



# ZALAEGRSZEG MEGYEI JOGÚ VÁROS ALPOLGÁRMESTERÉTŐL

☒ 8901 Zalaegerszeg, Kossuth L.u.17-19. ☎ 92/502-105, fax: 92/502-101  
E-mail: [alpm@ph.zalaegerszeg.hu](mailto:alpm@ph.zalaegerszeg.hu)

..... napirendi pont anyaga

## ELŐTERJESZTÉS

Zalaegerszeg Megyei Jogú Város Közgyűlése  
2013. december 19-i ülésére

**Tárgy:** Zalaegerszeg Megyei Jogú Város idegenforgalmi koncepciója

**Előterjesztő:** Doszpoth Attila alpolgármester

**Készítette:** Egerszegi Sport és Turizmus Kft  
Polgármesteri Iroda  
Bogár Beáta sk. nemzetközi és idegenforgalmi szakreferens

**Tárgyalta:** Ügyrendi, Jogi és Vagyonnyilatkozatot Ellenőrző Bizottság  
Gazdasági Bizottság  
Oktatási, Kulturális és Sport Bizottság

**Egveztetve:** Egerszegi Sport-és Turizmus Kft.  
Zalaegerszegi Idegenforgalmi Hivatal és Információs Iroda  
Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület

**A közgyűlésre meghívást kap:**  
Egerszegi Sport és Turizmus Kft

**Törvényességi és tartalmi-formai szempontból ellenőrizte:** Önkormányzati Osztály  
Vizsy Andrea sk.

## ***Tisztelt Közgyűlés!***

Zalaegerszeg Megyei Jogú Város első idegenforgalmi koncepcióját a közgyűlés 1999-ben fogadta el. 2001 januárjában „Zalaegerszeg Megyei Jogú Város kiemelt turisztikai termékeinek szakmai koncepciója valamint marketingterve” címmel született egy újabb anyag, majd ezt követően 2005-től a város turisztikai fejlesztéseinek terve, iránya Zalaegerszeg Megyei Jogú Város Hosszú Távú Fejlesztési Stratégiájának részeként szerepelt a dokumentumokban.

A 2000-es évek végének gazdasági nehézségei, cégek leépítései és megszűnése kapcsán megerősödött az a gondolat, hogy a város és környékének gazdasági fejlesztésében a turizmus nagyobb hangsúlyt kapjon. Ezzel összefüggésben felmerült az igény egy **új különálló idegenforgalmi koncepció elkészítésére**, amely több lépcsőben és szinten hosszú távra határozza meg Zalaegerszeg város idegenforgalmának tudatos fejlesztését.

A zalaegerszegi turizmusfejlesztés legfontosabb célkitűzése a turisztikai kínálat bővítése, a szolgáltatások színvonalának javítása, ezáltal az idelátogató turisták számának növelése, költésük ösztönzése. Fontos szempont a turisták számának növelésén túl a tartózkodási idejük növelése is. További cél Zalaegerszeg sajátos, egyedi, mással nem összetéveszthető arculatának imázsának kialakítása, Zalaegerszeg mint termék – brand – megfogalmazása, létrehozása és piacra vitele.

Zalaegerszeg MJV Közgyűlése 2013. január 31-i ülésén foglalkozott a „Javaslat Zalaegerszeg Megyei Jogú Város idegenforgalmi koncepciójának megújítására” című előterjesztéssel, amely az új turisztikai koncepció előkészítését tartalmazta. A turisztikai koncepció kidolgozására Zalaegerszeg Megyei Jogú Város Közgyűlése munkacsoportot hozott létre, amelynek vezetője Doszpoth Attila alpolgármester volt, tagjai közt pedig szerepeltek a turisztikai szakma, a város civil szervezeteinek és kulturális intézményeinek képviselői is. Doszpoth Attila alpolgármester felkérte a Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézete Turizmus Tanszékének vezetőjét, dr. Aubert Antal urat, hogy szakértőként vegyen részt a munkacsoport ülésein, és szaktudásával véleményezze a készülő koncepciót. Az időközben kibővült munkacsoport összesen 4 alkalommal ülésezett és vitatta meg a készülő anyagot, amelyet végül az Egerszegi Sport és Turizmus Kft. készített el. Az egyeztetések idején a Tourinform Iroda, a Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület, a Göcseji Múzeum, a Zala Megyei Népművészeti Egyesület és a Kézművesek Háza, valamint dr. Kocsis Gyula és Boda László részéről érkezett észrevétel az anyaggal kapcsolatban.

A közgyűlés elé kerülő idegenforgalmi koncepciót a bizottsági üléseket megelőzően a szakmai munkacsoport tagjai, valamint szakértőnk is kézhez kapta és **véleményezte**. Az előterjesztés készítője az alábbi vélemények figyelembevételével kiegészítette a közgyűlés elé kerülő koncepciót.

Skrabut Éva, a Zala Megyei Népművészeti Egyesület vezetője, valamint Prokné Tirner Gyöngyi a Kézművesek Háza szakmai vezetője egyetért azzal az elképzeléssel, hogy a város idegenforgalmának jövőbeni fellendítése a Gébárti Szabadidő Központ fejlesztésével szorosan összefügg. Hangsúlyozzák azonban annak szükségességét, hogy a Gébárti-tó északi és déli oldalának létesítményei egyenlő mértékben legyenek fejlesztve, és fontosnak tartják Zalaegerszeg, a hagyományok városa imázs megtartását, amelyre a turisztikai csomagajánlatokat is építenék. Boda László, az Idősügyi Tanács elnöke javasolja a készülő turisztikai koncepció összehangolását a közgyűlés által már eddig elfogadott stratégiai célokkal, pl. ököváros és zöldfelületi stratégia. Kifogásolja, hogy az új koncepció kizárólagosan az AquaCity és környéke fejlesztésére szorítkozna, valamint hogy az 50 évesnél idősebb korosztályt, mint célcsoportot teljesen figyelmen kívül hagyja. Dr. Kocsis Gyula elemzésében kitér arra, nem lenne gond, ha a koncepció párhuzamosan több irányba is kidolgozná a fejlesztési lehetőségeket, és egyoldalúnak

tartja, hogy ez csak az AquaCity tekintetében történik meg. Felveti, hogy a sikeres fesztiválokat szervező Kvártélyház Kft. a városba való turistabeutaztatás feladatát is a kezébe vehetné, valamint hibának tartja Göcsejnek a koncepcióból való kizárását. A város eladhatósága szempontjából véleménye szerint mindenképpen szükség van a környező tájegységre annak természeti szépségeivel együtt. Kaján Imre, a Göcseji Múzeum igazgatója a koncepció Skanzen és Finnugor Néprajzi Parkot érintő részével kapcsolatban fogalmaz meg véleményt, egyetértve a gasztronómiai és kézműves hagyományok ápolásának szükségességével. Javasolja, hogy Zalaegerszeg ököváros koncepciójához jobban illeszkedjenek az elképzelések és kritikával illeti a csak Gébártra koncentrált fejlesztési terveket. Hiányolja továbbá a koncepcióból a város múzeumi intézményeivel kapcsolatos elképzelések kidolgozását. Varga Csaba, az Arany Bárány Szálloda igazgatója, a Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület elnöke szerint sem szabad a városnak elhatárolódnia a Göcsej tájegységtől, hiszen annak hagyományai, értékei további tartalommal tölthetik meg az idelátogató turisták számára készülő programokat. Jó iránynak tartja az AquaCity továbbfejlesztését és szezonális csökkentését, valamint javasolja a sportváros és fesztiválváros gondolatok mögött rejlő potenciál kihasználását. A Hotel Egerszeg foglalási rendszer részleteit jobban meg szeretné ismerni. A Tourinform Iroda vezetője, Pereszteginé Szabó Júlia a Göcsej mint tájegység bemutatását hiányolja, amelyre szerinte is továbbra is támaszkodnia kell a városnak. Az ökoturizmus létjogosultságát hangsúlyozza, és kitér arra, hogy Zalaegerszeg ezen a téren igenis kiváló adottságokkal rendelkezik. Szóvá teszi, hogy az új turisztikai koncepció egyáltalán nem támaszkodik és nem számol a már 15 éve kiváló minősítéssel működő, a Magyar Turizmus Zrt-vel szoros szakmai kapcsolatokat ápoló Tourinform Irodával, annak tapasztalataival és kapcsolati tőkéjével. Zalaegerszeg jelenlegi turisztikai logóját Varga Csabával együtt jónak, kifejezőnek tartja, és csak alapos átgondolás után, egy új Zalaegerszeg-brand kidolgozását követően változtatna rajta.

**Az Ügyrendi, Jogi és Vagyonnyilatkozatot Ellenőrző Bizottság** 245/2013. sz. határozatával 9 igen egyhangú szavazattal - jogi szempontból – tárgyalásra alkalmasnak tartja az előterjesztést.

**A Gazdasági Bizottság** az előterjesztést 242/2013. számú határozatával 8 igen, egyhangú szavazattal támogatta.

Zalaegerszeg Megyei Jogú Város Közgyűlése **Oktatási, Kulturális és Sport Bizottsága** 175/2013. sz. határozatával 6 igen szavazattal, 4 tartózkodás mellett az előterjesztést közgyűlési tárgyalásra alkalmasnak találta. Javasolta továbbá, hogy az előterjesztést mellékletét képező idegenforgalmi koncepció 5.2.2.4. pontja után kerüljön be egy új pont „**5.2.2.5. Tematikus utak**” címmel. A Marketing és kommunikáció pont elé pedig „**5.3. Alsóerdei Szabadidőközpont újragondolása**” címmel.

