



Jó gyakorlatok

Biobia Porta Pajta Szálló Cserkút

Készült a DDOP-2.1.3/A-12-2012-0007 „Vidéki örökség útjai” pályázaton belül a Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Egyesület és a Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter megbízásából

Készítette: Aubert és Társa Bt.

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Regionális
Fejlesztési Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Az interjú során Németh Ibolyával beszélgettem, aki megismertette velem fő tevékenységeit, céljait, termékeit a szolgáltatással kapcsolatban, valamint kóstolásra is lehetőségem volt, illetve megtudhattam, hogy mit is takar a Biobia Porta Pajta Szálló.

Fő tevékenységi körei a falusi vendégfogadás, a falusi turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások, programok működtetése illetve helyi termékek előállítása.



A Biobia Porta Pajta Szálló

Tevékenységeinek fő célja a szemléletformálás a termékeken keresztül. A turistaházak berendezésével, a gazvacsorákkal, ebédekkel és reggelikkel, öko büfékkel. Képzéseket is tartanak melyek segítségével az ide látogató megismerkedhet az ehető gyógynövényekkel, egy terepgyakorlat keretein belül. Közös főzéseket is szerveznek, ahol bemutatják a hagyományos tartósítást, illetve, hogy hogyan lehet felhasználni az erdei növényeket a konyhában. A civilség sok szalon járul hozzá a tevékenységekhez. Németh Ibolya a Mecsek Zöldút Egyesület aktív tagja, és ott is kifejti tevékenységeit. Fontosnak tartja, hogy a helyi termékek értékesítésekor a környezetében lévő más helyi termékeket is felhasználjon, így támogatva többi helyi termék előállítót. Karácsonyi ajándécsomagoknál (melyeket leginkább

cégek számára készítenek) például egy-egy csomagba nem csak Biobia termék kerül, hanem akár egy helyi méhész méze vagy más helyi termékek is. Ez egy fontos fejlődési lehetőség a vidéknek, ha ezeket a helyi termékeket el tudják adni, segítik a helyieket, ami egy komplexebb dolog. A Biobia termékek és szolgáltatások más szolgáltatókkal is együttműködnek, így például az Ökocsali csoportnak illetve a Hosszúhetényi társaságnak is tagja. Fontos szempont az egészség. Fel szeretnék hívni a figyelmet az egészséges táplálkozásra, valamint, hogy tudjuk, hogy honnan származik a termék, illetve, hogy a zöldségekről, gyümölcsökről szezonálisan gondolkodjunk.

Az attrakció tartalma lényegében a különleges alapanyagokból (vadkörte, erdei gyümölcsök, medvehagyma, berkenye stb.) készült termékek, mint például a medvehagymás só, medvehagyma bigyó, illetve a turistaházak melyek berendezése különleges, hiszen régi, nosztalgias élményeket kelt a turistában. Egy-egy rendezvényen a szervírozás, tálalás is különleges, illetve különlegesen szép.



Barack és berkenyelekvár, lecsó, medvehagyma bigyó



Libazsír, töpörtyű, medvehagymás só, fűge



Lekvárok, egyedi rongyból készült fedővel



Medvehagymás só

Személyes, családi programokat szerveznek, nem gondolkodnak hatalmas méretekben, a lényeg, hogy a kevés ember jól érezze magát. Különleges természeti élményekhez juttatják a turistát, mint például holdtöltetűrák a babás szerkövekhez.

Hatóköre országos szintű. Már a Nők Lapja Kert című kiadványban is szerepelt, a Kossuth Rádióban is, illetve a Gasztroangyal című műsorban. Külföldi vendégek is ellátogatnak ide, de nem az olcsó árak miatt, inkább a természet, a nyugodt környezet vonzza őket, mint például egy luxemburgi családot, akik a két gyermeküket hozták nyaralni a szállóba. Magyarországon belül Kaposvárról jöttek például nyaralni, illetve volt olyan társaság, akik Győrből, Szegedről, és Budapestről jöttek együtt. Rendezvényekre is elviszik a helyi termékeket, viszont jobban szorgalmazzák azt, ha helyben ismertethetik meg az emberekkel ezeket a dolgokat, hiszen a helyi termék a helyieket szolgálja. Azonban néha elfogadják a meghívásokat, hiszen a turistaházak propagálása is fontos, ilyenkor akár Budapestre vagy Zalaegerszegre is ellátogatnak.

