

# Keszthely város és térsége operatív turisztikai marketing terve - kivonat

## Operatív marketingterv

A következőkben részletesen összefoglaljuk, hogy mik azok a feladatok, amelyek megtétele elősegítheti a Nyugat-Balatoni régió turizmusának fellendülését. Az alábbiakban pontokra lebontva tárgyaljuk, hogy véleményünk szerint hol és min kellene változtatni, és mit kellene fejleszteni. A jövőre nézve először is javasoljuk egy átfogó, régiós vonzerőleltár létrehozását.

## Szálláshely

A régió fogadóképességének növelése érdekében elengedhetetlen a minőségi, színvonalas szálláshelyek megléte. Hiába jönnek ide a turisták, ha nincs megfelelő szálláshely-kínálat a térségben. Szükséges lenne a fizetővendéglátás átstrukturálása, ami annyit jelentene, hogy a kevésbé színvonalas szálláshelyeket meg kellene szüntetni. Fontos lenne egyfajta minőségbiztosítási rendszer – lehetőleg olyan, amely megfelel az uniós elvárásoknak – bevezetése. Az önkormányzatok is támogathatnák azokat a szálláshelyeket (például **adókedvezményel**), amelyek megfelelnek bizonyos minőségi feltételeknek, elvárásoknak.

Rendezni kellene a két, balatonparti szálloda, a **Hullám** és a **Balaton** helyzetét, illetve a fizetővendéglátó-szolgáltatások minőségét.

Sokat beszélnek a **falusi turizmusról**. Sajnos, mint említettük, a régióban nincsen igazi „falusi turizmus”, nincsenek olyan szálláshelyek, ahol a városlakó megismerkedhet a falusi étellel: milyen, amikor reggel trágyát kell hordania az istállóból, vagy a tyúkok alól kiszedni a tojást, kenyeret dagasztani, kemencében rétest sütni, - tehát nem kóstolhat bele ezekben a régi, falusi mindennapokba. Pedig a falusi turizmusnak ez lenne a lényege. Lehetővé kellene tenni, hogy a vendég ilyen élményt szerezzen, és a városból, az irodából elmenekülve valami más, tőle szokatlan tevékenységet végezhesen. Elsősorban a háttértelepüléseken (Lesencék, Rezi, Vár völgy) turizmusában jelentene ez kitörési pontot.

## Strandfejlesztések

Nagy szükség van a strandok minőségének javítására, a **meder kotrására** (hogy ne legyen „iszapos” a víz). A strandokon a vendéglátóipari egységek tisztasága, megjelenése nem megfelelő (szemetes a környezet, a műanyagtányérok és –poharak használata, „gagyi” benyomást kelt). Fontos lenne a strandok szerepének átértékelése: ne csak délelőttől délutánig, napozásra, fürdésre korlátozódjon a szórakozási lehetőség, hanem este legyenek színvonalas programok. A keszthelyi strandok estére kiüresednek, holott nagyon alkalmasak lennének arra, hogy valamilyen rendezvényel odacsábítsák a vendégeket.

További **medencék építése** is szükséges lenne (gyerekpancsoló, nagymedence, amit akár versenyek megtartására is lehetne használni.) Alkalmassá kell tenni a strandokat arra is, hogy rossz időben is tartalmasan el lehessen tölteni az időt (fedett medencék, **élményfürdő**, esetleg „téliestített” kabinrészek kialakítása, sportlehetőségek, szórakozóhelyek működtetése). Ez minden balatonparti strandra érvényes kívánalom.

## Parti sétányok

A vendégek visszajelzései alapján lehetővé kellene tenni, hogy a Keszthelyi Balaton parton **végig lehessen sétálni**. (Távlati célként természetesen az egész Balaton-part körbejárhatóságát kell kitűzni, még akkor is, ha ez a jelen körülmények között kissé utopisztikusnak is hat). A parti sétánynak legyen hangulata, igényes zenével, kávézókkal. Keszthelyen a Hotel Via előtt ki kellene szélesíteni a part menti utat, hogy a sétálók és a horgászok kényelmesen elférhessenek, ne kelljen mindig egymást kerülgetni, és legalább a Libás strandig sétányt kell kialakítani.

### **Termál- élményfürdő kialakítása**

Nagyban hozzájárulna a szezon meghosszabbításához, ha két település, Keszthely és Gyenesdiás, vagy akár Keszthely és Hévíz összefogna, és **közös élmény- vagy termálfürdőt** építené. A térségben, igaz már vannak élményfürdők (Zalakaros és Kehidakustány), de ezek, távolságuk miatt az autóval nem rendelkező turisták számára csak körülményesen érhetőek el tömegközlekedési eszközökkel. A szezonhosszabbításnak, illetve az időjárás szeszélyeinek a kiküszöbölésére jelenleg ez a legalkalmasabb attrakció. Ma általánosságban elmondható, hogy azon települések, amelyek rendelkeznek fedett melegvízes fürdővel, vonzóbbak a turisták számára.

### **Épített vonzerők**

A lepusztult épületek nem igazán jelentenek vonzerőt egy településnek sem. Elsődleges fontosságú tehát, hogy ezeket az **épületeket, tereket rendbe hozzák, felújítsák és új/megújult funkcióval** lássák el, ami az itt élők és az idelátogatók érdekeit egyaránt szolgálja.