Az Oktatási Kulturális és Sportbizottság határozatának megfelelően az **5.2.2.5., valamint 5.3.** fejezetekkel a koncepció kiegészítésre került. Az előterjesztés 1. sz. melléklete tartalmazza a Tourinform iroda által a tematikus utakra kidolgozott programcsomagokat.

## **HATÁROZATI JAVASLAT**

**1.** Zalaegerszeg Megyei Jogú Város Közgyűlése elfogadja Zalaegerszeg Megyei Jogú Város 2014-2020. időszakra szóló idegenforgalmi koncepcióját. A koncepció irányait figyelembe véve kerüljön kidolgozásra Zalaegerszeg Megyei Jogú Város idegenforgalmi programjának elő-megvalósíthatósági tanulmánya.

**Határidő:** 2014. június 30.

**Felelős:** Doszpoth Attila alpolgármester

2. Zalaegerszeg Megyei Jogú Város Közgyűlése egyetért azzal, hogy az elő-megvalósíthatósági tanulmány figyelembevételével, a 2014-2020. időszakban rendelkezésre álló források tükrében konkrét turisztikai programok és projektek kerüljenek kidolgozásra.

**Határidő:** A projektek összeállítására: 2017. december 31.  
A projektek megvalósítására: 2020. december 31.

**Felelős:** Doszpoth Attila alpolgármester

Zalaegerszeg, 2013. december 13.

**Doszpoth Attila sk.**  
alpolgármester

## ZALAEGERSZEG

KÖZEL HOZZÁD



Idegenforgalmi koncepció  
2014-2020

Zalaegerszeg, 2013.

## 1. Bevezetés

A '90-es évek végén, a fürdőfejlesztések kezdetével egyidejűleg készült városunkról idegenforgalmi koncepció, amit 2003-ban egészített ki a ma használt turisztikai logó.

Az elmúlt 15 évben turisztikai fejlesztések végbementek városunkban, azonban az ezekhez szükséges, a város egyediségét, valamiben való kiemelkedőségét hangsúlyozó stratégia hiányzott. A fejlesztések nem érték el azt a kritikus szintet, ami további beruházásokat generált volna, az igazi turisztikai fellendülést meghozta volna. Zalaegerszeg neve ma nem jelent meghatározó turisztikai márkát, hiába a turisták körében frekvenciált Nyugat-Dunántúl egyik megyeszékhelye. Zalaegerszeg napjainkban nem rendelkezik homogén, egységes, következetes idegenforgalmi stratégiával. **Az idegenforgalom szerepe ma sokkal kisebb a város gazdasági életében, mint amilyennek az országhatárhoz és a Balatonhoz való közelsége indokolná.**

Zalaegerszeg előtt két út áll az idegenforgalom tekintetében.

1. Megbékél a turizmus jelenlegi állapotával, marad a több területre elaprózott, összpontosítást és összefogást nélkülöző egy helyben járás.
2. Kiugrási pontot jelentő irányt kijelölve, a város turisztikai szereplőinek összefogásával, együttműködésével olyan stratégiát alakít ki, mellyel az ország turisztikai térképén szerephez jut.

## 2. Küldetés- Vízó

**A koncepció célja, hogy kialakuljon a jelenleg még hiányzó Zalaegerszeg brand, mint turisztikai márka, melyről az aktív, eleven élmény, mozgalmasság, lendület, jut az emberek eszébe.** A vendég nem csak látogató, külső szemlélője kell, hogy legyen a történéseknek, hanem szerves, aktív része, alkotója, továbbformálója is. Minden látogatással újat kell, hogy kapjon, de mindig ugyanazon, a megszokott magas színvonalon. **Ha úgy érzi, ez egy JÓ HELY, akkor továbbajánlja a várost, és máskor is visszatér. Ahhoz, hogy városunkat e szerint pozícionálhassuk, szükséges, hogy egyedi, mással össze nem téveszthető, a környezetből, környékből kitűnő kínálattal, arculattal legyen jelen a város a turisztikai piacon, ami megéri az utazást.**

A koncepció feladata annak a területnek a kijelölése, amely alkalmas arra, hogy **ne csak a helyieket, környékbelieket vonzza városunkba, hanem**

**hosszú távon nemzetközi vonzerőt is jelentsen, mégpedig ne csak az év 2-3 hónapjában.**

Ennek érdekében az erőforrásokat, fejlesztési irányokat koncentrálni kell, hiszen a több irányban, területen megosztott energiák, azok elaprózása nem vezethet sikerre.

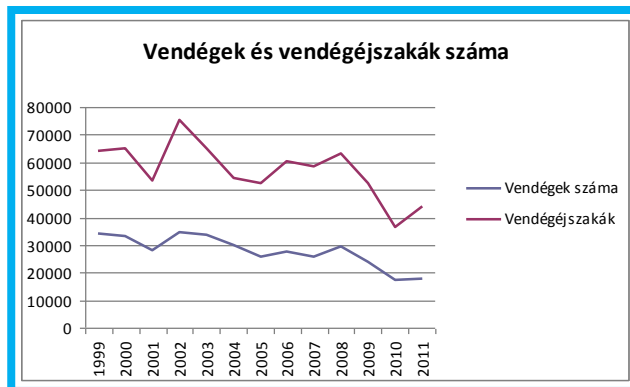
## 3. Értékelés:

### 3.1. Helyzetelemzés

A Zalaegerszeg felé irányuló turisztikai kereslet az egyes turisztikai látványosságoknál megváltott belépőkkel, valamint a vendégek, vendégéjszakák számával, illetve az ebből származó idegenforgalmi adóbevételek számszerűsítésével szemléltethető.

Az elmúlt két évben nemzetközi sporteseményeknek (munkakutya VB, teke VB) adott helyet városunk. Az AquaCity 2012-ben a megelőző évhez képest 43%-kal több vendéget regisztrált, akik a világ több mint 40 országából érkeztek.

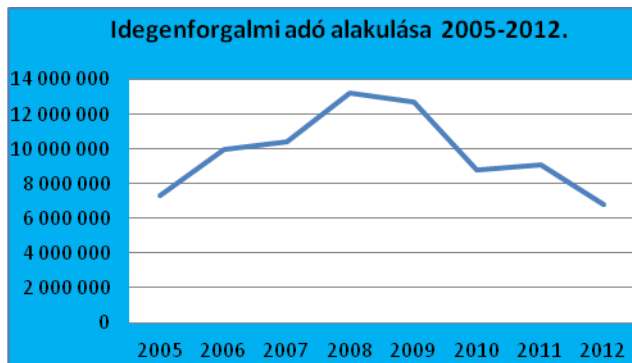
A városban töltött vendégéjszakák száma azonban a rendelkezésre álló adatok szerint eltérő intenzitással, de folyamatosan csökken, 2008-tól erőteljes visszaesést mutat. A csökkenésben szerepet játszik a 2008-ban kirobbant világgazdasági válság, illetve az



üzleti turizmus visszaesése városunkban. A képet árnyalja, hogy 2010-től a KSH nem tartja nyilván a magánzálláshelyek adatait.

Emellett 2011-ben enyhe növekedés tapasztalható, melyet 2012-ben ismét csökkenés követ. Országos szinten a 2008-as év kivételével növekedés mutatkozik.

**A vendégéjszakák és vendégek számának alakulása mellett az idegenforgalmi adó bevételek még jelentősebb visszaesést mutatnak.** Tavaly az ebből az adónemből befolyó összeg a 2005-ös szint alá esett vissza így a turizmus területére visszafordítható összeg is elmarad a korábbi évektől.



Mindez természetesen csak aktív turisztikai célzatú és egyéb irányultságú kommunikációs eszközök révén biztosítható.

A statisztikai adatokon túl a **városról kialakult imázs- a városról kialakult külső kép- is meglehetősen negatív képet mutat.** A megyei jogú városok sorában Zalaegerszeg sereghajtó, mindössze Salgótarján előzi meg az alábbi, 2010-ben publikált felmérés szerint.

**Megyei jogú városok toplistája**  
(helyezés, város neve, összpontszám)

1	Debrecen	283	13	Székesfehérvár	99
2	Szeged	258	14	Pécs	90
3	Miskolc	253	15	Békéscsaba	86
4	Győr	211	16	Szekszárd	82
5	Hódmezővásárhely	179	17	Veszprém	77
6	Kecskemét	161	18	Dunaújváros	71
7	Szolnok	158	19	Nagykanizsa	60
8	Szombathely	156	20	Tatabánya	58
9	Sopron	152	21	Érd	50
10	Kaposvár	136	22	Zalaegerszeg	47
11	Eger	133	23	Salgótarján	42
12	Nyíregyháza	100			

Forrás: Image Factory – Observer Városimázs Toplista 2010.]

A tendencia megfordításának részeként olyan célcsoportokat, rés piacokat kell megszólítani, melyek a versenytársak számára háttérbe szorulnak.

A városimázsról az országban kialakult összkép, amit a fenti táblázat is mutat, érdekes és látszólagos ellentmondásban áll azzal a ténnyel, hogy más szakmai felmérések szerint az ország legélhetőbb városainak élcsoportjában helyezkedik el Zalaegerszeg. Ez a kettősség egyértelműen bizonyítja, hogy miközben Zalaegerszegen a közösségi infrastruktúra, a közszolgáltatások színvonala, a környezeti értékek és sok más szempont alapján a város nagyon magas színvonalon teljesít, ugyanakkor ez a város külső megítélésében, a városról kialakult külső képben egyáltalán nem jelenik meg. Ennek oka egyértelműen egyfelől a városmarketing hiánya, illetve az a körülmény, hogy a város kiváló adottságait, amelyet a helyiek nagy számban és a felmérési eredmények alapján kiváló minőségben élvezhetnek, Zalaegerszeg nem formálta ez idáig olyan turisztikai terméké, amely visszahatni lett volna képes a város imázsra. Magyarán, Zalaegerszeg a turizmusban vállalandó aktív szerepvállalásával mintegy járulékos haszonként joggal számíthat a városimázs általános javulására, a távolabbi településeken élők kedvezőbb megítélésére.

