

ZALAEGERSZEG TURISZTIKAI STRATÉGIÁJA 2015-2025



...hogy **Zalaegerszeg**
ne csak a múlt és a jelen, de egyben
a jövő városa
is legyen!

■ ELŐSZÓ

Zalaegerszeg hazánk legerdősültebb megyéjének székhelye, egyike Magyarország legzöldebb, legvirágosabb városainak. A szőlőhegyek, erdők ölelésében található település turizmusa gazdag kulturális és természeti értékei, sajátos gasztronómiája, hagyományai, vendégszerető lakossága révén a jelenleginél jóval komolyabb szerepet tölthetne be a város gazdasági életében.



Ennek érdekében tudatos stratégiaépítésbe kezdett az önkormányzat és meghatározta a következő évtizedre a legfontosabb irányokat: szeretnénk bővíteni, sokszínűbbé, ezzel vonzóbbá tenni a turisztikai kínálatot.

Elképzeléseink szerint az AquaCity Vízcisúsza- és Élménypark fejlesztése ezután is nagy hangsúlyt kapna, ám fontos célunk, hogy a számos tervezett, egyedülálló turisztikai attrakcióval, beruházással – például a Göcseji Falumúzeum modernizálásával, élővé tételével, a Mindszenty József Múzeum és Zarándokközpont létrejöttével, a Gébárti-tó komplexitásának megteremtésével -, az alsóerdei, valamint a göcseji vagy akár őrsei adottságok, a Balaton közelségének jobb kihasználásával hosszabb időre is városunkban marasztaljuk az ide látogatókat. Ezt a törekvésünket szolgálja az egész évet átívelő kulturális rendezvénysorozatunk a különböző, mára országosan is népszerű fesztiválokkal, de ahogy ezekkel az összművészeti rendezvényekkel, úgy a tradíciókat, népi kismesterségek őrzését felkaroló összejövetelekkel, a Kézművesek Házának programjaival ugyancsak több napos maradásra ösztönöznénk a Zalaegerszegre érkezőket.

Napjainkban a szabadidős célú utazások, a hétköznapiokból való kikapcsolódás egyre lényegesebb része az életünknek. A turizmus komoly változásokon ment keresztül az elmúlt évtizedekben, és a trendeket, az utazóközönség igényeit, maradandó élmény utáni vágyát Zalaegerszeg sem hagyhatja figyelmen kívül, ha – mint úti cél – versenyben szeretne maradni.

Jelen stratégia egy évtizedre szól, tíz év alatt pedig sok minden módosulhat, éppen ezért a következő oldalakon megfogalmazottak nem számítanak végleges, változtathatatlan tervnek, sokkal inkább iránymutatásnak, melytől – ha a körülöttünk zajló történések, az igények úgy kívánják – eltérhetünk. Egy város vonzereje, népszerűsége a turizmus minden szereplőjétől függ, fontos tehát, hogy mindannyian azonosulni tudjanak a fejlesztési elképzelésekkel. A siker záloga tehát e téren is az, hogy együtt, közösen, egyetértésben tegyünk Zalaegerszegért, Zalaegerszeg turizmusaért!

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Zoltán Balaicz'.

Balaicz Zoltán
Zalaegerszeg polgármestere

TARTALOMJEGYZÉK

■ Előszó	2
■ Előzmények	4
■ Helyzetelemzés	6
Általános információk	6
A város turisztikai kínálata	7
Zalaegerszeg turisztikai kereslete	7
A város környékének turisztikai kínálata és kereslete	10
Zalaegerszeg és a környék vonzerői	12
SWOT analízis	14
■ A turisztikai fejlesztés stratégiája	16
A stratégiakészítés folyamata	16
Alapelvek	17
Célkitűzések	18
A stratégia kidolgozásában érintettek köre	19
■ Termékfejlesztés, szegmentáció	20
Öko-és aktív turizmus	22
Vidéki, hagyományőrző turizmus	26
Kulturális turizmus	30
Fesztiválturizmus	30
Vallási turizmus	33
Füüdőturizmus	35
■ A „Zalaegerszeg” márka	37
■ Szervezetfejlesztés	39
TDM szervezet megvalósíthatósága Zalaegerszegen	39
Előzmények	40
TDM pályázat 2015	42
■ Összegzés, jövőkép	43

■ ELŐZMÉNYEK

Zalaegerszeg város önkormányzata az 1990-es évek közepén határozta el, hogy a település életében a turizmusnak, a turizmus tudatos fejlesztésének egyre nagyobb szerepet kíván adni. Az önkormányzati struktúrában kialakultak ennek szervezeti kereti és az elmúlt két évtizedben – a tudatos turizmusfejlesztés jegyében - számos turisztikai attrakcióval bővült a város, egyre szélesebb körben fejtve ki idegenforgalmi vonzerőt.

A város első idegenforgalmi koncepciója (1999) a fenntartható, környezetbarát és marketing szemléletű turizmus megteremtését jelölte meg célként. Ebben meghatározásra kerültek azok a fejlesztési irányvonalak is, amelyek mentén a következő években konkrét projektek jöttek létre. Elkezdődtek az idegenforgalmi fejlesztések, melyek közül a termálkincs kiaknázása jelentette az egyik legfontosabb feladatot. (Nyitott és fedett termálfürdő, AquaCity Vízicsúszda- és Élmenypark, kemping)

Sajnos az elmúlt évtized negatív eseményeket is tartogatott: 2008-tól a gazdasági visszaesés hatására a turizmusban is megtorpant a folyamatos fejlődés. Városi szálláshelyek tekintetében nagy hátrányt jelentett a Hotel Balaton (Semira Day Spa) megszűnése, amely azóta is tükröződik a városi vendégéjszakák számában. Nem a tervek szerint alakult a Gébárti-tó melletti szállodaépítés sem, a válság éveit és a források hiánya miatt a 4 csillagos szálloda építése még befektetőre vár.



A 2000-es évek végének gazdasági nehézségei, cégek leépítései és megszűnése kapcsán ismét 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.

Zalaegerszeg MJV Közgyűlése 2013 végén fogadta el a város idegenforgalmi koncepcióját, amellyel azonban, bár sok helyes megállapítást és tárgyilagos helyzetelemzést tartalmazott, a turizmus helyi szereplői, tehát maga a turisztikai szakma nem igazán tudott azonosulni. A részükről megfogalmazott számos kritika közül kiemelkedik, hogy a koncepció túlságosan egyoldalúan az AquaCity Vízicsúszda- és Élmenyparkra és a fürdőturizmusra kívánta alapozni a város turizmusának fellendítését, figyelmen kívül hagyva sok más helyi természeti és kulturális értéket, valamint a város kapcsolatát és beágyazottságát a környező néprajzi tájegységbe, Göcsejbe.



