

PIETER JONCKERS *igazgató, Train World*

A 4P ÉS A 4E A BRÜSSZELI VASÚTI MÚZEUM MŰKÖDÉSÉBEN

T Néhány adattal kezdenénk: 2015. szeptember 25. és 2018. május 1. között (az utóbbi dátum mintegy 27 hónappal későbbi, mint a Train World, a belga nemzeti vasúti múzeum megnyitásának időpontja) a tízezer négyzetméter alapterületű, 22 mozgó járművet, 1250 kisebb objektumot, 64 vetített anyagot, valamint húsz interaktív kiállítást bemutató helyszínnek 370 ezer látogatója volt.

¶ Ki ne ismerné Philip Kotlernek a marketingmenedzsmentről szóló könyvét (Magyarországon 2006-ban jelentette meg az Akadémiai Kiadó – A Szerk.), illetve annak 4P-vel jelölt marketing-mix elméletét a marketingeszközök különböző kombinációjáról? A Train World esetében ezek könnyen azonosíthatók.

¶ Ha például a 4P (termékpolitika/Product, árpolitika/Price, értékesítéspolitika/Place és reklámpolitika/Promotion) közül az értékesítéspolitikát vizsgáljuk, a termékek elhelyezése tekintetében minden rendben, hiszen a Train Worldbe nagyon könnyű eljutni. Az intézmény a legrégebbi európai vasútvonal mentén található, amely világviszonylatban is az egyik legkorábbi. Nagyon közel van a brüsszeli városközponthoz, természetesen könnyen elérhető vonattal, de akár busszal, villamossal vagy autóval is. Túlzás nélkül állíthatjuk: a Train World jelenleg a legkönnyebben megközelíthető vasúti múzeum a világon. Ez volt a cél már a létrehozásakor is. Ez tehát nyilvánvalóan az USP (unique selling proposition), vagyis egyedi terméktulajdonsága a múzeumnak

¶ A termék (Product) – maga a vasút és világa. A Train World lényegét a belga vasút gazdag történeti gyűjteménye adja, amely kétségtelenül lenyűgöző és elsőrangú. A Train Worldben nem a belga mozdonyok, vasúti kocsik, hajtányok, vasúti eszközök legkülönbözőbb típusainak összezsúfolt egyvelegét, ehelyett inkább a hatalmas gyűjteményből okosan kiváloga-

az intézmény a legrégebbi európai vasútvonal mentén található, amely világviszonylatban is az egyik legkorábbi

a Train World jelenleg a legkönnyebben megközelíthető vasúti múzeum a világon





tott kollekción láthatnak a látogatók. Olyan anyagot sikerült összerakni, amely a vasút világát a legjobban illusztrálja.

¶ A harmadik P (Price) esetében a teljes beruházási költségre kell gondolnunk (25,1 millió euró) és a projekt megvalósításáról szóló megállapodásra, valamint alapértékeinek meghatározására. A látogató reális mértékű belépődíjat fizet a belga vasúti gyűjtemény megtekintéséért, ez jelenleg 12 euró egy felnőtt látogató számára. Ezért az összegért a látogatók többsége két és fél-négy órányi időt tölt el a múzeumban. Ha a teljes, 25 milliós költségvetést vesszük, valamint azt, hogy ebből 5,9 millió euróért világszínvonalú terméket hoztunk létre, még mindig meglehetősen a nemzetközi beruházási átlagok alatt járunk, ami négyzetméterenként háromezer eurót jelent egy új múzeum és kiállításai létrehozása esetében. A Train World esetében ez az átlagos költség 737,50 euró négyzetméterenként.

¶ Az utolsó P (Profit) részletes tárgyalása megtalálható a múzeum üzleti tervében. A Train World természetesen a további P-tételekre is figyelmet fordít (People, Planet – emberek, a földünk).