Keszthelyen elsősorban a kastélyhoz tartozó **Amazon Szálló** állapotán és funkcióján kellene változtatni. Az épület elég frekventált helyen van, jól láthatóan mindenki számára, aki a Sétálóutcát elhagyva a kastély felé veszi az irányt. Egy lóváltó állomásról, szállodáról szóló elképzelések (vendégek utaztatása postakocsival, mint a XIX. században) nagyon szépek, megvalósításukat támogatni kellene, mint ahogy a fenékpusztai kirándulóközponttól szóló elképzelések megvalósulása is a turizmust szolgálná (Festetics ménessel).

A keszthelyi **szabadtéri színpad és a sajtógyár** épülete a város egyik szégyenfoltja. A szabadtéri színpadot lehetne eredeti funkciójában használni, mozinak, vagy nyári színházi előadásokat tartani ott (a Kastély parkja helyett, ami szintén szép helyszín, de mégsem színház). Az előadás hangereje biztosan nem zavarná a környéken élők nyugalalmát.

A keszthelyi Balaton parton álló két szálló, a **Balaton és a Hullám** jobb sorsra érdemes épületeire is figyelmet kellene fordítani. Szégyen lenne, ha ez a két szálloda teljesen az enyészeté lenne (amitől a Balaton Szálló már nincs is messze). Nem lenne rossz gondolat, ha – tanulva a korábbi példákból, mi történik, ha az önkormányzat nagy értékű ingatlanokat ad el, amelyeket az új tulajdonos elhanyagol és pusztulni hagy, vagy nem megfelelően hasznosít – a **város esetleg beszállna az épület felújításába**, akár résztulajdonosként is. Így beleszólása lehetne abba, milyen célra és milyen formában használják fel az épületet, nem mellékesen pedig bevétele is lenne belőle. Az előbbi példát támasztja alá a Sétálóutcában álló volt **Sirály étterem**, valamint a balatonparti Halászcserda pusztuló épületei. **Az önkormányzat megfelelő kommunikációval (esetleg időben városi védelem alá történő helyezéssel) ösztönözze a tulajdonosokat, hogy az adott épület funkcióját ne változtassák meg. Ebben az esetben nem fordulhat elő az, mint ami a Gösser-rel is előfordult, hogy az épület a patinás étterem helyett élelmiszerboltnak ad helyet.**

Ugyanilyen rossz állapotban van a Helikon parkban található **kézilabdapálya**. Ezt is fel lehetne újítani, és ki lehetne alakítani itt egy kisebb **sportközpontot** (tekepálya, görkörcsolya vagy gördeszka-pálya), akár osztrák mintára is. Azok a vendégek, akik 6 éjszakánál többet töltenek el Keszthelyen, és így a Keszthely Kártyára is jogosultak, ugyanezzel a kártyával a sportközpont szolgáltatásait is igénybe vehetnék, csekély térítés ellenében (Ausztriában ez a rendszer már működik, ott a helyi vendégek ingyen használhatják a szolgáltatásokat).

**Keszthelyen** (akár **Hévízzel közösen**) szintén ki kellene **alakítani sétautakat**, a fontosabb épületek, múzeumok megjelölésével. A látnivalókhöz kirakott táblák minden lényeges információt tartalmazzanak az épülettel, stb. kapcsolatban (építés éve, ki lakott itt, miről volt nevezetes, stb.). Természetesen erről **katalógus** is kiadásra kerül – térképpel – a **városnéző séta** leírásával. Így az ideérkező vendég idegenvezető igénybevétele nélkül, önállóan fedezheti fel a Balaton fővárosát. A programok szempontjából (is) **viziszínpad** megépítése az öbölben javasolt.

Pozitívumként említendő, hogy a környező várak, várromok felújítása nagy léptékben halad előre. Tátika, Rezi, Szigliget említendő itt példaként. Zalaváron kellene a **bazilikát** jobban kiépíteni, ismertetővel, képekkel esetleg rekonstruálva az eredeti állapotokat, amivel így egy bejárható „makettet” kapnánk. Itt akár **kiállításokat** lehetne rendezni, de kiváló helyszín lehetne különböző **kulturális programoknak**. A fenékpusztai római erőd romjaihoz (valamint a Festetics istállóhoz) kapcsolódva szintén lehetne – akár a **szombathelyi Savaria Történelmi Játékok** mintájára – egy **hasonló rendezvényt** kreálni (erre a közelmúltban volt már próbálkozás). Akár a gyenesdiási Nagymező példáján, látogatóközpontot lehetne itt is kialakítani. Így nemcsak látnivalókat kínálnánk az ideérkező vendégnek, hanem azokat mintegy csomagba ágyazva, a programokkal együtt élményt is nyújtanánk nekik.

Érdekes a Keszthelyt Hévízzel összekötő **villamosjárat** elképzelése, amely már 1907-ben felmerült. Az ötlet jó és támogatandó is, de csak abban az esetben, ha a villamos mindkét irányban tud egyszerre közlekedni (kitérőkkel a megállóknban), és nem a Sétálóutcán halad. Ellenkező esetben lehetséges, hogy inkább lassítaná a közlekedést a két település között. A nagyszabású tervek a megvalósítást már 2008-ra teszik, ami kevésbé hihető, tudván, hogy csak egy alig 5 km-es kerékpárút megépítése a két város között is majdnem tíz évet vett igénybe. Keszthelyhez kapcsolódva, a már létező közlekedési koncepció nyomdokain haladva először szezonális jelleggel (nyáron) a belvárosból ki kellene tiltani a gépkocsiforgalmat, akár egész napra, akár időlegesen csak (pl. napközben).