Zalaegerszeg 2014-ben megválasztott új vezetése a város fejlesztése érdekében a közös gondolkodás, az összefogás híve, ezért egy új turisztikai stratégia kidolgozását határozta el, amely széleskörű egyeztetést követően szakmai konszenzuson alapul. Ennek első lépéseként a Pannon Egyetem Turizmus Intézet Tanszéke kapott megbízást egy imázskutatás elvégzésére, amely az új stratégia alapjául szolgál. A 2015 júniusában elkészült és közzétett kutatás rávilágított arra, hogy Zalaegerszeg jelenleg nem jelentős turisztikai célpont, azonban fekvése és adottságai alapján, valamint a tudatos fejlesztések révén megteremthetőek ennek feltételei. A kidolgozandó turisztikai stratégia célja tehát, hogy Zalaegerszeg (és környéke) sikeres turisztikai termékfejlesztést majd marketinget követően ismert turisztikai desztinációvá váljon.

Zalaegerszeg MJV turisztikai stratégiájának kidolgozására szakemberekből – önkormányzati munkatársakból, vállalkozókból, civil egyesületek tagjaiból - álló munkacsoport alakult. Munkájuk eredménye a most elkészült „Zalaegerszeg MJV turisztikai koncepciója 2015-2025” c. anyag, amely a város turizmusának helyzetelemzését követően az elkövetkezendő 10 év turisztikai fejlesztéseinek irányát, valamint az azokhoz kapcsolódó termékfejlesztési elképzeléseket és feladatok ütemezését tartalmazza. A stratégia igazodik az önkormányzat elkövetkezendő évekre tervezett fejlesztéseivel, valamint illeszkedik az önkormányzat Integrált Városfejlesztési Stratégiájának turizmus területére megfogalmazott fő szempontjaihoz is. Reményeink szerint a turizmusstratégia megvalósulásának eredményeként néhány éven belül gyönyörű természeti környezetben fekvő, ökoturisztikai és vizes attrakciókban, valamint színvonalas rendezvényekben bővelkedő városunk jelentős mértékben növelheti idelátogató vendégei és itt töltött vendégéjszakáik számát.

A város turisztikai kínálata

A KSH adatai szerint Zalaegerszegen 2014-ben 21 kereskedelmi szálláshely működött, összesen 1897 férőhellyel. A kapacitás az elmúlt években nem változott jelentősen. 104 szállodai férőhely található a városban, ezen kívül panziók 292, a kempingek és az üdülőházak 60-60 férőhellyel várják a vendégeket.

A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása Zalaegerszegen

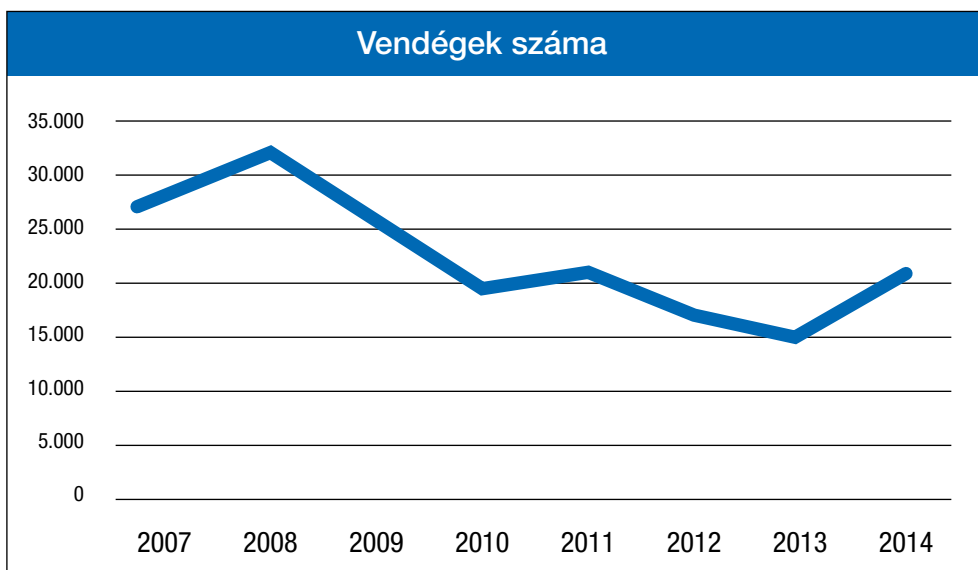
Év	Egységek	Szobák	Férőhelyek
2008	17	398	1.514
2009	17	219	722
2010	16	381	1.301
2011	19	400	1.417
2012	19	401	1.435
2013	18	390	1.416
2014	21	401	1.897

Forrás: KSH

A kereskedelmi szálláshelyek kihasználtsága alacsony, és éveken át csökkent. 2013-ban az átlagos szobakapacitás-kihasználtság 14,3% volt, 2014-ben azonban emelkedésnek indult (16,2%). Míg a korábbi (2008-2009) években 40% feletti kihasználtságot is regisztráltak a tavaszi és az őszi hónapokban, 2012 óta minden hónapban rendre 20% alatt van ez a mutató.

Zalaegerszeg turisztikai kereslete

A zalaegerszegi kereskedelmi szálláshelyeken 2014-ben 20.443 vendég 43.586 éjszakát töltött el, az átlagos tartózkodási idő 2,2 éjszaka volt. A vendégek 81,6%-a érkezett az országhatárokon belülről, ők a vendégéjszakák 78,3%-át generálták. Az átlagos tartózkodási idő magasabb a külföldi vendégek körében.