A vendégfogadók több szolgáltatást is nyújtanak, így például szállás biztosítása, amely az egyéb szálláshely kategóriába van sorolva és nincs napraforgós minősítés. Továbbá ellátás, falusi vendégasztal, helyi termékek eladása, programszervezés. Három szálláshely várja a vendégeket, az egyik a Pajta, amely 15 főt képes elszállásolni, a Mézeskalácsház, amely 7 főt, illetve a Könyvesház, amely 4 főt tud. Van egy negyedik szálláshely, amelyben jelenleg laknak, de egyébként 6 főt tud elszállásolni a Szedres vendégház.

A szolgáltatás főbb célközönsége szálláshely tekintetében a természetkedvelők, fiatal családok, turistacsoportok, illetve gyalogosok. Az árak is úgy vannak kitalálva, hogy a családokat szólítja meg, például a harmadik és e fölötti gyermek szám esetén a gyerekeket ingyen szállásolja el. Valamint aki gyalog vagy kerékpárral érkezik, kedvezményben részesül, ezzel is az öko tudatosságot kívánják szorgalmazni. A helyi termékek mindenkinek szólnak, de cégajándéknak is szokták ajándécsomagokba rakni, például karácsonykor, amikor is a turizmusban egyfajta holt szezon van. A falusi vendégasztalba illetve az öko büfékbe beleforgatják a helyi termékeket, itt a konferenciákra illetve a rendezvényekre fókuszálnak. Az ilyen konferenciákon sok a külföldi, így nagy esély van rá, hogy a felszolgált ételekbe a programok során beleszeret egy-egy vendég.

A Biobia Porta Pajta Szálló ökomarketing stratégiát folytat. Lényege ennek az, hogy semmi olyat nem használnak, ami direkt marketing. Úgy gondolják, hogy hitelesnek kell lennie annak, amit el akarnak adni, és nem rátukmálni akarják az emberekre. Nincsenek akciók, árengedmények, az ár, ami meg van adva egy reális ár. Nem használnak címlistákat, nincs hírlevél. Rendelkeznek egy honlappal: www.biobia.hu, amely a jövő évben megújul, és

melyen bemutatják a különböző termékeket, programokat ajánlanak, illetve az ökotudatos szemléletmódot szeretnék itt is átadni. Községi honlapjuk is van, ahol egyre több a látogató illetve a követő, ez olyan tartalmakat közvetít, ami hasznos információkat nyújt, és ebben az esetben sem volt direkt kérés, hogy kövessék az oldalt. Akik meglátogatják a közösségi oldalukat, azok általában maradnak és figyelik. Mindenféle médiákban, akik rájuk találnak, azokban hirdetik magukat. A Mecsek Zöld Út brandet szeretnék kiteljesíteni, mivel a civilek sokan ezt fontosnak tartják. A marketingjüknek sok személyes része van, például beszélgetések.

A szolgáltatás kapacitás kihasználtsága maximális. A termékeket többen együtt készítik családon belül, alkalmazottakat nem szeretnének, ez így őket eltartja. Szállóvendég, ha úgy van, jöhet több is, azzal még elbírnak, viszont ennél több rendezvényt szervezni, terméket előállítani nem tudnak. Egyedül a már említett szállás az, ami kimerítetlen még, például a turistaházakat téliesítették, mivel a jógázni vágyók igényt is tartottak rá, illetve további vendégeket is várnak.

Végül Németh Ibolyával, azaz Biával a jövőképről beszélgettünk, melynek kapcsán elmondta, hogy vállalkozását szeretné kiterjeszteni. A Mecsek Zöldúton hasonló szemléletmódú vállalkozást létrehozni melyben a Biobia egy stabil pont. Szeretné ezt a mintát továbbvinni, szélesíteni a kört, megmutatni, hogy ebből meg lehet élni, lehet így tevékenykedni. Véleménye szerint a falusi turizmusban nem a luxus dolgokat kell előtérbe helyezni, vagy egyáltalán elhelyezni, mint pl. a wellnessben, hanem a meglévő szokásokat, ízeket, termékeket kellene eladni, de elsősorban megőrizni és megismertetni az emberekkel.



A Biobia Porta Pajta Szálló az utca felől

Összeállította: Gátonyi Barbara