

TDK-dolgozat

2024.

Vasali Dávid László
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

**MIT TANULHAT EGY FŐVÁROS KOLUMBIA MÁSODIK
VÁROSÁTÓL? BUDAPEST ÉS MEDELLÍN TURIZMUSSTRATÉGIAI
ÖSSZEHASONLÍTÁSA**

**WHAT CAN A CAPITAL CITY LEARN FROM COLOMBIA'S SECOND
CITY? A COMPARISON OF BUDAPEST AND MEDELLÍN'S
TOURISM STRATEGY**

Dr. Szőke Andrea, Dr. Petykó Csilla

Kézirat lezárásának dátuma: 2024, november, 02

Mit tanulhat egy főváros Kolumbia második városától? Medellín és

Budapest turizmusstratégiai összehasonlítása

Konzulensek:

Dr. Szőke Andrea

főiskolai docens

Vendéglátás Tanszék

PhD

Dr. Petykó Csilla

egyetemi docens

Turizmus Tanszék

PhD

Szerző:

Vasali Dávid László

Faculty of Commerce, Hospitality & Tourism

Tourism Strategic Planning

Turizmus- Vendéglátás szak BSc

2024

Tartalom

1. Bevezetés.....	4
2. Szakirodalmi áttekintés	6
2.1 Medellín - és Budapest kialakulásának rövid története.....	6
2.2 Medellín szociokulturális környezete – miért léteznek egyáltalán bűnbandák?	8
2.3 Turizmus és Budapesten és Medellínben	11
2.3.1 A túlzott turizmus és „bulinegyed”.....	15
2.3.2 A sötét turizmus Medellínben.....	21
2.4 „Ragadozó városok” – hogyan szorítják háttérbe a nagyvárosok az agglomerációikat – Budapest esete	22
2.5 Lehetőségek és kívánatos turizmusfejlesztési irányok a két városban– a kulturális turizmus	24
2.5.1 A városmárka kialakításában rejlő kihívások Budapest esetében	27
2.5.2 Lehetséges jövőbeli fejlesztési irányok – a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 és az Agenda Antioquia 2040	29
2.6 Szakirodalmi áttekintés ÖSSZEFOGLALÁS	33
3. Az empirikus kutatás	35
3.1 A kutatás célja.....	35
3.2 A kutatás során alkalmazott módszerek.....	35
3.3 Vizsgálati minta/résztvevők	36

4.	Eredmények és értékelésük	37
4.1	Félig strukturált interjúk.....	37
4.1.1	Kulturális különbségek és szociális háttér	37
4.1.2	Köztisztaság és közbiztonság	39
4.1.3	Általános éelhetőség és megélhetés	40
4.1.4	Szolgáltatások minősége és a „bulizóna”: Kiszabadulás a bulidesztináció szerepköréből	42
4.1.5	Desztinációfejlesztés Budapest és Medellin esetében.....	45
4.1.6	Helyi közösségek szerepe és helye a város turizmusstratégiájában	47
4.1.7	Mennyire szerepel a top desztinációk között Budapest és Medellin?	47
4.1.8	Internacionalizáció	49
4.1.9	Jövöbeli trendek	49
4.1.10	Mit tanulhat Budapest Medelltől?	51
4.2	Netnográfia.....	52
4.2.1	Források és Eszközök.....	52
4.2.3	Tripadvisor	53
4.2.4	A két város Instagram oldalainak vizsgálata	58
4.2.5	Netnográfiai összefoglalás	63
4.3	Statisztikai elemzés	63
4.3.1	A két országba érkezők számának összehasonlítása	63
4.3.2	A két városba érkezők számának összehasonlítása	65
4.3.3	Statisztikai összefoglalás.....	68
5.	Összefoglalás.....	69
5.1	Milyen feladatok várnak még Medelltől?	71
5.2	A kutatás határai	72
5.3	További lehetséges kutatási irányok.....	73
	Irodalomjegyzék.....	74
	Mellékletek.....	77
	Nyomtatott források fényképei.....	77
	Félig strukturált interjúk kérdései	77

1. táblázat: a Tripadvisor weboldalon elérhető értékelések Budapest 6 legnépszerűbb attrakciói esetében az Essential és Travellers Choice listák szerint 1. 54

3. táblázat: A Magyarországra történő külföldi utazások száma és a hozzá kapcsolódó kiadások a tartózkodás ideje szerint a Statista diagramja adatai alapján 63

4. táblázat: Külföldi érkezések száma Medellinben 2022 és 2023 között.....	64
1. ábra: A Tripadvisor Things to Do in Budapest oldala 2024 október 20-án Forrás: https://www.tripadvisor.com/Attractions-g274887-Activities-Budapest_Central_Hungary.html	55
2. ábra: A Tripadvisor Things to Do in Medellín oldala 2024 október 20-án	57
3. ábra: A visitbudapest_official hivatalos Instagram fiókja 2024. 10. 20-án Elérhető: https://www.instagram.com/visitbudapest_official/	60
4. ábra: Két Instagram történet a visitbudapest_official Instagram oldalán 2024.10.20-án Elérhető: https://www.instagram.com/visitbudapest_official/	60
5. ábra: Medellín_travel hivatalos Instagram fiókja 2024. 10. 20-án Elérhető: https://www.instagram.com/medellin_travel/	62
6. ábra: Két ún. Instagram történet a medellin_travel Instagram oldalán 2024.10.20-án Elérhető: https://www.instagram.com/medellin_travel/	62
7. ábra: Magyarországra érkező turisztikai utak száma 2009 és 2023 között Forrás: Statista.com	64
8. ábra: Budapestre érkezők száma 2015 és 2022 között Forrás: Statista.com	65
9. ábra: Medellínbe érkező látogatók száma forrás: https://www.statista.com/statistics/1156320/international-visitors-medellin-colombia/	65
10. ábra: A turisztikai utazások fő úti célja és az átlagos vendégéjszakák száma október- december 2023 Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services	66
11. ábra: Az egy látogatóra jutó utazások fő úti célja az átlagos napi kiadások szerint Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services	67
12. ábra: Az összes utazó egy főre jutó átlagos napi kiadása (peso) Összesen 24 város és nagyvárosi terület Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services	67
13. ábra: Belföldi turizmust nem folytató népesség (%) Összesen 24 város és nagyvárosi terület 2023-2024 második trimeszter Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services	68
14. ábra: A belföldi turizmust nem folytató népesség százalékos változása és hozzájárulása indíték szerint Összesen 24 város és nagyvárosi terület 2023-2024 második trimeszter Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services	68

1. Bevezetés

Budapest minden turizmusfejlesztési törekvése ellenére sem képes kiemelkedő részesedést szerezni a globális turisztikai piacon (Havas, 2024). A magyar főváros jelenleg turizmusstratégiai reform előtt áll, hiszen pillanatnyilag nem rendelkezik átfogó, hivatalos, központi turizmusstratégiával, így csupán a Turizmusstratégia 2030 című hosszútávú nemzeti turizmusfejlesztési terv ad némi támpontot ehhez az összetett feladathoz, mely kiemelt figyelmet fordít Magyarország elsődleges turisztikai célpontjára, így az egyes önkormányzatok külön-külön próbálnak stratégiákat megfogalmazni és implementálni a turizmus területén. Ennek megfelelően lassan, de biztosan javul a város megítélése és szolgáltatásainak minősége, azonban a központi kommunikáció, egy egységes „brand” és arculat szemmel láthatóan hiányzik, mely a főváros piaci pozícióját is rontja régiós- és világszinten is. Budapest esetében például egy látszólag teljesen irányítás nélküli éjszakai ún. „látogatógazdaság” befolyásolta a helyi lakosság életét meglehetősen előnytelenül (Smith, 2023).

Több megoldási stratégia is alkalmazható lenne, hogy Budapest növelje turisztikai vonzerejét és ezáltal bevételét, azonban az igazi áttörés eléréséhez igazi innovációra és egy biztos, követendő példára lenne szükség. Medellín, Kolumbia második városa, 30 éve még a világ legveszélyesebb városa volt, 2013-ban viszont már, mint a világ leginnovatív városa címet nyerte el (BBC, 2013). Medellín városának tehát mindössze 3 évtized alatt sikerült a világ legveszélyesebb városából a világ egyik leginnovatívabb városává változnia. Több tanulmány (Hernandez-Garcia, 2013; Baird, 2018; Moore, 2022) is foglalkozik Medellín egyedi fejlődésének és a város sajátos jellemzőinek témájával, melyet céлом mélyrehatóan tanulmányozni és feltárni e kutatás során.

Ilyen módon Budapest megújításához éppen Medellín példája lehet a kulcs. Mindkét városnak számos kiváló adottsága van, és ugyan ezek javarészt eltérnek, így is akad számos olyan elem vagy jógyakorlat, melyet a két város megoszthatna egymással, hogy a saját útjukon, de biztosan fejlődjenek tovább. Mivel volt lehetőségem 2023-ban személyesen is egy tanulmányi félétvet eltölteni Medellínben, az örök tavasz városában, úgy vélem, hogy a tapasztaltakat kamatoztatva szakirodalmi elemzéssel és egy kutatással kiegészítve egy szakszerű és megbízható tudományos anyag hozható létre. Kutatásomban ezért is ezt a két várost szeretném közelebbről górcső alá venni, behatóan megvizsgálni és turisztikailag összehasonlítani. Kutatásomban főként várostervezéssel-, turizmussal-, turizmusstratégiával foglalkozó tanulmányokat és cikkeket fogok alapul venni.

Smith (2019a) szerint a turizmus kérdéskörén belül a városi turizmus fontossága is jelentős: mivel a városok mind kulturális, technológiai és gazdasági csomópontok, számos látogatót vonzanak. Ezen látogatók igénylik a minőségi szolgáltatásokat, élményeket és a helyi gasztronómiai-, és szórakozási lehetőségeket, a helyi kultúra és történelem megismerését. Az ebből származó bevétel nem csupán a helyi vállalkozásoknak és a városvezetésnek nyújt támogatást, de innovatív városfejlesztési projekteket is ösztönözhet, melyek a turizmus iparág interdiszciplináris jellege révén a város lakosságára és annak életének valamennyi aspektusára is jótékony hatással lesznek. Kérdés azonban, hogy a látogatók megnövekedett számának következményeit a városvezetés milyen intézkedésekkel és fejlesztésekkel lesz képes orvosolni, és hogy mindezt a helyi lakosságnak milyen mértékben lesz rálátása és ráhatása.

Több cikk és tanulmány szerzője (Kiss, 2021; Pinke-Sziva et al., 2022; Miskolczi, 2023) is foglalkozik a magyar főváros vonzerejével. Kiss (2021) a VII. kerületre, mint a buliturizmus gócpontjára fekteti a hangsúlyt, míg (Miskolczy 2023) a „fürdőkultúrát, mint a városi turizmus potenciális, közösen létrehozott értékesítési ajánlatát” emeli ki. Budapest turizmusának kvantitatív elemzéséhez nyújt támpontot Michalkó (2023) tanulmánya, mely a turisták celladatainak elemzésére alapoz. Schultz (2015) a kulturális turizmus kibontakozásának lehetőségeit fejtegeti – ez külön szakmai érdeklődésre adhat okot, hiszen Budapest köztudottan rejtett (bár már egyre közismertebb) kincse a többszáz éves, világszinten is párhát ritkító építésze.

Budapest főváros turizmusstratégiája, városfejlesztési körképe, turisztikai kínálatának vizsgálata, illetve a település megítélése a kutatás szempontjából kiemelten fontos terület.

Kutatásom célja, hogy feltárjam, milyen innovatív és progresszív elemeket lenne érdemes Budapestnek átvenni Medellínől. Ezt Medellín városfejlesztésének vizsgálatából-, és a két város jellemzőinek összehasonlításából eredő következtetések alapján lehet megtenni, így javaslatokat lehet megfogalmazni Budapest főváros turizmusstratégiai fejlesztésére vonatkozóan.

Kutatásom során az alábbi főbb kérdésekre keresem a választ:

1. Milyen hasonlóságokat és különbségeket lehet azonosítani Budapest és Medellín között?
2. Milyen előnyös, hatékony, innovatív és progresszív turizmusstratégiai elemeket lehet felfedezni Medellín város esetében
3. Ezeket az elemeket, jógyakorlatokat hogyan vehetné át és alkalmazhatná Budapest főváros?

A dolgozatomban a bevezetést követően a szakirodalmi áttekintésből, az empirikus kutatás részeinek ismertetéséből, illetve a kutatás eredményeinek összegzéséből áll, melyet az irodalomjegyzék és mellékletek rész követ.

A kutatás során mind primer, mind szekunder kutatásra sor kerül, illetve kvantitatív és kvalitatív módszerek és eszközök kerülnek alkalmazásra. Ez a megközelítés lehetővé teszi, hogy a témát több oldalról vizsgáljam, valamint elősegíti, hogy a kvantitatív adatelemzések általánosítható következtetéseit a kvalitatív módszerek feltáró jellegéből adódóan egyéb releváns megállapításokkal is kiegészíthessem.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1 Medellín - és Budapest kialakulásának rövid története

Budapest helyén már az őskorban is létesült emberi település. A város jelenlegi területén belül az egyik első ismert település a kelta alapítású, de latin néven elhíresült Aquincum, amely a római korban Alsó-Pannónia tartomány székhelye volt. A honfoglaló magyarok 900 táján jutottak ide, de településüket az 1241-es tatárjárás elpusztította. Az újjáépült város a 15. században a humanista műveltség egyik európai központjává vált. A közel másfél százados török uralom után a városi élet csak a 18. század során kezdett ismét kibontakozni, de igazi lendületet a 19. században, az ország nagyarányú iparosodásával vett. 1873-ban az addig önálló három várost, Pestet, Budát és Óbudát Budapest néven egyesítették.

A mai Budapest a 19. század utolsó harmadában és a 20. században lett világvárossá. Történetében új fejezet kezdődött 1950. január 1-jén, amikor 23 környező települést hozzácsatoltak, amivel a főváros területe két és félszeresére, népessége másfélszeresére nőtt. Jelenleg Budapestet 23 kerületi önkormányzat és az egész városra kiterjedő jogkörrel rendelkező Fővárosi Önkormányzat igazgatja. (Bácskai, 1973)

Medellín városát 1616-ban spanyol hódítók alapították az igencsak termékeny Aburrá völgyben, melyet az egyik bennszülött csoportról neveztek el, akik több, mint ezer éve éltek a régióban. A kezdetekben jelentéktelen falu a 19. században az egyre nagyobb méreteket öltő természeti erőforráskitermelésnek- úgy, mint kávé és arany és szén- köszönhetően egyre nőtt. 1875-ben a nemrég alakult Ferrocarril de Antioquia vasúttársaság befejezte a La Quiebra alagutat az andoki várost a Magdaléna folyóval és a Karib-tengerrel kötötte össze. Előbbi Kolumbia fő gazdasági ütőere volt, utóbbi pedig az Atlanti Óceán Északi ipari óriásaival jelentett közvetlen kapcsolatot.

Ez a lendület az 1950-es években a helyi, Medellínnel összenövő, kisebb városok önkormányzatait, iparosokat és vállalkozókat és kulturális vezetőket arra ösztönözte, hogy az angolul Medellín Master Plannek (MMP) nevezett átfogó városfejlesztési kezdeményezésbe fektessenek. Ez a korai városfejlesztési stratégia a város formális és tervezett bővítését tűzte ki célul. Tervben volt többek között egy meghatározott ipari övezet létrehozása, az általános csatornázási rendszer kiépítése, a várost É-D-i irányban kettészelő Medellín folyó csatornázása, a folyópart és a város valamennyi részének rendezése, és végül, de nem utolsó sorban egy futballpálya (ma Estadio Atanasio Girardot) megépítése. A városban továbbá két új egyetem is épült: ezek az EAFIT (1960) és a Medellín Egyetem (1950) melyek csatlakozva a neves Universidad de Antioquia egyetemhez tovább növelték Medellín, mint kulturális és társadalmi központ presztízsét. Ezen városfejlesztési stratégia elismerésre méltó eredményeit máig jól láthatjuk szerte a városban, azonban ez a „mesterterv” sajnos egyéb, nem kívánatos aspektusokat és jelenségeket fedett el. Miközben kétségtelen, hogy az ország egyik vezető települése modernizáció szempontjából, Medellín országvezető volt a prostitúció-, és alkoholizmusban szenvedő polgárok száma- és börtönbüntetések számának tekintetében is. Az 1950-es és 1960-as években országban polgárháború bontakozott ki a kolumbiai elit és az agrárreformot követelő parasztság között. A háború alatt a parasztcsoportosulások összefogtak, és olyan baloldali gerillacsoportokat alapítottak, mint a FARC és az ELN. A véres harcok hosszú évekig elhúzódtak, ezért addig soha nem látott mennyiségű embertömegek indultak meg a viszonylagos biztonságot nyújtó városok- úgy, mint Medellín- felé. Medellín kiváltságos elhelyezkedéséből adódik, hogy közvetlenül nem érték el nagyobb fegyveres konfliktusok, azonban a háború közvetett hatását annál inkább érezte: a lakossága 1951-ben 358 000 főről 1973-ra 1 071 000 főre emelkedett a két hegyvonulat közé szorult városban. Így épült több tucat illegális nyomornegyed a hegyoldalakra, s ezek lettek a később csak „barrios” -nak nevezett kerületek, melyet később kartellek és gerillacsoportok uraltak, a rendőrség gyakran meg sem merte közelíteni ezen területeket. A mesterterv addigi fő képviselői és a városvezetés kudarcot vallottak a hihetetlen mértékben gyarapodó városi lakosság megnövekedett igényeinek kielégítésében. Több százezer ember maradt rendes infrastruktúra, szennyvízelvezető rendszer, áram, vízellátás és legfőképpen munka nélkül.

Ebben a kaotikus környezetben egy egész társadalmi réteg kiszolgáltatottsága jó táptalajnak bizonyult a Pablo Escobarhoz hasonló drogbárók, gerilla hadurak és további bűnszervezetek vezetőinek, hogy tömegeket nyerjenek meg és állítsanak maguk mellé. Az 1990-es években tetőfokára hágott az erőszak és a szervezett bűnözés- Pablo Escobart, mint terroristát körözték

a hatóságok. A drogbáró halála után azonban keserű igazságra döbbsentek rá a hatóságok: a városban nem minden bűnöző neki dolgozott, és az évek során a bűnözés, mint „könnyű pénz” és társadalmi mobilitási mivolta sajnos egyre igazán mélyen berágta magát a társadalomba, így a városvezetésnek a kolumbiai hadsereggel szoros együttműködésben kellett dolgoznia, hogy a város bűnbandáival és frakcióival tárgyalni tudjanak, és gazdasági változtatásokat tudjanak kezdeményezni.

Erre kiváló példa a Communa 13 [kommuna tresze] esete, mely egyrészt az első sikeres, gerillacsoportok visszaszorítását célzó katonai hadművelet, az „Operación Orion” színtereként szolgált, másrészt ebben a kerületben hajtottak végre először forradalmi turisztikai projekteket, úgy, mint a fedett mozgólépcsők és művészeti galériák létesítése. A Communa 13 ma a város egyik fő turisztikai forrópontja, a Medellíni modell ékes példája, hogyan lett a város legeslegveszélyesebb kerületéből a legbiztonságosabb, a turisták egyik kedvence. Ma is a rendőrség a helyi közösséggel szorosan együttműködve, egymást kölcsönösen támogatva dolgoznak a kerület biztonságának fenntartásán és javításán.

Mindeközben Medellín közlekedési infrastruktúrájának fejlesztésére az 1980-as évek közepéig nem történt érdemben törekvés, és mivel a város erőforrásait javarészt a bűn visszaszorítása és a hegyoldalon illegálisan létesített nyomornegyedének problémájának rendezése kötötte le, az első metróvonal átadásáig egészen 1995-ig várniuk kellett a lakosoknak.

Kicsit később Sergio Fajardo polgármester a "szociális urbanizmusnak" nevezett városfejlesztési modellel jelentős szerepet játszott a város új arculatának kialakításában. Az átalakulás egyik leglátványosabb eleme a 2004-ben bevezetett városi libegőrendszer volt, amely a hegyvidéki nyomornegyedeket kapcsolta össze a város fő tömegközlekedési vonalával megbízható mobilitási lehetőséget nyújtva a hegyoldalon élők számára, így ösztönözve a munkavállalást.

2.2 Medellín szociokulturális környezete – miért léteznek egyáltalán bűnbandák?

Hosszú utat tett meg tehát mindkét város, az évszázadok során a problémáik jócskán eltértek, és az országok társadalmi is eltérő hatásoknak voltak kitéve. Többek között ennek is köszönhető, hogy míg Budapesten soha nem volt tapasztalható számottevő bűnözés, addig a túlságosan gyorsan városiasodó Medellínnak még jópár évtized szükségeltetik, hogy bűnös múltját végleg maga mögött hagyja. Ehhez a bűnbandák további visszahúzódására vagy felszámolására lesz szükség.

Baird (2017) kutatása szerint Latin-Amerika és a Karib-térség rendelkezik a világ legmagasabb gyilkossági rátájával. Az erőszak földrajzilag a városok szegénynegyedeiben összpontosul, demográfiai pedig főként a fiatal férfiakat érinti. A városi erőszak a politikai konfliktusok, diktatúrák, felkelések és a 20. század végi polgárháborúk örökségéből fakad. Az 1980-as és 1990-es években ez a politikai erőszak társadalmi és bűnözési erőszakká alakult át, és néhány országban a halálozási arányok meghaladták a háborús időszakokét is. Ez a jelenség új elméleti kereteket hozott létre, mint a „poszt-diktatúra utáni erőszak” és a „hegyi háborúk”.

Mint azt az előbbieken említettem, ugyan Medellín közvetlen háború nem sújtotta, sajnálatos módon azonban az erőszakhullám nem csupán elérte, de bűnbandák formájában be is fészkelte magát a városba.

A bandák kialakulását számos tényező befolyásolta, úgy, mint a túlzottan gyors városiasodás, a társadalmi kirekesztés, a legális munkahelyek szűkössége, a gyenge kormányzás és a hatóságok elégtelen törvénybetartó ereje, és az ebből a gyengeségből fakadó kábítószer-kereskedelem kibontakozása, a fegyverek elterjedése. Ezen bandák megítélése eltér: vannak, akik kollektív társadalmi mozgalmaknak tekintik őket, mások fenyegetésként tekintenek rájuk a demokráciára nézve, és a bandatagokat terroristának tekintik. Ami bizonyos, hogy annak ellenére, hogy a bandák mindig is szorosan kötődtek a helyi közösségekhez, szegénynegyedek lakói továbbra is rettegésben éltek és élnek a különböző alvilági csoportok városrészekért folyó harcai miatt.

Az erőszak a szegénynegyedekben a túlzottan gyors és tervezetlen urbanizáció miatt már az 1950-es években megjelent, azonban az 1980-as években a kokainkereskedelem és a drogszervezetek, mint például a hírhedt Medellín Kartell, élén Pablo Escobarral, gyökeresen megváltoztatták a várost. Milliók – mind dollár, mind nincstelen ember - áramlottak be a droggereszkedelem révén, amely drámai hatást gyakorolt a szegénynegyedekre.

A bandatagok belépése és tagsága tehát összefügg a közösségi erőszak, a bűnözés és a drogok hatásaival. A bandatagok jellemzően szegény fiatal férfiak, akik eltérő okok miatt csatlakoznak bandákhoz. Maga a csatlakozás és bandataggá válás is egy fokozatos és hosszú, akár több éven át húzódó folyamat, melyben a gyerekkori barátságok, az utcai kapcsolatok és a helyi származás is meghatározó.

A csatlakozásnak több oka lehet. A szegénységből és társadalmi mobilitást gátló tényezőkből fakadó kilátástalanság, családi problémák és az ambíció mind szerepet játszhatnak. Medellín szegényebb negyedeiben például a rossz minőségű oktatás, a formális munka hiánya és a társadalmi mobilitás korlátai főleg a hátrányos helyzetű fiatal férfiakban súlyosbítják a

szorongást és a kétségbeesést, ezért egy bűnbandához való csatlakozás számukra logikus kiútnak tűnhet. Bandatagnak lenni önmagában is egyfajta ellenállás is a társadalmi marginalizációval szemben. Ennek megfelelően a bandák tagjai gyakran nem az erőszak miatt csatlakoznak, hanem a túlélés és anyagi javak megszerzése céljából, amely fokozatosan a férfi identitásuk részévé válik. Ezen identitás a banda hatalmában, a félelemből fakadó tiszteletben és a területi dominanciában gyökeredzik.

A banda nemcsak a státusz, az anyagi biztonság, a tisztelet és az elismerés megszerzésének eszköze, hanem szocializációs tér is, ahol a társadalmi és nemi szerepek felerősödnek. A bandákban az erőszak és a férfiasság nem statikus, hanem stratégiaileg alkalmazott és eltanult viselkedésminták folyamatos elsajátítása és alkalmazása a banda ranglétrájának megmászása érdekében. Bandatagnak lenni tehát egyet jelent a versengéssel, melynek végső célja, hogy "maszkulin tőkét" szerezzenek. Ez a tőke mind anyagi, mind szimbolikus formát is ölthet, például drága járművek, márkás ruhák, fegyverek, pénz, valamint nők figyelmének megszerzésével. Továbbá a banda életének szerves része, hogy ezt a tőkét rituálisan bemutassák a város meghatározó pontjain. A legtöbb maszkulin tőkével rendelkező "durok" a legmagasabb szintű férfiasságot képviselik, míg az alacsonyabb státuszú tagok, akik nem képesek "visszaadni" a bandának, gyakran kirekesztésre kerülnek, és nőiesnek tekintik őket. (Baird, 2018)

A bandák tehát olyan struktúrák, amelyek a társadalmi kirekesztettség problémája ellen nyújtanak megoldást és a helyi hegemónikus férfiasságot erősítik meg, miközben jelentős erőszakkal és bűnözéssel keserítik meg a legszegényebb közösségek egyébként is nehéz életét. A bandák által kínált életforma, bár veszélyes, törvénytelen és erőszakos, továbbra is vonzó lehetőséget jelent a fiatal férfiak számára mindaddig, amíg a szegénységben és kirekesztettségben élő közösségekből nem találnak más kiutat, hiszen a bandák nem egyszerűen deviáns viselkedés eredményei, hanem a társadalmi egyenlőtlenségek és az urbanizációs problémák melléktermékei. Ezen logika mentén amíg a bandáknak táptalajt adó problémák, úgy, mint a társadalmi egyenlőtlenségek, a szegénységből fakadó társadalmi megaláztatás, a legális munkahelyek hiánya vagy hozzáférhetetlensége jelen lesz Medellínben, addig a bűnbandák is kiirthatatlanok maradnak. És amíg ezen bűnbandák társadalmi szerepe erőteljes, addig az erőszak a férfiasság megtestesítője marad, és a fiatal férfiak számára a banda jelenti majd továbbra is a felnőtté válás útját, melyet az egyébként elérhetetlen tisztelet, rang, hatalom, és a pénz igazolnak.

Medellín városvezetése már Escobar halála előtt is tett lépéseket a hatalom visszaszerzése érdekében, de az áttörést a drogbáró halála hozta el, melyet a közbiztonság további javulása követett. Az állami vezetés által bevezetett paramilitáris blokkok, mint például a Bloque Cacique Nutibarra a baloldali milíciák, az úgynevezett „guerillas” ellen harcoltak, különösen a 2002-es „Operación Orión” hadművelet során. A paramilitárisok hatékonyan pacifikálták a város bandáit, aminek következtében a gyilkossági ráta 2007-re 100 000 lakosra vetítve 34-re csökkent. (Baird, 2018)

Mindezek alapján megállapítható, hogy a bűnbandák kialakulásának mind gazdasági, mind társadalmi okai voltak, és mindaddig jelen is lesznek, amíg a gazdasági jólét és a társadalmi méltányosság a legelszigeteltebb rétegekig is „eljut”.

2.3 Turizmus és Budapesten és Medellínben

2008 és 2019 között Magyarországon a turizmusszektor hozzájárulása az ország GDP-jéhez egy teljes %-kal nőtt, szemben az Európa több részére jellemző átlaggal, mely Európában 0,2%, globálisan pedig 0,5% (Havas, et al., 2024). Ez arra enged következtetni, hogy a magyar turizmus növekedése megelőzi a világ átlagát, és a turisztikai kereslet globális növekedésével még több esélye van Magyarországnak, hogy még nagyobb piaci részesedésre tegyen szert az elkövetkezendő években. Mindezek ellenére még így is van hova fejlődni.