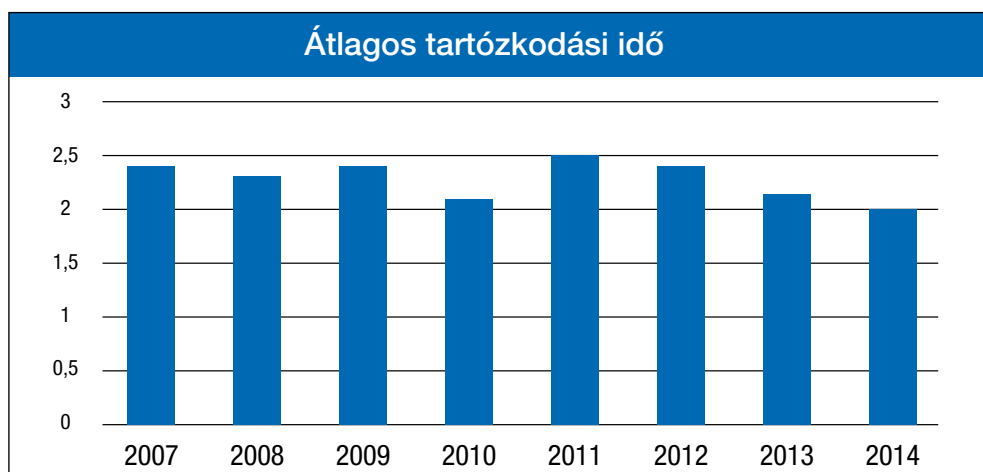


Forrás: KSH

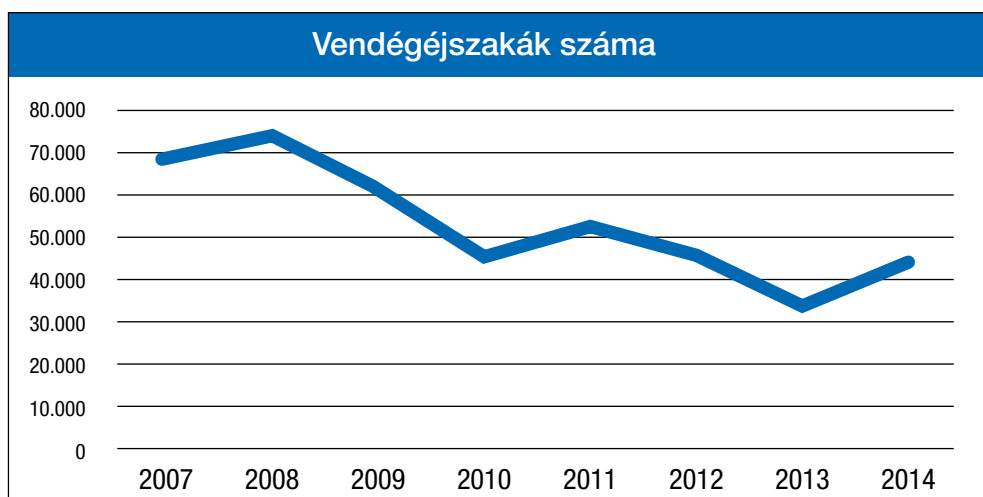
Az elmúlt években 2013-ig – a 2011. év kivételével – a vendégek és a vendégéjszakák száma egyaránt számottevően csökkent, ennek hátterében a külső tényezők (például a 2008-ban kezdődött gazdasági válság) mellett vélhetően a Balaton szálló bezárása is számottevő szerepet játszott. 2008 és 2013 között a vendégforgalom körülbelül a felére esett vissza, a belföldi és külföldi forgalom egyaránt jelentősen csökkent. 2014-ben pozitív tendencia figyelhető meg, a belföldi és a külföldi vendégforgalom egyaránt nőtt a 2013. évhez képest. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy az átlagos tartózkodási idő tovább csökkent.

A belföldi vendégéjszakák dominanciája nem változott az elmúlt években, öt-ből négy vendégéjszakát a hazai látogatók töltenek el. A küldőpiacok tekintetében elmondható, hogy 2014-ben a német vendégek közel 1500 vendégéjszakát töltek a település kereskedelmi szálláshelyein. További fontosabb – legalább 500 vendégéjszakát generáló – küldőterületek Franciaország, Ausztria, Nagy-Britannia és Szerbia.

Zalaegerszeg és közvetlen vonzáskörzete nem tartozik az ország frekvenciált üdülőtérsegeihez. Ennek egyik oka, hogy a nagy nemzetközi átmenő forgalmú közutak elkerülik a várost, azaz a település nem esik idegenforgalmi folyósóba. A megyében megjelenő idegenforgalom jelentős része a Balaton-parton, illetve Hévízen csapódik le, kisebb mértékű, de még jelentős vonzással rendelkeznek a termálközpontok, elsősorban Zalakaros és Lenti.

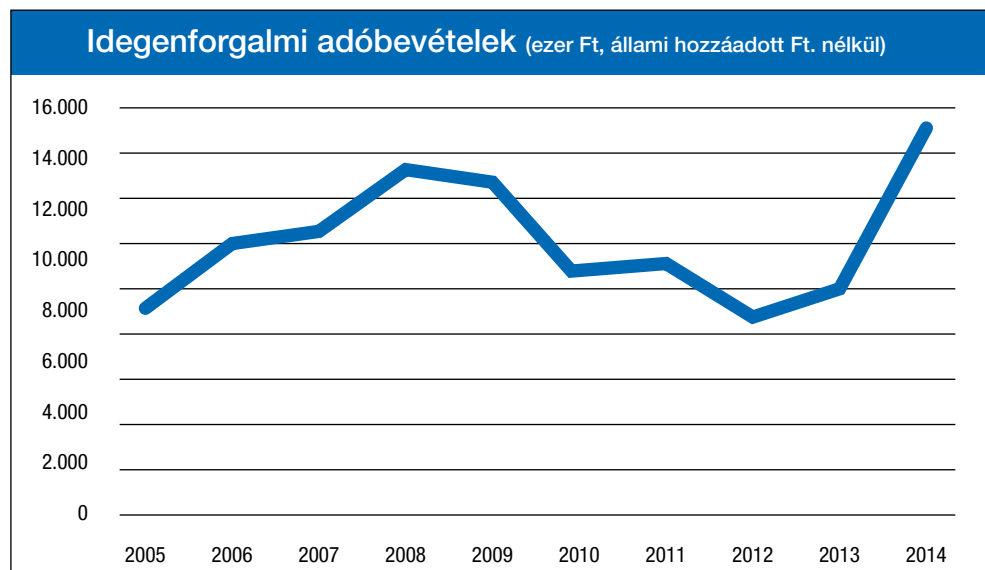


Forrás: KSH



Forrás: KSH

A város idegenforgalmi adóbevételei 2008-2012 között folyamatosan csökkentek, amely tendencia megfelelt a szálláshelyek száma csökkenésének és a turizmusban amúgy is tapasztalható visszaesésnek a gazdasági válságot követő években. Az IFA bevételek 2012-től induló ugrásszerű emelkedésében kismértékben a forgalom növekedése, nagyobb arányban azonban a vállalkozók szigorúbb ellenőrzése, az elmaradt adóbevételek utólagos behajtása játszik szerepet.



Forrás: ZMJV Önkormányzata



A város környékének turisztikai kínálata és kereslete

Turisztikai szakemberek véleménye és tapasztalatai, valamint a nemrég elkészült imázskutatás megállapításai is azt igazolják, hogy Zalaegerszeg turisztikai megjelenését, sikeres desztinációja kialakítását célszerű tágabb környezetben, a környező térséggel együttműködve kialakítani. A „Göcsej kapuja” hívó szlogen már több évtizede él a köztudatban, a dimbes-dombos, vadregényes vidék a maga hagyományaival, értékeivel és túraútvonalával sok élményelemmel gazdagíthatja a Zalaegerszegre érkező vendégek programját. A természeti környezet, falusi turizmus, aktivitások (például horgászat, kerékpáros turizmus) tekintetében Zalaegerszeg környéke a turisták számára vonzó célpont.