## **Természeti vonzerők**

A Nyugat-Balaton régió változatos tájképével és természeti adottságaival, fekvésével ideális desztináció a turisták számára, utazzanak egyénileg, baráti társasággal vagy családdal. Ezeket az adottságokat jobban ki kell használni, és a fejlesztéseket a „lány”, a fenntartható turizmus mentén elkezdni illetve folytatni. Ez a Balatonfelvidéki Nemzeti Park Igazgatóságával közösen képzelhető el. Egyik lényeges, **megoldandó probléma a kerékpárút kijelölése** a nemzeti parkon keresztül (Fenékpusztta-Sármellék között). Örvendetes lenne továbbá, ha a biciklisek mindenféle engedély nélkül el tudnának jutni a Fekete István emlékházig és Matula kunyhójáig a Diás szigeten, tehát legalább odáig ne legyen lezárt, szigorúan védett terület. A **I. tározó melletti kerékpárúthoz** is kellene egy kapcsolódó kerékpárút, mert ez csak önmagában van, nem kapcsolódik semmilyen más kerékpárúthoz.

A túraútvonalak fejlesztése során két javaslatot tettünk, mindkettő az Európában legnépszerűbb, széles körben elterjedt kirándulási formát veszi alapul: a **kerékpáros és a „bakancsos” turizmust**.

A **kerékpározás**, a fitness, a városnézés és a természetjárás egyik eszköze napjainkban egyre népszerűbb. A Nyugat-Balaton régió adottságaira alapozva egy **kerékpáros mintarégiót** kell

létrehozni. Először is fel kell térképezni a térség **lehetséges kerékpáros túraútvonalait**, ezekre túrajavaslatot összeállítani. A már meglévő kerékpárutakra, kerékpározásra alkalmas harmadrendű utakra alapozva fejleszteni kell a **kerékpáros infrastruktúrát**. A Nyugat-Balaton Térésmarketing Kht által kiadott „Kerékpártúrák” című térkép már tartalmaz öt túrajavaslatot, amely felöleli gyakorlatilag az egész régiót, Zalaszentgróttól a Kis-Balatonig és Zalakarosig bezárólag, ezt lehetne kiindulási alapként alkalmazni. A legtöbb út biztonságos kerékpárosok számára is, de ezek felülvizsgálata szükséges. Meg kell oldani egy, **Fenekpusztát Sármellékkal összekötő kerékpárút** megépítését (amely a kerékpárosokra életveszélyes 76-os főutat váltja ki). Új összekötő utak megépítése is szükséges lenne (Sármellék-Szentgyörgyvár: híd; vagy a Tátika-Sarvaly közti erdei út kerékpározhatóvá tétele), ennek eredményeképpen pedig új túraútvonalakat kell kidolgozni. Fel kell mérni, mely utakat lehet kerékpározásra használni, és a már meglévő, valamint az újonnan nyert eredmények alapján egy profi kerékpáros térkép/kiadvány elkészítése lenne szükséges.

Természetesen gondoskodni kell a már meglévő **utak karbantartásáról** (aszfalt állapota, kaszálás az út mellett, egyértelmű jelölések, kitáblázottság). Kerékpáros pihenőhelyeket kell kialakítani, kerékpárosbarát vendéglátóhelyeket kijelölni és ezekről a szolgáltatásokról egy **katalógust** összeállítani. A katalógusnak (a magyar mellett legalább angol és német nyelven) tartalmaznia kell a legfontosabb tudnivalókat (kerékpárosokra vonatkozó szabályok, előírások, fontos telefonszámok, milyen feltételekkel lehet vonaton, hajón kerékpárt szállítani, esetleg ennek a költsége, programok, látnivalók és egy kis történelem), a kerékpárosbarát szállások, vendéglátóhelyek listáját, kerékpárszervizek címeit, kölcsönzési lehetőséget, stb.

A katalógus tartalmazzon túrajavaslatokat, pontos útleírással, a túra hosszának, valamint a szintkülönbségének megjelölésével, kicsi, de egyértelmű térképpel (esetleg, ha valaki GPS-szel van, az érdekesebb látnivalók szélességi és hosszúsági fokainak megadásával – ez alapján megtalálni valamit igen nagy élmény számukra.) Ez gyalogos turistákra is vonatkozik, illetve további megjegyzésekkel. Természetesen a legközelebbi Tourinform iroda címe sem maradhat le.

A másik népszerű időtöltés a **túrázás**. Bár a túrázók általában kevesebb pénzt költenek útjuk közben, mint az átlagos turisták, az idegenforgalmi ipar számos csoportja hasznát látja a turizmus e formájának: közvetve, hiszen a séta vonzza az embereket, hogy megálljanak bizonyos helyeken (étterem, kemping, szálloda) vagy közvetlenül útbaigazításokkal, idegenvezetéssel, **“sétacsomagok”** készítésével és értékesítésével. A gyalogtúra iránt nagyon sokan érdeklődnek, túrázásban (és kerékpározásban is) pl. Hollandia az élen jár.

