségek határon átnyúló összefogásával. Digitális médiák és kínálatok integrálása bővíteni, illetve erősíteni fogja az eddigi célcsoportok körét és megkönnyíti a prezentációkat.

A projekt keretén belül a résztvevők előre meghatározták a célcsoportokat, melyek felmérésekkel meg is lettek erősítve. A digitális kínálatok segítségével és speciális tematikus kínálatokkal az egyes célcsoportokban és célcsoportok között lehet kapcsolatokat építeni.

A digitális marketing kínálatával vagy a részletes betekintést nyújtó prezentációk elemzésével, következtetéseket lehet levonni és profilokat lehet készíteni a látogatók érdeklődéséről. Optimális esetben a hozzáférési és személyes adatok egy ügyféladatbázis elkészítéséhez vezethetnek. Így jelentősen javítható az érdeklődési kör és célcsoport szerinti ajánlatok elkészítése. Ennek megfelelően kellene a keresztmarketing stratégiákat kialakítani.

A kreatív workshop-ok segítségével összehangoltuk a belső és külső előadók tapasztalatait, hogy segítséget kapjunk az „InnoGuide4CHT” projektben a potenciális kereszt-értékesítési-elemek kiválasztásában. A digitális keresztmarketing best practice példáját összehasonlítottuk a turisztikai marketing együttműködésekben, a keresztértékesítés terén szerzett sokéves gyakorlati tapasztalatokkal. Két előadásban nem csak konkrét lehetőségeket mutattak be, hanem a lehetséges gyenge pontokat is felmutatták, annak érdekében, hogy azt követően reálisan megvalósítható stratégiák kerüljenek kidolgozásra és meghatározásra.

A szakértői előadások a következő kritikus pontokat határozták meg a lehetséges sikeres végrehajtás szempontjából:

- A csoportok heterogenitásából adódó kihívás, amely erős belső marketinget igényel
- Az „egyedülálló úti célként” való állandó megjelenés szükségessége
- Hosszútávon azonos határon átnyúló célcsoportok
- A közös erények, értékek és feladatok állandó erősödése és kiemelése
- Minden partner számára egyenlő profitlehetőségek
- Profi és a tagokkal semleges menedzsment
- Egyhangú döntések, stabil struktúrák létrehozására
- Türelem, mivel akár hároméves indítási idővel is kell számolni.

Mindkét előadó hatásos és inspiráló magyarázatokat tudott adni a workshop résztvevőinek az adott projektekhez. Ugyanakkor világossá vált, hogy a keresztmarketing és a keresztértékesítés közötti átmenet folyékony és nem mindig választható el egyértelműen egymástól.

Ezt követően a workshop résztvevőit egy csoportmunkára invitálták. Az összes résztvevőből négy vegyes AT-HU csapatot lehetett alkotni. A csapatok feladata az volt, hogy vitassák meg és találjanak ötleteket az analóg és digitális keresztmarketing / keresztértékesítés témáiban és dokumentálják azokat.

4.) Összefoglalás

A projekt kezdeti elemzési szakaszának befejezése után két kulcsfontosságú pont nevezhető meg.

A témák összetettsége és az egyes célterületek hosszú távú kihívásai nem lettek volna érthetőek a projekt tartalmi keretfeltételeinek beható vizsgálata nélkül. A témákat és a kapcsolódási pontokat folyamatos és pontos munkalépésekkel alakítottuk ki és konkretizáltuk.

Ez a megközelítés minden résztvevő partner számára biztosítja, hogy a projekt munkalépései úgy vannak rögzítve, hogy a projekt cél elérését követően a hosszú távú folytatás és bővítés biztosított legyen.

Másrészt az elemzés sokkal világosabb képet adott a kulturális örökségi intézmények különböző tartalmi és technikai megvalósítási kiindulópontjairól, valamint a lehetséges közös új bemutatási módokról és a kapcsolódó marketingről. Meg kell jegyezni, hogy a kulturális örökség intézményeinek analóg helyzete egyedi hozzáadott értéket, sőt, akár egyedi termékélményt is jelenthet a turizmus számára, amelyet meg kell őrizni. Ez azonban turisztikai és társadalmi integrációs kontextusban nem létezhet „digitalizáció” nélkül.

Ez megerősítette a projektcélok ésszerűségét és megvalósíthatóságát egy fenntartható, folyamatosan bővíthető régióközi környezetben.