Havas és szerzőtársai (2024) becslése szerint a kiutazók száma világszerte a 2023-as 892 milliőről 2030-ra 1,48 milliárdra emelkedik. Ez a tendencia valószínűleg hatással lesz Budapestre, ahol a nemzetközi látogatók 2023-ban a kereskedelmi szálláshelyeken töltött vendégéjszakák 83%-át teszik ki. Konzervatív forgatókönyv feltételezi, hogy Budapest képes megfelelni a globális növekedési előrejelzéseknek, és 2030-ig évente 7-7,5%-kal tudja majd növelni a turizmust. Ez a forgatókönyv azt vetíti előre, hogy Budapest részesedése a globális turisztikai piacon összességében stagnálni fog, és nem éri el a versenytársak szintjét. Budapestnek jelentős munkát és beruházásokat kell majd a turisztikai szektorba fektetnie ahhoz, hogy egyáltalán megőrizze piaci részesedését. A piaci részesedés növelésére irányuló legösszehangoltabb erőfeszítésekkel a város 2023 és 2030 között évente közel 12%-kal bővíthetné a turisztikai ágazatot. Ez az ambiciózusabb forgatókönyv azt is lehetővé tenné, hogy Budapest 50%-kal csökkentse piaci részesedése lemaradását a versenytársakkal szemben. Ezek a földrajzilag közel fekvő versenytársak, úgy, mint Bécs vagy Prága közel azonos Google-keresésben szerepelnek, azonban Budapest mégis 30%-kal kevesebb látogatót vonz évente a World Travel & Tourism Council GDP and employment data adatai alapján. Budapestnek tehát

a fő küldőpiacaira, úgy, mint Németország, Franciaország, és az Egyesült Államok kellene koncentrálnia. Erre megoldás lehetne, ha Budapest bővítené nemzetközi repülőterének kapacitását, mely 32 desztinációba kínál ilyen járatokat. Budapest ráadásul versenytársaihoz képest nem vonz annyi üzleti utazót sem, részben, mert Budapest nem rendelkezik 500 szobánál több kapacitású szállodákkal. (Smith, 2019b)

A főváros külföldi turistáknak való kitettsége a belföldi turisták Budapestre csábításával ellensúlyozható, ehhez azonban meg kell ismerni ezen belföldi látogatókat és igényeiket. Ezen célcsoport tagjai eltérő élményeket keresnek a fővárosba történő látogatásuk során. A belföldiek, különösen a pandémia előtt legalább évente, de akár többször is felkeresték a fővárost, de jellemzően nem éjszakáznak itt. A pandémia leginkább a gyakori látogatók szokásait változtatta meg, ők havi rendszerességet követően inkább félévente érkeztek a fővárosba. Körükben a Budapestről alkotott kép meglehetősen változatos, inkább az idősebb és a fiatal felnőttek rendelkeznek pozitív imázsképpel. A motivációk sorában a kulturális attrakciók, rendezvények és a barátok látogatása mindenképpen fontos, amíg a gátló tényezők között a város drágasága, a tömeg és nagyvárosokkal szembeni ellenérzés, valamint a korlátozott szabadidő jelenik meg. (Pinke-Sziva, 2022)

Budapest jellemzője, hogy- például Prágával ellentétben – nem egy helyen koncentrálódó műemléki városmaggal, hanem „*bokrokban*” kínálja az attrakciókat, és a fővárosban megszerzett élménynek számottevő része az ezekhez a bokrokhoz vezető út és utazás. Az alternatív/tematikus séták növekvő népszerűségét tekintve is fontos eleme a budapesti kínálatnak a budapesti séta, mely számos felfedezendő részre hívhatja fel a figyelmet, javíthajta a látogatóban a városról kialakított képet, sőt, akár visszatérésre is ösztönözheti a látogatót. Mindehhez elengedhetetlen, hogy a város megfelelő tömegközlekedési infrastruktúrával rendelkezzen, és hogy sétálható legyen (Speck, 2018). Ahogy azt Schultz (2015) cikkében írta, „a már ismert attrakcióhoz, világörökségi helyszínhez való kapcsolás nem szükséges ahhoz, hogy a turista megtalálja számára érdekes látnivalót – a mai városlátogatók jelentős része tudatosan utazik, és az okostelefonos alkalmazások korában nem is jelent problémát egy város feltérképezése, a túlságos zsúfoltság viszont egyre inkább.” Tehát egy biztonságos, könnyen bejárható, a túlzott turizmustól védett város képe és érzete elengedhetetlen egy pozitív városkép kialakításához és a látogatók többszöri bevonzásához.

Medellín számára a turizmus több, mint egy iparág. A bűnben és kilátástalanságban fuldokló város számára a turizmus interdiszciplináris iparága mutatta meg, hogy a bűnön kívül a legelszigeteltebb és legszegényebb negyedben is akad törvényes és jövedelmező munka.

Kolumbiában a turizmus fejlesztését egészen az 1960-as évek végéig elhanyagolták. A kormányzat nem tett komoly erőfeszítéseket a turizmus növekedésének ösztönzésére, elsősorban az infrastruktúra költségei és a turisztikai kereslet hiánya miatt. Az iparág csak 2006 után kezdett fellendülni, amikor a fegyveres konfliktusok csillapodtak. Így 2018-ban már 3,1 millió külföldi látogatót regisztráltak. Álvaro Uribe és Juan Manuel Santos elnökök kormányzása alatt megkezdett biztonságpolitikák, valamint a FARC-csal kötött békemegállapodások eredményeként Kolumbia több régiója vált elérhetővé és kellően biztonságossá a külföldi turisták számára.

A kolumbiai kormány különféle kampányokkal igyekezett Kolumbia biztonságát és turisztikai vonzerejét hirdetni. Ilyen volt a „Vive Colombia. Viaja por ella” kezdeményezés, amely a közutak biztonságossá tételével próbálta újra népszerűvé tenni és ösztönözni a belföldi utazást, illetve a „Colombia, el riesgo es que te quieras quedar” („Kolumbia, az egyetlen veszély, hogy maradni szeretnél”) kampány, amely a korábban kialakult negatív imázst próbálta megfordítani. A ProColombia marketingakciói nagy sikert arattak, különösen a „Magical Realism” („Mágikus realizmus”) kampánnyal, amely Kolumbia természeti szépségeit és kulturális örökségét emelte ki, és mely Gabriel García Márquez Nobel díjas író munkájára utal.

A turizmus fellendülése révén Kolumbia jelentős külföldi befektetéseket vonzott, különösen a vendéglátás és a szállodaipar területén, ahol 2015 és 2021 között több mint 8 milliárd USD értékű tőkebefektetés valósult meg. Ennek ellenére az ország biztonsági helyzete továbbra is kihívást jelentet, és a veszélyérzet – legyen vélt vagy valós - sok utazót visszatartott.

Ezt követően a Kolumbiai Nemzeti Márkázási Terv az ország természeti szépségeit, kulturális örökségét és vendégszerető lakosságát emelte ki az állam, a gazdasági szereplők és a társadalom együttműködése; valamint a stratégiai közös promóció PR-tevékenységek, rendezvények és kampányok révén. Ez a stratégiaváltás hozzájárult ahhoz, hogy Medellín a bűnözéssel és drogkereskedelemmel társított város helyett mára az innováció és városi fejlődés élvonalába kerüljön.

Ennek megfelelően turisztikai kereslet fellendült, ezt támasztják alá a város 2022-es eredményei: májusban 72,5%-os rekord hotelkihasználtságot ért el, ami 12%-os növekedést jelent 2019 májusához képest (Lopez, 2022 hivatkozva Zapata, 2023, p. 23). A Medellínbe érkező látogatók 39%-a az Egyesült Államokból, 16%-a Mexikóból és 12%-a Panamából érkezett, 85%-uk pedig kapcsolódási céllal utazott ide. Az év folyamán a város 1,4 millió turistát fogadott, ami 200 000-rel meghaladta a tervezett számot. A város legnépszerűbb

turistaközpontjaiban, például Laureles és Poblado városrészekben decemberben 90%-os foglaltságot regisztráltak, míg az éves átlag 82%-ra emelkedett. (Lopera, 2022 hivatkozva Zapata, 2023)

Zapata (2023) tanulmánya szerint Medellín látogatói közönsége jelentős átalakuláson ment keresztül az elmúlt években, amit nagyban elősegített a város innovatív, kulturális, és biztonságos imázsának fejlődése. Korábban Medellín a drogerőszak miatt került szóba, most azonban főként Észak-Amerikából, Európából és Dél-Amerikából érkeznek ide fiatal turisták, akiket az éjszakai élet, a változatos programok és a kalandturisztikai lehetőségek, úgy, mint a túrázás és a siklóernyőzés, vonzanak.

Medellín a digitális nomádoknak is egyre ideálisabb és csalogatóbb célpontja. Számukra Kolumbia külön vízumot kínál. A 2022-ben bevezetett „V típusú digitális nomád vízum” 2 évre szól, és évi 180 napos tartózkodást biztosít. Zapata (2023) szerint a digitális nomádok munkájukat és utazásaikat rugalmasan kombinálhatják, ami új lehetőségeket jelent Medellín számára, hiszen ezek a személyek nem csupán látogatók, de ideiglenes közösségi tagok is. Ezen eltérő kultúrából érkezett egyének kulturálisan gazdagodnak és gazdagítanak is.

Zapata (2023) tanulmányában kifejtette, hogy A Medellín Turizmus Terv 2018-2024 (2018) szerint a turizmuspiaci előny megszerzése érdekében a városnak a modern marketing és digitális értékesítési technikák alkalmazásával vezető szerepet kell betöltenie a digitális turizmus világában. A város ezért számos digitális forrást kínál, amelyek segítik a látogatók élményének javítását. Ilyenek például a Medellín City Services alkalmazás, a Medellín Travel weboldal vagy a Medellín Liv platform. A Medellín City Services információt nyújt a város látnivalóiról, tevékenységeiről és a tömegközlekedésről, és még augmented reality funkcióval és interaktív térképekkel is segíti a látogatókat. A Medellín Travel weboldal a város programjairól, szállásairól és közlekedési lehetőségeiről informál, mindemellett virtuális városnéző túrákat és közlekedési útmutatót is kínál. A Medellín Liv pedig, mint online közösség nyújt információkat a város kultúrájáról, éttermeiről és éjszakai életéről, lehetőséget teremtve a látogatók számára, hogy kapcsolatba lépjenek a helyiakkal, akár a látogatás előtt, akár a látogatás alatt.

A város új digitális turisztikai kártyája, a Medellín City Card pedig lehetővé teszi, hogy a látogatók a helyszíni sorban állás elkerülése végett előre lefoglalják a látnivalókat. Ez a szolgáltatás 9 különböző nyelven érhető el. Ezen digitális eszközök tehát nemcsak a

tájékoztatást segítik, de javítják a kulturális kommunikációt is, lehetővé téve a látogatók számára, hogy a látogatásuk során pozitív és gazdag élményeket szerezhessenek.

Medellín az idősebb látogatók körében is egyre népszerűbb, akik nyugodtabb, kulturális programokat keresnek, ők a múzeumokat, galériákat és helyi piacokat részesítik előnyben. Ez a közönség jellemzően Kanadából és Ausztráliából érkezik, és mivel fizetőképességükből fakadóan valószínűleg a világ jó részét beutazták már, valami egészen egyedi, friss élményre vágnak.

Zapata (2023) tanulmányban alkalmazza interjúalanyok véleményének kikérését, mint kutatási eszközt. Az ő interjúalanyai szerint Medellín különösen a COVID-19 után vált vonzó célponttá az egyre népszerűbbé váló, kevésbé ismert úti célok iránti érdeklődés miatt. Szerintük a Comuna 13 az egyik fő látványosság, mert a turisták kíváncsiak arra, hogyan alakult át a város egykor legveszélyesebb negyede turistaparadicsommá. Elismerik, hogy a turizmus pozitív hatást gyakorolt a városra, ugyanakkor hangsúlyozzák a helyi lakosság kiszorulását és a környezeti terhelés kockázatait is. Zapata egyik interjúalánya a Medellín Visitors Bureau akkori igazgatója volt, aki szerint Medellín turizmusa főként az amerikai, mexikói és panamai látogatóknak köszönhetően virágzik.

2.3.1 A túlzott turizmus és „bulinegyed”

1990 és 2010 között Budapest turizmusmarketingje az örökségi épületeket és a fürdőkultúrát emelte ki, mint a nemzetközi turisztikai desztináció legfőbb értékei. Ezt követően azonban sajnos Budapest egyre inkább, mint népszerű bulicélpont jelent meg a globális turisztikai köztudatban. Ennek fő okai Magyarország 2004-es csatlakozása az Európai Unióhoz, illetve néhány fapados légitársaság marketingstratégiája, mely Budapestet, mint az olcsó sör hazáját mutatta be az európai turisztikai piacon. Erre a promócióra főként brit turisták reagáltak, akik kifejezetten az ivászat, a bulizás és a legénybúcsú és leánybúcsú megtartása céljából érkeztek Budapestre. (Smith, et al., 2019a)

A túlzott turizmus Budapesten 2016-tól egészen a pandémia kezdetéig volt jellemző, főként a város központi részén található "romkocsmá negyed" miatt. Budapest 2019-ben Európa legjobb úti céljává vált, és a turisták száma rekordot döntött, de a túlzott turizmus problémái miatt felmerült a kérdés, hogy mennyire kellene, vagy egyáltalán kellene-e a városnak megtartania a „party város” imázsát. (Smith, et al., 2019a)

Hogyan alakult ki a bulinegyed?

Nincs általánosan elfogadott procedúra, hogy hogyan alakulnak ki az egyes városok bulinegyedei, de Ocejó (2015) példája szerint New Yorkban egy elszegényedett, hanyatló városnegyedbe szerény gazdasági helyzetben lévő fiatal művészek és diákok költöznek, akik gazdag kulturális életet, közösséget teremtenek. Mivel a turisták gyakran keresik az egyedit, a helyit és az autentikust, a városlakók ezen egyedi tevékenységeik miatt a városrész ismét vonzóvá válik a város tehetősebb rétegei és a turisták számára, akik visszaköltöznek, és az egyre nagyobb érdeklődés, az éjszakai élet fejlődés és a turizmus növekedése miatt elindulnak a dzsentifikációs folyamatok, és a városrész kommersz turistaparadicsommá válik. (Colomb & Novy, 2017).

Ezen folyamat során a turizmus válik kulturális közvetítővé: új diskurzusok indulnak el és új képek jönnek létre, mely képet a turisták terjesztenek online vagy hazatérve az ismerőseik között. Azonban ez előbb-utóbb az eredeti vonzerő eróziójához és árucikké válásához vezet.

Budapest esetében sem történt ez másképp: Budapest VII. kerülete, a város „bulinegyede” eredetileg a helyi lakosok által kedvelt „romkocsmák” és kreatív iparágak által vezetett negyed volt, ám a Budapestre özönlő brit és német turisták által előidézett gazdasági hatások, mint a fapados légitársaságok gyors fejlődése és a szabályozatlan Airbnb szálláshelyek növekedése negatív folyamatokat indítottak el. A legtöbb fiatal turista a régi zsidónegyedhez közel, az olcsó bárók és klubok miatt keresett szállást, és mert úgy vélték, az a város legpezsgőbb központja. Kialakult a hírhedt „bulinegyed”, mely főként kisleptékű, független tulajdonú vállalkozásokból állt. Ezen vállalkozások javarészt történelmi épületekben működtek, melyeket gyakran a második világháború óta nem volt pénze a lakóknak felújítani, ezért romlott állapotúak voltak. Ez az oka, hogy „romkocsmáknak” hívják az itt található vendéglátó bárokat. Mivel a szabályozás és tervezés minimális az önkormányzat részéről, a kulturális élet egyrészt virágzásnak indult, másrészt egyidőben problémás zónává válik. A tanulmány adatai alapján a kerület nemcsak "alkohol turistákat" vonz, hanem a látogatók jelentős része magasabban képzett, ugyanakkor amagyar fogyasztókat kiszorították az emelkedő áru-, belépő- és ingatlanárak, de ezen „junk turizmus” velejárói a rendszeres éjszakai rendbontás, randalírozás, megnövekedett zajszint, az utcai szemetelés, szennyezés, vizezés és ürítés és bűnözés, illetve a már említett, javarészt az Airbnb, és ahhoz hasonló rövidtávú lakáskiadó platformok által vezetett dzsentifikációs folyamatok. (Smith, et al., 2019a)

Smith és munkatársai (2019b) tanulmányában a megkérdezettek jobb takarítási szolgáltatásokat, több kukát, több rendőrt, több nyilvános WC-t és jobb közvilágítást és éjszakai zárórát szerettek volna akkor. A rendőrség, az önkormányzat és a várostervezők ugyan

megpróbálják ellenőrzésük alatt tartani a városrészt, azonban maguk a kerületek is számos szempontból eltérnek, és a hatáskörök és források elosztása, és a városvezetés és kerületek közötti felelősségi viszonyok tisztázatlansága is gyakran konfliktus forrása, és politikai feszültségeket okoz. Kijelenthető tehát, a helyi hatóságok ambivalens és tétova hozzáállást mutatnak, azaz nem megfelelően kezelik az úgynevezett éjszakai gazdaság (ÉG), és a túlzott turizmus kérdését, ami komoly kihívás a város számára. Az ÉG okozta problémák kérdése és megoldása ugyan az önkormányzati választásokon is szerepet játszottak, politikai szintén azonban kevés az aktív fellépés a turizmussal kapcsolatos kérdések kezelésére

A 2014 után felgyorsuló dzsentrifikáció és turizmus hatására a lakás- és ingatlanpiac 40%-kal nőtt Budapest belvárosában 2016-ra (FHB, 2016). Az elemzés rávilágít arra, hogy a kormányzat nem szabályozza megfelelően a helyi éjszakai gazdaságot, és a lakosok érdekeit nem veszik kellően figyelembe. Ezen probléma megoldására Jeff Speck,¹⁰¹ Szabály az élhető városért című könyvében ír javaslatokat.: „6.szabály: A városoknak aktívan kell beruházniuk pénzt és szakértelmet egyaránt annak érdekében, hogy megfizethetőbb legyen a lakhatás a városmagokban.” (Speck, 2018, p. 15.)

A turizmus és az ÉG (éjszakai gazdaság) közötti kapcsolat különösen fontos tényező a város turisztikai problémáinak megértéséhez. Az ÉG fogalma azon esti órákban zajlott gazdasági tevékenységeket takarja, melyek hozzájárulnak az adott város vagy térség gazdaságához. Az ÉG, különösen a bárók és szórakozóhelyek, az elmúlt évtizedekben kulcsfontosságú szerepet játszottak a posztindusztriális európai városok központi negyedeinek regenerációjában ugyanakkor számos probléma és kihívás forrásai is, mivel az gyakran csupán az alkoholfogyasztáshoz kötődik. Ezért az ÉG torzítja a turizmusról alkotott képet, és apátiát, ellenséges hozzáállást szülhet a lakosok körében. Kiváló és időszerű példa erre Barcelona városának esete, mely már évek óta küzd a turizmus ezen formája ellen. Katalónia fővárosában a lakosság egyre komolyabb eszközökkel ad hangot elégedetlenségének. 2024 júliusában például több olyan cikk is született, melyek szerint Barcelonában a helyi lakosok a tömegturizmus, és annak megélhetési költségeikre és életminőségükre gyakorolt negatív hatása miatt mentek ki tüntetni az utcára és vízpisztollyal lövöldöztek turistákra. (Turizmus Online, 2024)

További konfliktusforrás, hogy a turisták eltérő módon használják a városi (szín)teret, és az időbeliség is konfliktusforrás lehet, hiszen az idősebb, naponta általában korábban ébredő lakosok életvitele jócskán eltér fiatalabb, hajnalig bulizó turisták bioritmusától. A dzsentrifikációért, a zajsztint emelkedéséért, a zsúfolt bárókért vagy a lakáspiaci árak egyre

súlyosabb növekedéséért mind a turizmust okolhatják a lakosok, azonban Smith és munkatársai szerint (2019b) a turizmus csupán katalizálja ezen folyamatokat, és az általa megkérdezettek is úgy vélik, hogy nem a turizmus ezen problémák valódi forrása.

Smith és munkatársai (2019a) tanulmányukban megállapították, hogy a Covid-19 előtti időszaknak a világjárvány kitörésével végleg vége szakadt, és most valószínűleg egy magasabb minőségű szolgáltatásokat igénylő, és a kulturális örökségekre, egyedi és helyi hangulatra és élményre, illetve a magyar gasztronómiára kíváncsi látogatói kör növekvő érdeklődésére számíthat Budapest. Ezen látogatók mára inkább a kulturális és örökségi látnivalók miatt látogatják Budapestet, de vonzó számukra a hagyományos gasztronómia is, ezért inkább a tradicionális magyar fogásokat és italokat részesítenék előnyben, mint a nemzetközi gyorsétteremláncok termékeit. A fiatalabb turisták inkább a bárakat, klubokat és fesztiválokat kedvelik, míg az idősebbek a múzeumokat és galériákat részesítik előnyben. A fürdők is fontos szerepet játszanak a turizmusban, bár a látogatás célja itt eltér: külföldi látogatók inkább szórakozni és az élmény miatt jönnek, a magyarok pedig a pihenés és gyógyulás érdekében látogatják őket.

A város zöld részei, úgy, mint közparkok, ligetek általános népszerűségnek örvendenek, és a látogatók előszeretettel vesznek részt természetközeli tevékenységekben a szabad levegőn. Ebből is látszik, hogy a jövőbeli siker érdekében „okos”, azaz adaton alapuló és magas szinten digitalizált, illetve fenntartható módszereket kell alkalmazni és ilyen jellegű turisztikai szolgáltatásokat kell kifejleszteni és kínálni az idelátogatók számára. A cél az, hogy a turisták már-már helyiekké váljanak látogatásuk során, és vigyázzanak a helyi lakosokra és környezetre.

Ilyen kezdeményezés volt a Liget projekt, mely egy 2015-ben a magyar kormány által jóváhagyott nagy volumenű városfejlesztési terv. Ennek keretében Budapest legnagyobb parkjában, a Városligetben új múzeumok és kulturális létesítményeket építettek, mint például a Magyar Zene Háza. A terv célja egy családbarát kulturális- és rekreációs park létrehozása volt. A kormány több millió kulturális turista bevonásával érvelt, mégis a projekt vitát váltott ki a lakosság körében, akik a beruházást autokratikusnak tartották, a kormányt hatalmi visszaéléssel vádolták, és kifogásolták, hogy több fát is ki kellett vágni az új épületek miatt. Annak ellenére, hogy a magukat Ligetvédőknek nevező aktivisták két éven át táboroztak a parkban, tiltakozásukat állandóan megnyilvánítva, a munkálatok megkezdődtek és a projekt megvalósult. A két „példa” esetében a turizmus hosszú távú hatása jól megkülönböztethető: míg a Városliget projekt lehetőséget nyújt Budapest kulturális turizmusának fejlesztésére, addig a VII. kerületben az éjszakai élet inkább negatív hatással van a lakókra.

A bulinegyed problémájára fogalmazott meg Smith és munkatársai (2019a) megoldási javaslatokat. A túlzott turizmus és ÉG aktív tervezése és szabályozása, a romkocsmák helyi és eredeti jellegének, dizájnjának és kortárs kultúrájának hangsúlyozása, a városrész kulturális dimenzióinak a jelenlegitől eltérő promóciója alapvető és kulcsfontosságú. További szabályozásokra van szükség, hogy a biztonsági, bűnözési és feketepiaci problémákat végleg megoldják, és egyensúlyt kell teremteni a helyi lakosok mindennapi élete és a turizmus között is. Mindehhez több párbeszédre van szükség az érintettek között, például a repülőtér, a bárók, éttermek, magánszállások, turisztikai szervezetek, hatóságok és végső soron a lakosság között is.

A kulturális- és üzleti turizmus sokkal kevesebb negatív hatást gyakorol a helyi közösségekre, mint az ÉG turizmusa, így ezen turisztikai irányokat lenne szükséges fejleszteni, és ezt alapul véve promotálni a várost, annak kerületeit, kínálatát és értékeit, hogy arra ösztönözzék a turistákat, hogy hosszabb időt töltsenek el Budapesten, és legyenek kíváncsiak az ország többi részére is.

Budapestet a már meglévő problémái mellett a túlzott turizmus veszélye nem fenyegeti, hiszen a gazdasága nem kitett a turizmus iparágának, azonban a városnak meg kell oldania az ÉG negatív hatásaiból fakadó problémákat és feszültségeket, illetve fel kell készülnie a megemelkedett turistaforgalomból fakadó esetleges infrastrukturális túlterheltségre. Erre megoldás lehet a budapesti repülőtér kapacitásának bővítése, de a belvárosban túlzott koncentrációban jelenlévő szállodák helyzetét is szükséges rendezni. Budapestnek megvan a kapacitása, hogy végrehajtsa ezeket a fejlesztéseket. (Havas, et al., 2024)

Ezt támasztja alá Smith kutatótársaival (2019b) is, akiknek kutatásai szerint a budapesti lakók inkább a politikai korrupciót, a laissez-faire városvezetési megközelítést, a dráguló ingatlanárakat, a zöldterületek csökkenését és az életminőség romlását emelték ki a budapesti városi életet nehezítő körülmények közül.

A tanulmány szerint a turizmus robbanásszerű fejlődésének negatív hatásai, mint a dzsentifikáció, az éjszakai gazdaság növekedése, és az Airbnb szálláshelyek túlzott koncentrációja a „party negyedben” elsősorban a városban tapasztalható tervezetlen, lazább, önszabályozó fejlesztés és szabályozás következményei. Ez a helyi lakosok tiltakozását váltotta ki, akik főként a zaj, túlszűfolttság, a szemét, az árnövekedés és utcai bűnözés miatt fejezték ki nemtetszésüket. Az Airbnb-hez hasonló lakáskiadási szolgáltatások csak tovább súlyosbították a problémákat. Mermet (2017) kutatása szerint Reykjavíkban az Airbnb hatásai nagyon

hasonlóak a dzsentrifikáció fő jellemzőihez. Bár Budapest esetében ilyen kutatási eredmények még nem állnak rendelkezésre, a folyamat jelei egyre inkább megfigyelhetők.

Zapata (2023) tanulmánya szerint Medellinben sincs ez másképp. Medellin esetében a fő „bulinegyed” az El Poblado városrész. Zapata (2023) 2023 januári terepkutatása során azt tapasztalta, hogy a Poblado városnegyed Európát idéző nemzetközi hangulattal bír a rengeteg külföldi látogató miatt. Medellin turizmusa az elmúlt 10 évben jelentős iparággá nőtte ki magát. Mindez hozzájárul az infrastruktúra fejlődéséhez, munkahelyteremtéséhez és a gazdasági növekedéshez, ez a gyors növekedés azonban számos problémát is felvetett. Az egyik fő kihívás a turizmus helyi lakosok életminőségére gyakorolt hatása. A Medellin Turizmus Fejlesztési Terve 2018-2024 (2018) konkrét célként határozza meg, hogy a turizmusból származó jövedelem elosztása széleskörű legyen, és elkerüljék a túlzott koncentrációt a város kulcsfontosságú területein, hiszen a terv szerint a turizmus egy szűk környezetre való túlzott összpontosulása lakosok életének befolyásolásával jár, ebbe beleértve a mobilitást, a kereskedelmi és szórakozási lehetőségeket, valamint a bérleti díjak emelkedését.