Túrázásra a Keszthelyi hegység erdei erre is nagyon alkalmasak. Az erdei kerékpárutakat gyalogos túrázásra is lehet használni. Természetesen itt is szükséges az **utak karbantartása, jelölése**, valamint egy **kiadvány elkészítése** túraleírásokkal (a kerékpáros kiadvány mintájára).

### ***Nyugat-Balaton sétakörút***

Nemcsak túraútvonalak elkészítése javasolt, hanem – az idősebb korosztályra vagy a családokra, egész kicsi gyerekekkel, tehát a nem profi túrázókra is gondolva – **sétautak** kijelölése is javasolt. Az egyik a vízparton vezetne, közvetlenül a Balaton mellett, a parton (ehhez természetesen alapfeltétel a tó ill. a régió nyugati részének körbejárhatósága). A sétaút úgy lenne kialakítva, hogy a túrázónak folyamatos rálátása legyen a vízre. Az út nemcsak a parton vezetne, hanem néhány helyen, stégekben például benyúlna a víztükör fölé is, ahol kis pihenőhelyek vannak kialakítva. A **pihenőhelyek** kialakítása is oly módon történne, (akár a vizen, akár a szárazföldön) hogy onnan a vendég zavartalanul gyönyörködhesen a tájban. Lehet a pihenőhelyhez valamilyen legendát szőni, egy történetet, létező vagy kitalált személyről – mindegyiknek saját hangulatot kell adni. Fontos még, hogy a sétautak **jól**

**kitáblázottak** legyenek, a vendéget minden szükséges és **fontos információval** ellássa, természeti, történelmi, építészeti, szórakozási, stb. szempontból **érdekes területen** helyezkedjen el, megfelelő hosszúságú legyen (se túl rövid, se túl hosszú, vagy lehessen kombinálni a túra megszakítása esetén), és tömegközlekedéssel vagy egyénileg **könnyen megközelíthető** legyen. Ez az útvonal egészen a Szépkilátóig vezetne. Onnan közvetlen összeköttetés lenne a panorámaútvonalon a Bece-hegytől a Keszthelyi hegység peremén – érintve a kilátókat (Garga-hegyi, Kitaibel, Festetics kilátók) vissza Keszthelyre. Természetesen szükséges ennek az útvonalnak a kitáblázása, jelölése. Az útvonalról csodálatos panorama nyílik a Balatonra és a hegyekre, az út mentén pedig az őstermelőknél borokat lehet kóstolni és vásárolni. A két útvonal összeköthető, így az egész egy összefüggő rendszert alkotna.

A sétautakra egy érdekes variációt találtunk Németországban: „Barfußpfad”, vagy **mezítlábas sétaút**. A vendégek mezítláb különböző fajtájú utakon mehetnek, kerek kavicsok, moha, iszap, patakmeder, stb. A sétányt úgy kell kialakítani, hogy visszatérjen a kiindulási pontra. Útközben át lehet kelni egy patakon átívelő gázlón is, kötélhágcsó segítségével. A sétányon különböző állomások vannak beiktatva, ahol ügyességi játékokat lehet kipróbálni (természetesen csak lábbal). Mivel a sétaút a wellness, a kúra elemeivel is összekapcsolható (pl. Kneipp-taposó), ezért felépítése Hévízen vagy közelében a lápterületen javasolt.

A túrázást össze lehetne kötni például **ismeretszerzéssel**. A keszthelyi egyetem Kertészeti Tanszékével együttműködve (akár többnyelvű) vezetett **gyógynövénytúrákat** lehetne kínálni a vendégeknek, amit esetleg egy teázással lehetne összekötni.

Összességében célul kell kitűzni, hogy az egyes településeket sétautak kössék össze. Egyszóval meg kell teremteni a régió **„körbesétálhatóságát”**.

**Felelősök:** önkormányzatok, Turisztikai Egyesületek, Balatonfelvidéki Nemzeti Park, Természedvédelmi Egyesületek

## **Programok**

Mint az elején említettük, Keszthely **nem rendelkezik nemzetközi érdeklődésre számot tartó programkínálattal**. Minden településen kellene lennie legalább egy nagyobb szabású rendezvénynek (pl. vitorlás-, vagy kerékpárosverseny, kulturális fesztivál – zene, tánc). Ezek megszervezése a helyi kulturális intézmény feladata, a Nyugat-Baltoni Térségmarketing Kht. nem foglalkozik programok szervezésével.

Keszthely 2006-ban elnyerte a **Kultúra Magyar Városa** címet. Ezért kiemelten fontos, hogy legyenek színvonalas, kulturális programok. Azonban azt a tényt is figyelembe kell venni, hogy ide a vendégek nyaralni, szórakozni is jönnek, ezért a könnyedebb műfajnak is teret kell engedni. A fesztiválok idején legyen a városnak igazi fesztiválhangulata, plakátokon hirdetve, rádióban, stb. A könnyedebb programokat ki kell vinni a szabadba (sétálóutca, Balatonpart, zenepavilon, strand) a vendég nyáron nem szívesen ül be egy zárt helyiségbe.