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gébárt- együttesen egyedülálló adottságok, lehetőségek- csúszdapark+ idillikus természetes környezetű félsziget+ termálkincs= - AquaCity+ tóstrand+termálfalu+ fedett fürdő</li> <li>-Zala Magyarország „zöld szíve”, Változatos domborzat és természeti táj, vadban gazdag vidék- <b>Göcsej</b></li> <li>-Kulturális értékek, hagyományok- népművészet, kézművesség, képzőművészet, gasztronómia</li> <li>-Rendezvények (gyakorlott rendezvényszervező szaktudás) sport, zene</li> <li>-Határok és a Balaton közelsége, Sármelléki reptér közelsége</li> <li>-Aktív önkormányzati szerepvállalás:</li> <li>-városi tulajdonú turisztikai cég</li> <li>-Tourinform iroda fenntartása</li> <li>-Turisztikai Egyesület megléte</li> <li>- Élhető város (2011-ben 2.hely)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nincs meghatározott turisztikai célcsoport</li> <li>- Komplex turisztikai termék hiánya</li> <li>- Nemzetközi jelentőségű vonzerő hiánya</li> <li>- Szétforgácsolt erőforrások</li> <li>- Gébárt: tisztázatlan tulajdoni viszonyok, több kézben lévő üzemeltetés</li> <li>- Rossz szálláshely-struktúra</li> <li>- Szálláshely kapacitás kihasználatlansága, évek óta zárva tartó Balaton Szálló</li> <li>- Csökkenő vendég és vendégéjszaka szám- csökkenő idegenforgalmi adóbevétel</li> <li>- Negatív városimázs- felmérések szerint</li> <li>- A meghatározó főközlekedési utak, autópályák elkerülik a várost</li> <li>- A jelentős vasútvonalak Szombathelyhez, illetve Nagykanizsához kötődnek- átszállás szükséges</li> <li>-Hiányzó nyelvtudás</li> <li>-Hiányzó történelmi, tradicionális belváros, sétálóutca</li> <li>-Megfelelő turisztikai útbaigazító táblák hiánya (pl. autópályák)</li> </ul>

Lehetőségek	Fenyegetések
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Versenytársak által meg nem szólított célcsoportok elérése- döntésképes fiatalok, 45 év alatti családosok</li> <li>- Komplex élményközpontú turisztikai csomagok kialakítása</li> <li>- Élményfürdők irányában növekvő kereslet</li> <li>- Szezonális kiküszöbölése: a Gébárti komplexum tulajdonviszonyainak tisztázása, egy kézben való üzemeltetés komplexum fejlesztése</li> <li>Hagyományos értékeink megerősítése és megújítása: Göcseji Falumúzeum fejlesztése: szálláshelyfejlesztés, élő falumúzeum koncepció</li> <li>Gébárti Kézművesház fejlesztése</li> <li>bor és gasztronómiai programok fejlesztése</li> <li>kerékpáros turizmus</li> <li>lovas turizmus</li> <li>vadászturizmus</li> <li>- Fiatalok, csoportok megnyerése- főiskolás generáció elérése</li> <li>- Célzott, markáns marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lemaradás, versenytársak előretörése: Termálfürdők sokasága a környéken</li> <li>- Hasonló adottságú középvárosok előretörése- egységes koncepcióval (Szombathely- Savaria)</li> <li>- Elmaradó fejlesztések</li> <li>- Fejlesztések összehangolatlanság</li> <li>- Piaci szereplők összefogásának hiánya</li> <li>- Gazdasági válságból való lassú kilábalás</li> </ul>

### 3.3. Versenyútsak

- **Környezetünkben található középvárosok:** Szombathely, Veszprém, Nagykanizsa, Kaposvár

A szomszédos megyék hasonló földrajzi, gazdasági, társadalmi berendezettsége miatt ezek megyeszékhelyeit, valamint Zala másik megyei jogú városát vizsgáljuk.

	Szombathely	Veszprém	Kaposvár	Nagykanizsa
Földrajzi adottságok	Az osztrák határhoz közel fekszik, a nyugat-dunántúli régió része. Dombokra épült, a Kisalföld sík és az Alpokalja dombos vidékének találkozásában található.	Közép-Dunántúl (Balaton környéke) régióhoz tartozik. A Bakony, Balaton-felvidék és a Mezőség találkozásában fekszik.	Hét dombra épült a Kapos folyó két partján. Déli részén húzódik a Zselici Tájvédelmi Körzet.	Zala megye déli felén helyezkedik el, megközelítése kedvezőbb, mint Egerszegnek. 100 m körüli átlagmagasság, lecsapolt lápok, rétek jellemzik, közelében dombossá válik a vidék.
Vásárlóerő	A vizsgált települések közül a legmagasabb vásárlóerővel rendelkezik.	Vásárlóerő mutatója alapján Zalaegerszeggel közel azonos.	A régió besorolását tekintve elmarad a Nyugat-Dunántúltól. A város vásárlóereje a többi vizsgált város és az országos átlag alatt van, de dinamikus fejlődést mutat.	Zalaegerszeg mellett megyei jogú város, a megyeszékhelyhez hasonló gazdasággal
Lakosság	kb. 79 000 fő	kb. 62 000 fő	kb. 70 000 fő	kb. 50 000 lakosú város
Megközelítettség	Úthálózata, a vasúthálózatban betöltött szerepe felülmúlja Egerszeget	8-as főút mentén	országos és megyei jelentőségű utak gyűjtőpontja, 61-es, 67-es, 66-os	autópályán (M7) 7-es főút
Szálláshelykapacitás	3 szálloda 200 férőhelyes kemping panziók, ifjúsági szállások	a város turisztikai oldalán 8 szállodát, 9 panziót jegyeznek	nem elégséges, egy 194 fő befogadására alkalmas szálloda, panziók	
Turisztikai termékek	Az ország legrégebbi alapítású városa, a „Nyugat Királynője” Savaria- Történelmi- kulturális értékeire épít Kiegészítés: ▪ kerékpáros-, lovas turizmus ▪ borturizmus ▪ Tófürdő	„A királynék városa”, egyetemi város. A történelmi, kulturális hagyományokra alapoz. pl.: Veszprémi Utcazene Fesztivál, Veszprémfest; állatkertje ismert prioritások között a konferenciaturizmus fejlesztését tűzték ki célul Kiegészítő elemek: ▪ Bakony-vadregényes táj ▪ Balaton-felvidék ▪ kerékpáros-, lovas turizmus	A fejlesztési tervben a környékkel együtt kezelik. Egységes koncepció nincs Területek: ▪ Virágfürdő ▪ Deseda-tó- horgászat, vízi sportok, strand ▪ kultúra: Csiky Gergely Színház, Tavaszi Fesztivál, ▪ kerékpáros-, lovas turizmus	A programturizmusból a sárkányhajó verseny, a bor és dödölle fesztivál, Nemzetközi Jazzfesztivál emelkedik ki. Város-rehabilitációs programját Brüsszelben különdíjban részesítették.

▪ **Őrség**, mint tájegység

Tájegység, emellett önálló turisztikai termék, mely e téren a környék legfejlettebb idegenforgalmi eleme. Az elemzésben való szereplését indokolja a sokszor Göcsejgel való együttes említése.

Földrajzi adottságok	Vas megye délnyugati része, osztrák-szlovén-magyar határvidék környéke; hosszú, széles, lapos, alacsony, É–D-i tengelyű dombhátak jellemzik. Az Őrség területe teljes egészében természetvédelmi terület- Őrségi Nemzeti Park.
Lakosság	A néhány házból álló dombtető településrészek a „szerek” jellemzik, amelyek laza együttese alkotta az egyes településeket. A boronaházazas építésű házak a 19. században váltották fel az oszlopokon nyugvó, kiugró tornáccal ellátott úgynevezett kódisállásos házak. Több kisebb települést fog össze, legjelentősebb a 3000 lakosú kisváros, Óriszentpéter
Megközelíthetőség	Alsóbbrendű utak
Szálláshely kapacitás	Vendégházak, panziók
Turisztikai termék	- <b>Háborítatlan természeti táj</b> - nemzeti park- „Őrség felé közeledve végtelen nyugalom és harmónia érinti meg a zajos, rohanó világából érkező látogatót, aki feltöltődve, élményekkel gazdagabban térhet haza tőlünk” - Építészeti emlékek: pl. Szalafő- Pityerszer- tájház és skanzen; Pankasz- helytörténeti és néprajzi gyűjtemény, szoknyás fa haranglábak, fazekasház - Gasztronómia- vad, tök, kukorica-ételek - Kézművesség

▪ **Környezetünkben található fürdővárosok- termálközpontok**

A térség legjelentősebb fürdői: Hévíz, Zalakaros, Sárvár, Bükfürdő. Kisebb jelentőségűek, de ismertek: Lenti, Kehidakustány

Hévíz a világhírű gyógytóval a maga nemében egyedülálló. A konkurencia vizsgálatot tekintve a többi, több medencével rendelkező, az elmúlt években dinamikus fejlődő termálfürdőt vizsgáljuk.