Zapata (2023) tanulmányában a helyi lakosok véleményének megismerése érdekében négy embert kérdezett meg. Az első interjúalany elmondta, hogy a turizmus pozitív és negatív hatásait is észleli az El Poblado városrészben, ahol él. Pozitívumként említette a munkahelyteremtést és a helyi kultúra iránti érdeklődést, de aggasztónak találja, hogy a helyi vállalkozások egyre inkább a külföldiek igényeire koncentrálnak. Egy másik interjúalany egy kis étterem tulajdonosa- elmondása szerint a turisták növekvő száma miatt új munkavállalókat kellett felvennie, és az étlapon is módosítania kellett, hogy megfeleljen a nemzetközi vendégek ízlésének. Ezen interjúalany szerint a helyi ételeket megőrzése és megóvása fontos lenne, mivel a turisták körében egyre népszerűbbek a nemzetközi ételek és félő, hogy azok kiszorítják a helyi tradicionális fogásokat. A harmadik interjúalany, egy 68 éves helyi lakos szintén aggasztónak találja a helyiek a megemelkedett bérleti díjak miatti elköltözését. Szerinte a helyi hatóságoknak prioritásként kellene kezelniük a helyiek szükségleteit, és be kellene vonniuk őket a turizmus tervezésébe.

A turizmus növekedése tehát bizonyítottan előidézheti a dzsentrifikációt, vagy annak érzetét, ami a helyi lakosok további elköltözéséhez vezethet, mivel a megemelkedett ingatlanárak miatt nem tudják megfizetni a bérleti díjakat. Zapata (2023) egy Forbes (2023) cikkre hivatkozik, mely kimutatja, hogy Medellinben a bérleti díjak egyre gyorsabban emelkednek, mint az infláció, és ehhez a jelenséghez a digitális nomádok és nyugdíjasok megjelenése is hozzájárul.

Hogy a fenntartható és közösség alapú turizmust fejlessze, a város különböző projekteket indított. Az ilyen programok céljai többek között, hogy megőrizték a helyi közösségek kulturális örökségét és bevonják a helyi közösségeket a turisztikai tevékenységek kialakításába. Ilyen kezdeményezés a „Medellín a Tiéd” program, melynek célja, hogy a helyi közösségeket aktívan bevonja a turisztikai események tervezésébe és szervezésébe.

2.3.2 A sötét turizmus Medellinben

A sötét turizmus olyan utazási forma, amely során a látogatók tragédiához, halálhoz, szenvedéshez vagy erőszakhoz kapcsolódó helyszíneket keresnek fel, amelyek egy adott hely történelmi eseményeihez vagy társadalmi kihívásaihoz kapcsolódnak. Ez magában foglalhat múzeumokat, emlékhelyeket, temetőket, börtönöket és egyéb helyszíneket, ahol szimbolikusan vagy fizikailag megjelennek a társadalmi traumák, bűnözés vagy háború emlékei. Ilyen helyek például Auschwitz, a Ground Zero New Yorkban, vagy a pompeji romok.

A sötét turizmus célja részben az ismeretszerzés, az események háttérének megértése és a gyász feldolgozása, ugyanakkor gyakran felmerül az etikai kérdés, hogy a szenvedés és halál helyszíneinek látogatása az elvárható tisztelettel történik-e, és hogy a látogatás maga milyen hatást gyakorol az érintett közösségekre. (Rao, 2023)

A sötét turizmus Medellinben a város erőszakos múltjának egyes helyszíneire épít, ahol olyan látványosságokat találhatunk, mint a Pablo Escobar Múzeum, a Casa de Monaco helyszínén létesült Inflexión Memorial Park, vagy a 1993-as Avianca katasztrófa helyszíne. E turizmuságazat erőteljes növekedése ugyan sok, a város múltját megismerni kész látogatót vonz, de erkölcsi dilemmát is felvet, miszerint etikus-e hasznot húzni a múltból, a szenvedésből és a halálból. Az érvek megoszlanak: egyesek szerint a sötét turizmus segít bemutatni Medellin történelmét és előmozdítani a békét és a gyógyulást, míg mások szerint ez tiszteletlenséget jelent az áldozatok és családtagjaik felé. Mindenesetre Medellin turizmusának fókuszát a mai napig próbálják a sötét turizmus helyett pozitívabb és inspirálóbb élmények irányába terelni. Ennek érdekében a város városfejlesztési és kulturális beruházásokat indított, amelyek a művészeteket, a történelem gazdagságát és a természeti szépségeket helyezik előtérbe.

Ma idegenvezetett túrák sora várja a város történetének megismerésére vágyó látogatókat. A két közönségkedvenc a “Comuna 13 Graffiti Tour” és a “City Center - Medellín” túrák. A helyi, tősgyökeres idegenvezetők szívesen és szenvedélyesen mesélnek Medellin múltjáról és jelenéről. Zapata (2023) szerint a résztvevők között különösen nagy érdeklődés mutatkozik a belváros története és az ország fegyveres konfliktusának részletei iránt. A megkérdezett turisták

elismerte, hogy idegenvezető nélkül nem merné felkeresni a város turisták által kevésbé látogatott területeit. A vezetett túrák tehát segíthetnek változtatni a Medellínnel kapcsolatos sztereotípiákon, ezért az idegenforgalomban dolgozók megfelelő angol nyelvi képzése rendkívül fontos, és ezért a városvezetés aktívan tesz is az oktatás folyamatos fejlesztésével.

A sötét turizmus egyes társadalmi problémák felerősödéséhez is vezethet, mint például a prostitúció és a drogkereskedelem. Ezek különösen olyan helyszíneken, mint a Lleras Park (Parque Lleras) jelennek meg, és külföldi látogatók körében is változatlanul népszerűbbek. A prostitúció témája komoly társadalmi problémákat okozott, különösen a gazdagabb El Poblado környékén, ahol nőtt a szexuális kizsákmányolás eseteinek száma. (Zapata, 2023). A helyi cikkek szerint az alapvető szegénység, a munkanélküliség, az állami fellépés hiánya és a venezuelai migráció is hozzájárult a probléma fokozódásához. A helyi turisztikai szervezetek többféle megoldási javaslatot dolgoztak ki, például a szexturizmus és prostitúció elleni szabályozások szigorítását, a tudatosság növelését és az alternatív gazdasági lehetőségek megteremtését.

A sötét turizmus Medellínben egyszerre előny és kihívás. Ez a fajta turizmus hozzájárul ugyan a város gazdaságához, ugyanakkor komoly társadalmi és etikai kérdéseket is felvet. A jövőbeni megoldások között fontos szerepet kap, hogy a látogatók megértsék, milyen kontextus veszi körül sötét turizmus látványosságait, és milyen következmények jár azok meglátogatása.

2.4 „Ragadozó városok” – hogyan szorítják háttérbe a nagyvárosok az agglomerációikat – Budapest esete

Az úgynevezett szatellit városok, vagyis a nagyvárost körülvéő, közösségi közlekedéssel vagy gépkocsival könnyen és gyorsan megközelíthető, egy nap alatt meglátogatható kisebb desztinációk, melyeket előszeretettel keresnek fel a látogatók, ha nagyvárosba utaznak. Michalkó (2019) szerint ezen szatellitvárosok egyre inkább a látogatók turisztikai fogyasztás vezérelte mobilitás célterületeivé válnak. A lélektani határ Illyés (2017) kutatása szerint a 100 km, - ennyit hajlandóak még megtenni a látogatók egy-egy szatellit város meglátogatásáért. Szatellit város általában fürdőváros, kastélyváros, autentikus hangulatú kisváros, vagy történelmi jelentőségű város. Illyés (2017) tanulmányában rámutatott, hogy az ilyen városok esetében mivel a kirándulók többsége nem fordul meg hivatalos szállásadói egységben, így az ágazati mutatók nem tükrözik a turisztikai forgalom valódi volumenét a városban, és az idelátogatók nagyobbik része statisztikailag „láthatatlan” marad. Illyés (2017) kutatásának célja a szatellit városok fogalmának és turisztikai kihívásainak bemutatása volt, különös tekintettel a

statisztikai mérhetetlenség problémájára, ugyanis az ilyen agglomerációs területek turisztikai mozgásainak disszonanciái kihívás elé állítják a turisztikai szakembereket. Ezen probléma megoldására tett erőfeszítéseket Michalkó (2019), aki tanulmányában a mobiltelefonos cellaadatokat használta fel, hogy megismerje a szatellit turizmus sajátosságait, de a Big Data technológia lehetőségeit is feltárta a turizmus társadalomföldrajzi vonatkozású tanulmányozására. Michalkó (2019) vizsgálata megállapította, hogy a nagyváros eddig feltételezett „gravitációs mezője”, azaz a szatellit turizmus keretében elérhető települések köre messze túlmutat az előfeltevésben körvonalazott agglomerációs térség határain, de arra is rámutatott, hogy az általa alkalmazott módszertan számos olyan korláttal rendelkezik, amelyek gyengíthetik az eredmények érvényességét.

A nemzetközi példák alapján a szatellit városok általában egynapos kirándulások célpontjai, mint ahogy Szentendre is, amely szoros kapcsolatban áll Budapest turizmusával. Az egynapos látogatók száma jelentős, de mivel nem veszik igénybe a kereskedelmi szálláshelyeket, nehéz pontosan mérni őket. A kutatás szerint a városnak új turisztikai attrakciók és minőségi szálláshelyek fejlesztésére van szüksége, hogy hosszabb tartózkodásra ösztönözze a látogatókat. Az új fejlesztéseknek a minőségi turizmusra kellene fókuszálniuk, hogy csökkentsék a tömegturizmus terhet.

Illyés (2017) a tanulmányában Szentendrét vizsgálta, mely Budapestről közvetlenül HÉV-vel elérhető, azonban Budapest esetében számos további szatellitvárost is megemlíthetünk. Visegrád, Esztergom, Etyek, Gödöllő, Vác és Tata mind közkedvelt úticélok mind a belföldi, mind a külföldi turisták esetében.

Medellín esetén is felfedezhetünk szatellitvárosokat. Ilyenek például Guatapé, Santa Fe de Antioquia, Rionegro, Jardn, El Retiro, és San Jerónimo. Medellinben kiemelten promotálják Guatapét, mely kb. 80 km-re fekszik Medellintől és impozáns, hangulatos kis faluján kívül az El Panol bazaltszikláról is nevezetes, de számos vízi tevékenységet és sportot űzhet itt az idelátogató. Guatapé és Medellín esete azért tér el Budapéstétől, mert Guatapé az medellíniek és kolumbiai belföldi turisták számára is kiemelt üdülőhely. Ugyan Guatapé kicsiny falucskája csupán 3 számottevő hotelnek ad otthont, a falu 25km-es körzete telis tele van ún. ecolodge-okkal, víkendházakkal és apartmanokkal. (booking.com, 2024)

Medellín hivatalos turisztikai térképe is megemlíti 5 Medellin környéki szatellittelepülést. Ezen települések Santa Elena, az Altavista, a San Cristóbal, a San Sebastian de Palmitas és a San Antonio de Prado. Mindegyik település számos attrakcióval és programmal várja a látogatókat.

Az attrakciók főként vallási (templomok) és természeti (túraútvonalak, kilátók, vízesések, tavak, rezervátumok) jellegűek.

2.5 Lehetőségek és kívánatos turizmusfejlesztési irányok a két városban– a kulturális turizmus

Schultz (2015) cikkében megírta, hogy a múzeumok ugyan nem az elsődleges látogatási célok a Budapestet felkereső látogatók körében, azért városképi elemeivel, programkínálatával, atmoszférájával, nemzetközi vonzásintenzitású fesztiváljaival, ár-érték arányával igencsak népszerű és divatos „city-break” célpont az Európai Unió és az Egyesült Államok nagyvárosaihoz képest is. Schultz (2015) továbbá rámutatott, hogy míg a klasszikusnak mondható, regionális versenytársakról, úgy, mint Prága és Bécs, markáns és motiváló előzetes kép él a látogatók fejében- ami önmagában is komoly motivációs tényező- addig Budapestre ez nem jellemző, esetében a motivációt inkább külső hatások, mint például az interneten gyorsan terjedő „szájpropaganda” alakítják ki, és nem előzetes kép. Ez a bizonyos szájpropaganda pedig főként a főváros épített és tájképi örökségeit, szórakozóhelyeit és gasztronómiáját ismeri el, a város egészét, mint desztinációt emeli ki. A város egésze pedig nem más, mint a városképi elemek, a programkínálat, a megfoghatatlan mégis körülírható atmoszféra, a nemzetközi vonzásintenzitású fesztiválok, és a kiváló ár-érték arány. Ezt kellene tehát a turisztikai szakembereknek, mint „Budapest” eladnia, hiszen a városi turizmus fejlesztésének célja egy olyan, minőségi turizmus megteremtése, ami a magasabb fajlagos költség felé elmozduló szegmenst célozza meg. Mivel Budapest már amúgy is erős kulturális városlátogatási turizmussal büszkélkedhet, ezért a szakma szerint a hivatásturizmus fejlesztésére van szükség, mely elsősorban infrastrukturális beruházásokat (pl. nagy kapacitású konferenciaközpontok és annak kísérő szolgáltatásai) kíván meg. A leghatékosabb esetben a hivatásturizmussal beutazó üzleti réteg az első, munkaügyi látogatásuk után -mialatt például a kísérőprogramok közben jól érzik magukat, így a pozitív élmények hatására később - mint szabadidős-, vagy kulturális motivációjú turisták térnek vissza és vesznek igénybe magasabb árú szolgáltatásokat. Ezt a célt szolgálhatják az egészségturizmus-, azon belül is a gyógyturizmus aktuális fejlesztései, illetve a műemléki felújításokkal járó városnegyed-rehabilitációk folytatása is. (Schultz, 2015)

A Budapest első számú vonzereje az odalátogató turisták szerint az építészetében rejlik. Ennek oka, hogy az európai városok versenyében – történelmi okokból – számottevően nem a múzeumaival van jelen Budapest, hanem összképével, hangulatával és építészetével, mert Bécs, London vagy Párizs fővárosok múzeumi kínálatával egyszerűen nem versenyezhetnek Budapest állandó tárlatai. (Schultz, 2015)

A kulturális turizmus fejlesztésének előnyös hatásai igencsak számottevőek, ezért az egyik legfőbb cél jelenleg az, hogy Budapest értékteremtő élményeket kereső turistákat vonzzon. Ennek eléréséhez az egyre inkább kiéleződő globális turisztikai versenyben döntő előnyt kínálhatnak Budapest világ szinten is egyedi fürdői és zsidó öröksége. A legfontosabb kezdeményezéseket a turizmuspiac szereplőinek, úgy, mint légitársaságok, szakmai szövetségek, szálloda- és étteremüzemeltetők, utazási irodák és -ügynökségek, rendezvényszervezők bevonásával és vezetésével kell megvalósítani. És hogy a város ne csupán a nemzetközi turistái számára kínáljon kellemes tartózkodást, több rekreációs attrakció létrehozására, és további zöldfelületek, úgy, mint parkok létrehozására lenne szükség, illetve további, 21. századi városi fejlesztéseket kell eszközölni.

Számos mód létezik, hogy Budapest növelje a látogatói számát és színesítse az összetételét. A fő küldőpiacokat, úgy, mint Kína, az Egyesült Államok és Németország, közvetlenül megcélzó kampányokat kell indítani. Egy egyre növekvő turisztikai szegmens, a magasabb költségi halandóságú, prémium és luxus minőségű szolgáltatásokat kereső turisták körében is érdemes lenne kiemelni Budapestet, mint ilyen jellegű szolgáltatásokat is kiválóan és kedvező ár-érték arányú desztinációt. Ehhez kulcsfontosságú a megfelelő digitális- és személyre szabott marketing alkalmazása. A promóciós csatornák megválasztása is kiemelt fontosságú: az online utazási ügynökségek, OTA-k, utazási platformok- és légitársaságokkal kialakított és kialakuló partneri kapcsolatok elengedhetetlenek lesznek a jövőben is. További turisztikai keresletnöveléshez nyújthat kiváló lehetőséget a vasúti- és légi összeköttetések és az infrastruktúra fejlesztése. Például, ha Budapest partneri megállapodást kötne légi- és külföldi vasúttársaságokkal, azok kedvezőbb feltételű utazásokat kínálhatnának az utasaik számára.

Medellín átalakulása példaértékűvé vált nemcsak Kolumbiában, hanem az egész Latin-Amerikában is. Különösen az 1980-as és 1990-es évekhez képest markáns a kontraszt. Ekkor Kolumbia legmagasabb gyilkossági rátájával a világ legveszélyesebb városának számított. Az erőszak elsősorban az informális településekkel volt összefüggésben, ahol, mint azt már említettem, a bandák szoros összefüggésben álltak ezekkel a városi peremterületeken élő közösségekkel. Mára azonban a bűnözési ráta drámaian csökkent, és Medellín Kolumbia egyik legversenyképesebb városa lett az üzleti élet és a turizmus szempontjából. Ugyan a hegyi közösségeket a metróvonallal, és ezáltal a belvárossal összekötő rendszer a napi ingázók kevesebb, mint 10%-át szolgálja ki, szimbolikus ereje és üzenete, miszerint a szegényebb közösségek lakóit is szeretnék bekapcsolni a munkaerőpiacba és ezáltal a város életébe, óriási jelentőséggel bír. Ennek köszönhetően ezek az eddig kimaradt területek nem csupán a város

egyik részévé váltak, de a város identitásának egyik leginkább meghatározó elemévé, azaz fontos városmárkázási eszközzé váltak. Ezen területek fizikai és kulturális jellemzőinek megfelelő kommunikációval és a város arculatába integrálásával.

Bár még mindig sok tennivaló van a szegénység elleni küzdelemben és a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentésében, a város lakói hisznek abban, hogy jó úton haladnak. Ez az átalakulás vonzza a látogatókat és a szakértőket is, akik Medellínbe utaznak, hogy első kézből tapasztalják meg a változásokat, és tanuljanak az "integrált fejlődési modellként" ismert megközelítésből, amelyet mindennapokban "szociális urbanizmusnak" neveznek.

A szociális urbanizmus egyik fő célja az évtizedek óta felhalmozott társadalmi adósságok, egyenlőtlenségek, illetve a bűnözés problémáinak csökkentése volt. Mindemellett kiemelt figyelmet fordítottak a város legszegényebb területeinek fejlesztése oktatási-, kulturális- és vállalkozói ösztönzőprogramok révén, a megfelelő infrastruktúra és a magas színvonalú építéset biztosításával.

Az egyik legismertebb és leglátogatottabb szociális urbanizmus projekt a "comuna nororiental" területén valósult meg, amely Medellín egyik legszegényebb és legmagasabb bűnözési rátával rendelkező negyede volt. A projekt keretében új kábelvasúttal bővítették a metróhálózatot, de a fejlesztési beruházás pontjai között szerepelt a közterületek- és a városi infrastruktúra fejlesztése is, hogy elősegítsék a társadalmi átjárhatóságot. Ezen projektek egyik ikonikus eleme a Spanyol Monarchiáról elnevezett "España" könyvtár, mely Giancarlo Mazanti tervei alapján épült. A könyvtár nem csupán Medellín egyik jelképe lett, de számos látogatót vonz a területre és a közösség fő referenciapontjává is vált, mely az oktatást és kultúrát mindenki számára elérhetővé tette.

A szociális urbanizmus tehát Medellín egyik védjegyévé vált, különösen az informális települések megújítására irányuló lakásfejlesztési programok révén, amelyek fokozatosan integrált városi projektekké fejlődtek. Ezek a projektek nemcsak lakásfejlesztést foglalnak magukba, hanem a közösségek bevonását, szociális szolgáltatásokat, közterületek létrehozását és magas színvonalú városi infrastruktúra biztosítását is. Ez a megközelítés nemzetközileg is elismertté vált, mint az egyik legsikeresebb városmegújítási modell, hiszen a projekt eredményei figyelemre méltóak, és Hernandez-Garcia (2013) szerint a társadalmi hatás is pozitívnak tűnik. A bűnözési ráta is jelentősen csökkent, ennek megfelelően a közbiztonság érzete javult, amit a turisták egyre növekvő száma és jelenléte is bizonyít. A helyiek is örömmel fogadják a környék átalakulását és az érdeklődést, amelyet ez a városrész vált ki. Új boltok

nyíltak, utcai árusok jelentek meg, és a hétvégéken fesztiválszerű hangulat uralkodik a környéken, amely vonzza a turistákat.

Azonban a szociális urbanizmus kritikákat is kapott. Felmerültek aggodalmak az infrastruktúra fenntartási költségei és az építészet extravaganciája miatt, amelyeket többen divatjamúlnak és a környezettől idegennek tartanak. A legfőbb kérdés az, hogy a szociális urbanizmus valóban a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentését célozza-e, vagy inkább a város imázsának építésére és a nyomornegyedek pacifikálására irányul. Bármilyen eredeti cél húzódjon meg ezen városfejlesztési projektek mögött, pozitív hatásait nem tagadhatja le senki, sőt, Hernandez-Garcia (2013) szerint városmárkázási- és turisztikai szempontból még ki sem merítették az ebben rejlő potenciált.

Talán szánt szándék nélkül, de a szociális urbanizmus segített egy hitelesebb, egyedibb és különlegesebb városimázs kialakításában, amely megkülönbözteti Medellint más kolumbiai és latin-amerikai városoktól. A szociális urbanizmus azokba a hegyi negyedekbe is elhozta a turizmust, ahol ez csupán tíz évvel ezelőtt elképzelhetetlen lett volna. Medellín egy olyan városi és társadalmi fejlődési modellt épített ki, amelyet más városok is megfigyelnek és igyekeznek lemásolni.

Medellín fő turisztikai terméke tehát pont ez a szociális urbanizmus. Míg Budapest az építészetével, egyedi hangulatával, kulturális programjaival és gasztronómiájával vonzhatja a látogatókat, addig Medellín épp a sötét és szomorú múltjától való szabadulásának történetére és egy azután kialakult, friss, modern és innovatív városképére építve alakíthat ki egy turizmusgazdasági profilt. Medellín számára a „Medellín-sztori” a fő terméke: a látogatók számára az jelenti a legnagyobb élményt, hogy a szemük látára válnak a hegyi, illegálisan felhúzott favallákból művészeti központok, hogyan válnak a kilátástalan szegény negyedekből virágzó közösségek.

2.5.1 A városmárka kialakításában rejlő kihívások Budapest esetében

A városi márkahűség kutatása az egyik legjelentősebb kutatási iránnyá vált a desztináció marketing és menedzsment területén (Lachin, 2018). Az egyes városoknak egyértelműen érdekükben áll, hogy minél több, az ő márkájukhoz hű látogatót, azaz visszatérő turistákat vonzzanak, hiszen a hűséges ügyfelek pozitív hatással vannak a város gazdaságára. A hűséges ügyfelek megteremtéséhez pedig az ügyfelek viselkedésének befolyásolására van szükség. Ez a turisták esetében úgy tehető meg, hogy azt az élményt alakítjuk előnyösen, melyet a turisták a turisztikai helyszínen tapasztalnak, hiszen ez határozza meg majd, hogyan viszonyulnak majd

a desztináció márkájához. Ebből a szempontból kulcsfontosságú, hogy ez a tapasztalat pozitív élmény legyen. Egy városnak azonban nem csupán az azt meglátogató turisták miatt is érdemes folyamatosan fejlődnie. Lachin (2018) tanulmánya szerint mivel a kognitív kép hatással van a desztinációra (Souiden, et al., 2017, hivatkozva Lachin, 2018), a városi hatóságoknak meg kell próbálniuk fenntartani a kedvező képet mind a helyi állampolgárok, mind a nemzetközi látogatók érdekében, mert mindkét csoport az imázs ugyanazon dimenzióit kíséri figyelemmel. Ezen dimenziók nem más, mint a biztonság, illetve a magán és az önkormányzati szolgáltatásokat, mint például a köztisztaság fenntartása.

Lachin (2018) tanulmánya szerint a budapesti márka komoly érzelmi és észlelt értékkel rendelkezik így már most erősnek és sikeresnek számít a gyengeségei és problémái ellenére is, azonban jócskán van még hova fejlődni. A városmárka építése egyszerre nem csupán lehetőség, hanem kulcsfontosságú feladat is. Egyrészt lehetőség, hogy az összes érintett fél érdekeit összehangolják. Másrészt komoly feladat, mert egy valóban egységes városi márkaidentitáshoz ténylegesen valamennyi turisztikai szereplő bevonására szükség van. Namaz és szerzőtársai (2023) műhelytanulmányukban többek között az javasolták, hogy a desztinációmenedzsment-szervezetek erősítsék meg a fővárosszintű érdekelt csoportokkal való együttműködésüket, és építsék be azok nézőpontját a marketingtevékenységekbe annak érdekében, hogy valóságosabb és barátságosabb helymárkát tudjanak létrehozni

Budapest számára ez még egy ok, hogy egységes városmárkát építsen, hiszen esetében bizonytalanság, már-már zavar érzékelhető az érdekeltek körében. Ezen bizonytalanság megszüntetésén dolgoznak a Budapest városmárkázásába bevont felek egy stabil márkaszemélyiség és alap értékkészlet kialakításával. Ezen kiindulási pontot biztosító értékkészlet egyik kiváló eleme lehetne a Namaz és Tvergyák (2023) szerzőpáros által javasolt ún. közösen létrehozott értékesítési ajánlat (Co-Created Selling Proposition, CCSP), mely tanulmányukban Budapest hagyományos fürdőkultúrájára, mint egységes termékre építene. Ez egy olyan turisztikai útvonal kialakítását jelentené, melynek célja a helyi fürdőkultúra bemutatása, elkötelezett, aktív polgárok működtetnék, és vállalkozások, civil szervezetek és turisztikai hatóságok összefogásával jönne létre.

A városi márkahűséget az elégedettség és az érzelmi érték alakítja. Érzelmi értéket adhat a biztonságérzet, a város szépségét és sokszínűségét kiemelő képzettársítások és egyéb általános pozitív benyomások. A Lachin (2018) által említett hűségmodell kiemeli tehát az érzelmi érték és a kreativitás fontosságát, valamint a városok azon kulturális eszközeit, melyek egy egyedi élmény és ezáltal egy hosszútávú emlék kialakításához segíthetik az odalátogatókat. Ezen

emléket legkönnyebben a közlekedés rossz minősége, a közegészségügyi problémák, a nyelvi akadályok, a navigációs problémák, illetve a mindennapi politika, a nacionalizmus és a légszennyezés ronthatja el.

Ezt a hűséget azonban előzetesen szükséges megalapozni. A városi desztinációk esetében az érzelmi érték és a turisztikai célpont minősége a legfontosabb tényezők, amelyek befolyásolják az észlelt értéket, mely a hűség legfontosabb előzményének számít. Mindehhez kulcs az autentikus élmény, vagyis olyan hatásos bevonási tevékenység, mely egyedi kapcsolatot alakít ki a látogatókkal. További fontos tényezők a városmárka iránti hűség kialakulásában látogatóban a látogatás alatt kialakuló imázs, az így később létrejövő motiváció, a számára a látogatáskor elérhető információforrások és az adott városra jellemző demográfiai adottságok, azaz a lakosság hozzáállása a turistákhoz.

Tehát ha egy város megfelelő számú visszatérő látogatót szeretne vonzani, előzetesen is jól felépített, egységes imázst kell, hogy mutasson a környezetére felé miközben autentikus, csak az adott desztinációra jellemző egyedi élményeket is kínál. A köztisztaság és közbiztonságnak megfelelő szintjen tartása szintén alapvető fontosságú az optimális városimázs kialakításához.

2.5.2 Lehetséges jövőbeli fejlesztési irányok – a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 és az Agenda Antioquia 2040

Az új Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 szerint Budapest Magyarország egyik kulcsfontosságú, további fejlesztésre váró turisztikai desztinációja. Alapvető cél, hogy Budapest vonzerejét és látogatottságát hosszabb tartózkodási idővel és növekvő költségi értékkel növeljék. Ehhez a város környezetében fekvő, könnyen elérhető kirándulóterületek, szatellitvárosok is fontos szerepet kaptak, mint például a Dunakanyar és a Budapest környéke turisztikai térség, amely 133 település számlál. Ezen területek bevonásával, és Budapesttel való összekapcsolásával Budapest vendégéjszakáit is növelni szeretnék. A stratégia a keresletorientált gazdasági megközelítést részesíti előnyben, a fogyasztó szegmenseket külön és közvetlenül megcélzó marketingtevékenységgel és Budapest nemzetközi imázsának erősítésével.

