

Tokaj-hegyalja borturizmusa

Törökné Kiss Klára Ágnes

Debreceni Egyetem Mezőgazdaság-, Élelmiszertudományi és Környezetgazdálkodási Kar,

Földhasznosítási, Műszaki és Területfejlesztési Intézet, Debrecen

kiss.klara@agr.unideb.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

A bort Magyarországon mindig a hazai történelem, a kultúra és a gazdaság egyik meghatározó elemének tartják. Nem utolsó szempontból a borvidékek termelőinek és értékesítőinek megélhetési forrást biztosít. Évezredek szőlő- és bortermelő hagyományokat őriznek a mai borászok, tudásukat borversenyeken bizonyítják. A Tokaj-Hegyaljai Borvidék a Világ jelentős és mértékadó borvidékei közé tartozik. Ezen a borvidéken található egy kincs, a tokaji aszúbor, amely híressé tette e tájat.

Kulcsszavak: Tokaj, bor, borfogyasztás, borvidék, borturizmus

SUMMARY

The wine is still in Hungary in Hungarian history, culture, and one of the key elements of the economy are considered. Last, but not to the point of producing and selling the wine regions of livelihoods. Thousands of years in wine-producing traditions preserved in the modern winemakers, wine competitions demonstrate their skills. The Tokaj wine region of the World's major and significant wine regions in Hungary.

Keywords: Tokaj, wine, wine consumption, wine region, wine tourism

BEVEZETÉS

Magyarországon ma 22 borvidéket tartanak számon. Ezek közül három található az Alföldön. A Tokaji borvidék 13 245 hektár, tehát méretét tekintve a középmezőnyben van. Magyarország egész területe bortermelő vidék. A talajnak és a klímának, illetve ezek változatos voltának köszönhető az a tény, hogy ez a kis ország 22 borvidéket mondhat magáénak. Magyarország azon kevés országok közé tartozik, amely a klasszikus borstílusok teljes skáláját átfogja a fehér boroktól kezdve, a testes vörös borokon át a természetes édes borokig bezárólag. A szőlőfajtákban is nagy változatosság mutatkozik, s a borkészítésben a magyar és nemzetközi fajták egészséges egyensúlyban vannak. Magyarországot többnyire fehér bortermelő országként ismerik, s a mennyiséget tekintve ez igaz is. Az itt készített borok 75%-a fehér, viszont hírnevet inkább vörös borok – szekszárdi, villányi, és az egri borok – készítésében szerzett az ország. A növekvő igényeknek megfelelően egyre több kékszőlőt telepítenek országszerte (Rohály és Mészáros, 2001). A Tokaj-Hegyaljai Borvidék a világ jelentős és mértékadó borvidékei közé tartozik. Tokaj-Hegyalja Borsod-Abaúj-Zemplén megyében a Tokaj-Zempléni-hegyvidék déli, délkeleti szegélyén, mintegy 87 km hosszan, 3–4 km széles sávban húzódik. Ezen a borvidéken található egy kincs, a tokaji aszúbor, amely híressé tette e tájat. Tokaj-Hegyalja mikroklímája nélkül nem létezne igazi aszúbor, mert ez teszi lehetővé a *Botrytis cinerea* nevű penészgomba megtelepedését a szőlőszemeken, és az aszúsodáshoz elengedhetetlen, ún. nemesrothadást. A csapadék évi átlaga 550 mm körüli, amelyből 350 mm a tenyészidőszakban hullik. Az érési folyamat alatt gyakran beköszöntő egyhetes párásabb, csapadékosabb időt többnyire derűs, napfényes időszak váltja fel (Haraszti, 2006).