Több területen közös jellemzőkkel rendelkeznek:

- A rendelkezésre álló termálvíz, gyógyvíz felhasználásával **mindegyik az egészségturizmusra épít.**
- Szolgáltatásaikkal elsősorban a passzív, nyugodt, mozgalmatlan hétköznapiakból kizökkenni akaró, relaxálni, gyógyulni vágyó célcsoportot szolgáltatók meg.
- Elsődleges célcsoportjuk: a termálvíz, gyógyvíz kapcsán gyógyturizmus, 50+
- A fürdőkhöz bőséges szálláskínálat kapcsolódik: szállodalánccok, 4-5\*-os szállodák.
- Meghatározó piaci részesedéssel rendelkeznek.
- Folyamatos fejlesztések sorát hajtják végre pályázati pénzekből. A korábbi termálfürdős, gyógyfürdőző célcsoportjukat a családok, fiataloknak szóló szolgáltatások irányába szélesítik az élményelemek kínálatát.
- A fiatal, aktív turizmust, programokat, élményeket kereső csoportot nem fedik le, mivel ez eredeti célcsoportjuk és profiljuk sérüléséhez vezet (gyógy szolgáltatások, regenerálódás). A több korosztály egyidejű, egy helyen való megszólítása konfliktushoz vezet.

	Zalakaros	Sárvár	Bükfürdő	Kehidakustány	Lenti
<b>Célcsoport</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gyógy szolgáltatásokkal az 50 feletti korosztály</li> <li>▪ szolgáltatási körük kiegészül a családokkal- de aktív kikapcsolódást max. a gyerekeknek kínálnak</li> <li>▪ „célunk, hogy a család minden korosztályának találkozóhelye legyünk”</li> </ul>	Elsődlegesen az 50 feletti korosztályt célozza meg gyógy szolgáltatásaival, de bővíti a családok irányába (pl. csúszdák, gyerekvilág) „A családi együttlét, az aktív pihenés és a kényeztető nyugalom harmonikus egysége a gyerekeket és felnőtteket egyaránt feledhetetlen élménnyel teszi gazdagabbá.”	Elsődlegesen az 50 feletti korosztály, de bővíti a családok irányába (pl. csúszdák) „minden korosztály számára tökéletes kikapcsolódást nyújt”	50+, illetve családok, gyógyászati, wellness szolgáltatások- „egész évben bárki megtalálja a kedvére valót” kulcsszavak: nyugalom, kényelem	- elsődleges az 50 feletti célcsoport, gyerekekre épülő szolgáltatások háttérbe szorultak
<b>Fekvés- megközelíthetőség</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Balaton turisztikai régió része,</li> <li>▪ autópályán könnyen megközelíthető</li> <li>▪ országhatárokhoz való közelsége előnyös</li> </ul>	40 km-nyire fekszik az osztrák határtól	mindössze 25 km-nyire fekszik az osztrák határtól	a Balatontól alig 20 km	a szlovén határ kevesebb, mint 10 km
<b>Turisztikai termék</b>	„a gyógyvízre épülő gyógyászati kezeléseink széles skálája mellett az értékes ásványi anyag tartalmú termálvíz felhasználásával a rekreációt és a felüdülést szolgáljuk, ahol erőt és élményt adunk a családoknak” Több szintes fürdőpláza, a gyermekes családok elérése érdekében Vízipók Gyermekbirodalom, gyógy centrum, medical wellness. <b>szlogen:</b> „Meríts erőt a természet csodáiból”	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2011-től minősített gyógyhely</li> <li>▪ Elsődleges a fürdő: Sárvári <b>Gyógy- és Wellnessfürdő</b></li> <li>▪ Mellette: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kalandpark</li> <li>▪ Nádasdy Múzeum (vár)</li> <li>▪ Arborétum</li> </ul> </li> <li>▪ programcsomagok wellness, ill. zöld élmények irányában</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪fürdő: <b>Bükfürdő Gyógy- és Élménycentrum</b></li> <li>fürdőfejlesztések irányába a fiatalabb korcsoportot is megcélozza, új: a medical wellness irányt képviseli.</li> <li>▪Az év gyógyfürdője 2011-ben</li> <li>▪Kalandpark- Kristály torony</li> <li>▪zöld élmények-pl. nordic walking, kerékpározás</li> <li>▪új stílusú, szálláshelyek pl. holisztikus szálloda,</li> <li>▪wellness- „lazító pihenés” csomagok, gyógyászati, fogászati szolgáltatások</li> <li><b>szlogen:</b> „felüdülés, pihenés, gyógyulás felsőfokon”,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪fürdő: <b>Kehida Termál- gyógyfürdő- élményfürdő-strand</b></li> <li>▪csomag: családi wellness napok az élményfaluban</li> <li>▪gyerek terápia- Hévíz mintájára gyógy szolgáltatások gyerekeknek</li> </ul>	fürdő: Lenti <b>Termálfürdő és Szent György Energiapark</b> Elsődlegesen a gyógy szolgáltatások, minimális wellness Mellette: különlegesség: energiavonalak hatása zöld élmények: budafai arborétum, kisvasút <b>szlogen:</b> „Tele étellel”

### 3.4. Vonzerőleltár

Vonzerő leltárként a turisztikai anyagok az adott térségre jellemző elemek felsorolás-szerű nevesítését tartalmazzák többségében, mely ember, illetve természet által létrehozott értékek szerint csoportosítja egy-egy desztináció nevezetességeit. Ezzel a szemlélettel szakítva anyagunkban **a vonzerő által nyújtott élmények, illetve lehetőségek szerint osztályozzuk városunk turisztikai sajátosságait.**

A vonzerőket a legtágabb, akár nemzetközi szinten is attrakciót jelentő tényezőktől a helyi vonatkozású vonzerők felé haladva mutatjuk be. <b>Megnevezés</b>	Élmény- Tartalom	Megjelenési forma	Lehetőség
vizes kikapcsolódás	<ul style="list-style-type: none"> <li>- adrenalin</li> <li>- megújulás</li> <li>- aktív feltöltődés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AquaCity</li> <li>- Termálfürdő</li> <li>- Gébárti tóstrand a termálfaluval</li> </ul>	<p>Vizes létesítményeink együttese által kínált komplexum páratlan adottságú az országban. Az egyes létesítmények összehangolása, együttes üzemeltetése, közös tulajdonban léte viszont elengedhetetlen ennek az egyediségnek a kommunikálásához.</p> <p>Az AquaCity jelenleg is a fiatal felnőttek, családok célcsoportjára összpontosít. A gébárti térség többi elemét is ehhez kell igazítani, ami fejlesztést igényel.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Egész évben üzemelő fedett élményfürdő komplexum, ami nem hasonlít egy környékbeli termálfürdő világához sem- 1 nap nem elég- pl. Németország- Erding</li> <li>- A tárgyi adottságokon kívül a szolgáltatások, (kulturális, sport, zenei) programok is fontos részei a terméknek.</li> </ul>
hagyományok-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nosztalgia</li> <li>- gyökerek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Göcseji Falumúzeum</b></li> <li>- Kézművesek Háza</li> <li>- Finnugor Néprajzi Park</li> <li>- <b>Göcseji Múzeum</b></li> <li>- Magyar Olajipari Múzeum</li> <li>- Országos Fazekas és Keramikus Fesztivál</li> <li>- Egerszeg Búcsú</li> </ul>	<p>hagyományok cseppet sem hagyományosan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kézműves foglalkozások- „vigyél magaddal egy szelet Zalaegerszeget”,</li> <li>- népi mesterségek kipróbálása- korongozás, kovácsolás, csuhébaba készítés, kosárfonás stb.</li> <li>- korhű jelmezek, ruhák kipróbálása</li> <li>- népi hagyományok bemutatása interaktív módon- ének-tánc oktatás</li> <li>- az élhető múzeum koncepciója mentén szálláshelyfejlesztés mellett táborok, több napos programok szervezése, lehetőleg országos jelentőségű új kezdeményezésekkel</li> </ul>
gasztronómia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- enni jó!</li> <li>- gasztro-kulturális élmények</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Új kenyér ünnepe</li> <li>- Tök jó- tökfesztivál</li> <li>- Belvárosi szüret, Szüreti vigadalom</li> <li>- Pálinka és Mangalica Majális</li> <li>- Prószafesztivál</li> <li>- Kárpát-medencei Mézfesztivál</li> <li>- Oktoberfest Sörfesztivál</li> </ul>	<p>„amit főztél, edd is meg”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- folyamatban való részvétel: pl. kenyérlángos készítés, disznóvágás, szüret, vadászat, tökmagolaj-sajtolás</li> <li>- borvacsora</li> <li>- pálinkakóstoló</li> <li>- Göcseji jellegzetes ételek, helyi termékekre épülő ételkóstolók</li> </ul>