A kulturális élet fellendítése érdekében mindenképpen javasolt Keszthelyen a mozi üzemeltetése – akár **Art mozi** formájában, ahol olyan filmeket is vetítenének, amelyeket nehéz megszerezni, ritkaságok. Akár feliratosak, így a német/angol nyelvű publikumot is be lehetne csábítani. Esetleg lehetne bizonyos témák köré **filmfesztivált** szervezni. Mindezek a programok, lehet, sőt biztos, hogy csak egy szűk réteg igényét elégítené ki, és nem kecsegtetne hatalmas haszonnal, de növelné a vendégek **komfortérzetét**, és az is lehet, hogy szívesen el is látogatna oda.

Jó kezdeményezésnek tűnik az Ír-Magyar Baráti Társaság július utolsó hétvégéjére szervezett Kelta Fesztivál.

Lehetőséget kellene adni **ismeretlen zenekarok, együttesek** számára, hogy akár a Balatonparti színpadon, akár a sétálóutcában nyáron fellépjenek, ezzel csábítva a közönséget táncolásra, éneklésre. A fellépésük természetesen **ingyenes** lenne, és a területfoglalásért sem kellene fizetniük, a vendégek szórakoztatásáról viszont ingyen gondoskodnának.

Többet kellene törődni azzal, hogy a programok látogatása a vendég számára tervezhető legyen. A Keszthelyi ill. régiós programfüzetnek az éves programmal (három nyelven!) legkésőbb az Utazás kiállításra össze kell állnia. Gondoskodni kell **éves szinten visszatérő programokról**, amelyek biztosan megrendezésre kerülnek. A vendégösszetétel miatt olyan programokat is kell szervezni, amelyeknél a nyelvtudásnak nincs jelentősége (kamarazene, tánc), tehát nem színházi előadás vagy próza.

**Felelős:** Keszthely önkormányzat, Goldmark Károly Művelődési Központ

### **Marketingeszközök**

Az előzőekben tárgyaltuk már az internet fontosságát. A [www.west-balaton.hu](http://www.west-balaton.hu) oldal fejlesztése éppen emiatt kiemelkedő fontosságú feladat. Az érdeklődők itt tölthetnek le maguknak ajánlatot, és ugyanakkor foglalási központként is funkcionálna. A honlapon mindig friss információk jelennének meg, heti bannerek, akciók, szolgáltatáscsomagok – szállás, programok, kirándulások.

A vendég **minden információt** meg kell, hogy találjon az oldalon. Egy adott időszakra és adott településre vonatkozóan rákereshet szállásra, programra, rendezvényre, kirándulásra, túrára, stb. Ha igényli, ezek alapján összeállíthat magának egy kész csomagot, amelyet a rendszeren keresztül le is foglalhat automatikusan az egyes szolgáltatóknál (pl. szállást, vagy valamilyen programra belépőjegyet). A rendszer kiszámítja az árat. Természetesen a kész csomagot ki is lehet majd nyomtatni. Továbbfejlesztett változatánál pedig a megadott bankszámlaszámra a kiválasztott szolgáltatások ellenértékét át is lehet utalni, a jegyet/vouchert pedig a vendég az otthoni számítógépén ki is nyomtathatja. Ez nagyban megkönnyítené a nyaralás tervezhetőségét és kiszámíthatóságát. A rendszer működőképességének természetes előfeltétele, hogy az információkat (árak, programok, szobák foglalhatósága, stb) rendszeresen frissítsék. Erre minden településen ki kell jelölni egy felelős személyt, aki csak ezzel foglalkozik. Továbbá meg kell oldani azt is, hogy a rendszer képes legyen nyilvántartani, hogy mekkora az érdeklődés a régió iránt, az oldalt hányszor látogatták meg, és ebből hányszor realizálódott tényleges foglalás. Fontos emellett még, hogy a honlapot könnyen meg lehessen találni a különböző keresőkön keresztül (Google, Yahoo, stb).

Ezzel hosszabb távon a **régió honlapja akár első számú marketingeszközzé** is válhatna és kellene is válnia.

A turizmus szempontjából eddig kihasználatlan **testvérvárosi kapcsolatokat** is kiválóan lehetne kamatoztatni, például kölcsönös hirdetési lehetőség egymás újságjaiban, elsősorban Boppard-dal, német nyelvterületről, de a lengyel, cseh és szlovák testvérvárosok újságjaiban is érdemes ezzel foglalkozni. Nem beszélve a legújabb kapcsolatról, a törökországi Antalya-val. Fontos lenne még, hogy a partnervárosok információs irodáiban és az internetes honlapjukon a Keszthelyi és térségi programajánlatok elérhetőek legyenek.

Fontos a térségbe érkező vendégek **közvetlen tájékoztatása**. Ez történhet újságokon keresztül. Erre kiváló lehetőség lenne a **Monitor magazin**, amelyben júniustól augusztus végéig színes hírek jelennének meg a régióról, programokról, német és angol nyelven. A **helyi**

**rádióban** (Helikon Rádió, n-joy) felolvasott **német nyelvű híreknek** is nagy sikere volt. Ezt szintén fel lehet használni a térségi programok népszerűsítésére, a régió megismertetésére.