Göcsej mint tájnév 1769-től ismert. A szó a dunántúli nyelvjárásokban többfelé a vízjárások által felszabdalt dombvidék jellemzésére használt megjelölésként él, és abból vált tájnévvé. Göcsej Zala megye legtöbbit emlegetett földrajzi - néprajzi tájaként ismert és közismert tája, mintegy 648 km² kiterjedésű terület. Északon a Zala-folyó völgye határolja, kelet felé a Felső-Válicka, délre az Alsó-Válicka völgye képezi természetes határait. A göcseji települések szeges településszerkezete egyedülálló az országban, a kis települések hűen őrzik építészeti értékeiket. A nyugalmat árasztó vidék dombjain nagy kiterjedésű erdők váltakoznak szántóföldekkel. E jellegzetes különleges bájít nyújtó vidék hazánk legszebb tájai közé tartozik.



Fő turisztikai vonzereje ebben a természeti gazdagságban rejlik. A göcseji táj, a göcseji hagyományok turisztikai háttér infrastruktúra nélkül is nagy vonzerőt képviselnek. A térség ismertsége jó, mindenki el tudja helyezni a térképen.

Göcsej települései gyenge turisztikai ellátottságú térségnek számítanak, hiszen nem mindegyik településen és csak pontszerűen alakultak ki turisztikai termékek, ezek is csak az elmúlt néhány évben. A vendégforgalom számszerűsítése akadályba ütközik, mert számos településen nem működik kereskedelmi szálláshely, illetve az adatvédelem miatt vannak olyan települések, amelyekre vonatkozóan nincsenek publikus adatok. A turizmusban érintett települések kis vendégforgalmat mondhatnak magukénak, és elsősorban a belföldi vendégekre építhetnek. A közelben elhelyezkedő desztinációk közül Zalalövön regisztrálták a legtöbb vendégéjszakát, ennek háttérében az itt található horgásztavat szükséges megemlíteni. Egervár vonzerejében pedig az Egervári Várkastély és Reneszánsz Látogatóközpont tölt be fontos szerepet.



Bár közigazgatásilag (sem a korábbi kistérség, sem a jelenlegi járási terület alapján) nem tartoznak Zalaegerszeghez, Zalacsány és Kehidakustány turisztikai szempontból mindenképpen a környék fontos desztinációi. Zalacsány Zalaegerszegtől 27 km-re nyugati irányban fekszik, tó, golfpálya és 4 csillagos wellness kastélyszálló található a községben. 2014-ben a zalacsányi szálláshelyeken 12.981 vendéget és 30.315 vendégéjszakát regisztráltak. Ugyanez az adat Kehidakustányban 20.298 vendég 60.608 vendégéjszakával. A közelben található Kehidakustányi gyógy- és élményfürdővel, valamint szálláshelyeivel jelentős mennyiségű vendéget vonz az év minden szakában, amelyek miatt érdemes lehet a kölcsönös előnyöket nyújtó együttműködés lehetőségéről elgondolkodni.

Zalaegerszeg és a környék vonzerői

A város fekvéséből és természeti környezetéből adódóan Zalaegerszegen a természeti vonzerók meghatározó szerepet töltenek be. Zalaegerszeg azonban mint turisztikai desztináció meglehetősen ismeretlen a potenciális utazóközön-ség körében. A városról élő képben nem a turizmus a meghatározó, és a megyeszékhely gazdasági életében sem jelentősek a turisztikai bevételek. Ennek ellenére a város az adottságai és az odalátogatók élményei, tapasztalatai alapján a jövőben turisztikai célpontként is vonzó lehet. Zalaegerszeg és környé-ke tehát első lépésként ismert turisztikai úti céllá kell, hogy váljon. A következő mérőföldkő, hogy a potenciális utazók számára vonzó, vagyis az ő igényeiket ki-elégítő, motivációiknak megfelelő szolgáltatásokat kínáljon. A 2015. évi imázs-kutatás eredményei alapján a Zalaegerszegről a nagyközönségben élő képben az alábbi elemek töltenek be meghatározó szerepet.

- **Aquacity Vízicsúszda- és Élménypark**
- **Göcseji Falumúzeum**
- **TV-torony**
- **Zalaegerszegi Termálfürdő**

Az emblematikus attrakciók mellett a természeti környezet, a kultúra és a fesztiválok, valamint a környék vonzerői (ide értve a Göcsejt és az Őrséget is) emelkednek ki. Ezekre a főbb pillérekre fűzhetők fel a város további nevezetességei (például Mária Magdolna Plébániatemplom, Zsinagóga, kiállítások). Az egyéb kategóriába soroltuk – turisztikai megközelítésből – a sportot és a rokonokat, barátokat felkeresőket, akik jelenleg is a desztinációban tartózkodnak, turisztikai potenciáljuk azonban további feltárást igényel.



A zalaegerszegi és környékbeli főbb vonzerők

Emblematikus látnivalók	AquaCity • Termálfürdő • Göcseji Falumúzeum TV-torony
Természet	Gébárti-tó • Alsóerdő • Azáleás-völgy
Kultúra, fesztivál	Egerszeg Fesztivál • Hagyományok Gasztronómia
Környék	Göcsej • Órség
Egyéb	Sport • Rokon- és barátlátogatás

Forrás: Pannon Egyetem, Zalaegerszeg imázsvizsgálat 2015

A zalaegerszegi és környékbeli vonzerők hatókörüket tekintve egyértelműen regionális vonzással rendelkeznek. Ez természetesen nem zárja ki az ország más régióiból és a külföldről érkezőket, de arányaikat tekintve a közelebbi küldőterületekről érkezők vannak többségben. Szintén a vonzeróhoz tartozik, hogy jelenleg a városban található attrakciók korlátozottan motiválnak turisztikai (vagyis legalább egyéjszakás tartózkodással járó) utazásra, aminek háttérében a vonzerők mellett az infrastruktúra hiányosságai is szerepet játszanak.