A tokaji történelmi borvidék legismertebb bora az aszú. Ez tette világhírűvé, de ezen kívül még több híres borfajta kedvelt a borivók körében. Az aszú mellett a leghíresebb borfajták, amelyek közül száraz, félszáraz, édes és félédes fajták egyaránt előfordulnak, a következők: Tokaji Furmint, Tokaji Hárslevelű, Tokaji Sárgamuskotály, Tokaji Száraz Szamorodni, Tokaji Édes Szamorodni, Aszúeszencia, Fordítás és Másolás. Tokaj-Hegyalja – a világhírű, évszázados múltra visszatekintő tokaji borok mellett – természeti és kulturális turisztikai vonzótényezői is kiválóak. A világörökségi cím további lehetőséget teremtett a borvidék turizmusának fellendítésére. Kétségtelen, hogy az Európai Unió által nyújtott támogatásoknak köszönhetően számos új fejlesztés valósult meg a térségben, s a vendégforgalom is folyamatos növekedést mutat, az adottságaihoz mérten azonban még nem lehetünk elégedettek. Az átlagos tartózkodási idő mindössze 2–3 nap. Ezért fontos feladat, olyan magas minőségű, komplex termékcsomagok kialakítása, amelyek a turistákat hosszabb tartózkodásra készítik.

A tokaji aszúbor eredete

„Zemplén hegyeiben aranyvesszőt találtak” – szölte a legenda Mátyás király idején, bár aranytartalma nincs, de ízvilága miatt Hegyalja aranyának nevezett bor ebben a korban terjedt el szerte Európában. Az első aszúbort Szepsi Laczkó Máté, Lórántffy Mihály udvari papja, erdélyi krónikaíró, erdőbényei pap készítette sátoraljaújhegyi birtokának Oremus szőlőjéből az 1630-as években, hogy húsvéti borkülönlegességgel ajándékozza meg Lórántffy Zsuzsannát. A valóságban azonban már jóval korábban ismerték az aszút, csak „nagybornak”, illetve „főbornak” emlegették. A tokaji aszú azonban csak az elmúlt négy száz évben vált ismertté. A termelése összefügg a török hódítással, amely tönkretette a legnevesebb magyar borvidéket, a Szerémséget.

Oláh Miklós püspök Hungaria című, 1557-es munkájában a tokajit még középszerűnek nevezi a szeremségi borokhoz képest. A szeremségi borok kiesése mellett, a szüret idejének október-novemberi időszakra való tolódása is segített a tokaji bor „karrierjének”. A késői szüret csodákat művelt a tőkén. A hideg éjszakák és a meleg nappalok váltakozása, a hosszú, napsugaras ősz és a környező folyók felől érkező pára elősegítette a *Botrytis cinerea* penészgomba megjelenését és a nemesrothadást a szőlőszemeken, ami a különleges talajon termett, különleges zamatú szőlőből, a hagyományos borkészítési technológia révén változatos ízvilágú aszúborokat eredményezett.

BORTURIZMUS

A bor és turizmus kapcsolatában három alapvető momentumot emelnék ki a borral kapcsolatosan:

- A bor önmagában, mint gasztronómiai különlegesség, népszerű ital is megállja helyét és vonzerőként szerepelhet.
- A bor az adott borvidék, település, régió, sőt sok esetben az ország imázssteremtő forrása, jelképe lehet.
- A bor a turizmusban katalizáló, multiplikátor hatást fejt ki, kiemeli, ismertebbe teszi az adott térség egyéb attrakcióit.

A turizmus középpontjában mindig az élmény, a turisztikai termék áll. A termék alapja a vonzerő, ami lehet természetes, vagy ember alkotta. A borturizmus esetében a vonzerő természetesen a bor és a borral kapcsolatos eszközök, termőhelyek stb.