Az új desztináció-menedzsment szervezet (DMSZ) további célja, hogy a város és a régió turisztikai szolgáltatásainak koordinációját, és általános marketingjét fejlessze és támogassa. E szervezetek a fővárosi önkormányzattal és a Budapest Brand Nonprofit Zrt.-vel együttműködve biztosítják a turisztikai stratégiák és célkitűzések összehangolását és végrehajtását. Ennek része a turisztikai termékek (pl. városi séták, kulturális események) egységes márkázása, piacra

vitele, és az attrakciók fejlesztésének ösztönzése is. A fenntarthatóság oldaláról a cél a területi koncentráció enyhítése, vagyis a látogatók számának kiegyensúlyozottabb elosztása Budapest és annak környéke között. A fővárosi turizmus környezeti terhelésének csökkentése érdekében olyan fejlesztések valósulnak meg, mint a látogatómenedzsment digitalizálása és a közlekedési infrastruktúra fejlesztése, amely lehetővé teszi a turisták hatékonyabb áramlását a város körüli turisztikai pontokra. Az MTÜ ezen túl digitális megoldásokkal is támogatja a látogatói élmények (ki)fejlesztését. Cél, hogy a digitalizáció végigkísérje és segítse a látogatókat egészen a tervezéstől az élmények megosztásáig.

Antioquia, Kolumbia egyik Északi megyéje, melynek Medellín a fővárosa, egy úgynevezett Agenda Antioquia 2040 turizmusstratégiai tervet dolgozott ki (I. fénykép) több ezer antioquiai bevonásával, mely a közös célok meghatározásáért és a területfejlesztés szereplőinek társulásának előmozdítása érdekében jött létre. Ez a stratégiai terv nem 2030-ig, hanem 2040-ig tűzött ki hosszabb és rövidebb távú célokat. Maga a terv 4 összetevőből áll, melyek a Vízión 2040, az Antioquia 2040 Projektbank, a Területfejlesztési modell és a monitoring és nyomon követési rendszer kiépítése.

Az Agenda Antioquia 2040 program kilenc célt (Meta) (I. fénykép) tűzött ki a fejlődés ösztönzéséért és az életminőség javításáért. Ezek a 9 darab, hosszabb távú, átfogóbb cél a következő:

1. A fenntartható turizmus megszilárdítása
2. A híres antioquiai vasút (Ferrocarril de Antioquia) újraindítása
3. A lakáshiány felszámolása
4. A közszolgáltatások teljes lefedettsége
5. Elismertté válni a tudományos és technológiai kezdeményezésekért
6. Nulla erdőirtás
7. Megújuló energiaforrások használata
8. Körforgásos gazdasági modell alkalmazása
9. Összevont repülőtéri hálózat

Mivel az Agenda nem csupán Antioquia, de az egész ország tervezési történetében eddig példa nélküli társadalmi párbeszéd révén jött létre, és nyíltan arra épül, a párbeszéd „eredményeit” számokban is kifejezték:

1. Az antioquiai társadalom 100 pesóból 15,9 pesót fordít oktatásra és képzésre.

2. A résztvevő nők 61%-a szerint a nők vezetői szerepét, társadalmi és politikai részvételét, egészségét és gazdasági önállóságát meg kell erősíteni.
3. A résztvevők 45%-a a fenntartható turizmust jelöli meg 2040 fő tevékenységeként, az ökoszisztémák gondozása és az összeköttetést biztosító infrastruktúra megteremtése mellett.
4. Antioquia 52 települése szeretné, ha 2040-re elismerjék méltányos és emberközpontú fejlődését.
5. A megkérdezettek 35,93%-a szerint fontos Antioquia versenyképessége, mely első sorban a gazdasági fejlődésen, a mezőgazdasági termelésen, a fenntartható turizmuson, az új technológiák fejlesztésén és az innováción alapul.
6. Antioquia gyermekeinek és serdülőinek 67,4%-a álmodik egy boldog földről.
7. Antioquia etnikai közösségeinek 52,92%-a az oktatást tekintik közösségük ősi hagyományainak megőrzésének fő eszközének.

Ezek az adatok ugyan első ránézésre semmitmondónak tűnhetnek, fontos megjegyezni, hogy az előzetesen meghatározott irányvonalakat, úgy, mint a nők és bennszülött közösségek, gyermekek helyzete, továbbra is kiemelt fontosságúnak tartják, és nem gazdasági megközelítésből vizsgálják a fejlesztendő területeket, hanem szociális és emberi oldalról. Mindemellett persze helyet kap a gazdasági versenyképesség is, de a kezdeményezés már önmagában is példaértékű.

A 20 éves horizontális tervet permanens dialógus hatja át (I. fénykép), míg a terv első, kétéves időszaka a kollektív építkezésről szóló dialógus 2022-ig. Ezután 2023-ben megszületik a vízió, a gyakorlati agenda és a terv megvalósításához szükséges kötelezettségek elfogadása. Ezek után következik a terv végső, egyben leghosszabb szakasza, a stratégiai terv implementációja, a folyamatos ellenőrzés és kiértékelése a 2040-es agendának. 2030-ban elrendeltek egy teljesebb vizsgálatot (ODS) és végül 2040-ben is felülvizsgálják és átbeszélnek az elért eredményeket. Az Antioquia, Amerika zöld szíve Vízió 2040 6 pillért, 25 ún. mobilizátort, „mozgatót” (movilizadores), 115 stratégiai utat és több, mint 1000 kezdeményezést és városi javaslatot gyűjtöttek össze a formális dialógus alatt. A terv 6 pillért határoz meg, melyek cselekvésre szólítanak fel és koherenciát kölcsönöznek a megyében zajló valamennyi projekt számára. Ezen 6 pillér a következő: Egyenlőség, edukáció, versenyképesség, fenntarthatóság, kulturális sokszínűség, béke.

Mindezt egy külön ennek a célnak szentelt intézmény, az ún. Antioquia 2040 Projektbank (Banco de Proyectos de Antioquia 2040) (I. fénykép) fogja össze, mely összegyűjti, tárolja és kezeli a területen zajló projekteket, melyekért az Antioquia 2040 Agenda Legfelsőbb Tanácsa

(Consejo Superior) felel. Az Agenda Antioquia 2040 kiadványon szereplő QR kód beszkenelésével bárki elérheti azt az űrlapot, melynek segítségével egy projektet lehet javasolni a Bank számára, de ehhez 4 feltételnek meg kell a projektötletnek felelni. A kiadvány továbbá 6 érvet sorolt fel, miért érdemes csatlakozni az Antioquia 2040 Projektbankhoz. A Bank a stratégiai kapcsolatok ösztönzését, a kezdeményezések népszerűsítését, a projektek nyomon követési lehetőségeit, az állami és magánszereplők hálózatán keresztül naprakész információk szabad áramlását és a hálózat ún. cseremechanizmusaihoz való hozzáférést emelte ki.

A 2023-as kiadvány szerint az alábbi okok miatt érdemes csatlakozni ehhez a kezdeményezéseket összefogó intézményhez: (I. fénykép)

1. A projektek ösztönzése: Stratégiai kapcsolatok a projektfejlesztés kulcsfontosságú szereplőivel.
2. Láthatóság: Elősegíti az Antioquia jövőjéhez hozzájáruló különböző kezdeményezések terjesztését és népszerűsítését.
3. A projektek nyomon követése: A folyamatban lévő beavatkozások feltérképezése, amelyek a területek fejlesztésének hatékonyságát és eredményességét elősegíthetik.
4. Együttműködő ökoszisztéma: Az állami és magánszereplők hálózata, amely lehetővé teszi a tapasztalatok, információk, tanulságok és bevált gyakorlatok cseréjét.
5. Naprakész információk: Olyan kulcsfontosságú információk, amelyek megkönnyítik a hasonló vagy kiegészítő célkitűzésekhez igazodó más projektekkel való cserét.
6. Cserelehetőségek: Hozzáférés a hálózat különböző cseremechanizmusaihoz, ami elősegíti a hasonló érdekeltségű szereplők közötti szinergiákat.

A területfejlesztési modell 3 makrorégióra épül: A középső térség (Médula) - a „négy szív hosszú városa”; Pacífica – Antioquia, „biodiverzitásának és kultúrájának szíve”; valamint az Észak-Karibi térség, ahol „a cél maga az innováció a megújulásért és regenerációért”. A három makrorégió közül számunkra a Medellín is magába foglaló Médula térség a releváns, amely a kilenc kistérségből négyet tesz ki, és 72 települést foglal magában. Ez Antioquia teljes lakosságának 82%-át jelenti.

A Médula makrorégió egész Antioquia tartományt átszeli az Urabá Antioquenótól az Oriente alrégióig, áthaladva Occidente és a Valle de Aburrá tartományokon- Medellín utóbbiban található.

Ebben a makrorégióban figyelhető meg a legnagyobb városi-, gazdasági-, és társadalmi fejlődés, így ez a terület egyfajta strukturáló tengelyként funkcionál, amely a tartományt a világgal és az ország központi régióival köti össze.

Az összekapcsolhatóság és a versenyképesség érdekében olyan projekteket javasolnak, mint a közlekedés és a logisztika fejlesztése. Például 4G-s hálózatok, vasúti- és tömegközlekedési rendszerek-, repülőterek és kikötők-, egyszóval a digitális és a fizikai infrastruktúra fejlesztése.

Az Agenda Antioquia 2040 bárki számára elérhető az agendaantioquia.com weboldalon.

Turizmusstratégiai összehasonlítás

A két város turizmusstratégiáját egyaránt meghatározzák a fenntarthatósági célok-, a városok és környezetük integrált fejlesztésére irányuló törekvések. Utóbbi intézkedések mind a helyi, mind a nemzetközi turizmust ösztönözni szeretnék. A városok stratégiájában a turisztikai infrastruktúra fejlesztése és a helyi közösségek szempontjai központi szerepet játszanak, de megközelítésük jelentősen eltér. Míg Budapest turizmusstratégiája inkább gazdasági, kereslet vezérelt megközelítést alkalmaz, addig Medellín a szociális és közösségi szempontokat hangsúlyozza a fenntartható fejlődés eléréséhez.

2.6 Szakirodalmi áttekintés ÖSSZEFOGLALÁS

Ebben a fejezetében a két város történelmi, társadalmi és turisztikai múltja és jelene, a jelenlegi kihívások, azok megoldási lehetőségei, a városmárkában rejlő lehetőségek és annak fontossága, illetve előnyös turizmusfejlesztési irányzatok kerültek bemutatásra az összegyűjtött szakirodalom segítségével.

A források szerint megtudtuk, hogy bár a városok történelme és társadalmi kontextusai eltérnek, vannak közös pontok és olyan elemek, melyeket a két város eltanulhatna egymástól. Megtudtuk, hogy Medellín csupán azért került a bűnözés csapdájába, mert túl gyorsan növekedett, de ezt a fajta hátrányát már most hatékonyan előnnyé tudja kovácsolni. Budapest egy konszolidáltabb fejlődési utat tudhat maga mögött, mára azonban kiderült, hogy egyszerűen több látogató fogadására hivatott. Ehhez azonban a turisztikai szereplők és a városvezetés összefogására, és egy egységes, erős és egyedi városmárka kialakítására lesz szükség.

Kulcsfontosságú, hogy a turizmuspiaci szereplők összefogjanak és egységesen lépjenek fel a piacon a kihívások, kihívók és fenyegetések ellen. Ilyen fenyegetés lehet a munkaerőhiány, mely ellen folyamatos munkaerőképzéssel és -pótlással kell fellépni. További kihívás, mely Budapest fejlődését és lehetőségeinek kihasználását gátolhatja a kapacitásbővítésének és

infrastruktúrafejlesztésének elmulasztása. Itt kiemelendő a nemzetközi repülőtér és a főváros szállodái kapacitásbővítésének ügye. Budapest esetében már léteznek olyan közösen létrehozott értékesítési ajánlattételi törekvések (ilyen például a budapesti fürdőkultúra kulturális örökségének bemutatását célzó CCSP), melyek valamennyi turisztikai piaci szereplőt bevonnak és összefogásra készítetnek.

További kedvező fejlesztési irány szélesebb körben olyan professzionálisabb szakmai túrák szervezése, melyek Budapest gazdag és sokrétű építészeti örökségét, illetve összetett és szintén gazdag gasztronómiáját mutatja be. Amennyiben Budapest több üzleti turistát szeretne bevonítani, új, zászlóshajónak is kikiáltható, kifejezetten nagy kapacitású rendezvényhelyszíneket kell tudnia felmutatni. Ezzel szorosan összefügg a szállodák kapacitásának kérdése, mely esetében további turizmusvolumen növekedés esetén nem csupán több, nagyobb kapacitású egységre lenne szükség, de azokat a város így is túlterhelt belső részei helyett a külsőbb kerületekben lenne szükséges elhelyezni.

A túlzott turizmus egyelőre nem kiemelkedő probléma Budapest esetében, de hogy ez az állapot fenn is maradjon, jelentős infrastrukturális beruházásokra lesz szükség. Összességében a város újra pozicionálása, a kulturális értékek hangsúlyozása és a fenntarthatóság előtérbe helyezése kulcsfontosságú a turizmus jövője szempontjából Budapesten.

A Medellínben végzett újítások és társadalmi programok jelentős mértékben hozzájárultak a város pozitív imázsának kialakításához. A különböző díjak és elismerések, valamint a nemzetközi sajtó pozitív megjelenése segítettek megváltoztatni a város felfogását, és kiemelni annak kulturális és kreatív vonzerejét, amely a jövőbeli turizmus szempontjából kulcsszerepet játszhat.

Összességében Medellín elsősorban a fiatal, Európából, Észak-Amerikából érkező, kalandvágyó és kulturális, természeti- és művészeti élményekre nyitott turisták közkedvelt célpontja. Azonban, hogy Medellín elkerülje a túlzott üzletesítést, fontos, hogy vonzereje eredetiségét, mint egyedi, autentikus értéket megőrizze. Ez a kínálati oldal piaci szereplőinek feladata. A Medellín népszerűsítő kampányok fő vonzereje ma is a város kulturális és természeti gazdagsága, könnyen elérhető ökoturisztikai programjai, az aktív kikapcsolódási lehetőségek, mint például a hegymászás, a vadvízi evezés, a siklóernyőzés és a hegyi kerékpározás. Medellín gasztronómiai sokszínűségére is építhet, de egyelőre a hagyományos kolumbiai ételek mellett a nemzetközi gasztronómiai irányok is megjelennek (úgy, mint a

mexikói- vagy olasz konyhák), de ezzel csak még tovább erősítik Medellín vonzerejét a turisták szemében.

Medellín turizmusának növekedése jelentős hatással volt a város infrastruktúrájára, beleértve a közlekedést, a szálláshelyek számának és kapacitásának növekedését, a közterek fejlesztését és felújítását, a történelmi nevezetességek megújítását, valamint a környezeti kihívások kezelését. A városban zajló fejlesztések nemcsak a turisták számára teremtettek új lehetőségeket, hanem hozzájárultak a helyi közösségek gazdasági és kulturális erősödéséhez is. A város iránti kereslet növekedése rámutatott a fenntartható turizmus fontosságára, amely nem csupán segít megőrizni a város történelmét és kultúráját, de közben gazdasági előnyöket is biztosít, és egyre inkább elvárás a látogatók-, tehát a keresleti oldalról is. (Zapata, 2023)

3. Az empirikus kutatás

3.1 A kutatás célja

Az empirikus kutatás részei a félig strukturált interjúk, a netnográfia és a statisztikai elemzés. A kutatás célja a két város turisztikai kontextusba helyezése. Az interjúk által 4 olyan, mindkét városban több hónapig élő személy véleménye kerül elemzésre, akik nem folytatnak kifejezetten a turizmussal kapcsolatos tanulmányokat, így laikus szemmel tekintenek vissza tapasztalataikra. A netnográfia segítségével a turisták a különböző online platformokon kifejtett véleménye ismerhető meg. A statisztikai elemzés célja az interjúk és netnográfia szubjektív véleményeinek objektív adatokkal való ellensúlyozása.

3.2 A kutatás során alkalmazott módszerek

Az adatgyűjtés során a kutatás résztvevőinek véleménye kvalitatív kutatási módszerrel, félig strukturált interjú keretein belül kerül bemutatásra. Ezen kívül a két városvezetés digitális jelenlétének összehasonlítása tartalomelemzéssel történik. A közösségi oldalak megjelenését, a megosztott adatok jellegét, és a hozzászólások turisztikailag hasznosítható tartalmát tekintve. Ez a netnográfia az online közösségek és digitális interakciók vizsgálatára összpontosít, így fontos eszköz Budapest és Medellín városok jellemzőinek összehasonlításában az internetes platformokon elérhető vélemények és értékelések kiértékelésével. A kutatás kvantitatív részét a két település közzétett turisztikai adatainak elemzése teszi majd ki, azaz szekunder módszerként másodlagos, statisztikai adatgyűjtés és adatelemzés történik.

A kutatás során tudatosan alkalmaztam többféle módszertani megközelítést, hogy az eltérő típusú adatok megszerzésével átfogóbb képet alkothassak a két városról és azok

turizmusgazdaságáról. A tartalomelemzés és netnográfia segített a szekunder adatok alapos feltárásában, míg a félig strukturált interjúztatás közvetlenül biztosította a releváns vélemények és tapasztalatok megismerését. A statisztikai elemzés és a fizikai források elemzése pedig megbízható, adatközpontú alapot teremtett a kutatási eredményekhez.

3.3 Vizsgálati minta/résztvevők

Az interjúalanyok kiválasztásának elsődleges szempontja a generációs hovatartozásukon kívül az volt, hogy mind Medellínben, mind Budapesten életvitelszerűen tartózkodtak, így mindkét város élnéltségével kapcsolatban releváns és átfogó tapasztalatokat szerezhettek. A félig strukturált interjúk alanyai a turizmusban aktívan részt vevő két legfiatalabb generáció, az Y és a Z generáció tagjai képzik. Interjúalanyaimat félig strukturált interjúk keretein belül kérdeztem meg személyes véleményükről, hogyan ítélik meg Medellín és Budapest városok aspektusait, városfejlesztési kezdeményezéseit és turisztikai jellemzőit. A szekunder kutatás alapját a két város turisztikai adatai jelentik, míg a netnográfia épülő tartalomelemzés mintáját a Tripadvisor online turisztikai platform, a Booking.com szálláshirdető weboldal, illetve a települések közösségi oldalain megjelenő bejegyzések képezik.

Kutatásom során 4 interjúalannal sikerült félig strukturált interjúkat lefolytatnom, akik hozzájárultak a nevük feltüntetéséhez a dolgozat szövegében.

Réthy Gábor Tanár úr (R. G) a BGE Menedzsment és Vállalkozás Tanszékének egyetemi docense, javarészt ő építette ki a kapcsolatot a Budapesti Gazdasági Egyetem és a Universidad Pontificia Bolivariana egyetemek között, így neki köszönhető, hogy számos cserediák juthatott ki az Erasmus+ cserediákprogrammal- köztük magam is. A Tanárúr évek óta oktatóként vendégelőadóként a medellíni Universidad Pontificia Bolivariana egyetemen. Mivel több, mint húsz alkalommal látogatta már meg Medellín, nagyon behatóan ismeri a várost. Az interjút 2024 szeptember 5-én, csütörtökön folytattam le vele.

Bélafi Szilárd (B. Sz) 7 éve Kolumbiában élő magyar idegenvezetőként felbecsülhetetlen értékű tapasztalatok és ismeretek birtokában van, így kutatásom számára értékes és egyedi adatokat biztosíthat. Bélafi Szilárd jelenleg is az általa alapított Colombia Tours 97 S.A.S alapítója és túravezetője. Az interjút 2024 szeptemberében folytattam le vele.

Balogh Zsombor (B. Zs) a BGE diákjaként a 2023/24-es tanév tavaszi félévében jutott ki Kolumbiába, ahol érdekes és hasznos tapasztalatokat szerzett, így ideális interjúalannak tekinthető a kutatás szempontjából. Az interjút 2024 szeptemberében folytattam le vele.

Camila Ocampo Muñoz (C. M.) kolumbiai cserediáklány, aki a 2023/24 tanév tavaszi félévét töltötte Budapesten, a BGE PSZK karján. Még Medellínben ismertem meg, Budapesten volt szerencsém több attrakciót megtekinteni vele. Az interjút 2024 májusában folytattam le vele.

4. Eredmények és értékelésük

4.1 Félig strukturált interjúk

A félig strukturált interjúztatási forma az előre meghatározott kérdések mellett további esetleges, az interjú közben felmerülő résztémakör is feltárhatóvá vált további, ott helyben felmerülő kérdések felvetésével, illetve így olyan gondolataikat kifejezheték az interjúalanyok, melyekre másként nem irányult volna kérdés.

Kérdéseimet a következő 4 fő témakör köré rendeztem. Először a két város kulturális és szociális eltérő hátterére irányuló kérdéseket teszek fel. Másodszor a városok általános megítélése- úgy, mint személyes vélemény, élnélhetőség, minden napos életvitel, megélhetés, köztisztaság és közbiztonság- iránt érdeklődtem. Ezeket követték a turizmusstratégiára irányuló kérdések, például, hogy milyen szolgáltatásokkal nyerik el az odalátogatók tetszését a városok, és hogy intézkedéseket látnak most megvalósulni, ezeknek milyen hatásai vannak a helyi lakosságra és közösségekre? Végezetül két város jövőjéről, turizmuspiaci helyzetéről, trendekről és kihívásokról kérdeztem az interjúalanyokat.

A pontos kérdéseket a Mellékletek tartalmazzák. Az válaszok összefoglalása az egyes témakörök alapján a 4.1 Fejezetben olvasható.

4.1.1 Kulturális különbségek és szociális háttér

A két város esetében a történelmi és a politikai megítélés jócskán eltér. Kolumbia és Medellín a technológiai felzárkózás és a több szektorban hevesen kutató innovációk elősegítése mellett építhet a biodiverzitására, a tengeri-, óceáni-, szárazföldi élővilágára és bőséges természeti kincseire. Magyarország és Budapest építhet a gasztronómiájára, a főváros már így is egészen kényelmes és élhető mivoltára, építészetére, sokoldalúságára és gazdag kulturális örökségére. A két ország között némi hasonlóság fedezhető fel a kulturális sokszínűség terén. Magyarország a Kárpát medencében Nyugat és Kelet között kapuként szolgál. Ez jól érzékelhető mind az épített örökségek kulturális hátterét vizsgálva, mind az emberek mentalitásán is. Kolumbiát egyesek egy salátástálhoz tudják legjobban hasonlítani, melyben jól meg lehet különböztetni a hozzávalókat. A megkülönböztetés szempontjai lehetnek a regionális, népi és kulturális különbségek.

A két város összehasonlítása kapcsán a földrajzi hasonlóságokon kívül nemigen találunk egyezést a két város között: mindkét várost folyó szel ketté és körülbelül 2 millióan lakják. Medellín az Andokban hegycsúcsok veszik körbe, É-D-i irányban a Medellín folyó szeli ketté, a klímája szubtrópusi, és 1500m tengerszint feletti magasságon fekszik. Budapest ehhez képest a dombos budai- és a sík pesti oldalt köti össze, É-D-i irányban a Duna folyó szeli ketté, (nedves) kontinentális éghajlatú város, és 102m-en fekszik. Ennek köszönhetően a szezonális hatása is másképpen értelmezhető a két város esetében. Medellínben az egész évben egyenletes időjárásnak köszönhetően nem érezhető olyan mértékű szezonális, mint Budapesten, ahol télen érezhetően pang a város, nyáron viszont feltöltődik turistákkal. Medellínnek negatív közelmúltbéli „öröksége” van: a drogkereskedelem, a narkóköztársaság- és Pablo Escobar elfeledendő kultuszára még ráerősített a Netflix amerikai médiaszolgáltató és produkciós vállalat „Narcos” című 2015 és 2017 között vetített amerikai drámasorozata. Medellín ehhez képest az elmúlt években előnyösen pozicionálta magát, habár sajnos elhibázták a városépítési politika azon részét, miszerint sok régi, múlt századbeli épületeket leromboltak, és újat építettek a helyébe, aminek következtében kevés az épített kulturális örökség Medellínben.

Budapest esetében több konkurens város és ország mellett Budapest is, mint „Európa szíve” szeretné pozicionálni magát- ebben a város előnyére válhat, hogy Magyarország és Budapest mindig is a történelmi Kelet és Nyugat között állt kissé, és a kultúrák találkozásának és keveredésének szemmel látható és kézzel fogható számos örökségi eleme fellelhető a városban.

Míg Magyarországra nemzeti háborúk, forradalmak és szabadságharcok voltak hatással, addig Kolumbiában a gerilla-, és drogháborúk és a koloniális múlt más utat jelöltek ki a történelemben. 1848-ban Kolumbia még egy formálódó nemzet állapotában volt, miközben a szinte ezeréves magyar nép a szabadságáért harcolt.

A kolumbiaiak közül a Medellínben élő paisák az egyik legkedvesebb népcsoport. Ők tipikus kereskedők, azért kedvesek, mert üzletet látnak valamennyi dologban, legyen az turisztikai- vagy szálláshelyszolgáltatás. A kolumbiaiak sokkal többet tesznek már-már zsigerből a természetért, mint például a magyarok. Ennek megfelelően Medellínben szemmel láthatóan több a zöldterület, sőt, Medellínben található például az ország első karbonneutrális kampusza, mely az UPB multi- és ökokampusz. Nagy hiba volt a Medellín folyót kiegyenesíteni és betonmederbe terelni, mert így hevesebb esőzések idején hirtelen fel tud gyorsulni a folyó és ez áradási problémákat is okozhat a szegényebb városrészek lakói számára.

A magyar nyelv az angolhoz képes magas kontextusú: a magyarok angolul nem tudják olyan árnyaltan kifejezni magukat. A kolumbiaiak angolul csak akcentussal tudnak beszélni, és nem egyszerű megérteni őket. A külföldiek számára magyarok gorombának tűnhetnek, de ez is csak annak a következménye, hogy nemigen kommunikálnak idegennyelven. A magyarok és kolumbiaiak tehát egyaránt nem szeretnek idegennyelven kommunikálni.

C. M. szerint:

„A magyarok esetén a fiatalok kedvesebbek, nyitottak és elfogadóbbak, addig az idősök zárkózottabbak és tapintatlanul hosszasan bámulnak, ettől kényelmetlenül is éreztem magam. [...] Bármikor, ha szóba került, hogy Kolumbiából származom, egyből a kokainról kérdeztek. Ez nekem kifejezetten rosszul esett és egyenesen sértőnek tartom. [...] Medellínben ehhez képest az emberek sokkal nyitottabbak és kedvesebbek, főleg, ha a látogató beszél spanyolul. Összehasonlításképpen mikor német turistákkal beszéltem, ők a híres kolumbiai zenészeket említették. Ez egyértelmű különbség az esetleg tájékozottabb németek és a magyarok között. Ennek ellenére számomra sokkal könnyebb volt megismerni új embereket Budapesten, mint Medellínben.”

További, szemmel látható eltérés Budapest és Medellín között, hogy az utcán nincsenek boltok, sem kereskedők. Míg Medellínben a lakosság jelentős hányada él meg kisvállalkozóként, utcai árusként, addig Budapesten az épületekben berendezkedett boltosok „tisztelik” azokat az embereket, akik az utcán járnak, és akkor sem szólítják meg őket, ha betérnek a boltjukba. Medellínben az utcán és az üzletekben is azonnal leszólítják a potenciális vásárlókat, amint azok belépnek, vagy csak elhaladnak mellettük.

C. M. szerint:

„Abszolút elitélem Medellínben a Pablo Escobart ábrázoló szuvenírtárgyakat, melyeket kivétel nélkül minden turisztikai üzletben értékesítenek, kivéve a múzeumokat.”

4.1.2 Köztisztaság és közbiztonság

Az interjúalanyok szerint egyértelműen Budapest a tisztább város.

R. G. szerint:

„A „természetközlebbi” országok kevesebbet ügyelnek a tisztaságra városon belül –például a szemetshállítás napján az oszlopok mellett simán otthagyják a szemeteszsákot, amit ugyan

begyűjtenek, de nem szép látvány. Nem beszélve arról a lecsúszott rétegről, akiket sokkal inkább látnak a városban, és részben, félig legálisan ellátják a szemétválogató szerepét.”