SWOT analízis

■ ERŐSSÉGEK

- Országosan is egyedinek tekinthető látnivaló (TV-torony – összesen 3 látogatható az országban Skanzen – 6 ilyen jellegű attrakció országszerte)
- Országosan elismert rendezvény (Fazekas Találkozó)
- Regionális jelentőségű látnivalók (Aquacity, Azaleás-völgy)
- Gébárti-tó
- Göcseji hagyományok
- Gasztronómia, zalai specialitások (erdőknek köszönhetően vad ill. gomba)
- Helyi kézműves termékek
- Önkormányzati támogatás a helyi termékek piacra viteléhez (üzlethelység bérleti díj kedvezmény biztosítása)
- Folyamatosan bővülő Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Megfelelő minőségű sportlétesítmények
- Természeti környezet

■ GYENGESÉGEK

- Kevés minőségi szálláshely
- Város megközelíthetősége
- Attrakciók megközelíthetősége a városon belül
- Turisztikai marketing csak a fesztiválturizmusra fókuszál
- Rendszerszemlélet, egységben gondolkodás hiánya
- Nagyobb volumenű rendezvény hiánya a főszezonban
- Turisztikai marketing nem hatékony
- Turisztikai portál nincs előtérben a városi honlapon
- A városi portál nem vonzó, nem kommunikál
- Turisztikai szolgáltatók honlapjai jellemzően csak magyarul érhetőek el
- Nincs emblematikus vendéglátóhely a városban
- Lepusztult épületek
- Hajléktalanok



■ LEHETŐSÉGEK

- Hotel az AquaCity mellett (rehabilitációs centrum, orvosi kezeléseket is kínálva)
- Szállodalánc megjelenése
- Alsóerdei pihenőpark fejlesztése
- Falumúzeum fejlesztése, élővé tétele
- Olajipari Múzeumban egyedi élmény kialakítása
- Egészségturizmus prevencióra és rehabilitációra fókuszálva (alapjai: jó levegő, termálvíz, Szívcentrum)
- Kiülős, teraszos vendéglátóhelyek megjelenése
- Gasztronómiában az egészséges étkezés felé elmozdulás
- Sportrendezvények, edzőtáborok városba vonzása
- Zala folyó kihasználása (pihenőpark, találkozóhellyé alakítása)
- Kisvona/dotto a vonzerókhöz (Alsóerdő, TV torony)
- Szelíd turizmus fejlesztése a térséggel összefogva
- Aktív turizmus lehetőségei
- Fiatalok megszólítása (ifjúsági szállások fejlesztése)
- Zalaegerszeg, mint csillagtúrák kiindulási pontja (Göcsej kapuja) hagyományőrző turizmus számára
- Vadászturizmus a térségben
- Híres, a városhoz kötődő személyiségek kultuszának kiaknázása (Mindszenty József, Deák Ferenc)
- Megjelenés a közösségi média felületeken



■ VESZÉLYEK

- Előregedő népesség
- Belváros „slumosodása” a betelepülők hatására
- Identitás elvesztése az elvándorlás és a betelepülések hatására
- Szakképzett munkaerő elvándorlása
- Turizmus szakma kihagyása a döntéshozatalból
- Őrség elszívó ereje
- Közlekedési kapcsolatok hiányában további leszakadás a gyorsforgalmi utakon jól megközelíthető településekhez képest

A stratégiakészítés folyamata

Zalaegerszeg önkormányzatának vezetése az új turisztikai stratégia megalkotásának első lépésként tudományos alapokon nyugvó szakszerű imázskutatást készíttetett a Pannon Egyetem Turizmus Intézeti Tanszékével. Az imázskutatás megállapításait alapul véve 2015 szeptemberében 9 főből álló szakmai munkacsoport alakult, amelynek tagjai az ősz folyamán hetente üléselve, az egyes anyagrészeket folyamatosan véleményezve 2015 decemberében alkoták meg a végleges anyagot, amely Zalaegerszeg MJV Közgyűlése jóváhagyását követően 2016. január 1-jétől válik irányadóvá. A munkacsoport tagjai maguk is tevékenyen hozzájárultak az anyag összeállításához, az egyes részeket saját szakterületükön szerzett tapasztalataikkal egészítették ki. A tagokon, illetve a Zalaegerszeg Turizmusért Egyesületen keresztül a turisztikai szakma képviselői, intézmények és vállalkozók is elküldték véleményüket a készülő anyagról, amelyeket szintén igyekeztünk figyelembe venni.

A turisztikai stratégia megalkotására felállt munkacsoport tagjai:

Tolvaj Márta

Zalaegerszeg MJV alpolgármestere

Bánhegyi Péter

az Egerszegi Sport és Turizmus Kft. ügyvezetője

Pereszteginé Szabó Júlia

a Zalaegerszegi Turisztikai Hivatal és Információs Iroda (Tourinform iroda) igazgatója

Varga Csaba

a West Hotel Kft ügyvezetője, a Zalaegerszegért Turisztikai Egyesület elnöke

Dr. Szili Fodor Dóra

terület- és vidékfejlesztési szakértő

Bogár Beáta

nemzetközi és idegenforgalmi szakreferens

Szabó Zoltán

Zalaegerszegi Kerékpáros Sportegyesület alelnöke

Horváth Szilárd

a Datfilm Kft. ügyvezetője

Pálfi László

vállalkozó, a Zala Megyei Kereskedelmi és Iparkamara zalaegerszegi térségi elnöke

Takács Pál

vállalkozó, a Piccolo Panzió és Étterem tulajdonosa

Alapelvek

A stratégia készítésével megbízott munkacsoport a stratégia megalkotása során az alábbi alapelveket tartotta szem előtt:

Élményközpontúság:

Fontosnak tartjuk, hogy a turisztikai szegmensek, témák, fejlesztések központi eleme az élmény legyen, amelyet a turisták számára a mindennapi megszokottól eltérő, új tapasztalatok biztosíthatnak. Ma már alapvető, hogy az utazók emlékezetes élményekkel szeretnének gazdagodni utazásaik során, aminek eredményeként saját maguk is szívesen térnek vissza a desztinációba, vagy ajánlják másoknak.

Fenntarthatóság:

A fenntartható szemlélet egyrészt azt jelenti, hogy az attrakciók bemutatása kielégíti a turisták elvárásait, de közben megőrzi a jövő generációk számára az erőforrásokat. Központi eleme a fogadó terület attrakcióinak és környezeti (természeti, társadalmi, kulturális) erőforrásainak védelme. A fenntarthatóság másrészt vonatkozik a jövőben létrejövő fejlesztések hosszútávú gazdasági fenntarthatóságára is, amelyhez elengedhetetlen a jól megalapozott stratégiai tervezés és a sikeres marketing is.

Helyi társadalom megnyerése, aktív bevonása:

Egyetlen stratégia vagy fejlesztés sem lehet hosszútávon sikeres anélkül, hogy a helyi társadalom tagjai ne éreznék magukénak, örülnének neki és azonosulnának a tervekkel. Fel kell ismerniük, hogy a fejlesztések mindannyiunk közös érdekét, jövőbeni boldogulásának alapját jelentik. A turisták számára sem lényegtelen, hogy egy desztinációban örömmel, vendégszeretettel fogadják őket. A turizmus fejlesztése során a helyi társadalom minden szegmensét célszerű bevonni a döntéshozatalba, így biztosítva a különböző érdekek, érdekcsoportok integrálását.

Lépcsőzetes fejlesztés, megvalósítás:

A stratégiában felvázolt célok egyidőben valósulnak meg, a 10 évre szóló tervet részekre kell tagolni, hiszen az egyes szegmensek egymásra épülnek. Másrészt a saját és a pályázati források biztosítása is fokozatosan történik. A tevékenységeket és feladatokat rövid, közép- és hosszútávon szeretnénk megtervezni, a fejlesztési projekteket pedig modulszerűen kívánjuk egymásra építeni.