Tokaj-hegyalja – Alapinfrastruktúra

Tokaj-Hegyalja 27 települést foglal magában. Területük viszont 5 kistérséghez tartozik, amelyek határai nem egyeznek a borvidék határaival. Ezért a fejlesztési elképzelések, a beruházások volumene és infrastrukturális ellátottságuk is kistérségenként eltérők. A borvidék infrastrukturális ellátottsága országos viszonylatban elmaradottnak számít a többi térséghez képest, de ez a helyzet mind a turistafogadás miatt, mind a lakosság jobb életfeltételei miatt folyamatosan javul. Ugyancsak elmondható itt is, hogy az infrastrukturális fejlesztések a nagyobb településekre koncentrálódnak. A célterület megközelíthetősége nagyban befolyásolja az utazási hajlandóságot.

Turisztikai szuprastruktúra

Statisztikai adatok alapján egyértelműen megállapítható, hogy a borvidék szálláshely kínálata a Tokaj, Sárospatak, Sátoraljaújhely hármásra koncentrálódik. A szálláshelyek döntő hányada magán szálláshely. Általánosságban elmondható, hogy a hétvégéken megtelnek az éttermek, pincék, illetve van érdeklődés az egyéb programok iránt is, de a szálláshelyek kihasználtsága alacsony. A szállást igénybe vevők alapvetően két kategóriába sorolhatók: egyik jelentős réteg a három- és négycsillagos szolgáltatásokat, hoteleket és szállodákat keresik, míg egy másik szegmens a legolcsóbb kategória iránt érdeklődik, esetükben a kempingek jönnek szóba.

Adatvédelmi okokból azonban kimaradtak azok a települések, ahol a szálláshelyek száma három, vagy

annál kevesebb. 2000-ben még mindössze négy településen volt háromnál több szálláshely. Köztük van természetesen a borvidék három legnagyobb idegenforgalmat lebonyolító városa: Sárospatak, Sátoraljaújhely és Tokaj. Rajtuk kívül mindössze Mezőzombor került be a statisztikai nyilvántartásba. A világörökségi cím elnyerését követően bővült a szállásférőhellyel rendelkező települések száma. Amellett, hogy a három városban tovább nőtt – mindenekelőtt Tokajban – a szállásférőhelyek száma, a kínálati palettán újabb települések is megjelentek. Így – Tokaj, Sárospatak, Sátoraljaújhely szállásférőhelyeinek növekedése mellett – 2005-től Szerencs, 2006-tól Erdőbénye, 2009-től Bodrogkeresztúr és Tarcal is várja a borvidékre érkező turistákat (KSH, 2000–2009).

Borturisztikai termékek – Magyarországi borutak

A borút olyan összetett turisztikai termék, mely sajátos egyedi kínálattal rendelkezik, szervezett egységben működik, piacra jutását közösségi marketing segíti, szolgáltatásai minősítettek és garantáltan megfelelnek a nemzetközi kínálatokkal turisztikai elvárásoknak is. A látogató turista a borúton közvetlenül megismerkedhet a szőlőtermesztés és –feldolgozás munkafolyamataival, a boron keresztül betekintést nyerhet a borvidék és az emberek életébe, a borvidék kultúrájába (Lengyel, 2004; Michalkó, 2005) Magyarország első borútja 1994-ben alakult. Ez a Villány-Siklói borút. Később 1999-ben megalakult a Zalai Borút Egyesület, majd 2003-ban a Balatoni Borutak Szövetsége és a Magyar Borutak Szövetsége. Mára minden borvidéken vannak borút egyesületek. Tokaj-hegyalja elsődleges turisztikai terméke a bor. A borra, mint egy alpra építhető fel e turisztikai célterület természeti, kulturális, történelmi, néprajzi látnivalóinak sora, kapcsolódhat hozzá nemzeti gasztronómia és komplex vendéglátás, valamint a rendezvények sokfélesége. A borút nemcsak egy borkóstoló túra, hanem egy komplex hegyaljai termékcsomag, melynek során nagy gondot fordítanak arra, hogy a tokaji bor előállításának körülményeit, különböző fajtáit – a jellegzetes hegyaljai ételspecialitások kíséretében – megismerjék a turisták. Az út során különböző helyszíneken kóstolják a tokajit, megismerkednek a hegyaljai kultúra értékeivel. A bortúrák során szeretnék megtanítani a résztvevőknek a kulturált borfogyasztást is (Pataky, 2002). A Tokaj-hegyaljai borvidéken három borút működik, amely a térség idegenforgalmának fellendítése céljából jöttek létre. De a három különböző borút nyilvánvalóan nem segíti a teljes térség összefogását, sőt a térségen belüli rivalizálásról árulkodik. Az önkormányzatok bevallása szerint a legnagyobb probléma a borvidéken az összefogás hiánya, hiszen a kisebb települések csak együtt lennének képesek megfelelő turizmus kialakításra, ugyanis a települések egyenként, önmagukban nem képesek kellő kínálatot kialakítani a turisták fogadására. A polgármesterek állítása szerint a kistérségi összefogás nem elég a turizmus fellendítéséhez. A nagyobb települések pedig önmagukban is képesek helytállni a turisztikai piacon, így a fejlesztések is leginkább ide irányulnak, ezek a települések (Tokaj, Sárospatak, Sátoraljaújhely) a térség idegenforgalmának több mint felét adják. A borvidék legfontosabb borút egyesületei: Tokaj-hegyal-