Medellín esetében sokkal nagyobbak a különbségek a város különböző részei között, mint Budapesten. Medellín elit negyede sokkal tisztább, mint Budapest általában. Viszont, ha Medellín belvárosáról, a Centro-t vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy Budapestnek nincs olyan koszos része, mint a Centro-nak egy utcája Medellínben. Mindezek ellenére Medellín az európai városokhoz képest sem koszos.

A válaszok alapján megállapítható, hogy Medellín nagyon sokat javult az utóbbi évtizedben, de ettől függetlenül Magyarországon jobb a közbiztonság. Budapest bármelyik városrésze biztonságosabb, mint Medellín általában. Ma még mindig, ha Medellínben a városközpontba, utazik az ember, akkor az emberek, ha tehetik, otthon hagyják a pénztárcájukat, a táskájukat előre veszik és úgy közlekednek. Budapesten ez elképzelhetetlen. Medellínben a biztonságban nincs hiánya, csak alacsony a szintje: úgy kampányolnak a polgármesterek, hogy lecsökkentették a gyilkosságok számát. Európában erre nem alapoznának kampányt a képviselők. Az erős rendőri és katonai jelenlét megítélése az utcákon eltér. Míg Európában ez a baj és veszély előjele, addig Latinamerikában ez inkább biztonságérzetet kelt a lakosságban. Budapesten nincsenek olyan kerületek, ahonnan nem jönnek ki élve az emberek. Medellínben viszont számos „no-go zóna” létezik, melyet messziről elkerülnek a nem oda tartozó helyiek. De nem csak Medellínre, hanem bármely kolumbiai vagy latinamerikai nagyvárosra jellemző, hogy vannak kifejezetten veszélyes zónái. Latinamerikában a közbiztonság vidéken, a kisvárosokban és falvakban éri el csak az európai színvonalat, a nagyvárosokban nem. A nagyvárosokban legbiztonságosabb részei is veszélyesebbek, mint Budapest.

B. Zs. szerint:

„Medellín abszolút biztonságos éjszaka is. Nőként más és egyébként is általában oda kell figyelni, de soha nem adódott ilyen jellegű problémám a mindennapjaim során. Ő is sokat sétált egyedül haza-, az egyetemre- és egyetemről is, de nem történt velem semmi atrocitás. A szórakozóhelyeken szerintem kiemelt figyelmet kell fordítani az értékei megőrzésére, mert a kizsebelés veszélye mindig fennáll. Budapesten jobb tehát a közbiztonság, de abszolút jó irányba halad Medellín is, főleg, ha a múltját is figyelembe vesszük.”

4.1.3 Általános élıhetőség és megélhetés

Az interjúalanyok elmondásai alapján arra lehet következtetni, hogy míg Magyarországon Budapesten a legdrágább a megélhetés az országban, addig Medellínben is dzsentifikációs

folyamatok zajlanak: a bérleti díj egy szinten van Poblado-ban és Laureles-ben, mint Budapesten, de sokkal kisebbek a fizetések Kolumbiában, mint Magyarországon. Kolumbiában a szolgáltatásokért ugyan kevesebbet kell átlagosan fizetni, de az élelmiszer nem olcsóbb, tehát a fizetések vásárlóereje eltér a két országban. A magyar fizetéssel Kolumbiában megfelelő életszínvonalon lehet élni. Ha Kolumbiából Magyarországra jönnek, akkor Németországgal és Spanyolországgal hasonlítják össze a kolumbiai árakat és fizetéseket. Ennek megfelelően Magyarországon olcsóbb a megélhetés ezen Ny-európai az országokhoz képest. Ezen gondolkodás bizonyítéka, hogy az utóbbi években egyre több kolumbiai cserediák képes a családja támogatásával eljönni Budapestre, nem csak Erasmus ösztöndíjtámogatással.

Az interjúkból az is kiderült, hogy Kolumbiában egy gazdasági rendszer-, az Estrato rendszer szerint sorolják be az embereket. 1-től 6-ig terjed a skála. Az emberek és a kerületek is be vannak sorolva az estratok egyikébe. Az 1-es kategória a legszegényebb, a 6-os az ultragazdag réteg kategóriája. Számos adó, befizetendő illeték és a tandíj is ettől függ. A legtöbb ember a 4-es vagy 5-ös kategóriába sorolja magát. Számos egyetem ezt a rendszert veszi figyelembe az ösztöndíj megállapításánál, így bennszülött háttérű emberek is érkehetnek. Ez nem egy jövedelmi kasztrendszer, mert felfedezhető némi mobilitás az estratok között. Viszont aki eljut oda, hogy dollárban kapja a fizetését, az lehetőségeihez mérten el is hagyja Kolumbiát. Vannak sokan, akik kétlaki életet élnek. A migráció az USA irányába létezik és jelentős. Sok venezuelai jön, akik olcsóbban elvállalják a munkát, mint egy kolumbiai, így számos kolumbiai szenved a munkaerőhiánytól. Az ennek következtében lecsúszott réteg gazdasági okokból gyakorlatilag teljesen kimarad a város kulturális életéből- ez ellen számos projekt és kezdeményezés szervezésével fellépett már a városvezetés, főként, hogy a sportolási- és edukációs lehetőséget anyagi háttértől függetlenül minél szélesebb rétegek számára elérhetővé tegyék.

Kolumbiában az egész országban folyamatos az infrastruktúrafejlesztés, mert valamennyi gazdasági szereplő érdeke, hogy legyenek jobb utak. Főként a kávéövezetekből a városokba vezető utak minősége világszínvonalú, de a vidéki Kolumbiát még nem kötik össze megfelelő minőségű úthálózatok.

A forgalmi dugók szinte mindennaposak, amit a városvezetés a Latin-Amerika-szerthe bevezetett ún. piko y plaka intézkedés bevezetésével próbálnak ellensúlyozni. Ez röviden azt jelenti, hogy adott napon, adott számra végződő rendszámú autók nem hajthatnak ki a közútra. R. G.: szerint ennek az intézkedésnek a környezetre gyakorolt hatása előnytelen, hiszen így a tehetőseknek 2 kocsijuk van, hogy a hét minden napján utazni tudjanak. R. G.: hozzátette, hogy a várost

jelentős motorforgalom terheli, és ebből nagyszámú balesetek adódnak. Illetve a kolumbiai adórendszer bonyolultabb a magyarhoz képest.

A társadalmi olló sokkal nyitottabb Medellinben, mint Budapesten, ami azt jelenti, hogy sokkal több az ultraszegény és az ultragazdag a budapesti lakossághoz képest. Budapesten a középréteg nagyobb számban van jelen, és jobban meg tud élni, illetve nincsenek élhetetlen területek. Ezzel szemben Medellinben a szűkebb számban meglévő középosztály vegetál, és több pontja is akad a városnak, ahol még az alapvető közművesítés sem valósult meg. Vállalkozást elkezdeni pénzügyi- és jogi szempontból sokkal könnyebb Kolumbiában, de nehezebb sokáig sikeresen működni. Medellinben szemmel láthatóan sokkal gyorsabban váltják egymást az üzlethelységeket a boltok és vállalkozók, hiszen Medellinben könnyebb vállalkozni, de kevesebb állami támogatásra is számíthatnak Magyarországhoz képest.

Mindkét város igencsak élhető. Budapesten a tömegközlekedés sokkal fejlettebb, mint Medellinben, de Medellín D-Amerikai viszonylatban kiemelkedő, hiszen van metrója, villamosa és buszai is, de a taxiszolgálat is megfizethető. Külön kiemelendő még Medellín klímája, mely egész évben kellemes. Medellín kellemes klímájához képest Budapest viszont sokkal extrémebb: télen nagyon hideg van, nyáron pedig légkondicionáló nélkül szinte elviselhetetlen a hőség.

4.1.4 Szolgáltatások minősége és a „bulizóna”: Kiszabadulás a bulidesztináció szerepköréből

Több interjúalany szerint Budapest esetében a városi életet leginkább megkönnyítő szolgáltatás a Budapesti Közlekedési Központ által nyújtott tömegközlekedés, és annak hivatalos mobilapplikációja, a BudapestGO. Medellinben a metróról szintén dicséret illeti, de rendkívül előnytelen, hogy nincs bérlet, mely gazdaságossá tehetné az utazók számára az egyébként igencsak zsúfolt tömegközlekedés használatát, ezért a Rappi étel- és termékek (műszaki cikk, gyógyszer) megrendelését lehetővé tévő mobilalkalmazás teszi kényelmesebbé a városi életet. A válaszadók szerint Budapesten több kulturális program elérhető, és színvonalukat tekintve is jobbak Medellinhez képest. Medellinben is látszódik a fejlődés minden téren, de sokkal inkább a modern művészeti ágak támogatása és a virágkarnevál kiemelése folyik. Mindkét város körülbelül ugyanazt tudja nyújtani a diákok számára is. Budapest a látványosságaival és kiváló tömegközlekedésével nyújt kedvező feltételeket az ott tanuló diákoknak és turistáknak egyaránt, míg Medellín számára a történelmi értékek híján marad a természeti kincseit bemutató ökoturizmus, mint fő turisztikai termék.

A Medellínt körülvevő, egyedi természeti csodákban gazdag falvak, illetve a város egyedi klímája, a Medellíni jellemző egyedi hangulat, Pablo Escobar, a világ egyik leghírhedtebb drogbárójának öröksége, a kábítószer ma is jól érzékelhető jelenléte egyedi életérzést kölcsönöz, mely erős motivációt ad az idelátogatóknak. Aki ezt szeretné megismerni és megérezni, az ezért mindenképpen ide fog látogatni, de nem biztos, hogy ezen kívül más bármilyen valódi értékre is kíváncsi lesz. Amiben Medellín viszont hasonlít Budapestre, az közösségi turizmus hiánya.

C. M. szerint:

„Turistaként szintén Budapestet választanám, mert Medellín a partikon, és a várost környező több, kisebb falvakon kívül nemigen tud számottevőt mutatni a turistáinak.”

B. Sz. szerint

„Medellínben sokkal inkább „lokálpatriótábbak” az emberek, tehát helyi zenét hallgatnak és helyi forrásból származó alkoholos italokat fogyasztanak, míg Budapesten nemzetközibb a kínálat.” Ehhez képest Budapesten nem lehet sok helyen latinamerikai zenét hallgatni és táncolni, mert ott inkább többet isznak az emberek és úgy hallgatják a zenét. Ezzel szemben Medellínben az emberek nem fogyasztanak túl sok alkoholt, mert inkább többet táncolnak.

A város „fő bulinegyedében” El Poblado-ban megtaláljuk a nemzetközi sztenderdek megfelelő szállodaláncokat, amik hozzá is a márka által támasztott szintet, de olcsóbban kínálják a szobáikat és szolgáltatásaikat, mint nemzetközi társaik. Medellínben a szállodákhoz képest a rövid távra kiadott lakások vannak jobban szétszórva a városban. Budapesten szintén valamennyi globális szállodalánc képviselteti magát, azonban ezen szállodák jobban lefedik a város területét, nem koncentrálnak annyira egy-egy helyre, mint a szórakozóhelyek vagy rövidtávú kiadásra kialakított lakások.”

R. G. szerint:

„Budapest fő kihívásai közé tartozik a dzsentifikáció, az Airbnb elterjedése a belvárosban, de ez valamennyi nagyvárosban felmerül szerte a világban. Medellín fő kihívásai közé tartozik szintén a dzsentifikáció, de a közbiztonság folyamatos javítása és imázsának fejlesztése is, hogy ne csak egy partydesztinációként éljen a külföldiek fejében.”

Budapest komoly kihívásokkal néz szembe a turizmus terén. Budapestnek jelentős építészeti- és kulturális múltja van, mégis az utóbbi években Budapest a nyugati turisták olcsó szórakozóhelyévé vált. Ez egyrészt probléma a helyiek számára, de szintén probléma az általuk

okozott albérlethiány, hiszen ezek az emberek nagy része a belvárosban AirBnB-ben szállnak meg, azaz olyan ingatlanokat használnak, melyek korábban alkalmasak voltak arra, hogy hosszú távra kiadják őket magyaroknak. Ezeknek az ingatlanoknak az eltűnése szűkíti az ingatlankínálatot, így növelve a megmaradó ingatlanok árát.

R. G. szerint:

„Budapest egy kozmopolita város, így egyre több külföldi él itt. Ez önmagában áremelkedéshez vezet, de fővárosként Budapestnek is eleve van egyfajta árfelhajtó hatása. Medellín, mint második gazdasági központ magasabb árakkal működik, és az egyre több ideköltöző külföldi, úgy, mint németek, franciák és amerikaiak szintén árfelhajtó hatást fejtenek ki. Eklatáns példa erre El Poblado és Laureles városrészek, ahonnan egyre nagyobb mértékben szorulnak ki a helyiek.”

Medellín tekintetében is probléma, hogy „jönnek a gringók” és felferik az ingatlanárakat, azonban Medellínnek nagyon sok lehetősége van. A hajdani rettegett drogbáró, Escobar által vált ismertté, és sajnos a személyét övező kultusznak még a mai napig vannak visszhangjai. Ugyanakkor Medellín próbál ezen túljutni és mást is felmutatni. Például ott van a Comuna 13 esete. Medellín legismertebb kerülete régen az egyik legveszélyesebbnek számított, mára a város egyik megkerülhetetlen turista attrakciója. Ennek ellenére Escobar „örökségére”, mint populáris turizmusra alapoznak sok turisztikai vállalkozást, hasonlóan a szex- és kábítószer-turizmus-hoz. Ezen három turisztikai termék közül egyik sem jó a város közösségeinek. A Medellínbe érkező turisták több, mint a fele a fent említett három turisztikai termék közül az egyikért választja ezt az úticélt. A látogatóknak csak a másik fele keresi fel Medellín a valódi értékekért, legyen az akár a gasztronómia, akár a kultúra, akár a virágkarnevál. Ezen kulturális turisztikai termékek lehetőségek és kiindulópontok lehetnének a város számára a turizmus tekintetében. Azon gasztronómiai, zenei- és egyéb kulturális elemekre lenne érdemes építeni a város márkáját és turizmusstratégiáját, melyek csak, és kizárólag erre a városra a jellemzőek. Az eddig elért kiváló eredmények mellett a rendfenntartó szervek számára továbbra is rendkívül komoly kihívás és probléma, hogy a bűnözést, a kábítószer- és prostitúciót irányító szervezetek mindenhol beférkőztek és betolakodnak a mai napig. Ezek a szervezetek polipként kinyújtják a karjaikat, így kiirthatatlanok ebből az országból. Épp emiatt, ha a hatalmi és politikai struktúra változásában nem is reménykedhet Medellín, a turisztikai termék- és szolgáltatás kínálat változásában igen. Fontos, hogy párhuzamosan húzódjon vissza a szex- és kábítószer-turizmus, és törjön előre az emberi értékeket bemutató kulturális turizmus.

További igen jelentős előny a város kedvező klímája. Medellín az örök tavasz városa. Továbbá a környező hegyvidék, a környező falvak és települések, az alig ismert kultúrák és közösségek, amikhez Medellínből lehet kiindulni eleddig kihasználatlan, nagy potenciállal rendelkező irányzatoknak bizonyulhatnak a jövőben.

A kolumbiai vidéken a lehetőségek végtelenek, de itt egyelőre számolni kell a különböző fegyveres konfliktusokkal, tehát előzetesen tudni kell, hogy hova utazik az ember. A vidéki turizmus tehát egy olyan lehetőség, amire lehet alapozni a jövő tekintetében, de csak alapos előkészületi munkálatok után. Ma, aki eljön Medellínbe turista- legyen az belföldi vagy külföldi- annak az 1%-a jut el a valódi, egyedi értéket képviselő, a kommercializálódástól egyelőre védett vidéki antioquiai településekre.

A turizmus mindkét városban (Budapest és Medellín) nagy ütemben növekszik, viszont arra kellene koncentrálnia a két város vezetésének, hogy egyáltalán milyen turizmust bír el az adott város? Medellín is a party-turizmusra kezdett berendezkedni, de ez sem a városlakók számára nem ideális, sem a városmárkának nem tesz jót. Medellín esetében a hosszabb időre maradó digitális nomádokat érdemes megvizsgálni, ugyanis bizonyos értelemben őket is lehet turistának tekinteni. Sokan közülük úgy is viselkednek, mint egy átlagos turista. Ezen felül Medellínnek még országa, Kolumbia rendkívül előnytelen megítélése ellen is folyamatosan bizonyítania és dolgoznia kell.

B. Zs. szerint:

„Ha ma azt mondom Magyarországon valakinek, hogy elmegyek Kolumbiába nyaralni, akkor azt fogja kérdezni, hogy „Úristen, meg akarsz halni, ez egy veszélyes hely” stb. Miközben én, aki jártam ott, már tudom, hogy ez nyilván nem igaz, csak oda kell figyelni. Rossz a PR, aminek következtében sajnos nem jönnek olyan emberek, akik jól szituáltabbak, békések és sok pénzt is költenek, ami, mint tudjuk, a legideálisabb turistatípus.”

4.1.5 Desztinációfejlesztés Budapest és Medellín esetében

B. Zs. szerint:

„Jelentősen eltér a két város történelme és az ebből fakadó fejlődési lehetőségeik. Budapestnek a több százéves történelmi múltja kapcsán sokkal jobban kifejlődhetett a turisztikai kínálata, bár itt is vannak különböző lehetséges irányai a fejlődésnek, melyek kibontakozásában nem segítenek az önkormányzat és a kormány közötti ellentétek sem. Míg Budapest egy fejlett város, addig Medellín egy fejlődő város. A fejlődő városoknak még talán több lehetőségük van saját

konceptiót kialakítani. Medellín esetében ez a régi, veszélyesebb, elmaradottabb kerületeket tudatosan fejlesztését jelenti, hogy még inkább elősegítsék azokon a területeken is a turizmus kifejlődését. Budapesten is lehetne valamilyen hasonló koncepció mentén a romos házakat (melyekben most nagy számban romkocsmák üzemelnek) is turisztikailag fejleszteni. Medellín példaként említem a Communa 13 példáját, melyet a külföldiek szintén azért látogatnak meg napjainkban, mert régen olyan veszélyes volt.,,

Budapesten, illetve az európai városok esetében nem meghatározó turizmusstratégiai trend, hogy az adott közösség értékeinek átadásából, és az abból származó haszonból a közösség részesül. A turizmus ezen fajtáját nevezhetjük közösségi turizmusnak, mely a vidéki Kolumbiában sokkal inkább jellemző. Ennek oka a főként a gazdálkodói közösségekben elterjedt szövetkezeti gondolkodás. Magyarországon a történelmi beidegződések miatt nincsenek termelői szövetkezetek, hiszen a magyar történelem során már megpróbálták ezt a gazdálkodási modellt ráerőltetni a lakosságra, de az akkori egyenlőtlen gazdasági feltételek miatt az emberek nem bíznak ezen modell sikerességében.

B. Sz. szerint:

„Medellínt havonta látogatom, így tudom, hogy számos felületen hirdetik a fejlesztési projekteket. Azonban azzal kapcsolatban, hogy mi van mögötte valójában, nem tudom, így elsősorban a vidéki Kolumbiából tudok kiindulni. Számos olyan projektről tud, melyről azt hirdették előre, hogy számos hasznos hatása lesz, hogy rendesen halad és sikeres, aztán amikor megkérdezte a helyieket, azok nem is hallottak róla. Budapesten nagyon internacionálissá kezd már válni a turizmus, tehát ott is mindenféle étterem, szórakozóhely megtalálható, viszont szerintem arra kellene koncentrálnia Budapestnek, hogy átadja a valódi magyar értékeket. Mindazon elemeket, melyek hozzátartoznak az évezredes magyar kulturális örökségekhez, mint például a hagyományos népviselet, a néptánc, a zenei- és gasztronómiai kultúra egyedülálló, a világon az egyik legnagyobb. Erre kellene a legnagyobb hangsúlyt fordítani a mindenféle internacionális irányzat átvételével, és a trendek követése helyett. Több figyelmet kellene fordítani a nemzeti értékek, a hungarikumok előtérbe helyezésére, hogy amikor egy látogató megérkezik, az adott ország egyedi kultúráját érezze, ami csak ott lelhető fel. Ez Kolumbiában kézzel foghatóan jelen van. Tehát aki az igazi kultúrát keresi Medellínben, az ott rögtön át tudja élni, mert ott nagyon figyelnek a nemzeti értékekre.”

4.1.6 Helyi közösségek szerepe és helye a város turizmusstratégiájában

Közös pont a válaszokban, hogy Medellínben a vidéki Kolumbiához képest a belvárosban helyi közösségeknek nincs annyira nagy szerepük. Ez alól kivétel az Airbnb és egyéb szálláskiadási csoportosulások, melynek keretein belül sokan fektetnek be újjépítésű házakban apartmanokba, hogy viszonylag jó áron adják ki. A vidéki Kolumbiában inkább elterjedtek a szociális szövetkezetek. Például 11 kolumbiai falu fogott össze, hogy együtt alapítsanak egy üzemet, ahol a gyümölcsökből lekvárt készítenek, és ezen termékükkel együtt lépnek fel egy piacra. A szóban forgó szövetkezetet pont egy olasz alapítvány koordinálta, de Kolumbia-szerte találhatunk hasonló „miniszövetkezeteket”.

Azonban, ha Medellín esetében a peremterületeket, hegyi városnegyedeket vizsgáljuk, olyan kiváló példákra bukkanhatunk, mint a Comuna 13, mely 10 éve még a bandaháborúk szimbóluma volt, most viszont közkedvelt turistalátványosság. A hegyoldalra elektromos lépcsők hordják fel az egyre nagyobb létszámú turistacsoportokat. Helyi idegenvezetők ún. graffiti tourokat vezetnek, s a turizmus által generált pénzt arra fordítják, hogy a helyi közösségeket támogassák.

B. Sz. szerint:

„A vidéki Kolumbiára jellemző a szövetkezeti szerkezet. Medellínben azonban egyéni vállalkozók- csak úgy, mint Budapesten- a saját vállalkozásán keresztül viszik előre a város turizmusát, de abból nem a helyi közösségek, hanem az adott vállalkozó részesül.”

4.1.7 Mennyire szerepel a top desztinációk között Budapest és Medellín?

Minden interjúalany egyetértett abban, hogy két város adottságai egyértelműen eltérnek. Budapesten a jelenlegi, javarészt sportsikerekre és konferenciákra építő stratégia a visszajelzések alapján sikeresnek mondható. Viszont igazán vonzó desztinációvá a történelmi városközpont teszi Budapestet, ez adja el a fővárost a leginkább. Budapest különlegességét a kultúrák találkozása és történelme adja. Budapestnek most, mint „élhető főváros” -ként kellene megjelennie mind a lakosság, mind a turisztikai világ előtt. A turizmus tekintetében Budapest Medellínhez képest professzionálisabb. Több a szolgáltató, jelentősebbek a hagyományok. És a turisztikai szolgáltatók is még mindig könnyebben „maradnak életben” Budapesten, mint Medellínben. Medellín esetében jelentős internacionalizáció figyelhető meg ha akár csak a medellíni repteret vizsgáljuk: míg 10 éve csak lokális járatok voltak, most már vannak közvetlen járatok Orlandoba, Sao Paoloba, Cancúnba, Panamavárosba és Limába. Medellín tehát egyre nemzetközibb, egyre több turista érkezik ezekből az országokból is. Jelentős

különbség azonban a turisták között, hogy míg az Egyesül Államokból érkező turisták általában a Pablo Escobar örökségét, és az általa teremtett „hagyományokat” akarják megnézni és átélni, míg a latinamerikaiak a fejlődő és innovatív városra – a parkokra és látványosságokra kíváncsiak. Medellín tudatos fejlesztései közé sorolhatjuk a parkokat és filmipari kezdeményezéseket. Viszont az ehhez szükséges tőkét a közüzemi szolgáltatások privatizációjából befolyó összegből szereznék be. Így a piacról valóban több tőkét tudnak behozni, mely összegeket az oktatásba és turizmusba (például a digitális nomádokat helyben tartó vendéglátóhelyek kialakításába) tervezik befektetni, de ez jócskán megosztja a lakosságot. Továbbá a városvezetés tematikus turizmusban gondolkodik: az ökoturizmus és sportturizmus üzletágakra lenne érdemes építeni, mert ezekben képes Medellín világszintű termékeket és szolgáltatásokat nyújtani. Mivel az embereknek Medellínben kevesebb diszkrecionális jövedelmük van, melyet sportra költhetnek, mint Európában, az ingyenesen igénybe vehető közösségi sportlétesítmények kultúrája sokkalta kiforrottabb, mint Budapesten. Medellínben tehát az önkormányzatnak fontos funkciója, hogy ingyenes sportolási lehetőséget biztosít az itt élőknek. Medellínben éppen ezért több közösségi sportkomplexum is található, mint Budapesten.

B. Sz. szerint:

„Medellín szerepe egyre nő a globális turisztikai piacon, annak köszönhetően, hogy egyre többen elismerik, hogy évről évre nagyobb számú zónája biztonságos- ahol több a turista, több a rendőr is. Az én kedvencem az egész városban a Pueblito Paisa, egy paisa kávéfalu épített mása, egyfajta skanzen, mert én a hagyományos dolgokat, a kisebb, kulturális városokat és a koloniál építészetet szeretem.”

Az egyedül utazó turisták száma is nő. Sokan, akik egyedül nekivágnak Kolumbiának, először Medellínre keresik fel, hiszen Medellínről lehet a legtöbbet olvasni az interneten, kicsit hasonlít is az európai városokra, -életvitelre, -életstílusra, így évről évre egyre többen döntenek úgy, hogy megismernék Medellínre, mint egy kolumbiai nagyvárost. A vidéki Kolumbia viszont más, azt ismerni kell, ott akadnak veszélyes tényezők. Medellínre is sokan alábecsülik az El Poblado turisták igényeire szabott városnegyede miatt, pedig a Centroban is tartogathat veszélyeket. Ilyen módon turisták tömegei nem ismerik meg a város valódi arcát, ami a turizmus és a város imázsának szempontjából nem probléma, hiszen így ugyan nem túl valóságos, de kellemes élmény Medellín meglátogatása.

B. Zs. szerint:

„Medellín és Budapest is próbálkoznak a bulituristákon kívül más turistákat bevonítani. A bulituristák ugyanis szétverik a várost, zaklatják a helyieket és még csak annyi pénzt sem költenek el, hogy ez a helyieknek megérje, ilyen szempontból hasonlóak a kihívások.”

Budapest több történelmi látnivalót kínál, melyek a jól szituált nyugati turistákat inkább vonzhatják. Medellínek nem a történelmi, esztétikus épületeiről híres, úgyhogy aki ilyen jellegű élményre vágyik Kolumbiában, az inkább megnézi Cartagenát, Barranquillát vagy Santa Martát. Medellín nagyváros, de nem főváros, szép, de nem a legszebb kolumbiai város, és a földrajzi elhelyezkedése sem egyedi, mert nem a Karib-tenger partján fekszik – Medellín kellemes klímájával, kulturális attrakcióival és modern, színvonalas szolgáltatásaival kompenzál.

4.1.8 Internacionalizáció

Medellín lakosságának egyes köreiben nagyon elterjedtek az LMBTQ és egyéb liberális mozgalmak. Latin-Amerikában az egyik legnagyobb ilyen LMBTQ közösség a medellíni és erre a medellíniek egy része kifejezetten büszke is. Ennek kapcsán arra kellene figyelni, hogy ez a nemzetközi irányzat ne kerülhessen előtérbe a nemzeti értékek rovására. Medellín egyik erőssége, hogy a nemzeti értékeket autentikusan képes átadni minden téren a látogatói számára, ezért nem szabadna hagyni, hogy ezt a fajta „gringo internacionalizációs” trendet átvegye Medellín csak és kizárólag a gazdasági haszonszerzés céljából.

4.1.9 Jövőbeli trendek

R. G. szerint:

„Abszolút kézzel fogható jövőbeli trendek a több digitális nomád bevonására irányuló tervek és az ökoturizmusba való fektetés. De egyértelműen a városvezetés napirendi pontjai között szerepel az oktatás fejlesztése, az egyetemek nemzetköziesítése is. Utóbbi célja, hogy több cserediák invitálásával interkulturális, nemzetközi közeget teremtsenek a kolumbiai hallgatóknak. Másrészt a kolumbiai hallgatókat is támogatják, hogy utazzanak külföldi egyetemekre, hogy az ott szerzett tudást Kolumbiába visszatérve kamatoztassák.”