### **A Kht üzleti tervéhez kapcsolódó marketingtevékenység**

A [www.keszthely.hu](http://www.keszthely.hu) honlapról a sokkal inkább turisztikai – információs jellegű. A [www.keszthely.hu](http://www.keszthely.hu) egy országos rendszerben működik jelenleg, („utikonyv.hu”), ezért talán kevésbé rugalmas, mintha önálló rendszer lenne, viszont a keresőmotorok könnyebben „találják” meg így. A honlap elkészülte és feltöltése után a Kht feladata a **turisztikai és információs** oldalak frissítése, míg az intézményi, szolgáltatói oldalakat az intézmények és szolgáltatók – megfelelő hozzáféréssel ellátva – önmaguk frissítik, saját döntésük szerint, ezáltal sokkal előbb, informatívabb oldal jön létre.

Három éven belül szétválasztandó az önkormányzati és a turisztikai tartalom. Ez utóbbi a [www.keszthely.info.hu](http://www.keszthely.info.hu) honlapra fog felkerülni. Ez azonos rendszer alapján lesz kialakítva mint a [www.west-balaton.hu](http://www.west-balaton.hu) weboldal, és így szervesen kapcsolódik a térségi turisztikai oldalakhoz. (Hosszabb távon a régióshoz is – [www.balaton.info.hu](http://www.balaton.info.hu) ).

Keszthely A/4-es prospektus: 2006 tavaszán jelent meg először ebben a formában, az Utazás kiállításán debütált, akárcsak idén. Nagyon fontos ez a prospektus, ugyanis a város nem létezhet megfelelő Keszthelyt ismertető információs anyagok nélkül. Évente ebből minimum 10.000 db fogy el – takarékosan számítva. (A kislakú prospektus nem fog újra kiadásra kerülni – a turisták körében nem volt túl népszerű, helyette az Infomap sorozatban készült térképet keresték.) A prospektust a Keszthely Kártyát kiváltók részére mindenhol – tehát szállodában, házaknál is – biztosítani kell.

Keszthely térkép (kék): Jobban fogyott a vártnál, ez egyrészt annak köszönhető, hogy a szállásadók szinte mindegyike elhelyezi a szálláshelyén – a Kht tagok számára ingyenesen biztosítjuk -, másrészt jelentősen növekedett a Tourinform iroda forgalma, és így többen kérték keszthelyi tartózkodásuk alkalmával is. A továbbiakban ettől a térképfajtától is megválnunk, ezt fogja felváltani egy A/3-as formátumú, tömbben kiadott, letéphető, egyszer használatos térkép.

### Info Map térkép és attrakcióleltár sorozat

A sorozat részeként Keszthely is bemutatásra került, egyik oldalán Keszthely, a másik oldalán a térség látnivalóival. Tekintve, hogy a turisták körében ez a legnépszerűbb információs anyag, ezért 2007-től folyamatosan kiadásra kerül.

Keszthely kártya: Az első települési-turisztikai kártya a Balatonon, melynek lehetőségei még nincsenek teljesen kiaknázva. A kártyát a nagy szállodák rendszeresen igénylik, a magán szálláshelyeken nem elégséges a terjesztése.

Study tour-ok: Az elkövetkező időszakban, mint eddig is a külképviseletekkel és egyéb túraszervezőkkel közösen tervezzük a study-tour-ok megszervezését, mivel véleményünk szerint – a road show-k mellett – ez az egyik leghatékonyabb módja a pozitív médiakampánynak. A vállalkozók térítésmentes szolgáltatásokkal támogathatják a tanulmányutakat, és ezen keresztül magukat is bemutathatják. A study tourokat célszerű a kínálatnak megfelelően tematikus rendszerben szervezni (tavasszal: Balaton, kerékpározás, ősszel wellness-, illetve bor-, gasztronómia-, konferencia-, ökoturizmus- study tour, stb).

### Szakmai vásárok:

A vásárok kiválasztása négyféle szempont alapján történik:

- Hagyományos, reprezentatív vásárok, amelyeken „ott kell lenni”. Ilyen a WTM Londonban, az ITB Berlinben, valamint a müncheni, stuttgarti, prágai vásárok is.
- Repülőgépes vagy buszos desztinációk, amelyek erőteljesebb marketinget követelnek, ahol régióink ismertségét fokozni kell (Hamburg, Antwerpen, Dublin, Krakkó, Dánia)
- Új, vagy eddig elhanyagolt piacokat megcélzó vásárok – Benelux-államok és Franciaország
- Road show-k, saját szervezésű, vagy nem kimondottan idegenforgalmi témájú vásárok, amelyekre elsősorban a reklám miatt van szükség. Nagy publicitást kapnak, a róluk írt cikkek figyelemfelkeltőek, esetleg a helyi televízió is közvetíti, ezért az ilyen rendezvényeknek a reklámértéke magas, viszont nem annyira költséges, mintha ki kellene fizetni a hirdetést a németországi médiában. Ezekben a rendezvényeken rendszerint partnerek, elsősorban szállodák közreműködésével veszünk részt, szervező sok esetben a Magyar Turizmus Zrt. valamelyik külképviselete.

Korábban ezt a fajta szolgáltatást igényelték a vállalkozók a legjobban, ez az igény azonban – elsősorban a szállodák részéről – jelentősen visszaesett. Az eddigi időszak a vásárok szempontjából extenzív időszak volt, lehetőség szerint több vásáron is részt vettünk. 2007-től már a szerzett tapasztalatok alapján jobban meg lehet ítélni, melyek azok a vásárok, amelyeken érdemes megjeleni. Ezek a tapasztalatok valamint a szállodás partnerek reakciói azt mutatják, hogy csökkenteni kell a vásárok számát, viszont ha megjelenik a Kht, akkor aktívabb részvétellel (pl. attrakciók). Már a jelenlegi marketingterv is csökkentett vásári költségekkel számol.