A meglévő értékek megőrzése, fejlesztése:

Az új turisztikai fejlesztésekkel párhuzamosan gondot kell fordítani meglévő természeti és épített értékeinkre is, amelyeket szintén megfelelő, az odaérkező turisták számára kellemes, látogatható állapotba kell hozni és tartani. A folyamatos karbantartás, állagmegóvás és megújítás ugyanolyan fontos feladatot jelent, mint az új értékek létrehozása, és nem megengedhető, hogy az új fejlesztések a meglévő értékeink elhanyagolását eredményezzék.

Célkitűzések

A stratégia megalkotásakor 3 fő célt tartunk szem előtt:

A turizmus, mint gazdasági faktor szerepének erősítése a város gazdasági életében.

- A helyi vállalkozók turizmusból származó bevételeinek növelése,
- Munkahelyek teremtése és megtartása,
- A turizmusból származó adóbevételek növelése.

A város turisztikai versenyképességének növelése.

- A városba látogató vendégek és az általuk itt eltöltött vendégéjszakák számának növelése (Cél: 5 éven belül 20%-kal),
- Szálláshelyek és férőhelyek számának növelése és minőségének javítása,
- A turisztikai kínálat és a szolgáltatások minőségének és színvonalának javítása,
- Szezonális mérséklése,
- Új turisztikai befektetők városba vonzása.

A város egyedi imázsának, márkájának és marketing arculatának megteremtése, kidolgozása és folyamatos fejlesztése.

- Célcsoportok meghatározása, körének specifikálása,
- Termékek, csomagajánlatok kidolgozása,
- On-line marketing erősítése
- A város szimpátiaértékének növelése a turisták szemében,
- Pozitív turisztikai öntudat erősítése a városlakók körében,
- Térségi, regionális együttműködések kialakítása és az ajánlatok összehangolása.



A turisztikai stratégia kidolgozásában érintettek köre

Az előzetes egyeztetések és találkozók során nemcsak a célok, elvárások, hanem az érdekeltek és érintettek köre is kirajzolódott. A turizmus fejlesztése során az egyes csoportok más-más szerepet játszanak, különböző hatáskörrel és érdekeltséggel rendelkeznek, amelyek azonban a különböző fejlesztési szegmensekben együtt kell, hogy működjenek egymással. Ide soroljuk az alábbi szereplőket:

- Zalaegerszeg MJV Önkormányzata
- Tourinform iroda
- Göcseji Múzeum és Göcseji Falumúzeum
- Magyar Olaj-és Gázipari Múzeum
- Környező települési önkormányzatok (Göcsej, Zalacsány, Kehidakustány, Zalaegerszegi Járás)
- Zala Megyei Kereskedelmi és Iparkamara
- Zala Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány
- Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Falusi Vendéglátók Zala Megyei Egyesülete
- Zalaegerszeg városban és környékén működő egyéb non-profit szervezetek (kulturális és sportegyesületek, természetvédelmi szervezetek stb.)
- Egerszeg Sport és Turizmus Kft
- Zalaegerszegi Televízió
- Kvartélyház Szabadtéri Színház Nonprofit Kft
- Zalai Borturisztikai Klaszter
- Zalaegerszegi Gasztrokulturális Egyesület
- Keresztury VMK és intézményei
- Zalaegerszegi és a környékbeli települések turisztikai vállalkozói
- Turizmust kiszolgáló vállalkozók
- Zalaerdő Zrt
- Vadásztársaságok



■ TERMÉKFEJLESZTÉS, SZEGMENTÁCIÓ

A Pannon Egyetem által végzett imázskutatás eredménye, valamint a helyi turisztikai szakemberek véleménye alapján az alábbi fő szegmensekben képzeljük el Zalaegerszeg város turisztikai termékeit:

**Öko- és
aktív turizmus**



Fürdő turizmus



Természet



**Vidéki
turizmus**



**Kulturális
turizmus**



A város fekvése és környezete okán a város turisztikai kínálatának minden elemét erőteljesen meghatározza a természet. E központi téma köré csoportosítva a több lehetséges turisztikai termék közül azokat választjuk ki és helyezük előtérbe, amelyek várhatóan eleget tesznek a stratégiai céljaink megvalósításának, amelyek összhangban vannak a fejlesztési elképzeléseinkkel, és a rendelkezésre álló erőforrások segítségével a közeli jövőben megvalósíthatóak. Az egyes termékek nem különülnek el élesen egymástól, köztük sok a kapcsolódási pont, átfedés. Az egyes termékek egymással összekapcsolva szélesebb kínálatot jelenthetnek a turisták számára.

A fő termékek az alábbi területeket foglalják magukba:

Öko- és aktív turizmus

- bakancsos és kerékpáros turizmus
- sportturizmus

Vidéki turizmus

- hagyományőrző turizmus

Kulturális turizmus

- vallási turizmus
- fesztiválturizmus



A fő területekhez kapcsolódóan a későbbiekben az alábbi részterületeken látunk esélyt turisztikai termék kialakítására:

Egészségturizmus

- 21. században az egészségturisztikai utazások mutatják az egyik legdinamikusabb fejlődést. Az egészség megőrzése, a szépségápolás, a test és a lélek harmóniájának megőrzése egyre fontosabb motivációvá válik.

Diákturizmus

- osztálykirándulások

Gasztronómia

- zalai göcseji ételek, vadgasztronómia

Élmény:

Az aktív turizmus az üdülés „élménydús” típusa, fő motivációs tényezője a turista fizikai és lelki indítékai, melynek köszönhetően arra ösztönzi magát, hogy szabadidejét valamilyen aktív testmozgással töltsse el pl. természetjárás, kerékpározás, lovaglás, golf, horgászat, vadászat, illetve egyéb szabadidős sporttevékenységek. Ez azzal az igénnyel is párosul, hogy egyre inkább egészségtudatosan próbálunk élni, hogy az egészséges életmód kiépítésével elkerüljük és kivédjük a mindennapok stresszterhelését és annak negatív hatásait. Ebben a szegmensben a legfontosabb vonzerő maga a természeti környezet. A rendszer alapját magától értetődően a mozgás és az aktivitás adja, a motivációk közül azonban a természetközelség mellett a kaland, illetve kalandszerű élményszerzés is hasonló mértékben fontos. Az aktív turizmussal összefüggésben áll a sportturizmus is, professzionális és amatőr formájában egyaránt.