jai Borút Egyesület, ami 1997 óta működik, és 27 település tartozik hozzá. Az egyesület bortúrái a következők:

- Furmint útvonal: Tokaj, Tarcál, Bodrogkeresztúr;
- Hárslevelű útvonal: Tokaj, Tarcál, Mád, Rátka, Tállya, Abaújszántó, Golop, Monok, Legyesbénye, Bekecs, Szerencs;
- Sárgamuskotály útvonal: Tokaj, Bodrogkeresztúr, Bodrogkisfalud, Szegi, Szegilong, Olaszliszka, Vámosújfalud, Tolcsva, Erdőhorváti, Erdőbénye;
- Zéta útvonal: Tokaj, Bodrogkeresztúr, Bodrogkisfalud, Szegi, Szegilong, Vámosújfalud, Sáradsadány, Bodrogolaszi, Herceggút, Sárospatak, Sátoraljaújhely.

BOR ÉS GASZTRONÓMIA

A gasztronómia nem csak az ételekről és azok szeretetéről szól, hanem az azokat kiegészítő italokról is. Így azon sem kell meglepődni, ha egy tökéletes ételt egy hozzá nem illő ital elronthatja. Tehát a megfelelő kísérő kiválasztása nagyon fontos. A legkedveltebb étkeket kísérő italnak a bort tartják – „a bornak ágyat kell vetni”- tartja a mondás is. A magyar konyha ma is ügyel azokra a bonyolult és finom szálakra, amelyek a konyha és a pince művészetét összefűzik. Igyekszik a bornak kellőképpen „ágyat vető” étkeket készíteni, és fel is használja a bort húsételek, mártások, különféle finom fogások készítéséhez. Szakácskönyvek lapjain bőven találni iszogatáshoz illő étel- és tésztaféléket és olyan fogásokat, amelyek elkészítéséhez nélkülözhetetlenek a jó magyar borok íz- és zamatanyagai (Halász, 1981).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatási téma részletes megismerése céljából adatgyűjtést végeztem a marketingkutatás két nemzetközileg elismert adatgyűjtési módszerének – a szekunder kutatásnak – alkalmazásával. A szekunder jellegű kutatás (írásztali vagy másodlagos) a mások által összegyűjtött és közzétett, eredetileg más kutatási célt szolgáló adatok megszerzése és új szempontok szerinti feldolgozása (Hajdu, 2005). A vizsgálandó témának jó kiindulási alapot biztosított ez a módszer, amelyet primer kutatásokkal egészítettem ki. A primer jellegű kutatás (terepi vagy elsődleges) közvetlenül, elsődleges vizsgálatokkal gyűjt információkat a piaci szereplők magatartásáról, véleményéről. A primer kutatással szerzett információk, adatok már nem voltak elavultak, hiányosak, a szükséges információkat közvetlenül a potenciális, valamint a releváns személyek megkerde-