A vásárokon az érdeklődés mértékét legegyszerűbben a prospektusok fogyásán lehet lemérni. Minden egyes vásárról dokumentálni kell, hogy milyen prospektusból hány darab fogyott. Minden vásárról rövid beszámoló készül, amit archiválni kell. Az eddigi tapasztalatok alapján minél nagyobb egy vásár, annál átfogóbb információs anyagra van szükség. Legnépszerűbb kiadvány a Travel Magazin, a települési/vállalkozói prospektusok egyre inkább jelentőségüket veszítik.

### **Ajánlott 2008 évi vásári lista:**

#### **1. Központi MT Rt. vásárok:**

- Utrecht – Vakantie
- Ferienmesse – Wien
- CMT – Stuttgart
- Pozsony – Slovakiatour
- CBR – München
- Holiday World – Praga
- Brüsszel - Salon des Vacances
- Lengyelo. Katowice – Globe
- TT – Warso
- Touristik – Lipcse
- Németország, Hamburg – Reisen
- WTM London
- Belgium, Antwerpen – Vakantiesalon

#### **2. Külképviseleti vásárok:**



## **NÉMETORSZÁG**

- Reise & Camping Essen
- Reisen-Caravan-Freizeit Erfurt
- Bäder- und Wellnessreisen Köln
- Dresden Reisemarkt
- Hannover ABF
- Berlin Reisemarkt
- Nürnberg, Freizeit
- Saarbrücken

## **AUSZTRIA**

- Linz Tourist
- Ferien Plus – Graz
- Linz – Bleib Gesund
- Salzburg

## **BELGIUM**

- Luxemburg

## **LENGYELORSZÁG**

- Krakkó
- Poznan

## **SZLOVÁKIA**

- Kassa
- Pozsony

## **DÁNIA**

- Herming
- Koppenhága

## **ANGLIA**

- London, SPA

## **3. Magyarországi vásárok:**

- Utazás 2005 Budapest
- Miskolc
- Debrecen
- Szeged
- Kecskemét
- Szolnok
- Győr

A fenti vásárok ajánlott vásárok, ezek közül kell kiválasztani azokat, amelyeken a Kht részt akar venni. A növekvő spanyol és olasz beutazó turizmus miatt meg kell vizsgálni egy ilyen vásáron való részvétel lehetőségét.

Marketing terv aktualizálása, kontrolling: A jelenlegi marketingterv a 2008-2010 közötti időszakot fedi le, de aktualizálása és a tervben foglalt kontrolling feladatok elvégzése minden évben szükséges, mivel folyamatosan vizsgálni kell, hogy a kitűzött célok milyen szinten valósulnak meg. 2010-ben pedig újabb marketingtervet kell készíteni (2011-2013 közötti időszakra). Keszthely város turisztikai marketingtervének a térségi marketingterv szerves része kell, hogy legyen.

Rendezvénytámogatás: alapvetően csak azoknak a rendezvényeknek a szervezését vállaljuk fel, illetve működünk közre, amelyek az idegenforgalmi marketing és a vendégforgalom szempontjából lényegesek, és a terveink szerint nullszaldósak lesznek. A bevételek, szponzori díjak esetében előre nem lehet pontosan tervezni, így e támogatásokra elkülönített összeg egyfajta kockázati alapot is képez. Támogatásra javasolt többek között a Sétáló utcai esték (több program lehessen), a motoros találkozó, Szabadtéri Nyári Színház, de néhány ezer forintos díjat a rendezvény sikere érdekében bármelyik keszthelyi rendezvényre fel kell ajánlani.

Média, reklám, hirdetések: A várost érintő turisztikai sajtó és egyéb hirdetési lehetőségek a Kht. javaslatára kerülnek megrendelésre. Fontos, hogy a várost ismertető anyagok minden színvonalas útikönyvben megjelenjenek. (pl. Irány Magyarország, Irány Balaton, Hungaro Guide, Kerékpáros útikönyv, stb.). A BRTPI-vel közösen külföldi útikönyvek aktualizálása során a térségbe érkező szerző rendelkezésére bocsátjuk a legfrisebb információkat. Ez gyakorlatilag „ingyenreklám” a városnak és a régiónak. A sajtó esetében fontos a **napi aktualitások megjelentetése**, önkormányzati és vállalkozói oldalak összeállítása, ahol a turisztikai attrakciók mellé szolgáltatói ajánlatok is tartoznak. Jelen kell lenni az elektronikus médiákban is, a **közszolgálati** televíziót tájékoztatni kell a szezon fontosabb eseményeiről (Itthon otthon van), valamint célszerű rendszeresen hirdetni az **M2-n**.

Erősíteni kell a kapcsolatot olyan médiákkal, melyek műsorában útifilmek, élménybeszámolók, térségeket bemutató sorozatok szerepelnek, mint pl. a **TV2** „Kalandjártár” c. műsora, a **Duna TV** Szerelmes földrajz sorozata, (ez utóbbi Keszthelyt már bemutatta, a Kis-Balatont és a Keszthelyi hegységet bemutató részeket 2007 nyarán forgatják), vagy az **RTL klub** „Menetrend” című műsora.