Az ökoturizmus (vagy zöldturizmus) szorosan kapcsolódik az aktív turizmushoz, ahol a hangsúly az ember és a természet viszonyán van, az ökoturisták fő motivációja a természet, annak megfigyelése és megóvása. Az ökoturisztikai utakra az átlagosnál hosszabb tartózkodási idő jellemző, a szezonális kevésbé jelentkezik, hozzájárulnak a helyi gazdaság fejlődéséhez és a turisták szívesen fogyasztják a helyi termékeket, igénybe veszik a helyi szolgáltatásokat. A természeti adottságok és a természeti értékek azonban önmagukban még nem feltétlenül jelentenek vonzerőt. Ahhoz, hogy ezek valóban desztinációvá váljanak, szükség van olyan eszközökre, technikákra, amellyel az adott természeti vagy kultúrtörténeti érték eredményesen bemutatható. Az ökoturisztikai termékek elengedhetetlen része az ismeretszerzést, oktatást segítő szakvezetők és szakértők aktív bevonása a programok tervezésébe és kivitelezésébe, vagy megfelelő információs hálózat, infrastruktúra. Az ökoturizmus és a vidéki turizmus szegmensek átjárhatóak, mert az ökoturisták célja az aktív mozgás és természetvédelmi ismeretek bővítése mellett a helyi értékek, hagyományok megismerése is. A természetvédelmi bemutatóhelyek, látogatóközpontok zöld boltjaiban a göcseji élelmiszerek és kézműves termékek értékesítésével bővítik a kínálatot, másrészt megvalósul a helyi közösség támogatása is. A helyi és környékbeli vendéglátóhelyek a helyben megtermelt élelmiszeripari alapanyagokat, termékeket részesítik előnyben gasztronómiai kínálatuk összeállításánál. Az aktív turizmussal szorosan összekapcsolódik a sportturizmus, a turizmusnak az a típusa, melyben a turisztikai célú utazás elsődleges motivációja a sport. A sportturisták azok az egyének, vagy csoportok, akik aktívan, vagy passzívan vesznek részt a verseny, illetve rekreációs sportban, miközben lakó-, vagy munkahelyükön kívül tartózkodnak.



A terméket érintő tervezett fejlesztések:

Alsóerdei Sport és Szabadidőközpont

A Modern Városok Program fejlesztési céljai között szerepel az Alsóerdő térségének fejlesztése, amely magában foglalja a jelenlegi leromlott állapotú gyermektábor területét, a TV-torony térségét, az Azáleás-völgyet, valamint Búslakpuszta térségét.

Zöld Zala Projekt

A TOP program keretében a megvalósítandó fejlesztés a Zala folyó és holtág revitalizációját, továbbá a Gébárti-tó környezetének fejlesztését foglalja magában, amelynek során egy 3 km hosszú városközeli, sétálható, gyalogolható zöld tengely jön létre. Ennek része a Gébárti-tó körbejárhatósága, a tó környéki szabadidős célú infrastruktúra kialakítása is.

Kerékpárutak építése

Többek közt megépül a Zalaegerszeg-Bagod közti útszakasz, amely csatlakozást biztosít a Bagod-Zalalövőt összekötő 13 km hosszú Zala-völgyi kerékpárútra. Ez Göcsejen át az Őrség elérését teszi lehetővé, amely a Zalaegerszegről kiinduló családi csillagtúrák további elemét biztosíthatja. (TOP)

Vizslapark megújítása

A tervek közt szerepel a zöldfelületek megújítása, közösségi park kialakítása, körbekerített játszótér, kerékpár tároló, futó kör, agility pálya létrehozása. (TOP)

Városi Strandfürdő és Fedett Uszoda újjáépítése

A Modern Városok Program keretében a tervek szerint egy 10 pályás 50 méteres, feszített víztükrű tanmedencével kialakított uszoda épül.



Meglévő kapcsolódó attrakcióink:

- Azáleás-völgy
- TV-torony
- Csácsi Arborétum
- Parkerdő
- Városi Sportcsarnok - felújítása szükséges
- ZTE Aréna
- Ifjúsági Centrum
- Város környéki dombok
- Teke pálya
- Tenispályák

Célcsoportok:

Életkor szerint:

fiatalok, fiatal és középkorú gyermekes családok, idősebb párok gyermek nélkül, egyedülállók

Téma szerint:

Természetkedvelők, akik a zalai – göcseji tájat a maga, szépségében, érintetlenségében szeretnék átélni,

Kikapcsolódásra vágyók, akik szívesen eltávolodnak a nagyváros zajától, akik az egészség érdekében is tenni szeretnének,

Aktív turizmust kedvelők, akik a pihenést, kikapcsolódást aktívan, kirándulva, gyalogosan vagy kerékpárosan, illetve más aktív módon képzelik el.



Feladatok:

Rövidtávon:

Felkészítő team felállítása a termék kidolgozására. Az aktív termék alapjául szolgáló sport- és szabadidős tevékenységek végzésére alkalmas területek, útvonalak kijelölése, rendbetétele, bakancsos, kerékpáros és terepjárós turisták számára különböző nehézségi szintű útvonalak feltérképezése, digitalizálása, kitáblázása, figyelembe véve a meglévő adottságokat és útvonalakat. Programok, csomagajánlatok kidolgozása. Túravezetők összegyűjtése. Forrásszükséglet felmérése, operatív terv készítése.

Infrastruktúra fejlesztés - A területek megközelíthetőségének biztosítása és a gépjárművel érkező vendégek számára parkolóhelyek kijelölése. A parkolóban infrastrukturális feltételek megteremtése, pl. kültéri térképek, illemhelyek, padok elhelyezésével. Tereprendezés, vagyis az útvonalak tisztítása, elhanyagolt területek karbantartása. Kerékpár tárolási vagy szállítási lehetőségek megoldása.

Kapcsolatfelvétel, együttműködés kialakítása az érintett partnerekkel, pl. gyalogos és kerékpáros természetjáró egyesületek, sportegyesületek, természetvédők, Zalaerdő Zrt, vadásztársaságok stb.

Középtávon:

Információs hálózat javítása, imázs kialakítása és marketing terv elkészítése. A meglévő aktív kínálatot megjelenítő térképek és tájékoztató-, információs táblák kihelyezése, valamint tájékozódást segítő útvonaljelzések (pl. túrajelzések) és jelzőrendszerek (pl. pálya nehézségét mutató jelzések) kialakítása.

Hatékony marketingkommunikációs kampány indítása (szlogenek, hívó szavak), az ajánlatok elhelyezése weboldalon, csomagajánlatok összeállításának lehetőségével, alkalmazások létrehozása okostelefonra.

Attrakciófejlesztés. Új, egyedi progresszív élményelemeket kínáló, aktív szabadidős tevékenységek és programok (fesztiválok, sportrendezvények) kialakítása, extrém és természetközeli sportolási lehetőségek megteremtése különböző helyszíneken. Profi és amatőr sportversenyek rendezési jogának megszerzése. Programszervezés.