¶ A múzeum munkatársai számára azonban nem csupán a kereskedelmi megközelítés fontos. Ezért is található több említés az intézmény globális stratégiájában a 4E-ről, mint a 4P-ről. A Train World marketing, kommunikációs és kereskedelmi stratégiája ezen alapszik: Escapism (eltávolodás), Esthetics (esztétika), Education (oktatás), Excellence (kiválóság). (Ez a négy E mindazonáltal nem egyezik a „hivatalos” marketing-oktatás négy E-jével: Experience, Everyplace, Evangelism, Exchange). François Schuiten, a Train World látványtervezője tíz évvel ezelőtt, amikor az egész projekt elindult, feltehetően nem gondolt még erre, de ma már az eredményeket is láthatjuk.

¶ Az Escapism feltétlenül érvényes itt, hiszen a modern kor látogatója családjával és/vagy barátaival egy olyan nagyszerű helyen találja magát, ahol egy időre elmenekülhet, eltávolodhat a mindennapi élettől. Egy olyan társadalomban, ahol az embereknek egyre többet kell dolgozniuk, egyre aktívabbnak, minden pillanatban elérhetőnek kell lenniük, és mindenről azonnal véleményt kell nyilvánítaniuk – az emberek többsége

*a modern kor
látogatója
családjával és/
vagy barátaival egy
olyan nagyszerű
helyen találja
magát, ahol egy
időre elmenekülhet,
eltávolodhat
a mindennapi
élettől*

*a kiállításon
a látogató
egy titokzatos
univerzumban
merülhet el*

elfárad ettől a ritmustól. A nyaralási szokások és hagyományok változnak, a tendencia a rövid szabadságok és túrák irányába mutat – akár családdal, akár anélkül. Ennek a tendenciának a Train World tökéletesen meg tud felelni. A kiállításon a látogató egy titokzatos univerzumban merülhet el, a vasút világának történeteit megismerve időutazást élhet át a múzeumban. A Train World olyan látványos utazást kínál, amelyben a látogató a főszereplő.

*a projekt a már
meglévő, megőrzött
épületekre
alapozott, egy új
elemmel bővülve,
háromszáz év
vasúti építészettét
bemutatva*

¶ Az Esztétika elvének alkalmazása a Train World elhelyezése azon a Brüsszel–Malines vonalon, amelyen 1835. május 5-én a kontinens első vonata elindult. A projekt a már meglévő, megőrzött épületekre alapozott, egy új elemmel bővülve, háromszáz év vasúti építészettét bemutatva. Brüsszel legrégebbi műemlék vasúti épületének, Schaerbeek 1887-ben emelt, majd az 1920-as években flamand neoreneszánsz stílusban kibővített vasútállomásának rekonstrukciója révén a belga vasúttörténet jellegzetes épülete lett a Train World projekt legfontosabb része. Egy még mindig működő, a 20. század második feléből származó laboratóriumszárny áll a régi állomás és a 2015-ben emelt új épület között.

¶ Ha egy újabb E betűs tételt említünk, az oktatást (Education), akkor fontos megjegyezni: az 6 és 16 év közötti iskolásgyerekek számára készült oktatási csomagokra az intézmény jelentős összegeket költött és költ ma is. A 12 évesek csoportja például kincsvadászathoz kap térképet, kivágható kártyákkal a helyes válaszokhoz, a kincs megszerzéséhez. A múzeum küldetésének alaptényezője az oktatásban betöltött szerepe. Ezt a célt szolgálják az interaktív elemek, amelyek nemcsak a gyerekek, de a felnőtt látogatók számára is bőségesen rendelkezésre állnak, a gazdag belga vasúti örökség minél könnyebben befogadható és értelmezhető bemutatására.

¶ A Train World François Schuiten ötletei és elképzelései nélkül nem lenne ilyen kiemelkedő jelentőségű és értékű: a technológia, a mobilitás, a történelem, a társadalomtörténet különféle témái emberi történetekben jelennek meg, amelyek értelmezhetővé teszik a tárgyak sokféleségét.

Basics Beatrix fordítása



Kiscelli Nyomda – állandó kiállítás
BTM – Kiscelli Múzeum