B. Zs. szerint:

„Budapest pozíciója mindig erős volt az ázsiai piacokon – több az Ázsiából érkező turista. Budapestről közvetlen járatok indulnak Kínába és D-Koreába, míg New Yorkba nincs ilyen lehetőség. Ez is jelzi, hogy Kínában Európáról –mint közös európai kultúra– gondolkodnak és Európa vezető turisztikai céldesztnációi közé sorolják Budapestet is. Ennek ellenére Budapest

„másodosoros” desztináció: aki elég tehetős, és másodjára utazhat Európába, az a klasszikus desztinációk után Budapestre jön gyönyörködni többek között az épített örökségben. Hollandiából és Londonból pár ezer Forintért már ide lehet utazni, ezért alakult ki ez a nyugat-európaiak számára olcsó turizmus. Tehát a járatok változtatásával lehetne jelentős változtatásokat elérni. A budapesti szolgáltatások árszínvonal-szintje is kezd felzárkózni Európa többi részéhez. A turizmus ipara gyakorlatilag kiépült. Nő a kereslet, nő az ár is, így Budapest nem lesz annyival olcsóbb, hogy megérje itt tömeges legénybúcsúkat szervezni. Ennek következtében a bulituristák remélhetően a jövőben más, olcsóbb desztinációt fognak előnyben részesíteni, mint például Szófia vagy Belgrád. Így remélhetőleg Budapesten is felváltják a kulturális értékeket kereső turisták az olcsó alkoholért érkező bulituristákat.”

Medellín előtt fényes jövő áll turizmus szempontjából, mert kezd a köztudatban is mint biztonságos és kellemes desztináció megjelenni. A belpolitikai stabilitás szintén sokat számít. Argentínában vagy Ecuadorban sokkal instabilabb a belpolitikai helyzet Kolumbiához képest, ami Kolumbia és Medellín számára előnyt jelent. Jelenleg az első számú külföldi látogatók a fiatal digitális nomádok és egyetemisták. Ezzel szemben más Latinamerikai országokat felkeresik idősebb turisták is, akik európai színvonalú szállodákban kívánnak megszállni és helyi üzletekben vásárolni. Ezen kívül a turisták távoli településeket is fel akarnak majd keresni és autentikus, egyedi élményeket szeretnének majd átélni. Ezen magas költségességű turisták előbb-utóbb meg fognak érkezni Kolumbiába is, erre kell tehát Medellínnek is felkészülnie.

Viszont Medellínben a mindenkori vezetőségnek nem érdeke, hogy a helyi közösségi- és a vidéki turizmust támogassák, hogy az rendesen kifejlődhessen, mert a már meglévő rossz beidegződések és pénztermelési gyakorlatok még mindig biztos bevételi forrást jelentenek. Ugyan nem támogatják az ország több részén, így Medellínben is folyó szex- és kábítószer-turizmust, azonban nem is tesznek ellene, így sajnos a továbbiakban is arra lehet számítani, hogy az ezen turisztikai termékeket kereső rétegek fogják nagy számban látogatni a várost. Ez azonban továbbra sem fog hozzájárulni Medellín kulturális turizmusának további fejlődéséhez, sőt, negatív hatással van és lesz az ország és a város megítélésére, ezzel továbbra is teret adva a sztereotípiák mentén a negatív előítéleteknek.

A kultúrát és tradicionális értékeket kereső turisztikai rétegek számára Kolumbia és azon belül Medellín továbbra is mint egy veszélyes, sötétebb turizmust kiszolgáló desztináció fog szerepelni, ha a városvezetés nem változtat gyökeresen a turizmusstratégiáján.

4.1.10 Mit tanulhat Budapest Medellintől?

B. Sz. szerint:

„A kisvállalkozókat, utcai árusokat nem adóztatja meg nagy mértékben a medellíni városvezetés pont azért, hogy elkerüljék a „kisember” mindenféle adókkal való terhelését és mindenféle szabályozásokkal való megnyomorítását. Ezzel is ösztönzik a vállalkozást és kereskedelmet. Ez az, amit nagyon megtanulhatna Budapest és egész Európa Medellintől.”

B. Zs. szerint:

„Medellín közbiztonság- és köztisztaság tekintetében nagyon sokat tanulhatna Budapesttől. Viszont a „bulinegyed” tekintetében nem csak Budapest, de kis túlzással az összes európai nagyváros tanulhatna Medellintől rendezettség és tisztaság tekintetében. Ami még nagyon jó, és ami várost élhetővé és egyedivé tette, azok a hatalmas zöldterületek. Ezek teszik olyan élhetővé és egyedivé Medellint, ezt kellene eltanulnia nem csupán Budapestnek, de valamennyi nagyvárosnak szerte a világban.”

Nagyon időszerű volt már az AirBnB kitiltása Budapesten, ami szerintem javítani fog a helyzeten. Nyáron sokszor úgy érződik, hogy megtelik a város, érződik, hogy nem lehet a végtelenségig fejleszteni és növekedésre ösztönözni a turizmust. Például Barcelonában, Görögországban és Olaszországban már szinte fenntarthatatlan. Nem szólhat erről a város élete, nem veheti át az uralmat a turizmus. A forgalmi dugók, a tömegközlekedési eszközök túlszűfolttsága, az egyre emelkedő árak negatív hatással bírnak a lakosság életére nézve- és ezen problémák egy része a turizmusból származik. Szerintem a turizmust Budapesten nincs már hova fejleszteni, mert van elég turista. Inkább ősszel és télen kellene bevonítani több turistát, és csökkenteni a szezonális negatív hatásait.

Ezzel szemben Medellínben van hely még a turizmus számára, közbiztonságot kellene fejleszteni, hiszen fontos, hogy legyen biztonságos és könnyebben elérhető tömegközlekedés. A külföldiek nem szívesen használják a metró, pedig a jó tömegközlekedés alapvető fontosságú egy élhető városban. Vegyük például a reptérről a városba jutást: míg Medellínben ez költséges és időigényes, addig itt Budapesten a külföldiek igénybe vehetik a 100E és 200E buszjáratokat, illetve a vonatot is melyek rövid idő alatt a város központi csomópontjaiba utazzatják őket.”

C. M. szerint:

„Szignifikánsan nagyobb számú és -kiterjedésű zöldterületeket létesítettek Medellínben Budapesthez képest. Ezt Budapest átvehetné, így zöldőbb és élhetőbb környezetet teremthetne.”

4.2 Netnográfia

4.2.1 Források és Eszközök

A netnográfiai vizsgálat célja, hogy megértsük, miként vélekednek a látogatók a városokról, mint turisztikai márkákról és milyen tapasztalataik voltak a látogatásuk során és összességében milyen élményeket szereztek. További cél, hogy feltárja a két város a két város legkedveltebb turisztikai attrakcióit, hogy mi kölcsönözi számukra leginkább turisztikai vonzerőjüket, milyen elemeket kritizálnak és dicsérnek a leggyakrabban.

A kutatás során az alábbi online platformokat használtam: Tripadvisor, Google Reviews, Booking.com, illetve egy olyan platformot, mely kifejezetten a digitális nomádok célcsoport számára nyújtanak releváns információkat. Ilyen platform a nomads.com weboldal. Ezen oldalak bejegyzéseket, véleményeket és értékeléseket jelenítenek meg mindkét város turisztikai látnivalóiról és szolgáltatásairól.

A Tripadvisor a világ egyik legnépszerűbb online turisztikai- és véleménymegosztó platformja, amely utazási információkkal segíti az utazás tervezését az utazni vágyóknak. A felhasználók a véleményeiket, értékeléseiket és ajánlásait is megoszthatják a desztinációkról, attrakciókról, szállodákról, éttermekről, és egyéb turisztikai szolgáltatásokról. Mindemellett a Tripadvisornak foglalási funkciója is van, lehetőséget nyújt szálláshelyek- és programok előre foglalására.

A Google Maps Reviews a Google Térkép alkalmazás integrált online értékelési rendszere. Az alkalmazásba épített funkció lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy értékeléseket írjanak és csillagokkal rangsorolják az általuk meglátogatott attrakciókat, például éttermet, szállodákat, turisztikai látványosságokat, üzleteket, vagy csak navigációs pontokat. Az értékelések szöveges visszajelzéseket, képeket, valamint a helyszínekkel kapcsolatos személyes tapasztalatokat tartalmazhatnak.

A Booking.com Reviews egy olyan értékelési rendszer, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy szálláshelyekkel kapcsolatos tapasztalataikat megosszák és csillagokkal értékeljék a szolgáltatásokat. A foglalást követően a vendégek lehetőséget kapnak, hogy szöveges véleményt írjanak a szálláshely tisztaságáról, kényelméről, elhelyezkedéséről, a személyzet kedvességéről és az általános ár-érték arányról. A netnográfia szempontjából a Booking.com felhasználói véleményei releváns adatforrásként szolgálnak a turisták elégedettségének elemzéséhez, valamint az egyes szálláshelyek népszerűségének és minőségének értékeléséhez.

Utolsó forrásom a főként Z generáció által használt Instagram közösségi média platformon, melyen a felhasználók képeket és videókat oszthatnak meg magukról vagy bármilyen egyéb való világban történt eseményről vagy digitális térben gyártott tartalomról. A felhasználók saját posztjaikhoz kísérőszöveget, hashtageket, helyszínmegjelöléseket is hozzáadhatnak a posztjaikhoz, valamint interakcióba léphetnek más felhasználók tartalmaival kedvelések, kommentek és megosztások formájában. Netnográfiai megközelítésben Budapest és Medellín városok hivatalos oldalain megtalálható posztok elemzésével feltárhatók felhasználói preferenciákat, trendeket, vizsgálhatom a közösség visszajelzéseit a szolgáltatásokkal, attrakciókkal vagy utazási élményeikkel kapcsolatban.

Adatgyűjtési Módszerek: Az adatok gyűjtésére szövegelemzést alkalmaztam, amely során kulcsszavak és címkék alapján kerestem véleményeket és kommenteket. Az elemzés során figyelembe vettem az értékelések gyakoriságát, a leggyakrabban említett attrakciókat, valamint a turisták által megosztott személyes élményeket.

4.2.3 Tripadvisor

Top 6 kiemelt attrakció a Tripadvisor platformon:

Budapest kiemelt 6 fő attrakciója az Essentials lista alapján:

1. Hungarian Parliament Building
2. Gyermekvasút
3. Széchenyi Baths and Pool
4. Central Market Hall
5. Buda Castle
6. Budapest Danube River Sightseeing Night Cruise

A Parlament vezető pozíciója az oldalon megkérdőjelezhetetlen, de jól látszik, hogy a másik rendkívül népszerű attrakció Budapesten a Széchenyi fürdő. E két attrakció mellett helyet kapott a Gyermekvasút, a Nagyvásárcsarnok, a Budai Vár és a Duna folyami hajóutak is.

A 2024-es Tripadvisor „Travellers’ Chocie” lista:

1. Hungarian Parliament Building
2. Fisherman's Bastion
3. St. Stephen's Basilica (Szent Istvan Bazilika)
4. Shoes on the Danube Bank
5. Szimpla Kert

6. Danube River

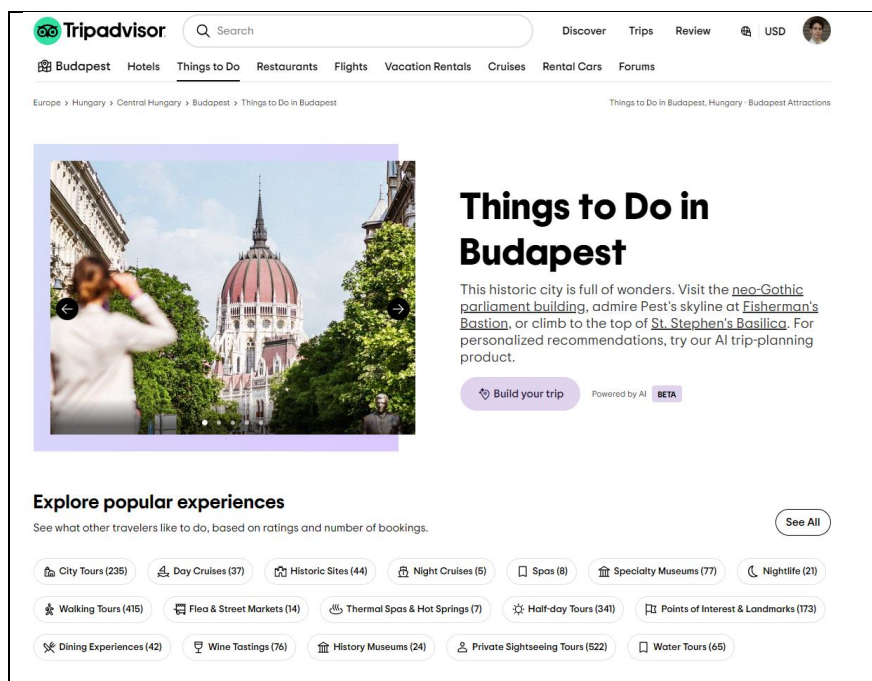
A Tripadvisor Travellers' Chocie listája alapján a Parlament (Hungarian Parliament Building) első helye szintén be van betonozva, de itt már több kulturális, illetve magyar történelmi helyszín is helyet kapott. A második helyen áll a Halászbástya (Fisherman's Bastion), melyet a Szent István Bazilika (St. Stephen's Basilica), és a Cipők a Dunaparton (Shoes on the Danube Bank) követ. A sort a Szimpla kert, mint romkocsmá, és a Duna folyó (Danube River) zárja. Ezen két lista alapján Budapest egy építészeti, és kulturális örökségekben gazdag desztináció, mely mind az aktív kikapcsolódásra-, mind a relaxációra vágyó látogatókat tárt karokkal várja.

1. táblázat: a Tripadvisor weboldalán elérhető értékelések Budapest 6 legnépszerűbb attrakciói esetében az Essential és Travellers Choice listák szerint 1.

Attrakció/Tevékenység megnevezése	Vélemények száma	Értékelési pontszám (1-5 között)
Tripadvisor „Essentials” Lista		
Hungarian Parliament Building	42648	4,5/5
Széchenyi Baths and Pool	33936	4/5
Central Market Hall	9186	4/5
Buda Castle	8269	4,5/5
Budapest Danube River Sightseeing Night Cruise	2625	4,5/5
Gyermekvasút	773	4,5/5
Tripadvisor „Travellers’ Choice” lista		
Hungarian Parliament Building	42648	4,5/5
Fisherman's Bastion	32543	4,5/5
St. Stephen's Basilica (Szent Istvan Bazilika)	22594	4,5/5
Shoes on the Danube Bank	21606	4,5/5
Danube River	14431	4,5/5
Szimpla Kert	8533	4,5/5

Forrás: https://www.tripadvisor.com/Attractions-g274887-Activities-Budapest_Central_Hungary.html (hozzáférés dátuma 2024.10.20)

A Tripadvisor Things to do in Budapest lapján a fél vagy egynapos, illetve a privát városi túrák vannak többségben, de bőségesen választékot kínál a város a weboldalon borkóstolókból és gasztronómiai élményekből, vízi túrákból, történelmi helyszínekből és múzeumokból is.



1. ábra: A Tripadvisor Things to Do in Budapest oldala 2024 október 20-án Forrás: https://www.tripadvisor.com/Attractions-g274887-Activities-Budapest_Central_Hungary.html

Medellín esetében a Tripadvisor szerint kiemelt 6 fő attrakció az „Essentials”, azaz a kihagyhatatlan szekcióban az alábbi attrakciók:

1. Museum Pablo Escobar
2. Parque Explora
3. Laguna de Guatapé
4. Pueblito Paisa
5. Museum de Antioquia
6. Jardín Botánico de Medellín

Ebből jól látszik, hogy Medellín a legtöbb turista szerint egyenlő Pablo Escobar örökségével, és ez az elsődleges ok, amiért a városba jönnek. Azonban ezen kívül még számos attrakcióval és tevékenységgel várja a látogatókat a város. Második helyen áll a Parque Explora, mely a kolumbiai Csodák Palotájának megfeleltethető: itt a látogatók megismerkedhetnek a fizika- a zene- az idő- a dinoszauruszok és még számos tudományos témakörrel. A Laguna de Guatapé Medellín elsőszámú szatellitvárosa, így érthető, hogy a harmadik helyen áll. A Pueblito Paisa Medellín egyetlen skanzene, avagy mesterségesen épített, autentikusnak látszani akaró

szabadtéri múzeuma, melyet a Museo de la Ciudad, egy kilátó, éttermek, bárak és árusok öveznek. A Museo de Antioquia Medellín egyik legnagyobb múzeuma- hírnevét Fernando Boteronak köszönheti, ugyanis itt található a világhírű festő- és szobrászművész legtöbb képe, a múzeum előtti téren pedig a több méter magas bronzszobrai. A Jardín Botánico de Medellín pedig a város legnagyobb és legmodernebb parkja, mely számos szabadtéri eseménynek ad otthont. Ami meglepő lehet, az a Communa 13 Graffiti Tour hiánya, mely szintén Medellín egyik legközismertebb turisztikai programja.

Medellín oldalát a Tripadvisoron tovább vizsgálva, a Travellers Choice fülön a hat opcióból 4 szerepel az „Essential” listán is, 2 tevékenység viszont eltér.

1. Free Walking Tour Medellin - Real City Tours
2. Medellin Metrocable
3. Parque Explora
4. Laguna de Guatapé
5. Museo de Antioquia
6. Jardín Botánico de Medellín

Első helyen a „Free Walking Tour Medellin - Real City Tours” szerepel, melyet meglepő módon a Medellín Metrocable követ, mely a város általános tömegközlekedési rendszerét takarja. 3. helyen áll az Essentials listán is szereplő Parque Explora akváriumai, 4. helyen a Guatapé Lagune, 5. helyen a Museo de Antioquia és végül 6. helyezett a Jardín Botánico de Medellín. Mindezek alapján Medellín a városi kultúra, a művészet és a természet városának tűnhet az interneten tájékozódó turista számára.

A 2.táblázat a medellíni attrakciókat és aktivitásokat mutatja a vélemények száma és a népszerűségi pontjai mellett.

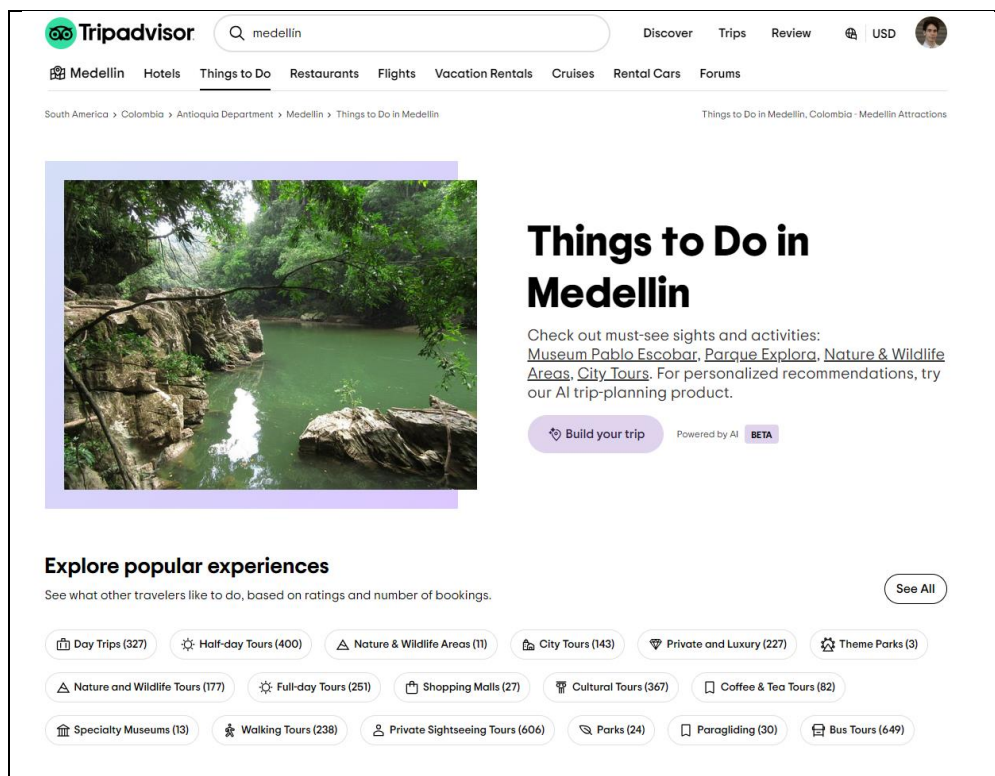
2. táblázat: a Tripadvisor weboldalán elérhető értékelések Medellín 6 legnépszerűbb attrakciói esetében az Essential és Travellers Choice listák szerint

Attrakció/Tevékenység megnevezése	Vélemények száma	Értékelési pontszám (1-5 között)
Tripadvisor „Essentials” Lista		
Museum Pablo Escobar	4271	5/5
Parque Explora	3290	4,5/5
Laguna de Guatapé	1641	5/5

Pueblito Paisa	3089	4/5
Museum of Antioquia	2037	4,5/5
Jardín Botánico de Medellín	2533	4,5/5
Tripadvisor „Travellers’ Choice” lista		
Free Walking Tour Medellin - Real City Tours	7752	5/5
Medellin Metrocable	6768	4,5/5
Parque Explora	3290	4,5/5
Laguna de Guatapé	1641	5/5
Museum of Antioquia	2037	4,5/5
Jardín Botánico de Medellín	2533	4,5/5

Forrás: https://www.tripadvisor.com/Tourism-g297478-Medellin_Antioquia_Department-Vacations.html (hozzáférés dátuma 2024.10.20)

A Tripadvisor Things to do in Medellín lapján (2.ábra) főként privát túrákat, egy- és félnapos túrákat találunk, de számos kulturális túrát és egy úgynevezett „Private and Luxury” azaz privát és luxus kategóriát is fellelhetünk. Ezek mellett megtaláljuk a Medellínre jellemző természeti- és vadvilági túrákat, a kávé túrákat és parkokat is. A Buszos túrák mennyisége is számottevő, további egyedi tevékenységi kategória a „paragliding” azaz a sárkányrepülés lehetősége.



2. ábra: A Tripadvisor Things to Do in Medellín oldala 2024 október 20-án

4.2.4 A két város Instagram oldalainak vizsgálata

A visitbudapest_official Instagramoldal tartalomelemzése

A visitbudapest_official Instagram oldaláról megállapíthatjuk, hogy első ránézésre is professzionális, tehát egységes és letisztult a megjelenésű oldal, célja egyértelműen a tájékoztatás, a város értékeinek kiemelése. Az oldal csatlakozásának dátuma 2015 január, azaz nem egészen egy évvel fiatalabb, mint a medellin_travel oldala. Az 1497 bejegyzésszám arról árulkodik, hogy sűrűn posztolnak az oldal működtetői, a 88 000 követőhöz képest 819 követés pedig arról árulkodik, hogy ez egy komoly oldal, és maximum a partnereit hajlandó „visszakövetni” azaz megerősíteni az ismeretséget. Medellínhez képest itt már az oldal felhasználónevében is benne van az angol „official”, azaz hivatalos szó ezzel is jelezve, hogy ez a városvezetés által jóváhagyott, központi profil, az itt megtalálható információk felelnek meg leginkább a valóságnak. A profilleírásban olvasható a profil felhasználóneve, a Threads felhasználónév, a hivatalos megjelölés, némi profilleírás, egy digitális térképre mutató hiperhivatkozás, és végül az oldal internetböngészőbe ágyazott linklistája.

Az Instagram al-alkalmazásában, a Threadsben is működtet ez az oldal egy profilt, a „@” jel után következő, a felhasználónévvel egyező nevű profil linkje erre az alkalmazásra mutat. A fiók hivatalos megjelölése „Turisztikai tájékoztató központ” - ezt az Instagram minden esetben a felhasználó nyelvén jeleníti meg. A profilleírás rövid és célratoró: mindössze két mondat, melyben az oldal üdvözlí a látogatót Budapest hivatalos Instagram oldalán, és fel is szólítja, invitálja őket, hogy együtt fedezzék fel a város elrejtett ékköveit.

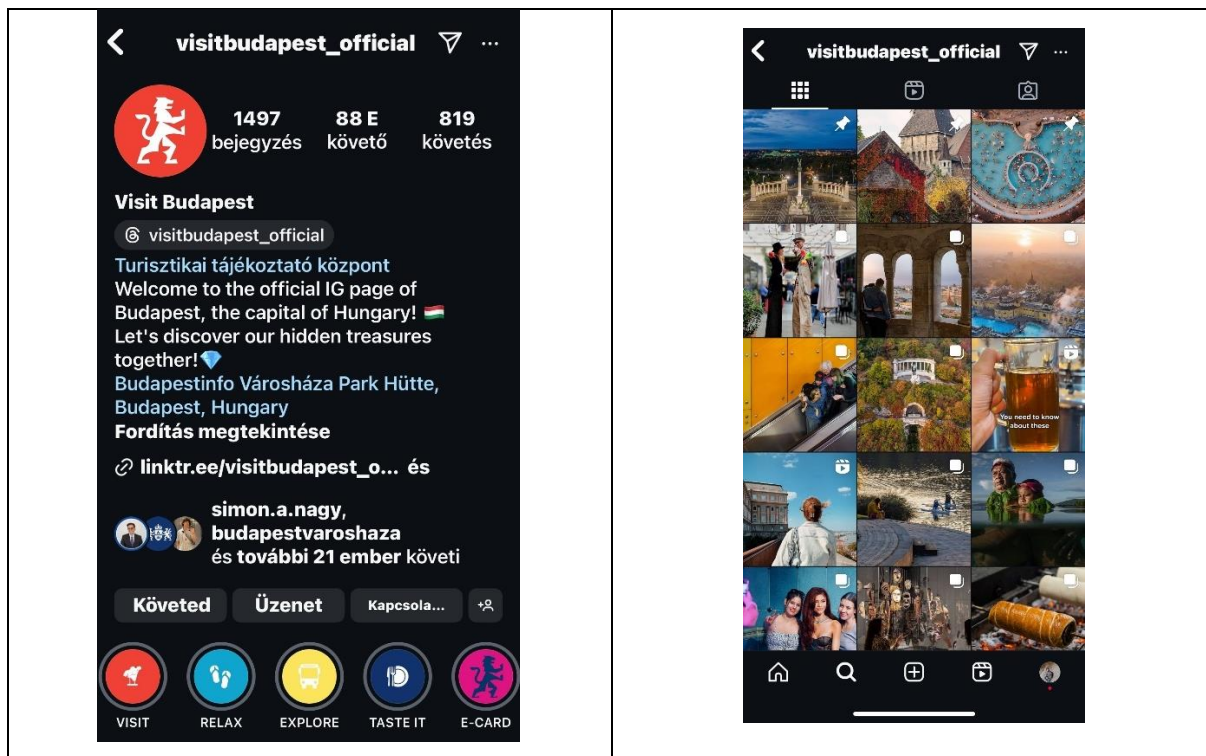
Az oldalon három kitűzött poszt látható: a Hősök tere, a Vajdahunyad vára és a Széchenyi Fürdő felülnézeti fényképe láthatók. A Hősök tere-poszt csupán a címszereplő látványosság meglátogatását promotálja, és a műemlékről oszt meg információkat. A második poszt viszont, melynek első képén a Vajdahunyad vára látható, az „Autumn has arrived in Budapest!” (Megérkezett az ősz Budapestre!) címet viseli, és több budapesti látványosságot is enged láttatni, miközben a leírás a város meglátogatására, és a budapestinfo.hu weboldal felkeresésére ösztönöz. A harmadik kitűzött poszt a budapesti termálfürdők meglátogatását promotálja csak és kizárólag a Széchenyi fürdő képeivel illusztrálva, de a leírásban ingyenes belépésről a Szent Lukács fürdőbe, és 20%-os kedvezményről ír a Széchenyi, a Rudas, a Palatinus fürdőkbe.

A posztok fotó kollázsokból és videókból állnak, egységes arculati elemet nem jelenítenek meg, az alkalmazott fényképek a város aktuális hangulatát tükrözik, és a videók is inkább hangulatfestő-, mintsem tájékoztató jellegűek. Ami lényeges eltérés Medellín vizsgált

Instagramprofiljához képest, az a Budapest Card ismételt feltüntetése és promóciója, a folyamatos tájékoztatás a kártya által kínált kedvezményekről.