### ***Térségi és vállalkozói feladatok:***

Térségi honlap karbantartása, aktualizálása: A honlap turisztikai honlap, tematikában Nyárország, Fürdőország, aktív és kultúra témákat dolgozza fel. 2007-től üzemel az online szállásfoglalási rendszer is. A térségi weboldal egyben „ernyőként” is funkcionál, melyhez csatlakoznak a tagtelepülések honlapjai (az átjárhatóság már most biztosított, de csak Gyenesdiás honlapja kompatibilis).

Nagy hangsúlyt kell fektetni a megjelenés fejlesztésére, internetes kampányokra, reklámokra. Fontos a keresőprogramokban való megjelenés.

Szükséges a honlap folyamatos karbantartása és frissítése is, valamint a még hiányzó információk felvitele és a hirdetési felületek értékesítése. A jövőben a térségi honlapnak a legfontosabb marketingeszközzé kell válnia.

Aktív A/4-es katalógus: a régió aktív turizmusát népszerűsítő kiadvány, túraútvonalakkal bakancsos turistáknak, kerékpárosoknak és lovasoknak. Ez szintén minden évben újra kiadásra kerül, három nyelven. 2007-ben külön kerékpáros katalógus megjelentetését tervezzük, amelyben megtalálható lesz az összes lehetséges bringás túraútvonal.

Aktív térkép: a katalógushoz tartozó, azzal színben, stílusban harmonizáló térkép, túraútvonalakkal és a térség legfontosabb látnivalóival

Travel Magazin: a 2005 óta kiadásra kerülő térségi kiadvány összefoglalja a régió látnivalóit, programjait és szálláslehetőségeit. 2007-től csak azoknak van lehetőségük hirdetésre, akik partneri szerződésben állnak a Kht-val. A kiadvány egységes képet nyújt a térségi vállalkozásokról, konkrét információkkal. Megjelenési példányszám 55.000 db, négy nyelven (magyar, német, angol, lengyel), 2008-tól szlovákul is megjelenik. Fontos, hogy egy térségi kiadványban minél több település képviseltesse magát. A következő évek feladata, hogy a kiadványok készítésébe minél több önkormányzati és vállalkozó szereplőt bevonjunk, és minél szélesebb tartalommal tudjon megjelenni a térségi katalógus (a települések az őket megillető helyen és terjedelemben vegyenek részt benne). A szolgáltatói katalógust célszerű minden évben megjelentetni (lehet egyben térségi prospektus is), invitatív kiadványt elég 3-4 évente.

Célszerű megtartani az eddigi szerkesztési formát (tükörszerkesztés); vagyis az egyik oldalról a Balaton – Nyárország kerül bemutatásra, a másik oldalról pedig Hévíz és a termálvidék. A további felosztás nem változik lényegesen, az egyes régiók általános ismertetője ugyanúgy megtalálható, mint az idejutás lehetősége, valamint az egyes települések ismertetője. A vállalkozói ajánlatok minden esetben az adott település után mutatkozhatnak be. Kötelező elemeivé kell tenni az ajánlatoknak (nemzetközi tapasztalatok alapján): fekvés, férőhely, kategória, árlista. Ajánlott elemek: különleges szolgáltatások, kedvezmény, elérhetőség, hogyan kell rendelni, stb. Célszerű lenne az egyéb szolgáltatók listáját tovább bővíteni (nemcsak szálláslehetőséggel).

Azok a települések, amelyek nem rendelkeznek szálláshelymelléklettel, kirándulóhelyként mutatkozhatnak be. A településismertető tartalmazza az egyes települések rövid történetét, látnivalóit, attrakcióit, érdekességeket. Az adott településekhez hozzá kell rendelni kirándulóhelyeket, programajánlatokat is. Az adott településről az anyag összeállítása a település feladata, a Kht. csak módosítja a tartalmat, vagy formát. Néhány beutaztatással is foglalkozó utazási iroda is bekerülhet (pl.: Tensi Tours).

Térségi DVD elkészítése: Ez a tematikus kiadványok alapján létrejött anyag multimédiás megjelentetése, a kornak megfelelő látványelemekkel, alkalmas lesz mind reprezentációs, turisztikai reklámhordozó célokra.

Térségi fotó- és adatbank létrehozása: mind a honlap készítéséhez, mind a kiadványokhoz feltétlenül szükségesek, és alapvetők a kutatási tevékenységhez is. Az így létrejött anyagot a Kht. tagtelepülései számára díjmentesen biztosítjuk. Az adatbank fenntartásának költsége 80-100 ezer forint évente.

Kutatási és elemzési tevékenység:

2008-tól külön tételként szerepel a költségvetésben ez a tevékenység, ekkortól kezdődik a munka tényleges minőségi ellenőrzése. (Vásári részvételek, kiadványok minősége és hatékonysága, vállalkozói partnerek elégedettsége, stb). Ezt a tevékenységet részben a Kht végzi, részben külső cégekkel végezteti. Költségtakarékossági okokból célszerű a munkába diákokat, egyetemi hallgatókat bevonni. A kutatásokhoz a főszezon, a kiértékelésekhez az őszi időszak kedvező. Az elkészült elemzéseket, kutatási anyagokat akár értékesíteni is lehet (vagy támogatást lehet kérni a készíttetésükhöz a szolgáltatóktól).