zése révén gyűjtöttem össze. A szekunder vizsgálatok a hazai borászatra jellemző adatok, valamint különféle hazai szakirodalmak megismerésére és feldolgozására irányultak, kiemelt figyelmet fordítva a bortermelés, a borvásárlás, a borfogyasztás tendenciáinak, valamint a bormarketing tevékenység alakulásának vizsgálatára. Az elemzések elkészítéséhez szükséges adatok forrásait a nyomtatott és elektronikus adatbázisok adták.

A szekunder adatok fontosabb nyomtatott információforrásait a különböző szakkönyvek, szakfolyóiratok, statisztikai kiadványok, tanulmányok, konferencia-kiadványok, jogszabályok, ágazatspecifikus szabályozások, egyéb tájékoztató kiadványok, heti és napilapok jelentették.

ÖSSZEZÉS

Tokaj-hegyalja – a világhírű, évszázados múltra visszatekintő tokaji borok mellett – természeti és kulturális turisztikai vonzótényezői is kiválóak. A világörökségi cím további lehetőséget teremtett a borvidék turizmusának fellendítésére. Kétségtelen, hogy az Európai Unió által nyújtott támogatásoknak köszönhetően számos új fejlesztés valósult meg a térségben, s a vendégforgalom is folyamatos növekedést mutat, az adottságaihoz mérten azonban még nem lehetünk elégedettek. Az átlagos tartózkodási idő mindössze 2–3 nap. Ezért fontos feladat, olyan magas minőségű, komplex termécsomagok kialakítása, amelyek turistákat hosszabb tartózkodásra készítenek. A Tokaj-hegyalja települései egyenként nem képesek a turizmus kielégítő infrastruktúráját megteremteni és vonzó termékkínálatot létrehozni. Megoldást az jelenthet, ha a települések adottságaira alapozott egyedi kínálatukat kialakítva, működésüket összehangolják, és közös marketing munkával elérik, hogy az ideérkező turisták minél több időt töltsenek el a térségben.

A borturizmus és a turizmus más szegmensei is csak az emberek összefogásával működhetnek jól, így az általuk alapított szervezetek célja és feladata nem lehet más, mint az adott desztináció idegenforgalmának ösztönzése és fejlesztése, turisztikai akciótervének kidolgozása. Legfontosabb szervezetek: a már említett Tokaj-Hegyalja Borút Egyesület, a világörökségi terület turizmusáért felelős Tokaji Világörökségi Egyesület, Vinum Regum, rex vinorum Borrend Tokaj.

Bizakodva tekintek a jövő felé, miszerint a borvidék turizmusa felívelő ágban van és kihasználva a világörökségi cím adta lehetőségeket nemzetközi szinten is jelentős turisztikai desztinációvá nőheti ki magát.

IRODALOM

Hajdu I.-né (szerk.) (2005): Borpiac. Mezőgazda Kiadó. Budapest.
 Halász Z. (1981): Könyv a magyar borról. Corvina Kiadó. Budapest. 117.
 Haraszti Gy. (2006): Tokaji borok. Kossuth Kiadó. 85.
 ICSH (2000–2009): Központi Statisztikai Hivatal. Budapest.
 Lengyel M. (2004): A turizmus általános elmélete Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája. Budapest. 525.

Michalkó G. (2005): Turizmusföldrajz és humánökológia Kodolányi János Főiskola – MTA Földtudományi Kutatóintézet. Budapest–Székesfehérvár. 215.
 Pataky S. Á. (2002): Feljegyzései a Tokaj Hegyaljai Borút Egyesületről.
 Rohály G. –Mészáros G. (2001): Borkalauz. Akó Kiadó. Budapest.