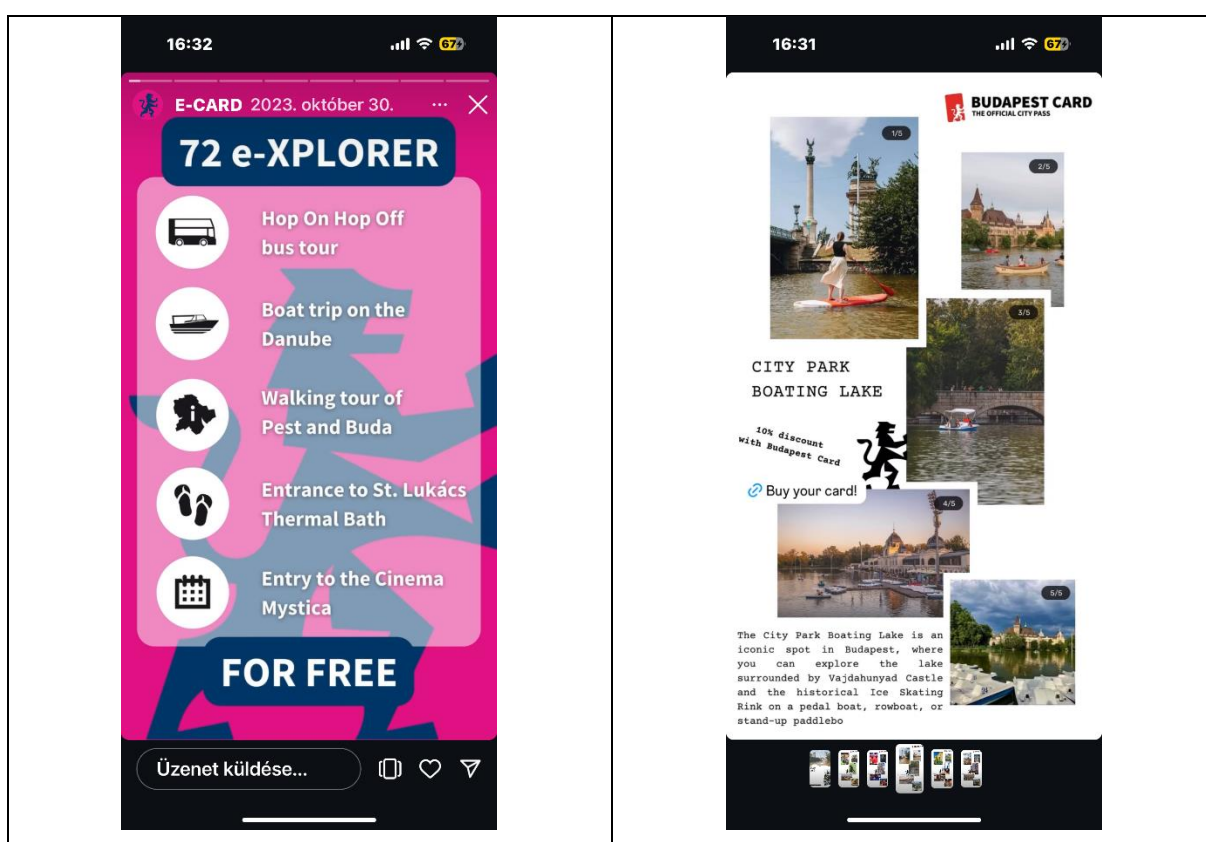
Az oldalon a Medellín oldalához hasonlóan szintén 6, történeteket tömörítő ún. összefoglaló látható. A „Go out” (Szórakozz), „Visit” (Látogass meg), „Relax” (Kapcsolj ki), „Explore” (Fedezz fel), „Taste it” (Kóstold meg), című összefoglalók mindegyike angolul, felszólító módban jelennek meg, kivéve az utolsó, „E-Card” (E-kártya) címűt. Itt tehát ismét külön kiemelésben részül a hivatalos Budapest kártya, mely számos budapesti attrakcióhoz nyújt kedvezményeket.

A visitbudapest_official Instagram oldal tehát igényes, szemmel láthatóan rendszeresen és rendesen frissített oldal, melyet professzionális tartalommal töltenek meg. Budapest ezen oldal alapján egy kissé rusztikus, mégis rendkívül sokszínű és hangulatos nagyváros képét szándékozik magáról mutatni. Ebben a városban kedvünkre élvezhetjük mind a természetet, mind a fürdők nyújtotta kényelmet, de a fantasztikus gasztronómiai élmény, a kultúra és az önfeledt szórakozási is garantált. Ebben a városban egyszerűen nem lehet unatkozni, mert minden hét minden napjára jut valami látnivaló, felfedezni való vagy esemény, melyet kár lenne kihagyni, a látogatónak mégsem akad olyan érzése, hogy Budapest túlságosan zsúfolt és rohanó város lenne: Budapest megvár, kényelmes tempót diktál, mindemellett pedig olcsó és mivel eltér Európa többi világvárosát, eredeti is.



3. ábra: A *visitbudapest_official* hivatalos Instagram fiókja 2024. 10. 20-án Elérhető: https://www.instagram.com/visitbudapest_official/

A két kiválasztott Instagram történet tartalmi és vizuális vizsgálata alapján megállapítható, hogy az oldal a város legnépszerűbb és legszínvonalasabb attrakciói és szolgáltatásainak bemutatása mellett legalább ilyen fontos szerepet kap a Budapest Card folyamatos bemutatás és promóciója is. Valamennyi megnyitott összefoglalóban egységes, a 3. ábrán is látható vizuális elrendezés látható. A történeten 5 professzionális fénykép, az oroszlán vizuális elem, megjelenési animációval ellátott informatív szövegek, a Budapest Card hivatalos logója és egy vásárlási oldalra irányított link látható. A történetek célja tehát a tájékoztatás és a vásárlásra buzdítás hasonlóan Medellin történeteire.



4. ábra: Két Instagram történet a *visitbudapest_official* Instagram oldalán 2024.10.20-án Elérhető: https://www.instagram.com/visitbudapest_official/

Medellin esetében a *medellin_travel* oldalt vizsgáltam, mert ezen profil leírásában szerepel, hogy ez az oldal a város hivatalos Instagram oldala. Az oldal az Instagramhoz való csatlakozás dátuma 2014 május, a fiók helye Kolumbia. Az oldalon a vizsgálat napján 2837 bejegyzés található, körülbelül 124 000 követővel rendelkezik, és 1084 fiókot követ. Mindez azt üzeni, hogy az oldal sűrűn, legalább hetente posztolja az aktualitásokat, és mivel sokan követik, ezért bizonyosan valós információkat közöl.

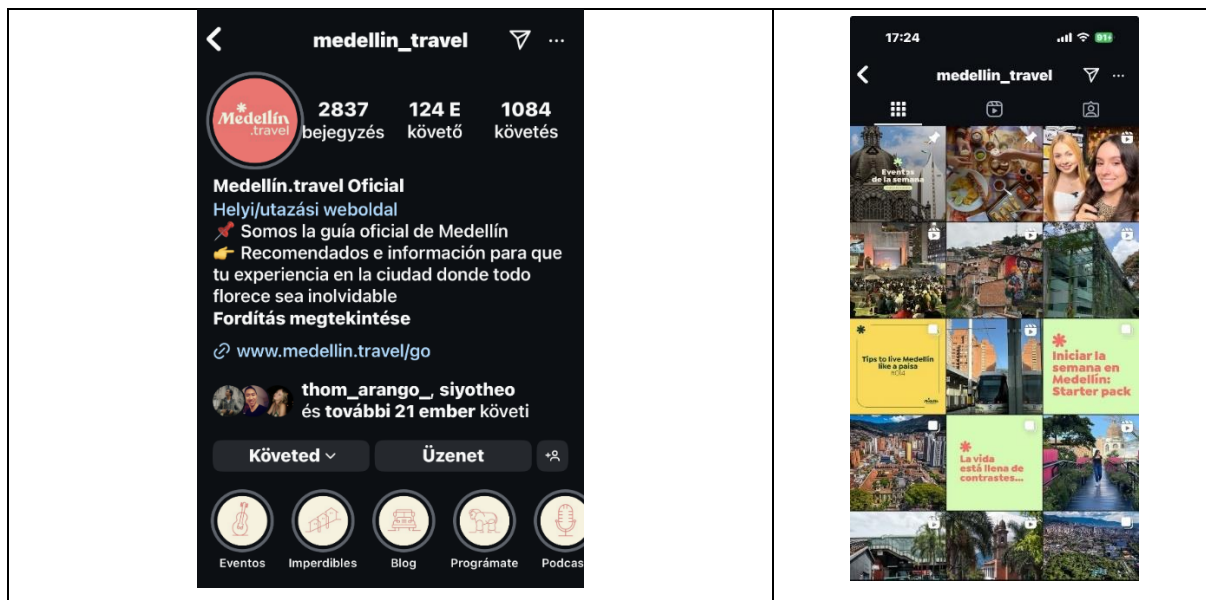
A profil leírásában szerepel a profil statisztikailag helyesen leírt neve, a profil Instagram szerinti hivatalos típusa, rövid leírás végül egy hivatkozás, mely egy internetböngészőbe ágyazott linklistára mutat. A rövid leírásban olvashatjuk, hogy „mi vagyunk Medellín hivatalos idegenvezetői”, illetve „Ajánlások és információk, hogy az élményeid a városban, ahol minden virágzik, felejthetetlenek legyenek”.

Az Instagram felhasználóknak lehetőségük van a posztjaik közül hármat kiválasztani, és azt „kitűzni”, azaz úgy megjeleníteni a posztrács tetején, hogy nem számít, előtte vagy utána mit posztolnak, a kiválasztott poszt a posztrács tetején marad, így ez az egy, kettő vagy három poszt lesz az, melyet az oldalra látogató először látni fog. Ezen kitűzött posztok sokat elárulnak arról, hogy az oldal kezelői szerint melyek azok a legfőbb tevékenységek, látványosságok, impozáns képek vagy információk, melyeket a látogatóknak mindenképp látniuk kell. Medellín profiljában két kitűzött kép szerepel: az első az „Eventos de la semana 14 al 20 de octubre” (A hét eseményei október 14-20) című poszt, mely az aktuális hét legnépszerűbb programjait listázza. A poszt igényes, hiszen egységes arculatot kapott, minden képén ugyanazok a hivatalos arculati elemek és a profil két hivatalos fő színe jelenik meg. A hét valós idejű dátuma is egyezik, tehát a poszt friss, releváns és pontos információkat tartalmaz, mely bizonyítja, hogy az oldalt színvonalasan frissítik, ami növeli a látogató bizalmát az Instagram oldallal szemben. A második kitűzött poszt egy videó, mely Medellín egyedi gasztronómiai adottságait mutatja be 12 tételen keresztül. A videó szintén a hivatalos intro és outro szekvenciákkal kezdődik, és az átvezetések is egységesek tovább növelve az oldal színvonalát és professzionális benyomását.

A további posztok vegyesek. Az oldal szerkesztői szemmel egyértelműen igyekeznek vizuálisan is minél sokszínűbbé tenni az oldalt. Promóciós és hírközlő videók és egyes népszerű és autentikus attrakciókat, tevékenységeket vagy aktuális heti programokat bemutató posztok váltják egymást.

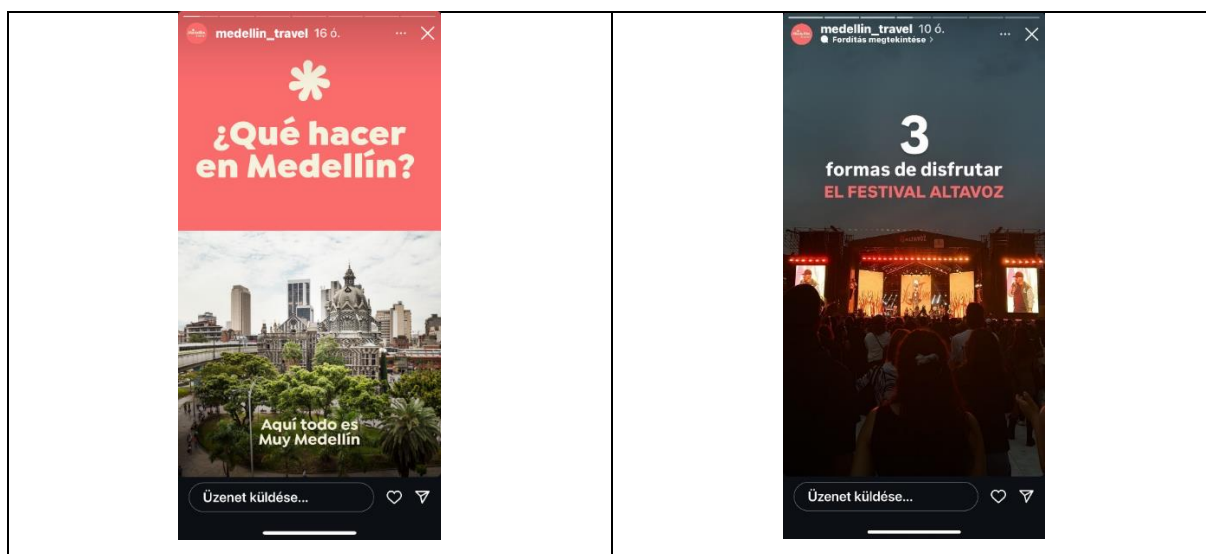
Az oldal történeteinek összesen 6 ún. összefoglalója van. Ezek az összefoglalók az oldal már a múltban egyszer közzétett történeteit tartalmazzák, hogy az azok megosztását követő 24 óra után is bárki bármikor láthassa- így ezen összefoglalók egy-egy témakör fontos információforrásai is egyben. Ezen oldal esetében a 6 összefoglaló a következő: Eventos (Események), „Imperdibles” (Kihagyhatatlan (tevékenységek)), „Blog”, „Programate” (Tervezd meg a programjaidat), „Podcast”, „Feria de Flores” (Virágünnep). Ezek alapján tehát az oldal főként a város által kínált gasztronómiára, kulturális sokszínűsége, programokra és szabadidő tevékenységekre helyezi a hangsúlyt. A város diverzifikálja turisztikai kínálatát, és

aktívan ösztönzi a turistákat, hogy ne csupán a mindenki által ismert attrakciókat fedezzék fel, hanem sportprogramokra, koncertekre és fesztiválokra is meghívja őket, így integrálva őket a helyiek és a város dinamikus életébe. Az oldal alapján Medellín egy színes, élettel teli, kulturális, esztétikus, biztonságos, kedves emberektől nyüzsgő és pozitív élményeket kínáló város.



5. ábra: Medellín_travel hivatalos Instagram fiókja 2024. 10. 20-án Elérhető: https://www.instagram.com/medellin_travel/

A véletlenszerűen kiválasztott két Instagram történetet vizuálisan vizsgálva megállapíthatjuk, hogy az oldal szerkesztői egységes arculattal ellátott képeket tesznek közzé ezzel igényes megjelenést kölcsönözve az oldalnak.



6. ábra: Két ún. Instagram történet a medellin_travel Instagram oldalán 2024.10.20-án Elérhető: https://www.instagram.com/medellin_travel/

4.2.5 Netnográfiai összegzés

Az online vélemények és értékelések alapján Budapest és Medellín különböző turisztikai erősségekkel rendelkeznek, amelyek tükrözik a városok kulturális és városi karakterét. Mindkét város előtérbe helyezi gasztronómiai sokszínűségét és élményeit, illetve gazdag kulturális kínálatát és programjait. Azonban míg Budapest történelmi attrakcióira és fürdőire, mint egyedi turisztikai termékre helyezheti a hangsúlyt, addig Medellín a művészeti élete mellett modern és dinamikus városi élményeket kínálhat, úgy, mint a szabadtéri és sportesemények.

4.3 Statisztikai elemzés

A statisztikai elemzés célja, hogy objektív, számszerűsíthető adatok segítségével mintázatok és trendeket lehessen felismerni, hogy a kiválasztott adatok egy infografika segítségével szemléltetésre kerüljenek és hogy végső sorban a két várost ilyen módon is össze lehessen hasonlítani.

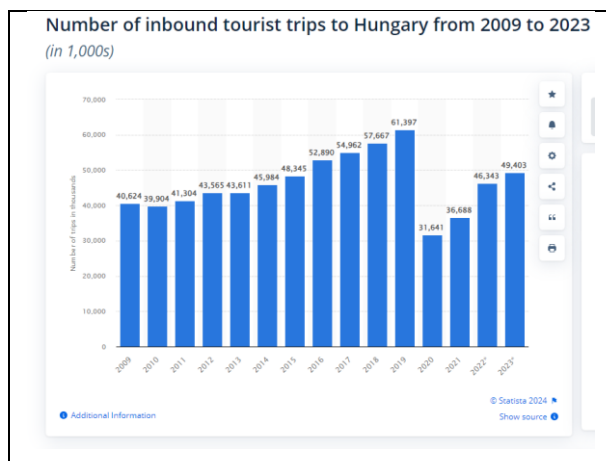
A Magyarországhoz kapcsolódó statisztikai adatok elemzéséhez a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) weboldalán elérhető adatokat használtam fel. A Kolumbiához kapcsolódó statisztikai adatok a Nemzeti Statisztikai Hivatal (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE) honlapján megtalálhatók, ezeket a bárki által elérhető statisztikai mutatókat és adatokat elemzi a kutatásom is. A weboldal egyes részei csak spanyol nyelven érhetők el. További forrásként szolgáltak a Statista oldalán található, ingyenesen elérhető diagramok is.

4.3.1 A két országba érkezők számának összehasonlítása

2. táblázat: A Magyarországra történő külföldi utazások száma és a hozzá kapcsolódó kiadások a tartózkodás ideje szerint a Statista diagramja adatai alapján

Évszám	Külföldi utazások száma
2018	57.667
2019	61.397
2020	31.641
2021	36.688
2022	46.343
2023	49.403

Forrás: Statista.com



7. ábra: Magyarországra érkező turisztikai utak száma 2009 és 2023 között Forrás: Statista.com

A 3. táblázat és 7. ábra Magyarország egyre növekvő turisztikai keresletéről árulkodnak a Magyarországra történő turisztikai célú utazások száma alapján. A Statista diagramján (7. ábra) még szemléletesebb, hogy a turisták érkezési számainak egyébként dicséretes növekedését hogyan törte derékba a Covid, melyet azonban ismét stabil, kissé kiegyenlítettlenebb, de biztos növekedés követett. Például a 61.397.000 utazást regisztráló 2019 után csupán 31.641.000 fő érkezett 2020-ban, 2023-ban viszont ez a szám visszakúszott egészen 49.403.000 föig.

Összehasonlításképpen a Migration Colombia nyilvántartása szerint 2023-ban 5,869,869 külföldi érkezett az országba, ami 23,5%-os bővülést jelent 2022-hez képest, amikor 4.425.881 érkezést regisztráltak, de így is jócskán elmarad a Magyarország által produkált számoktól. Ez nem újdonság, hiszen Európa a világ egyik legerősebb turisztikai piacát tudhatja magáénak.

3. táblázat: Külföldi érkezések száma Medellínben 2022 és 2023 között

Évszám	Külföldi érkezések száma
2022	4.425.881
2023	5.869.869

Forrás: <https://www.medellinadvisors.com/how-did-tourism-fare-in-medellin-in-2023-what-are-the-prospects-for-2024/>

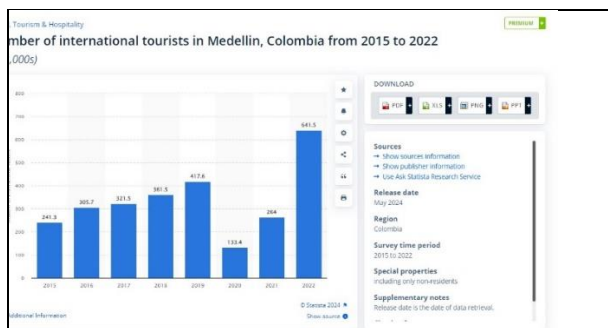
A 8. ábra azt mutatja, hogy a Magyarországra történő utazások száma évről évre nem túlzottan gyorsan, de stabilan növekedett. A tartózkodási idő viszont nem hosszabbodott, az átlagos tartózkodás megragadt a 2,3 napos átlagnál, és a költési hajlandóság emelkedik szignifikánsan. Vagyis több látogató érkezik, de nem maradnak tovább és nem is költenek fajlagosan többet.

4.3.2 A két városba érkezők számának összehasonlítása



8. ábra: Budapestre érkezők száma 2015 és 2022 között Forrás: Statista.com

A 8. ábrán olvasható számok jól mutatják a pandémia okozta ingadozásokat: a látogatók száma 2020-ban jelentősen visszaesett, 2021-ben részleges javulást mutatott, majd 2022-ben közelítette a járvány előtti szinteket, jelezve a turizmus erős visszatérését. 2022-ben Budapestet körülbelül 4 millió látogató kereste fel, ami jól mutatja a turizmus jelentős mértékű visszatérését a pandémia előtti szintekhez. A fővárosba érkező turisták 82%-a külföldről érkezett, legnagyobb arányban Németországból, valamint Csehországból, Romániából, az Egyesült Királyságból és Lengyelországból. Az országos turizmus is kimagaslóan teljesített, összesen 14,2 millió vendég mintegy 40 millió vendégéjszakát töltött el Magyarországon.



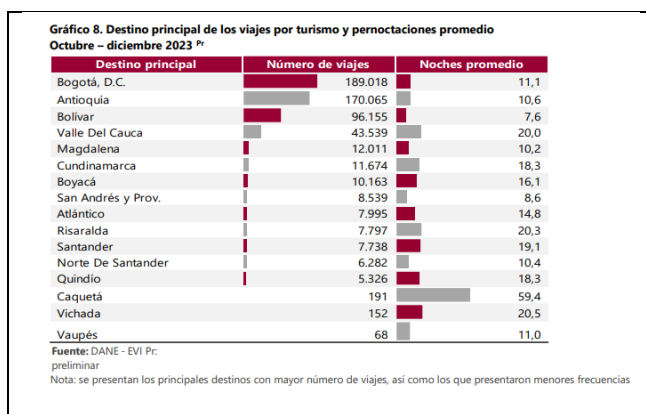
9. ábra: Medellínbe érkező látogatók száma forrás:

<https://www.statista.com/statistics/1156320/international-visitors-medellin-colombia/>

Az adatok jellegéből adódóan hatékonyan a két város 2022-ig terjedő adatai vizsgálhatóak és összevethetőek. Magyarországon, a Budapest és Közép-Dunavidékre történő utazások száma meghaladta a 2329 ezret (9. ábra), míg a Medellín-i Polgármesteri Hivatal által közzétett adatok szerint a 2022-es év kiemelkedő volt a város számára turisztikai szempontból, hiszen a látogatószám meghaladta az előrejelzéseket, és több mint 1,4 millió látogatót fogadtak. Medellínben a turizmus egyre inkább az egyik fő gazdasági húzóerő, és 2022 májusában a szállodai kihasználtság 72,5%-os rekordot ért el, ami meghaladja a pandémia előtti, 2019-es szintet. (Zapata, 2023)

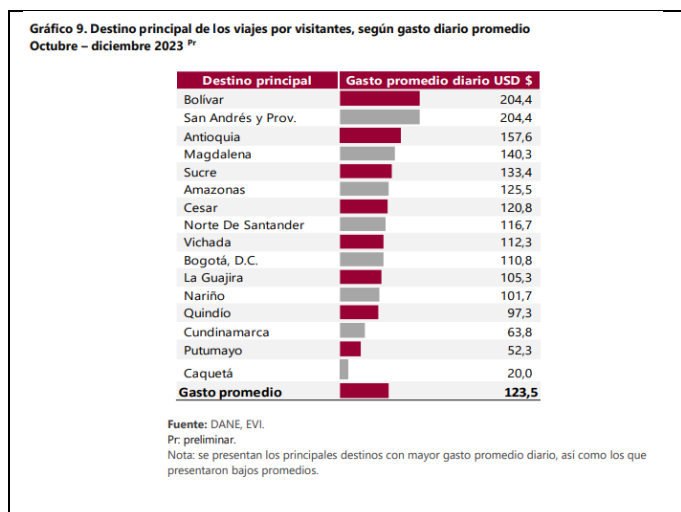
A medellíni kormányzati statisztikák szerint Medellín Kolumbia 2. legnépszerűbb turisztikai városa Bogota után, Cartagenával a nyomában (9.ábra). Évente mintegy 2,5 millió turista látogat Kolumbiába - 2002-ben, mikor Kolumbiát még a rendkívül veszélyes országok közé sorolták, ez az adat 540 000 volt. Medellínbe 2022-ben 641.500 nemzetközi látogató érkezett, turistáinak mintegy 20%-a az Egyesült Államokból, 16%-a Európából (főként Spanyolországból, Németországból, Franciaországból és az Egyesült Királyságból) érkeztek, a többiek nagy pedig latin-amerikai utazók voltak.

A medellíni turizmus gyors növekedését jól mutatja, hogy 2010 előtt csak körülbelül 5 hostel volt fellelhető az egész városban, amelyek kifejezetten külföldi turistákat szolgáltak ki. Ez a szám azonban az azt követő 10 év során exponenciálisan nőtt. A 2020-as évek elejére a szállók száma meghaladta a 150-et. A Covid-19 járvány nagy csapást mért a turizmusra, és a szállások többsége kénytelen volt bezárni, de a pandémiát követően ismét gombamód szaporodni kezdtek a szálláshelyek. (Zapata, 2023)



10. ábra: A turisztikai utazások fő úti célja és az átlagos vendégéjszakák száma október-december 2023 Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services

A 10. ábra azt mutatja, hogy Kolumbián belül mely térségekbe utaznak a legtöbben és ott mennyi vendégéjszakát töltenek el átlagosan. Jól látszik, hogy Bogotá főváros régiója vezet, és itt is töltik el a legtöbb vendégéjszakát a vendégek. Azonban Medellín régiója, Antioquia szorosan a vezető Bogotá D. C. főváros régiójának nyomában van: csupán 11 ezer utazóval és 0,7 vendégéjszakával marad el.



11. ábra: Az egy látogatóra jutó utazások fő úti célja az átlagos napi kiadások szerint Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services

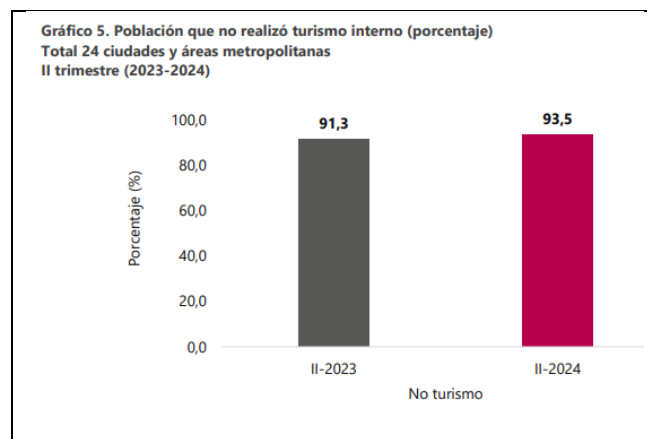
A napi költést tekintve (USA dollárban) viszont érdekes adatokat kapunk: Bogotá a középmezőnyben, Antioquia is csak a harmadik. Ezen jelenség mögött Cartagena, Kolumbia harmadik legtöbb látogatót vonzó városa húzódhat meg: ide érkeznek a tehetősebb turisták.