		- tematikus napok a piacon	
természeti táj Göcsej az ország zöld szíve	- változatos táj,	- Azáleás-völgy - Alsóerdő, Aranyoslapi forrás - Parkerdő - Csácsi Arborétum - Gébárti-tó és környéke - Jánkahegyi kilátó - Göcseji dombok	csak természetesen - kirándulási lehetőségek, kerékpározás-pl.körbejárható Gébárti-tó, kerékpárút a tóhoz - tanösvény kialakítása a Gébárti-tó környékén - lovaglás - horgászat - kirándulási lehetőség Göcsejbe A sokszor hivatkozott gyönyörű természeti táj nem csak lehetőség, megőrzése karbantartása kötelezettség is. A parkok, zöldfelületek rendben tartása nélkül mit sem ér, sőt inkább kiábrándultságot okoz a gazos, gondozatlan területek látványa.
láttnivalók	történelmi örökség	Megyei Bíróság épülete Deák Ferenc, Csány László, Zrínyi Miklós, Szent István, Kossuth Lajos szobra, Tv- torony	- mi történt ezeken a helyeken, milyenek voltak régen: egykor- és most, korabeli fotók, funkciók (pl. Bárány- mozi) bemutatása a 21. szd vívmányainak segítségével- 3D-s grafikák, okostelefonos tárlatvezetés - híres emberek hol mit csináltak- pl. ebben az iskolapadban tanult XY - jelenleg közönség elől elzárt láttnivalók megnyitása- belépővel- pl. 1-1 freskó története - mitől egyedi az a hely, láttnivaló
	vallási	- Mária Magdolna Plébániatemplom - Jézus Szíve Ferences Templom - Kertvárosi Szűz Mária Szeplőtlen Szíve Templom - Református templom - Evangélikus templom - Zárda - Mária szobor - Szentháromság-szobor - Mindszenty József szobra	
	egyéb	Arany Bárány - Zrínyi Gimnázium épülete - Hagymasisakos ispita – Csipkeházak - Földönjáró toronyóra - Dísz tér- Tulipános kút - Deák tér - Európa tér	
kultúra	koncert, színdarab, kiállítás	Hevesi Sándor Színház Griff Bábszínház Kvartélyház-szabadtéri színházi játékok Városi Hangverseny- és Kiállítóterem Keresztury-ház Keresztury VMK Egerszeg Fesztivál a hagyományoknál már említett múzeumok (Göcsej Múzeum, Göcseji Falumúzeum)	csoportok megszólítása- iskolai kirándulások, táborok szervezése interaktív előadások Diákok bevonása, amely folyamat már elkezdődött - színház a kulisszák mögött, - házi színpad- pl. a Rómeó és Júlia a középiskolákban Híres szülöttek bemutatása- akikre Egerszeg büszke lehet, közéleti személyiségek, művészek, akik nevét az országban ismerhetik, és valahogy életük során kötődtek/- nek a városhoz (Kisfaludi-Stróbl Zsigmondtól a Kutyakölykökig)

sport	a mozgás élvezete, egészség és élmény	Sportcsarnok Jégcsarnok Fedett Uszoda Ifjúsági Sportcentrum Sportegyesületek: ZTE FC, ZTE KK, ZTE NKK További sportegyesületek: röplabda, teke pl. Tánc- Gála TE	tömegsport rendezvények, versenyek, közösségtudatot építő események szurkolói találkozók-, sporttáborok
-------	--	--	--

Zalaegerszeg városa közismert történelmi értékekkel, emlékhelyekkel, mint pl. Veszprém, Szombathely vagy akár Eger, nem rendelkezik. A klasszikus, történelmi belváros hiányzik, épített emlékekben sem bővelkedünk. Azonban a város történetének több fejezete is lehetővé teszi a turizmusban oly fontos városi legendák kialakítását.

Versenytársaink esetében többnyire van egy központi elem- pl. történelmi múlt, kultúra vagy fürdő, melyre építve további értékeiket népszerűsíteni tudják, akár csomagként értékesíthetővé válnak.

**A gébárti vízi létesítmények együttese egyedülálló adottságú komplexumot jelent,** melyre esetünkben lehet alapozni. Az országban sehol máshol nincsen ugyanis együtt tóstrand, termálfürdő, aquapark egy helyen, ráadásul ilyen természeti környezetben. Pillanatnyilag azonban a termálfürdő kivételével csak szezonális működésre van lehetőség, hiába az AquaCity egyre szélesebb, mára országossá, sőt nemzetközivé vált ismertsége. A szezonális csökkentése csak fejlesztések mellett valósítható meg.

**Városunk egyediségének megteremtésében a fürdőfejlesztés mellett fontos szerepet kell kapnia a körülvevő táj, Göcsej hagyományainak, természeti adottságainak, különlegességének. E két adottság egységének megteremtése elengedhetetlen a sikeres turisztikai térnyeréshez és kommunikációhoz. Az egység az értékek megőrzése mellett a minden részlelemet átható aktivitás, a vendégek cselekvésre készítése, részvételi jellegű programok kialakítása mentén biztosítható.**

## 4. Stratégia és céltérkép

**A stratégia célja, hogy eredményeképpen Zalaegerszeg felkerüljön a turisztikai térképekre, Magyarország és a régió egyik meghatározó idegenforgalmi célpontjává váljon, hosszú távon a turizmus a város gazdaságának egyik meghatározó pillérét alkossa.** Ehhez az alábbi feladatok kapcsolódnak:

1. A **Zalaegerszeg brand kialakítása**, mely egy minden más várostól egyértelműen megkülönböztethető, jól definiálható márkává teszi. Az egyediség kialakításában elengedhetetlen a város turizmusában részt vevő szereplők együttműködése.
2. A **termékcsoporthatározása, ami az idegenforgalom központi motívuma**, a további fejlesztések alapja lesz, megalapozza városunk versenyképességét.  
A termékkel szembeni elvárás, hogy ne csak a nyári hónapokban generáljon forgalmat, hanem a szezonális mértékének csökkentésével egész évben turistavonzó attrakciót jelentsen.
3. A stratégia kialakításánál és megvalósításánál **figyelembe kell venni az aktuális trendeket**, ami

a fejlesztések, termékjellemzők tekintetében és a város kommunikációjában egyaránt megnyilvánul.

4. A városban jelenleg is csökkenően van az eltöltött vendégéjszakák száma, ami az egyik fő mérőszámot jelenti. A tendenciát meg kell fordítani. A vendégéjszakák számának csökkenése mellett az idegenforgalmi adó-bevétel is visszaesően van, így a turizmusba visszaforgatható összeg is egyre kevesebb.

**Programcsomagokat kell kialakítani**, mely több napos tartózkodás idejére is változatosságot jelent az ide érkezőknek. Ezeknek a kialakításában nélkülözhetetlen Göcsej bevonása, környékbeli kirándulások lehetőségével, mialatt azonban a vendég szálláshelye Egerszeg marad. Ennél fogva Zalaegerszeg erősen érdekelt a várost körülvevő göcseji térség turisztikai fejlesztésében. Ennek érdekében a megyei turisztikai fejlesztési elképzelések alakításában ezen célokat felvállalva kell részt vennie.

5. **A turizmus jelentőségének a gazdaság több területén is érvényesülnie kell, hatása meg kell, hogy jelenjen a foglalkoztatás növekedésében, az itt élő emberek jólétében.**

A kereskedelem, vendéglátás, szórakozóhelyek, fürdők, múzeumok bevételeit jelentősen befolyásolja a kirándulási céllal, rövidebb időre érkező turisták száma, költsége. A város programkínálatával ösztökélni kell, hogy az egy napos kikapcsolódást előnyben részesítők, is mind nagyobb számban és gyakrabban keressék fel városunkat.

## 5. Feladatok

### 5.1. Brand és pozicionálás

Mivel akarjuk azonosítani városunkat, mit várunk, milyen kép éljen a vendégek fejében Egerszegről? Mitől minősüljön „a jó hely”-nek? Kiket szólítsunk meg, kik a mi potenciális vendégeink?

**Zalaegerszeg, mint új termék egy új piac számára**

A turisztikai fejlődés záloga a megszokottól eltérő, környéken példa nélküli termék kialakítása, az újdonságot jelentő technikai lehetőségek kiaknázása, az új trendekhez való igazodás. Zalaegerszeg számára a megfelelő célcsoport választás, azaz az **új piac: vásárlói potenciált jelentő, de a kínálati oldalon megfelelően ki nem szolgált szegmens:**

- **független tizen-, és huszonévesek (a nyaralási, pihenési döntéseiket tekintve független, azaz már nem feltétlenül szülőkkal nyaraló korosztály)**
- **45 év alatti fiatal(abb) párok kicsi gyerekekkel**  
Az elérni kívánt célcsoport meghatározásánál elsősorban az életstílus a meghatározó és nem az életkor. A környék fürdői- ahogy a konkurenciaanalízisben szerepel- elsősorban a wellness, gyógyulás, nyugalom, pihenés, felüdülés témakörökre alapozzák kínálatukat. A mozgalmasság, aktív élmény, adrenalin, izgalom,

aktivitás háttérbe szorul. **Az új termék ezen utóbbi igények kielégítését célozza meg.** Városunk turisztikai vonzerőterképét tekintve rendelkezünk az adottságokkal egy a környéken meg nem szólított, illetve háttérbe kerülő célpiacot kiszolgáló turisztikai termék kialakításához. Az AquaCity az elmúlt években már sikeresen épített erre a célcsoportra.

A KSH felmérése szerint a leglátogatottabb városok között belföldi és külföldi vendégéjszakák tekintetében is a fürdővárosok állnak az élen. Van tehát létjogosultsága a fürdőfejlesztésnek.

A leglátogatottabb magyarországi városok*			
	Belföld	Külföld	Összesen
1.	Budapest (877)	Budapest (6 423)	Budapest (7 300)
2.	Hajdúszoboszló (464)	Hévíz (670)	Hévíz (1 005)
3.	Siófok (410)	Bük (368)	Hajdúszoboszló (716)
4.	Hévíz (335)	Sárvár (269)	Bük (635)
5.	Zalakaros (291)	Hajdúszoboszló (252)	Siófok (582)
6.	Gyula (268)	Balatonfüred (229)	Balatonfüred (484)
7.	Sopron (267)	Győr (200)	Sárvár (447)
8.	Bük (267)	Siófok (172)	Zalakaros (431)
9.	Balatonfüred (255)	Zalakaros (140)	Sopron (361)
10.	Eger (214)	Sopron (94)	Győr (358)

\* () A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma ezerben.  
Forrás: KSH előzetes adatok

**A termék újdonsága nem csupán egy télen is működő vízi élmény/szórakoztató központban rejlik.** A város és környékének, Göcsejnek az egyéb meglévő szolgáltatásai, (kulturális, hagyományőrző, gasztronómiai, sport, zenei programok) is szerepet kapnak a város turisztikai öltözetében. **Az egyediséghez a fűszert a máshol meg nem található helyi-göcseji- sajátosságok, hagyományokra épülő értékek célcsoport számára vonzó tálalása jelentheti ugyanis Zalaegerszeg számára.** A kínált attrakció egyedisége az, amittől különlegesnek érezheti magát a vendég, amittől magáénak, magához közelinek érzi a várost, annak szellemiségét. **Az új termék turisztikai vonzereje 150-200 km sugarú körben értelmezhető.** Egy olyan élményfürdő fejlesztéssel, amely egyedisége miatt nagyobb területen sem rendelkezik konkurenciával, a földrajzi távolságról alkotott vásárlói benyomások átalakíthatók, a távolságok lerövidíthetők. Felülírható például az a széles körben rögzült vélemény, mi szerint Zalaegerszeg túl messze van Budapeستől. Előnyünkre fordítható, hogy Graz, Bécs, Pozsony, mind Budapestnyi távolságban található, déli szomszédaink fővárosai, Ljubljana, Zágráb közelebb vannak hozzánk, mint Budapest. Így tehát **a nemzetközi piacok elérhető közelségben vannak.** Hazánk határon túli népszerűsítésében, turizmusstratégiájában kiemelt szerepet kap a Balaton, mely mindössze 50 km-re van városunktól, melyre szintén lehet alapozni a célpiacok elérésénél.

**A fizikai és a korábban említett, az új termék jellemzői által jelentett átvitt értelemben való közelségre épül az egyik nagyon fontos, és a jövőben hangsúlyozandó üzenet: Közel hozzád!**

## 5.2. Termékfejlesztés

A város eladhatóságához, vonzó turisztikai terméké válásához az idegenforgalomban érdekelt felek együttműködése nélkülözhetetlen. A magánszféra: szálláshelyek, vendéglátás; a programokat, információt szolgáltató intézmények és az Önkormányzat koordinált együttműködése szükséges egy piac- és hosszú távon életképes Egerszeg márka megvalósításához.

### 5.2.1. Gébárti élményközpont- Fürdőfejlesztés

**Zalaegerszeg turizmusának hosszú távú működéséhez, egy sajátos márka kialakításához a gébárti létesítmények fejlesztése szükséges.** Ahogy korábban nevesítettük, ez a terület a helyi sajátosságok összekapcsolásával jelentheti a város kiemelkedését, idegenforgalmi kitörési pontját.

A fejlesztések célja az adrenalinban gazdag élmények biztosítása.

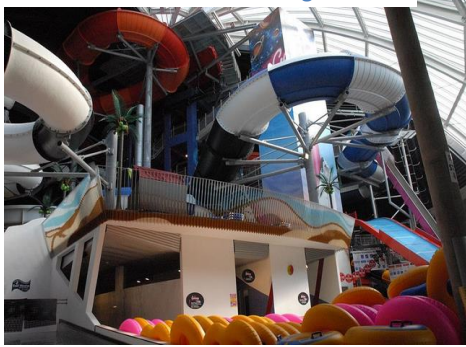
Ami ehhez kell:

- Alapvető feltétel a létesítmények **közös üzemeltetése, tulajdonviszonyainak tisztázása.**
- A termálfürdő műszaki állapota egyre rosszabb, ezen kívül nem rendelkezik a távolabb élőket csábító turisztikai vonzerővel.
- A **szезonalitás kiküszöbölése** érdekében fedett, gyerekek és felnőttek számára is érdekes, adrenalinban gazdag, **máshol nagyobb távolságokon belül (200-300 km) sem megtalálható élményelemekben, csúszdákban bővelkedő vízi létesítményekre van szükség (pl. szabadesés csúszda, mászófalak, trambulinok, vízbe érkező bungee jumping), valamint egész éves programkínálatra a sport, zene, gasztronómia területén egyaránt.**

Az elképzelések szerinti fürdőre példa a németországi Erding fürdőkomplexuma.



1. ábra- www.therme-erding.de



- A

Gébárti-tó és félsziget természetes adottságaival kapcsolódna a komplexumhoz. A **tó körbejárhatósága, kerékpárúton való megközelíthetősége** nem megoldott, a fejlesztések keretében erre is ki kell térni. A félszigetet el kell látni a napjainkban elvárható infrastruktúrával.

- A **kempinget, termálfalut fel kell futtatni, újra kell pozicionálni.** A házakat családok, fiatal párok igényeinek megfelelően kell berendezni, a szabadtéri esti rendezvényekhez, iskolások táborozásához az adottságokat meg kell teremteni, pl. tűzgyújtó helyek, padok.
- A **Kézművesek Háza környezetét rendbe kell tenni,** biztosítani kell az infrastrukturális feltételeket rendezvények lebonyolításához (rendezvényterem, állandó kiállításhoz kiállítóterem, régészeti tárlat). Megközelíthetőségéről gondoskodni kell a kerékpáros, gyalogos forgalom számára is.
- A gát déli oldalán a kutyások részére külön területet lehet kijelölni.
- Külön helyszín szükséges a célcsoport számára vonzó, extrém vízi sportokhoz (wakeboard, jetski). A helyszínt a Pózvai-tavak jelentenék.

## 5.2.2. Hozzáadott érték

### 5.2.2.1. Hagyományok cseppet sem hagyományosan

A **Falumúzeum és a hozzá kapcsolódó létesítmények** (Finnugor Néprajzi Park, Olajipari múzeum) lehetőséget biztosítanak rá, hogy az ide látogató vendég megismerkedjen Göcsej sajátos építészeti stílusával, az itt élők és a magyarság gyökereivel, múltjával, mint az egerszegi programcsomag egyik részével. Ahhoz azonban, hogy az itt látottak megragadjanak a vendégben, továbbvigyék az értékeit, életre kell kelteni a múzeumot.

- o **A kézműves-foglalkozások, gasztronómiai hagyományok, egyedi jelleg alapul vételével táborok szervezhetők, ahol a helyi népzenevel, néptáncsal is megismerkedhetnek a gyerekek.**

- o Falumúzeumban megvalósuló programok lebonyolításához, **ifjúsági tábor jellegű szálláshelyfejlesztésre van szükség.**
- o A népszerű, napjainkban sok település számára kiemelkedés lehetőségét jelentő **ökoturizmus,** a városfalakon belül a Falumúzeumban valósulhat meg elsősorban pl. állatainak gondozásában nyilvánulhat meg.
- o Az értékközvetítés eszköze lehet a fiatalok körében véleményvezérnek minősülő közéleti szereplők beköltöztetése a Skanzenba, mely médianyilvánosságra szert téve népszerűsítene a létesítményt és a várost.

A hagyományokra alapozva számos gasztronómiai program is megvalósulhat a Skanzenben csomagba építve, mint az Új kenyér ünnepe (kenyérsütő verseny), disznóvágás, gyümölcsaszalás, tökmag-ütés, melyben a helyi vendéglátás szereplőinek részvétele is szükséges.

A hagyományörzés részét képező Falumúzeum mellett a kulturális egyediség megtartásában, továbbadásában a **Kézművesek Házának bekapcsolása** is fontos. Pl. táborok, kiállítások.

### 5.2.2.2. Magyarország zöld szíve

Zala, az ország legzöldebb megyéje, sehol máshol nincs ilyen táj, mint nálunk- hangzik el sokaktól.

Kirándulási lehetőségekben bővelkedünk városon belül és kívül egyaránt: **Alsóerdő, Azáleás-völgy, a TV torony környéke, a Csácsi-arborétum, a fent már említett Gébárt** mind gyalogos és kerékpáros kikapcsolódási lehetőséget tartogat. A kirándulások mellett a sportolási lehetőségeket, mint például a tájfutás is be lehet vonni a körbe. Városunk nevét részben a területét átszelő **Zala folyóról** kapta, a folyómeder azonban nem kap kellő figyelmet. A Virágos Magyarországért versenyben korábban Arany Rózsa díjjal jutalmazott városban alapvető követelmény a zöldterületek, a parkok állandó gondozása, karbantartása.

Városunk nem függetlenítheti magát környezetétől. A Göcsej nyújtotta, városhatáron kívüli lehetőségekkel is élni kell. **Az ide érkező vendég maradását, a Zalaegerszegen eltöltött vendégéjszakák számának növelését eredményezi a környék, Göcsej bevonása, egy-egy napos kirándulások, programcsomagok kialakítása a térségbe.** A programcsomagok tematikájukban a gasztronómiaira (tökmagütéstől a pörkölttorta készítésig), aktív-ökoturizmusra- kerékpáros túrák, tanösvények, horgászat, vadászat - építenének. **Zalaegerszeg, mint e túrák kiinduló- és végpontja akkor számíthat e piaci szegmensben jelentősebb vendégéjszaka szám növekedésre, ha magának a göcseji tájegységnek a fejlesztési intenzitása is változik, kiépülnek pl. a kerékpáros útvonalak a szükséges pihenőhelyekkel, megteremtődnek a tájegység lovas túrákon való bejárásának feltételei.** Zalaegerszeg számára megfontolandó az Őrség közelsége miatt olyan programcsomagok kialakítása is,

amelyek az Őrség felfedezéséhez nyújtanának szállás és egyéb infrastruktúrát a vendégek számára.

### 5.2.2.3. A fesztiválváros

A város napjához kapcsolódó **Egerszeg Fesztivál** kiváló minősítést kapott. A belvároshoz kapcsolódó további gasztrokulturális rendezvények (a helyi gasztronómiai sajátosságokra építő **prószafesztivál**, **B-Vitamin Napok**, **Belvárosi Szüret**) mellett megjelent a **Pálinka és Mangalica Majális és az Oktoberfest Sörfesztivál** is, melyek mind a város lakóinak szórakozását, és turizmusának fellendülését szolgálják. Ennek jegyében a több ezer főt megmozgató rendezvények szervezésekor is együttműködésre van szükség a szervezők részéről a programok és az időpontok összehangolásában egyaránt.