Tabla 9. Gasto promedio per cápita día del total de personas que viajaron (pesos)
 Total 24 ciudades y áreas metropolitanas
 II trimestre (2024-2023)

Rubros de gasto	Total 24 ciudades y áreas metropolitanas				
	II-2023	II-2024	Diferencia (2024-2023)	Variación (%) (2024-2023)	Contribución (p.p) (2024-2023)
Gasto promedio per cápita día	71.647	81.185	9.537	13,3	13,3
Alimentos y bebidas	32.960	42.311	9.351	28,4	13,1
Servicios culturales y recreacionales	*5.185	*4.564	-620	-12,0	-0,9
Transporte (Hacia y desde el destino)	25.533	24.504	-1.029	-4,0	-1,4
Otros gastos*	*7.969	*9.806	1.836	23,0	2,6

12. ábra: Az összes utazó egy főre jutó átlagos napi kiadása (peso) Összesen 24 város és nagyvárosi terület Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services

Kolumbiában fejenként a legtöbbet az odalátogatók ételre és italra költenek, melynek összege 32960 kolumbiai pezó, azaz körülbelül 3000 Ft. Ezt követik utazásra költött összegek 2500 Ft-tal, s végül a kulturális és rekreációs szolgáltatásokra fordított kiadások, mely 500 Ft.



13. ábra: Belföldi turizmust nem folytató népesség (%) Összesen 24 város és nagyvárosi terület 2023-2024 második trimeszter Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services

Tabla 10. Variación porcentual y contribución de la población que no realizó turismo interno según motivo
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas
II trimestre (2024-2023)

Motivo de no viaje	Total 24 ciudades y áreas metropolitanas			
	II-2023	II-2024	Variación (%) (2024-2023)	Contribución (p.p) (2024-2023)
Población que no realizó turismo interno	20.017	20.771	3,8	3,8
No tenía tiempo	3.037	3.871	27,5	4,2
No estaba interesado	2.815	3.474	23,4	3,3
Motivos económicos	13.159	12.514	-4,9	-3,2
Otro motivo*	1.006	913	-9,3	-0,5

14. ábra: A belföldi turizmust nem folytató népesség százalékos változása és hozzájárulása indíték szerint Összesen 24 város és nagyvárosi terület 2023-2024 második trimeszter Forrás: dane.gov.co/index.php/en/statistics-by-topic/services

Kicsit eltérő a 14. diagram, ami azt mutatja, hogy a lakosság hányad része nem vesz részt a belföldi turizmusban. Ez alapján a lakosság több, mint kilenc tizede kimarad a belföldi turizmusból, és hogy ez a szám 2023 második trimeszteréhez képest csak emelkedett, azaz egyre kevesebb ember engedheti meg magának, hogy utazzon és ezáltal felfedezze saját országát. Ennek okait a következő diagramon láthatjuk, ahol az okok között kiemelkedett a gazdasági ok, de volt, akinek nem volt ideje, vagy nem volt érdekelt az utazásban.

A nemzetközi látogatók által az országba érkezésükkor említett különböző okok között szerepel a turizmus, amely 3.331.202 érkezést jelentett; az átutazás 266.292 belépéssel; az üzleti élet 163.419 belépéssel; a személyzet 144.478 belépéssel; és a rendezvények 112.801 belépéssel.

4.3.3 Statisztikai összefoglalás

A statisztikai elemzés szerint Budapest és Medellín turizmusa eltérő trendeket mutat, amelyek más-más kihívásokkal és lehetőségekkel vetítenek előre. A magyar statisztikai adatok (KSH) alapján Budapest turizmusa stabil növekedést mutat, bár a látogatók átlagos tartózkodási ideje

változatlanul 2,3 nap körül alakul, és a költési hajlandóság is lassan emelkedik. A COVID-19 miatti visszaesés után 2023-ban ismét növekedést figyelhetünk meg, közelítve a pandémia előtti, 2019-es szinthez, amikor 61 millió látogatást regisztráltak. Medellínben ezzel szemben a turizmus dinamikusabban növekszik, amit az is jól mutat, hogy a nemzetközi látogatók száma 2022-ben meghaladta az 1,4 millió főt. A város népszerűsége különösen az amerikai és európai turisták körében emelkedik, amely egyre inkább gazdasági húzóerővé válik Kolumbiában.

Mindkét város turizmusát jelentősen befolyásolta a pandémia, de Medellín gyorsabb talpra állása a helyi szálláshelyek növekedésében is tükröződik: míg 2010 előtt mindössze 5 hostellel rendelkezett, mára ez a szám meghaladja a 150-et. Budapest globálisan erős turisztikai piaca mellett Medellín feltörekvő szereplő, amely ugyan nem ér el hasonló érkezési számokat, de a gyors növekedésével és a változatos látogatói összetétellel sajátos turisztikai perspektívát képvisel.

5. Összefoglalás

A dolgozat célja az volt, hogy Medellín példájának vizsgálatán keresztül Budapest számára olyan turizmusfejlesztési jógyakorlatokat és turizmusstratégiai elemeket javasoljon, melyek alkalmazásával Budapest növelheti turisztikai vonzerejét, egyben egy, a lakosai számára is élhetőbb, zöldebb, innovatívabb és erősebb branddel rendelkező főváros jöjjön létre.

A kutatás számos hasonlóságot és különbséget említ Budapest és Medellín között, hiszen a dolgozat átfogó képet nyújt Budapest és Medellín turizmusstratégiai célkitűzéseinek különbségeiről és hasonlóságairól. A vizsgálat során feltárt eredmények megerősítik, hogy a két város különböző szociális, gazdasági és fenntarthatósági prioritásokat követ, miközben mindkét város a turizmus hosszú távú, fenntartható fejlődésének elősegítésére törekszik. A kutatás rámutatott arra is, hogy a helyi társadalmi igények és kulturális értékek eltérő megközelítése ellenére mind Budapest, mind Medellín a közösség bevonását, a versenyképesség növelését és a helyi identitás megőrzését tartja fontosnak.

A dolgozat feltárt megannyi előnyös, hatékony, innovatív és progresszív turizmusstratégiai elemet Medellín város esetében, melyeket Budapest alkalmazhat, hogy Európa egyik legversenyképesebb, legerősebb márkájú és legélhetőbb fővárosává lépjen elő.

Például, ami Medellín szociológiai háttéréből is adódik, az a kisvállalkozók felesleges vagy túl magas adóterhektől való megkímélése, hogy így is serkentsék a kereskedelmet, az általános vállalkozói szellemet, és végső soron ne nehezítsék, hanem megkönnyítsék a „kisemberek” életét. Ugyan nem Medellín érdeme, de bizonyosan egyik legfőbb előnye a rendkívül előnyös

klímája, mely az év egészében kellemes, 25 Celsius fokos középhőmérsékletet eredményez- ez a szezonális hatásának kiküszöbölését teszi lehetővé, mely Budapest számára az egyik legrégebbi turisztikai probléma. Budapest, hogy a szezonális és a főszezonban tapasztalható túlzott turizmus elönytelen hatásait kiküszöbölje, egész évben élvezhető programokat és attrakciókat kell, hogy kifejlesszen és promotáljon, úgy, mint a beltéri események, gasztronómiai élmények és múzeumok.

Az ominózus ÉG és bulinegyed problémáját Medellín szemmel láthatóan sokkal előnyösebben oldotta meg, ahol a lakosság köreiben sem okoz akkora felháborodást ez a fajta turisztikai kínálat és az ÉG. Ezt Budapestnek Medellín példáján keresztül kellene megtanulnia, például hatékonyabb, szigorúbb és egységes hatásági intézkedésekkel, a turisztikai piaci szereplők egységes szabályrendszerbe történő integrálásával és bevonásával. Mindemelett persze meg kell jegyezni, hogy amennyiben egységes turisztikai termékként kezeljük a belváros ezen „bulinegyedét” akkor a rendfenntartás és tisztántartás gyakorlatait hatékonyabban alkalmazva a bulinegyedből egy kulturális negyed fejlődhetne ki, mely így a továbbiakban nem az olcsó alkoholért érkező bulituristákat, hanem az eredeti, egyedi és minőségi élményeket igénylő, kulturális turizmus iránt érdeklődő látogatókat vonzhatná és szolgálhatná ki. Erre a fajta turizmusra Budapest kiválóan alkalmas.

Medellín továbbá kiválóan mutatja be az országa, Kolumbia, és a régiója, Antioquia, és a kultúrája, a Paisa kultúra sajátosságait, jellemzőit, különbségeit és egyedi elemeit. Nem számít, hogy az adott látogató milyen céllal érkezett a városba, vagy hogy milyen jellegű attrakciókra kíváncsi vagy milyen szolgáltatásokat szeretne igénybe venni: a város egyedi hangulatával, erős márkaidentitásával és annak promóciójával büszkén hirdeti, hogy Medellín tárt karokkal fogadja, és hogy a „nemzetközies” kínálat ellenére a látogató „Kolumbia szívében”, „az örök tavasz városában”, Medellínben van, ahol minden virágzik. Budapestnek is egy egyedi, jól megkülönböztethető és erős városmárka identitást kellene kifejlesztenie, elfogadtatnia valamennyi turisztikai szereplővel és azt integrálni nem csak a turisztikai rendszerbe, de a szuprastruktúrába is, hogy a lakosság és a látogatók is azonosulni tudjanak a város arculatával, hangulatával és az ezek által kölcsönzött érzésekkel is.

Medellín csodával határos újjászületését részben a szegény peremterületeinek integrációjának, a szociális urbanizmusnak köszönheti. Ott a hegyi libegő rendszerrel oldották meg az egyébként rendkívül nehezen elérhető, kieső, meredek hegyi területek bevonását a városi életbe, a munka világába, a gazdaságba. Budapest ezt a gyakorlatot úgy implementálhatná, hogy jobban koncentrál a külső kerületeinek értékeire, revitalizálhatná azokat, az ottani, helyi közösségek

felélénkítésével és támogatásával pedig olyan kulturális csomópontokat hozhatna létre, mely a belvárosban koncentrálódó turizmust némiképp ellensúlyozhatná, így könnyítve azon a terhen, mely a belső kerületek szállodáit és lakosságát terheli. Ilyen revitalizációs törekvésre kiváló példa a CheckINN Revitalizátor innovációs verseny, mely 2022 óta hirdet évente pályázatokat fiatalok számára, melynek célja, hogy elhagyatott vagy funkciójukat veszített területeket, ingatlanokat turisztikai céllal felújítsanak és újra a városi turizmus szerves részévé tegyék. A jövőben Budapestnek tehát az ehhez hasonló példákat kell követnie és folytatni a város külterületeinek fejlesztését és folyamatos integrációját a város szövetébe, hogy a területi terhelést kiegyenlítsék.

A Latin-Amerika szerte elterjedt Piko y Plaka kiváló megoldás lehet Budapest számára, ha a forgalmi dugók és a túlzott autós forgalom egyszer elérne egy kritikus szintet. Ahogy azt Jeff Beck 2018-as könyvében megfogalmazta, a sétálható város az élhető város, és egy ilyen városnak ki kell szabadulnia az automobilizmusból, autó mentesíteni kell legalább a belváros tereinek többségét és a közösségi közlekedést kell előnyben részesítenie. Egy besétálható, a közösségi közlekedés által kényelmesen beutazható turisztikai desztináció az, ahol a látogatók biztonságban és jól érezhetik magukat, így Budapestnek a jövőben is egy ilyen élhető, sétálható várossá kell válnia egyre inkább, hogy az egyre erősödő zöldülő és fenntartható trendeknek megfelelően változzon és tartsa a turisztikai piaci verseny általdiktált tempót, és versenyelőnyre, vagy akár külföldi befektetésekre is szert tegyen.

Végül, de nem utolsó sorban Budapesten több növényre, több zöldfelületre, változatosabb élővilágra van szükség. Ez nem csupán az előbb említett zöldítésekre vonatkozó trendeknek való megfelelés miatt fontos, de a 21. században a hatásait egyre inkább érzékeltető klímaváltozás elviselésének céljából is kritikus fontosságú. A növények ugyanis nem csupán esztétikai célt szolgálnak, de bizonyítottan segítenek hűvösen tartani a várost, amely így már nem csupán turisztikai cél, de az alapvető létezéshez is elengedhetetlen.

5.1 Milyen feladatok várnak még Medellínre?

Medellín városát vizsgálva arra a következtetésre jutott a dolgozat, hogy számos feladat vár még rá, de alapvetően jó úton jár Kolumbia második legjelentősebb városa. Először is a városnak még hosszú éveken át kell harcolnia az országa és a városa imázsáért és az azokat övező negatív sztereotípiákkal és előítéletekkel. Ehhez jelenthet szintén kiváló eszközt az erős városmárka és identitásának fejlesztése, illetve az alapvető kolumbiai és medellíni értékek védelme. Ezzel kéz a kézben jár a kulturális turizmus, mely épp ezen egyedi értékeket mutatja be mind a külföldiek mind a helyi lakosság számára. Ennek a hatása rendkívül pozitív és

elengedhetetlen Medellin további fejlődése, jobbá tétele, és a bulidesztináció szerepéből való kitörés érdekében. További kiemelt feladat kell, hogy legyen az általános közbiztonság javítása. Ehhez elengedhetetlen a bűnszervezetek felszámolása vagy legalábbis visszaszorítása. Ez elsősorban hatalmas kihívásnak tűnhet, azonban, ha a városnak sikerülne a kilátástalanabb rétegeket még jobban bevonni a legális gazdaságba és a város életébe, és szerepet adni nekik akár a turizmus iparágán keresztül- mint azt a Communa 13 idegenvezetőinek példáján keresztül láttuk- akkor előbb utóbb a gazdasági folyamatok mentén ezek a bandák idejét múltak lesznek, és a bűnön kívül valóban minden virágozhat majd.

A két város vizsgálata során közös pontokat is feltárt az elemzés, melyek mindkét város számára relevánsak és szükségesek a fejlődés érdekében. Ilyen közös, általánosítható pontok a már említett kulturális turizmus fejlesztésére és promóciójára irányuló intézkedések és kampányok, de az általános infrastruktúrafejlesztés az élhető város szabályainak szem előtt tartásával, a közbiztonság és köztisztaság folyamatos fenntartása, és a hajléktalanok kérdésének megoldása még várat magára. További, mindkét várost ugyanolyan mértékben érintő kérdés, probléma és kihívás a dzsentifikáció kérdése. Ez ellen a két város eltérő módon próbál tenni, de talán Budapest jár előrébb a rövidtávra kiadható lakások számának korlátozásával.

Javaslatok Budapest számára

Budapestre tehát számos megoldandó feladat vár annak érdekében, hogy biztosítsa helyét az európai és globális turisztikai piacon, illetve végre versenyelőnyre tegyen szert az egyre kiélezettebb turisztikai versenyben. Budapestnek elsősorban a már meglévő, egyedi adottságaira kellene építenie, úgy, mint az Ázsia és Európa közötti kulturális és földrajzi elhelyezkedése. További rendkívül jelentős előny az a közbiztonság magas szintje. Ugyan a köztisztaság szintje a belsőbb kerületekben hagy kívánnivalót maga után, és a hajléktalanok kérdése nem megoldott - csakúgy, mint Medellinben- azért Budapest az egyik legbiztonságosabb város az egész világon, ezt turisztikai desztinációként mindenképpen hirdetni kell. Ehhez azonban szüksége lesz egy egységes, egyedi és erős desztinációs márkaidentitásra, melybe valamennyi piaci szereplőt valamilyen módon bevon a városvezetés. Jelen pillanatban láthatjuk, hogy a kínálati kapacitásokhoz és sokszínűséghez képest elmarad Budapest promóciója, pedig látogatók széles skáláját ki tudná elégíteni Magyarország fővárosa.

5.2 A kutatás határai

A kutatás határait elsősorban a rendelkezésre álló források és adatok elérhetősége jelentette, különös tekintettel a két város eltérő statisztikai és turisztikai adatgyűjtési módszereire és az

elérhető adatok mennyiségére és jellegére. Míg Budapest esetében viszonylag naprakész és pontos statisztikai adatok álltak rendelkezésre, Medellín esetében ez nem volt jellemző. A turizmus társadalmi hatásainak vizsgálatánál figyelembe kellett venni, hogy az egyes helyi közösségek véleménye és igényei részben kvalitatív módon kerültek feldolgozásra, ami gyakorlatilag szubjektív értékelést jelent. Emellett, mivel a kutatás két eltérő politikai és gazdasági háttérrel rendelkező várost hasonlított össze, a turisztikai stratégiák fenntarthatóságának és versenyképességének közvetlen összevetése korlátozott érvényű lehet a helyi kontextusok és szociokulturális különbségek miatt annak ellenére is, hogy erre a kutatás külön kitér.

A turizmusstratégiai elemzés az elérhető adatokra és dokumentumokra támaszkodik, amelyek időbeli korlátozottsága és szubjektivitása befolyásolhatja az eredmények objektivitását, ami a dolgozat egyik fő gyengepontja. Mivel a vizsgálat nagyban függ a Budapest és Medellín számára kiadott stratégiai dokumentumok aktuális verzióitól, az ezekben bekövetkező változások gyorsan elavulttá tehetik a kutatást. Továbbá, a helyi közösségek és turisztikai szakemberek véleményének korlátozott számban történő bevonása szintén gyengítheti a kutatás teljességét, mivel a kvantitatív adatok mellett a helyi érintettek kvalitatív perspektívái is értékesek lennének. Végül, a kulturális különbségek értelmezése is kihívást jelenthet, ami az összehasonlítás mélységét korlátozhatja, hiszen a két város turisztikai igényei és társadalmi környezete jelentősen eltérő.

5.3 További lehetséges kutatási irányok

További kutatási lehetőségeket kínál a városi turizmus stratégiáinak hosszú távú hatásainak vizsgálata, különös tekintettel a fenntarthatóságra és a helyi közösségekre gyakorolt hatásokra. Érdekes lenne mélyebben elemezni, hogy a turizmus hogyan járul hozzá a helyi gazdaság sokszínűségéhez és stabilitásához, valamint a helyi lakosok életminőségének javulásához. Ezen túlmenően, a digitális technológiák, például az okos turizmus és látogatómenedzsment rendszerek bevezetésének szerepét is tanulmányozni lehetne a két városban, figyelembe véve a turizmus szezonális ingadozásainak kezelését és a látogatói élmények fokozását. Végül, Medellín és Budapest esetében is érdekes lenne feltárni a különböző városi szatellit-területek turizmusba történő bevonásának lehetőségeit és az ehhez kapcsolódó infrastrukturális fejlesztések társadalmi-gazdasági következményeit.

Irodalomjegyzék

1. Aïdi, N. & Fabry, N., 2022. Beyond the certification of smart tourism destination: insights from the city of Medellín in Colombia. *International Journal of Tourism Cities*, [e-folyóirat] 10(2), pp. 577-603., DOI: 10.1108/IJTC-03-2022-0056
2. Baird, A., 2018. Becoming the 'Baddest': Masculine Trajectories of Gang Violence in Medellín. *Journal of Latin American Studies*, [e-folyóirat] 50(1), pp. 183-210., DOI: 10.1017/S0022216X17000761
3. Csapó, J. & Töröcsik, M., 2020. A Turizmus Jövője, A Nemzetközi És Hazai Turizmus Legújabb Trendjeinek Elemzése Elméleti És Gyakorlati Megközelítésben. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar
4. Díaz, P. D. A. M. & Rave, B. & Durango, L. & Villa, S. & Rodriguez, C. & Quintero, K. O. & Rojas, L. & Holguín, M., 2023, Agenda Antioquia 2040.
5. Drummond, H. & Dizgun, J. & Keeling, D., 2012. Medellín: A City Reborn? *Focus on Geography*, [e-folyóirat] 55(4), pp. 146-154.
6. BBC.com, 2013. Colombia's Medellin named 'most innovative city'. [online] Elérhető: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-21638308> [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 26.]
7. en.casacol.co, s.a. *Medellin's Growth in Tourism Over the Years*. [online] Elérhető: <https://en.casacol.co/digital-nomads/medellin-growth-in-tourism/> [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 26.]
8. Havas, A. & Kincses A., Dócs, K. & Constantin, M. & Pacca M., 2024, *Budapest awaits: Fulfilling the city's tourism potential*. [online] Elérhető: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/europe/budapest-awaits-fulfilling-the-citys-tourism-potential#/> [hozzáférés dátuma: 2024.08.25]
9. Hernandez-Garcia, J., 2013. Slum tourism, city branding and social urbanism: the case of Medellín, Colombia. *Journal of Place Management and Development*, [e-folyóirat] 6(1), pp. 43-51., DOI: 10.1108/17538331311306122
10. Illyés N., 2017. Láthatatlan turisták Budapest árnyékában. *E-CONOM*, [e-folyóirat] 6(2), pp. 56-67., DOI: 10.17836/EC.2017.2.056
11. Kiss, K & Molnár-Csomós, I. & Kincses, F., 2021. Buli van? – Mitől lehet vonzó Budapest VII. kerülete a hazai fogyasztók számára? *Turizmus Bulletin*, [e-folyóirat] 11(4), DOI: 10.14267/TURBULL.2021v21n4.5
12. Lachin, N., Horváth & D. & Cosovan, A. & Tvergyák, K. K., 2018. Városmárka-hűség: melyek a Budapesti márkahűséget befolyásoló legfőbb tényezők? *Turizmus Bulletin*, [e-folyóirat] 18(4), pp. 4-13.

13. Michalkó, G. & Illyés, N. & Kondor, A. & Prorok, M. & Szabó, T., 2023. Az agglomeráción is túl – Mobiltelefonos cellaadatok felhasználása Budapest szatellit turizmusának tanulmányozásában. *Területi Statisztika*, [e-folyóirat], 63(5), DOI: <https://doi.org/10.15196/TS630501>
14. Miskolczi, M., 2023. Mire figyeljünk a városmárkázás során? – esettanulmány Budapestről. *Turizmus Bulletin*, [e-folyóirat], 23(3), pp. 49-58. Elérhető: <https://www.uni-corvinus.hu/downloads/7fou.v5ja0o/turizmusbulletin-2023-03-beliv-49-58.7be.pdf> [Hozzáférés dátuma: 2024.05.20]
15. Moncada, E., 2016. Urban Violence, Political Economy, and Territorial Control: Insights from Medellín. *Latin American Research Review*, [e-folyóirat] 51(4), pp. 225-248., DOI: 10.1353/lar.2016.0057
16. Moore, A. & Eiró, F. & Koster, M., 2022. Illegal Housing in Medellín: Autoconstruction and the Materiality of Hope. *Latin American Politics and Society*, [e-folyóirat] 64(4), pp. 94-118., DOI:10.1017/lap.2022.31
17. Naef, P., 2023. The Criminal Governance of Tourism: Extortion and Intimacy in Medellín. *Journal of Latin American Studies*, [e-folyóirat] (55), pp. 323-348., DOI:10.1017/S0022216X23000019
18. Pinke-Sziva, I. & Boros, K., 2022. A belföldi turizmus ereje – Budapest vonzereje a belföldi látogatók véleményének tükrében. *Marketing & Menedzsment*, [e-folyóirat] 56(1), DOI: <https://doi.org/10.15170/MM.2021.56.01.05>
19. Pintér, T., 2024, Csendes Olivér: Budapest imázsát magasabb polcra kell helyezni a nemzetközi piacokon. *Turizmus.com*, [online] Elérhető: <https://turizmus.com/cikk/business-travel/csendes-oliver-budapest-mice-business-day-visit-hungary-eloadas-imazsepires-nemzetkozi-piacok> [Hozzáférés dátuma: 2024.10.28]
20. Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2024, Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT). *DANE*, [online] Elérhető: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/turismo/encuesta-de-gasto-interno-en-turismo-egit> [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 18.]
21. Rao, D., 2023, What is dark tourism? *The Week*, [online] Elérhető: <https://theweek.com/culture-life/travel/dark-tourism-ethics-travel> [hozzáférés dátuma: 2024. 10. 29.]
22. Schultz, É., 2015, A kulturális turizmus jelene és lehetőségei Budapesten. *Építészforum* [online] Elérhető: <https://epiteszforum.hu/a-kulturalis-turizmus-jelene-es-lehetosegei-budapesten> [Hozzáférés dátuma: 2024.05.20]

23. Smith, M. & Pinke-Sziva, I. & Olt G., 2019b. Overtourism and Resident Resistance in Budapest. *Tourism Planning & Development, Tourism Planning & Development*, [e-folyóirat] 16(4), pp. 376-392., DOI: 10.1080/21568316.2019.1595705
24. Smith, M. & Pinke-Sziva, I. & Olt, G. & Berezvai, Z., 2019a. Overtourism and the night-time economy: a case study of Budapest. *International Journal of Tourism Cities*, [e-folyóirat] 5(1), pp. 1-16., DOI: 10.1108/IJTC-04-2018-0028
25. Smith, M. & Pinke-Sziva, I. & Olt, G., 2023. The relative importance of culture in urban tourism: implications for segmentation. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, [e-folyóirat] 18(2), pp. 157-173., DOI: 10.1108/CBTH-01-2022-0026
26. Speck, J., 2018, 101 Szabály az Élhető Városért. Budapest: Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum
27. Központi Statisztikai Hivatal, 2024, 27.2.1.3. A Magyarországra tett külföldi utazások száma és a hozzá kapcsolódó kiadások országok szerint. *KSH.hu* [online] Elérhető: https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0044.html [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 01.]
28. Központi Statisztikai Hivatal, 2024, 27.2.1.3. A Magyarországra tett külföldi utazások száma és a hozzá kapcsolódó kiadások országok szerint. *KSH.hu* [online] Elérhető: https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0044.html [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 01.]
29. Központi Statisztikai Hivatal, 2024, 27.2.1.11. A többnapos turisztikai célú belföldi utazások száma úti cél szerint negyedévente [ezer fő] *KSH.hu* [online] Elérhető: https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0051.html [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 01.]
30. Troyan, B., 2008. Ethnic Citizenship in Colombia: The Experience of the Regional Indigenous Council of the Cauca in Southwestern Colombia from 1970 to 1990. *Latin American Research Review*, [e-folyóirat] 43(3), pp. 166-191., DOI: 10.1353/lar.0.0046
31. Turizmusonline.hu, 2024, *Turizmusellenes tüntetők vízipisztolyos "támadása" Barcelonában.* [online] Elérhető: <https://turizmusonline.hu/cikkek/kulfold/turizmusellenes-tuntetok-vizipisztolyokkal-spricceltek-barcelonaban.html> [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 26.]
32. Yeung, P., 2024. How a Colombian City Cooled Dramatically in Just Three Years. *reasons to be cheerful* [online] Elérhető: <https://reasonstobecheerful.world/green-corridors-medellin-colombia-urban-heat/> [Hozzáférés dátuma: 2024. 10. 26.]
33. Zapata, J., 2023, The Role of Tourism in a Post-Conflict Destination: Lessons Learnt From The Case Of Medellin, Colombia. [szakdolgozat] Mesterképzés. Budapest: BGE KVIK

Mellékletek

Nyomtatott források fényképei



I. fénykép: Antioquia 2040 2023-as kiadás



II. fénykép: Agenda Antioquia 2040 kiadvány előlap



III. fénykép: Agenda Antioquia 2040 hátlap

Félig strukturált interjúk kérdései

1. Milyen hasonlóságokat/különbségeket lát a két város általános életterében?
2. Ön melyik városban élne szívesebben? Budapesten vagy Medellínben?
3. Mit gondol, melyik városban könnyebb a megélhetés?
4. Ön hogyan látja, mely városban jobb az általános tisztaság?

5. Ön hogyan látja, mely városban jobb az általános biztonság?
6. Ön érzékelt a városvezetés részéről tudatos fejlesztési projektbemutatót, promóciót? Ha igen, Budapest vagy Medellín fordít erre több erőforrást?
7. Ön szerint milyen szerepet játszanak a helyi közösségek Budapest turisztikai stratégiájának kialakításában?
8. Ön szerint milyen szerepet játszanak a helyi közösségek Medellín turisztikai stratégiájának kialakításában?
9. Milyen fő kihívásokkal néz szembe- és milyen lehetőségeket lát Budapest esetében a turizmus terén?
10. Milyen fő kihívásokkal néz szembe- és milyen lehetőségeket lát Medellín esetében a turizmus terén?
11. Hogyan hasonlíthatná össze Medellín és Budapest turisztikai stratégiáját, milyen hasonlóságokat és különbségeket lát a két város turizmusfejlesztési megközelítései között?
12. Mit tanulhatna egyik város a másiktól a turizmus fejlesztése terén?
13. Milyen jövőbeli trendeket lát a Budapest turizmusában?
14. Milyen jövőbeli trendeket lát a Medellín turizmusában?
15. Hogyan látja Medellín szerepét a globális turisztikai piacon a következő években?
16. Hogyan látja Budapest szerepét a globális turisztikai piacon a következő években?