A több napos rendezvények a turizmus főszezonján kívül esnek. A július, augusztusi időszakban a célcsoportra építve az általuk használt közösségi médiát kihasználva a **Gébárti komplexum helyet adhat a szerelmesek találkozásának, vagy a Családfesztivál** jelenlegi kereteit bővítheti.

Tekintettel a fesztiválok nagy számára a szoros koordináció szükségességén túl érdemes felvetni **egy olyan térségi, ill. országos szinten is jelentős fesztivál kialakításának lehetőségét**, amely további lökést adhatna a programturizmus területén a zalaegerszegi desztinációnak.

### 5.2.2.4. Kultúra, látnivalók

A vonzerőleltár kultúra és látnivalók pontjaiban felsorolt értékeink azok, amiket eddig egy városi séta keretében a turistáknak ajánlottak a szakemberek. A város szülőttei, itt alkotó, munkálkodó hírességei ugyanúgy az idegenvezetés alapjául szolgáló adatbázis részéhez tartoznak, beleértve napjaink elszármazott fiatal művészeit is.

A Kézművesek Házában működő nyitott műhely galériák programot a kultúra többi területére is ki kell terjeszteni, ahogy az a színház esetében elkezdődött. A hagyományok között szerepeltettük a Falumúzeumot, azonban, mind a Skanzen, mind a Göcsej Múzeum a kulturális örökség elidegeníthetetlen részét képezi, így azok bemutatása, a célcsoport számára érdekessé tétele szintén fontos eleme a stratégiának. A kulturális értékek, örökség célcsoport számára érdekes, izgalmas találása a modern technika eszközeinek felhasználásával, az ehhez szükséges fejlesztések megvalósításával lehetséges ezen a területen is.

### 5.2.2.5. Tematikus utak

A város és szűkebb környéke vonzerőleltárának elemeire alapozva tematikus utakat dolgozunk ki,

amelyek különböző témában és célcsoport számára tartalmaznak vonzó, érdekes programokat. A tematikus utakra vonatkozó első terveket az. 1. sz mellékletben részletezzük.

### 5.2.2.6. Sport

Városunk több nemzetközileg is jelentős sporteseménynek adott már otthont. Zalaegerszeg futball és kosárcsapata országosan ismert, a súlyemelésnek, tekének és röplabdának is nagy hagyományai vannak.

### 5.2.3. Szálláshelyek és vendéglátás

Az attrakciók, programok a jelenleg átlagos 2,5 napos tartózkodási idő meghosszabbítását célozzák. A vendégek megnyeréséhez nem csak a programok, hanem a szálláshely biztosítása is szükséges.

E tekintetben:

Prioritást élvez a **meglévő szálláshely-kapacitások feltöltése**.

**Hotel Egerszeg** koncepció keretében a szálláshelyek összefogása valósulhat meg, **melyhez egységes arculat, közös marketing kapcsolódna**, franchise rendszerhez hasonlóan, de biztosítva a vendég számára a választás szabadságát a kategóriákat tekintve. A Hotel Egerszeg márkanév egyfajta garanciát jelentene a minőségre, meghagyva azonban az egyes szálláshelyek funkcionális sajátosságait.

**A szálláshely kapacitást, a gébárti üdülőfalut ezek után kell bővíteni, valamint a Balaton Szállót újra meg kell nyitni.**

### 5.3. Alsóerdei Szabadidőközpont

A zalaegerszegiek egyik legkedveltebb kirándulóhelye, az Alsóerdei Szabadidőközpont, amely az utóbbi évtizedben nem fejlődött, állaga egyre jobban leromlik. Szükséges a terület jövőbeni hasznosításának újragondolása, különböző, akár turisztikai jellegű fejlesztések kidolgozása. Erre egyrészt az Alsóerdő területére kidolgozott Albus mintaprojekt keretében nyílik lehetőség, amely energiatakarékos, ún. passzívházas lakópark megépítését irányozza elő az ideális, festői környezetben. A terület turisztikai kihasználására továbbá az Alsóerdei út és a TV torony közt meglévő, egy városon belül különlegesen nagy 200 m-es szintkülönbség kínál ideális lehetőséget; akár egy felvonóval kombinált szárazbob-pálya, vagy downhill mountainbike pálya megépítésére is, amely projektek részleteinek kidolgozása a jövő évek feladata lesz.

### 5.4. Marketing és kommunikáció:

A Zalaegerszeg brand kialakításánál több cél nevesíthető:

- Az arculat, megjelenés üzenete a célcsoport számára egyértelmű legyen, megszólítottak érezzék magukat, mindemellett a megjelenés a különlegességet, újdonság jelleget kihasználva keresletet is generáljon. A keresgélő potenciális vendég ezzel találkozik először, ez jelenti számára az első benyomást.
- Egységes megjelenés az információs rendszer minden területén a honlaptól a kiadványokon keresztül az ajándéktárgyig. Ez a minőség egyik fontos paramétere, utal arra.
- A márka üzenjen a helyieknek, és a kikapcsolódni vágyó turistáknak egyaránt, azonban differenciáltan.

#### 5.4.1. Az üzenet, és arculat

Az 5.1. pontban leírt Közel hozzád! üzenet az azonosulás lehetőségét foglalja magában. Az ide látogató magáénak érezheti a várost, azt kapja, ami az ő személyiségéhez, élményigényéhez igazodik.

A logó kapcsolódva a szlogenhez, a másik fő meghatározó elem, az arculat középpontja.

Jelenleg több logó, motívum is használatban van, ami az egységes megjelenés lehetőségét is kizárja.

1. Városcímer: ZMJV hivatalos megjelenési formája, de számos ettől eltérő helyen is megjelenik jelenleg.
2. Turisztikai logó: a 2003-ban készült, dombok ölelésében csordogáló folyó és a felette sütő nap. A turisztikai kiadványokon, részben ajándéktárgyakon alkalmazott megjelenés, ami ebben a formájában nem illeszkedik a koncepcióban felvázolt termékhez, újragondolása szükséges.
3. Göcsej motívum: a helyi hagyományok modern köntösbe öltöztetésének eszköze a kalocsai motívumok mintájára. A helyi termékek márkajelzését takarja.
4. I Love Zalaegerszeg: a helyieknek szóló megjelenési forma elsősorban- üzenete: szeretem a városom.

Ebben a halmazban kell egységet teremteni.

Mivel Zalaegerszeg – Egerszeg beazonosíthatóságát az új, nyüzsgést, örökmozgást megtestesítő terméktől várjuk, melynek, középpontjában egy egész évben üzemelő vízi élményközpont található, ebben az irányban kell keresni a megfelelő motívumot. A jövőbeli létesítmény részét alkotó AquaCity márkája már bevezetett a piacon, országos ismertséggel rendelkezik, megjelenése dinamizmust testesít meg. Színvilága átemelhető az új logóba.

#### 5.4.2. Kommunikációs csatornák

A célcsoport azt a korosztályt foglalja magába, aki az offline eszközöket megerősítésként veszi igénybe, a

döntés előkészítésénél azonban az **on-line csatornák** számára a meghatározók. Azok közül is a **web2 tartalmak: közösségi oldalak, blogok, videó-megosztó portálok**, azaz: mit mondtak a barátok, ismerősök az adott úticélról, szolgáltatásról. Ezek minden korábbinál nagyobb befolyással bírnak a városról kialakult imázs tekintetében. A mértékadó nemzetközi turisztikai portálok, pl. Tripadvisor, jelenleg Zalaegerszegről mindössze 16 bejegyzés található, ezek szálláshelyről, étteremről szólnak, nem éppen kimagasló értékeléssel.

Szükség van a kialakuló vélemény formálására szolgáló eszközök aktív használatára: az **I Love Zalaegerszeg facebook oldal bevonására, saját YouTube csatornára**- mely célzott hirdetések alkalmazására is lehetőséget biztosít- **az aktuális információkat is tartalmazó, útbaigazító honlap és a fizetett média megjelenések mellett.**

A Zalaegerszeghez hasonló megyei jogú városok többségében a város honlapjába integrálva, vagy annak egy alhonlapjaként működik a turizmus.

A kommunikáció tárgya az imázsban jelenik meg a brand bevezetésekor. A szezonális kiküszöbölése, az itt mindig történik valami üzenete, a rendezvények kommunikálásán keresztül valósulhat meg a továbbiakban.

A kommunikációban szerepet kapnak az off-line eszközök (óriásplakát, nyomtatott országos média, női ill. fiataloknak szóló lapok- PR riportok), turisztikai kiadványcsalád, valamint a tárgyasult, dizájnos ajándéktárgyak is.

Az idegenvezetés új korszakát éljük. A megyeszékhelyek többsége már rendelkezik olyan **mobiltelefonos alkalmazással, ami egyedivé teszi azt.** A vendég maga választhatja meg, milyen útvonalon halad, akár azt is láthatja, hogy az adott épület helyén 100 éve mi állt, de saját élményeit is megörökítheti, fotóit megoszthatja a közösségi oldalakon, ami már önmagában is reklám. Az egyes látnivalók helyszínén az ilyen volt, ilyen lett vonal megjelenítése szintén célszerű lenne a digitális eszközök, **3D-s alkalmazások** használatával.

A városi információs rendszer elemeinek pl. tájékoztató táblák is az egységes arculathoz kell igazodniuk.

A vásárlásösztönzés bevált eszközét jelentik a kedvezmény rendszerek, csomagajánlatok. A márkatudatosság egy turisztikai hűségkártya, az **Egerszeg Turist Card** bevezetésével ösztönözhető. A városalakók körében bevált Egerszeg kártyához részben hasonló kártya pontgyűjtő rendszerként funkcionálna, on-line rendszerben. Ennek alternatívájaként érdemes megfontolni egy nyilván költségesebb kedvezménykártya bevezetését.

A városi ajándéküzlet, a külföldre készülő helyieket, a városunkba látogató turistákat és a lokálpatrióta érzetű, Egerszeget szerető városlakókat szólítja meg. Kínálatában népművészeti, helyi termékek szerepelnek, de divatcikkek is szerepet kapnak, melyek a

hagyományokból kiinduló, de a 21. szd fiatalja számára is divatosnak tekinthető **göcseji eredetű Zalaegerszeg motívummal** vannak díszítve. A másik, elsősorban helyi fiatalokat megcélzó vonal az **I Love Zalaegerszeg** feliratozású termékeket jelenti.

Az ajándéktárgyak jellegének, megjelenési formájának kialakításakor arra kell törekedni, hogy a vendég úgy érezze, az élményt vitte magával és nem csak egy tárgyat.

A vendég azonban nem csak élményt kaphat, élményt adhat is a városnak. **Fotó ill. videópályázat**ban közvetítheti, miért is tetszett neki, miért is szereti Zalaegerszeget. Az így nyert anyag a város népszerűsítését szolgálhatja, mindamelllett tükröt tart számunkra, egyfajta monitoring a kommunikáció hatékonyságáról.

Sikeres márkabevezetés eredményeképpen a mértékadó turisztikai fórumokon, véleményportálokon, mint a pl. TripAdvisor is megjelenik városunk, hiszen ez egy jó hely!

- A megyei jogú városok on-line felületei, turisztikai koncepciói: [www.kaposvar.hu](http://www.kaposvar.hu), [www.nagykanizsa.hu](http://www.nagykanizsa.hu), [www.szombathely.hu](http://www.szombathely.hu), [www.veszprem.hu](http://www.veszprem.hu)
- [www.kehidatermal.hu](http://www.kehidatermal.hu), [www.sarvarfurdo.hu](http://www.sarvarfurdo.hu), [www.bukfurdo.hu](http://www.bukfurdo.hu), [www.lentifurdo.hu](http://www.lentifurdo.hu)
- ZMJV Önkormányzat kimutatásai a vendégéjszaka számról és idegenforgalmi adó bevételekről
- [www.orsegivendeglatok.hu](http://www.orsegivendeglatok.hu) [www.therme-erding.de](http://www.therme-erding.de)
- [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) A Magyar Turizmus Zrt. aktivitásai- Horváth Gergely (MT Zrt. 2013. 02. 28.)
- A Magyar Turizmus Zrt. 2012. évi marketingbeszámolója
- Michalkó Gábor: A jó hely- turizmusorientált megközelítés (2013. 11. 22.)

## 6. Monitoring

A fentieket összegezve: egy új, mással össze nem téveszthető termékre van szükség egy olyan piac számára, melyet versenytársaink nem szolgálnak ki. Ez a Zalaegerszeg brand megteremtésének az alapja. A termék lényege a meglévő Gébárti szabadidőközpont továbbfejlesztése, az AquaCity által már képviselt irányvonalnak megfelelően. Ehhez kapcsolódnak a város számára vonzerőt jelentő tényezők, ezzel programalternatívákat nyújtva több napos tartózkodás idejére. A szálláshely struktúrájának és vendéglátásnak ezt kell kiszolgálnia.

A turisztikai stratégia megvalósítása, illetve az Egerszeg brand megteremtése csak a turizmus területén érdekelt felek együttműködésével valósulhat meg, ahogy elengedhetetlen az azonos minőségi szint és egységes arculat is.

A koncepció tartalmazza a város turizmusában jövőben kijelölt irányokat. A részletes tervek azonban további kidolgozást igényelnek. A további részletezés feladata az egyes feladatkörökért felelős szervek, intézmények, személyek megnevezése, a felelősségi körök és határidők meghatározása.

A tervezet végrehajtása során folyamatosan figyelemmel kell kísérni annak megvalósulását, ismételt helyzetelemzésre van szükség a városunkról kialakult kép változását tekintve is.

### Felhasznált irodalom:

- Dr. Aubert Antal: Válaszúton Zalaegerszeg turizmusa
- Image Factory-Observer: Városimázs toplista 2010.
- KSH: A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma
- Skrabut Éva- Prokné Tirner Gyöngyi: Ajánlás Zalaegerszeg MJV Turisztikai Stratégiájához

## Zalaegerszegi programcsomagok

### 1. csomag: A kultúra mentén

- 10 órakor kezdés az ország legelső szabadtéri múzeumában, a **Göcseji Falmúzeumban**. A belépőjegy árával további két múzeum is megtekinthető, a skanzen szomszédságában található **Magyar Olaj- és Gázipari Múzeum**, valamint az Európában egyedülálló **Finnugor Néprajzi Park**.  
Időtartam: kb. 2,5 óra
- Ebéd a belvárosban az Arany Bárány Hotelban kb.  
Időtartam: kb. 1-1,5 óra
- Délután látogatás a **Göcseji Múzeumban**, ahol három állandó kiállítás tekinthető meg: Központok a Zala mentén, Kisfaludy Strobl Zsigmond önálló kiállítása és Németh János tárlata kb. 13.30-kor, 14.30-kor.  
Időtartam: kb. 1-1,5 óra.
- A múzeum után egy sütemény, kávé a Mindszenty téren található Zalaco Bistro-ban.  
Időtartam: kb. fél óra – 1 óra.
- Egy kis egerszegi múlt: a közeli **Deák tér** és a **Mária Magdolna Plébániatemplom** megtekintése. A templom látogatása ingyenes, de bejelentkezéshez kötött.  
Időtartam: kb. fél óra – 1 óra.

### 2. csomag: Zalaegerszeg titkai a belvárosban

- A séta a **Deák téren** indul: a Sóház, Deák-szobor, Göcseji Múzeum és a régi Kummer-ház megtekintése. A **Mindszenty téren**: plébániatemplom, első városháza, Szentháromság szobor, Mindszenty-szobor megtekintése.  
**Kazinczy tér**: Arany Bárány Hotel, plébánia.  
Séta a Kazinczy tértől a **piacig**, majd visszatérés a Kazinczy térre.  
Időtartam: kb. 1,5 óra.
- **Széchenyi, Kossuth, Keresztury, Európa és Dísz terek**: levéltár, Kvartélyház és udvara, Pontház, Ispita, postapalota, ivókút az Európa téren, Dísz-téri szökőkút és a Csipkeházak.  
Időtartam: kb. 1 óra.
- Ebéd a belvárosi Belga Sörözőben.  
Időtartam: 1-1,5 óra.
- A túra folytatása a **Kosztolányi utcában**: Földönjáró toronyóra, megyeháza, Béke liget, villasor.  
**Csány tér és környéke**: vasútállomás, Dózsa liget, evangélikus és református templom, Rózsák tere, Kálvária-kápolna.  
**Ady utca**: régi **zsinagóga** megtekintése (előzetesen érdeklődni az időszaki kiállítások felől), Iskola köz, Gábor Miklós szülőháza.  
Időtartam: kb. 1,5 óra.
- **Ola irányába**: Zrínyi-gimnázium, régi polgári épületek, Jézus Szíves Plébániatemplom.  
Időtartam: kb. 1 óra.
- Kávé és sütemény a Mangó kávézóban a Rákóczi úton.  
Időtartam: kb. fél óra – 1 óra.

### 3. csomag: Gébárt és környéke

- Séta a **Gébárti-tó** környékén, majd ezt követően a **Kézművesek Háza** megtekintése. Bejelentkezés esetén bemutatókkal (nemezelés, kovácsolás, fafaragás).  
Időtartam: 1-2,5 óra.
- Ebéd a termálfalu éttermében, a Vadkacsa Étteremben.  
Időtartam: 1-1,5 óra.
- Délután fürdőzés az **Aquacity**-ben, vagy a **Fedett Termálfürdő**ben, vagy a **Gébárti-tóstrandon**.  
Időtartam: 3-5 óra.

### 4. csomag: Alsóerdő, Jánkahegy és Páterdomb

- Kirándulás Alsóerdőre: **Aranyoslapi-forrás, Azáleás-völgy, TV-torony** (kávézási lehetőség).  
Időtartam: 2,5-3 óra.
- Ebéd a Jánkahegyi Gyuri Csárdában. A **Jánkahegyi Kilátó** megtekintése.  
Időtartam: kb. 1,5-2 óra.
- A **Keresztury-ház** megtekintése a Bartók Béla utcában – csak előzetes bejelentkezés után látogatható.  
Időtartam: kb. 1-1,5 óra.
- Látogatás a páterdombi városrészbe, a régi Göcsejszegben. **Oncsa-házak**, kilátás a Mindszenty-iskolára.
- Kávé és sütemény a Dózsa-ligeti Göcsej Palatinus Étteremben.  
Időtartam: kb. fél óra – 1 óra.

### 5. csomag: Csács és Egervár

- A **Csácsi-arborétum** meglátogatása: áprilistól szeptemberig hétvégén vagy fizetett ünnepnapokon.  
Időtartam: kb. 2-3 óra.
- Ebédlő a csácsi Tóka Étteremben.  
Időtartam: kb. 1-1,5 óra.
- Az **egervári várkastély** meglátogatása.  
Időtartam: kb. 1,5-2 óra.
- Kávé és sütemény az egervári Rózsakert Étteremben.  
Időtartam: fél óra – 1 óra.
- A **Hevesi Sándor Színház előadásának** megtekintése (jegyeket lefoglalni, elővételben megvenni).  
Időtartam: kb. 2-2,5 óra.