Szolgáltatásfejlesztés. Az aktív termék igényének megfelelően a szolgáltatások fejlesztése. Például célszerű a sporteszközök biztonságos tárolására alkalmas szálláshelyek kialakítása, továbbá az adott tevékenység igényeinek megfelelő szolgáltatások biztosítása, pl. sporteszköz kölcsönzés (pl. bicikli), karbantartó/szervizhálózat.

Hosszútávon:

Tervezett infrastrukturális fejlesztések lépcsőzetes megvalósítása. A tervezett létesítmények, pl. sétányok, sportpályák, sportlétesítmények, további kerékpárutak kiépítése hosszabb távon valósítható meg. Az igények kiszolgálásához fontos a kapcsolódó minőségi szálláshelyfejlesztés.

Együttműködő partnerek:

- Zalaegerszeg MJV Önkormányzata
- Tourinform Iroda
- Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Egerszegi Sport-és Turizmus Kft.
- Természetjáró és sportegyesületek
- Zalaerdő Zrt.
- Vadásztársaságok
- Sportboltok, szervizek



■ VIDÉKI, HAGYOMÁNYŐRZŐ TURIZMUS

Élmény:

A vidéki turizmus olyan turisztikai termék, mely a vidéki területek életformájának, a hagyományok bemutatására, valamint a helyi vonzerőkre és szolgáltatásokra épül. A látogatók olyan természeti, vidéki környezetet keresnek, ahol feltölthetnek, új ismereteket, élményeket szerezhetnek, és kipróbálhatják a vidéki környezet kínálta rekreációs- és szabadidős lehetőségeket. Az érdeklődés középpontjában elsősorban a helyi életforma, gazdálkodási mód és a népi kultúra, a gazdálkodás és a néprajz kerül. A vidéki életmód különböző területeit – pl. népszokásokat, gazdálkodási módokat, kézművességet, gasztronómiát, kenyérsütést, tökmagolajütést, aszalást, bortermelést – bemutató programok mellett a turisztikai élmény részét képezik a természeti környezetben, szabadban végezhető szabadidős tevékenységek. A vidéki turizmus több generáció számára egyaránt érdeklődésre tarthat számot. Zalaegerszegen a vidéki turizmust a Göcseji Falumúzeumon és a Kézművesek Házán kívül a városból csilagtúraszerűen kiindulva a Göcsejben található falvakra, látnivalóira, attrakcióira alapozhatjuk. A turisták számára bemutatjuk a göcseji szegek egykori életformáját, jellegzetességeit, bevonjuk őket a vidék jellegzetes tevékenységeibe.



A szegmenst érintő tervezett fejlesztések:

Göcseji Falumúzeum fejlesztése

A jellegzetes göcseji hangulat megőrzése mellett a tervek szerint a TOP program forrásai segítségével új fogadóépület épül, bővülnek a parkolók, javul a megközelíthetőség, a kerékpáros összeköttetés, korszerűsödik a közműhálózat, a múzeum területe bekapcsolódik a Zala-holtág revitalizációba. Az elképzelések közt szerepel még a múzeum területén négy új porta, kismemesi kúria, működő vízimalom, olajütő, göcseji csárda, kiskocsmá, temető és iskola építése, valamint a létesítmények tevékenységekkel, programokkal való gazdagítása, a múzeum élővé tétele.

Helyi és térségi kézműves termékek piacának létrehozása

A termékek kereskedelmi és fogyasztási helyszínének kialakítása a Piac téren. A helyi termékek piacának épületében egy ún. Göcsej látogatóközpont kialakítása, amely az év minden napján információkat kínál a turistáknak a helyi termékek előállításának módjáról, a göcseji hagyományos paraszti gazdálkodást bemutató nyitott portákról, a környező falvak elérhető látóterületeiről, attrakcióiról interaktív kiállítás formájában. Pl. vadászati bemutatóhely, gombák-erdők bemutatóhely, térkép a legjobb gombászóhelyekhez, 0-24 órás vadmegfigyelés az etetőhelyekről kamerával bekötve, stb. Innen indulhatnak továbbá az egyes szervezett, garantált és tematikus meghirdetett túrák, pl. gombász, vadmegfigyelő, gyógynövény, stb. piactéri gyülekezőhellyel. Helyi termék kávézóban rövid ellátási láncú, egészséges helyi termékek kóstoltatása, népszerűsítése, főzőtanfolyamok szervezése, pl. befőttek közösségi elrakása, dődöllekészítés, amely a turisták számára meghirdetett attrakcióvá is válhat.



Göcseji Porta Udvar szervezése a Fesztiválok ideje alatt

A hagyományos göcseji paraszti udvar leképezése egy rendelkezésre álló állandó területen népies eszközökkel, szalmabáladíszlettel, állatsimogatóval, előre meghirdetett időpontokban állatetetéssel. Hagyományos göcseji helyi termékek standjainak kínálatával, a környező falvakból érkező hagyományőrző kulturális egyesületek folyamatos műsorával.

Göcseji védjegy rendszer kialakítása

Helyi termékek értékesítéséhez minőségi garanciát és jól beazonosítható eredetet biztosító védjegyrendszer kialakítása a helyi termékek, szolgáltatások rendszerében. A védjegyzés egyfajta kiváltságot jelent majd azok tulajdonosainak, így a szolgáltatók, termelők törekednek a magas minőségre és a helyi alapanyagok felhasználására.

Meglévő attrakcióink, amelyek megújítására szükség van:

Göcseji Múzeum

Terei a Mindszenty projekt keretében megújulnak

Kézművesek Háza

Alkotóház és a hozzá kapcsolódó szakmai közösség a vidéki-hagyományőrző turisztikai szegmens fontos eleme lehet. A ház és környéke azonban jelenlegi állapotában nem alkalmas a turisták színvonalas kiszolgálására. Ennek érdekében fontosnak tartunk fejlesztéseket megvalósítani, a házat megújítani. Szükséges a Kézművesek Háza fűtési rendszerének korszerűsítése, műhelyek bővítése, udvarának kertészeti és tér-strukturális rendezése, raktározás megoldása, valamint a szabadidő aktív eltöltését szolgáló terek, létesítmények kialakítása a környező park területén. Ide tartozik a szoborpark, melynek megújítására szintén szükség van, valamint a kialakításra kerülő Kárpát-medencei Fa Sírjelek Emlékpark kialakítását is számba kell venni, mint Magyarországon az első ilyen attrakciót. A terület egészét tekintve szükség van a jelenlegi fogadó épület és vizesblokkok, valamint egyéb kiszolgáló épületek korszerűsítésére.



Göcsej térség

Fontosnak tartjuk a térség településeivel a kapcsolatok szorosabbra fűzését, az együttműködési lehetőségek kidolgozását. A turisztikai egyesületet szükséges a Göcsej térség településeinek szolgáltatóival kibővíteni. A meglévő és a megvalósításra váró vidéki attrakciók bekapcsolása egy-egy csomagajánlatba közös érdekünk. A várostól legfeljebb 20-30 km-re elhelyezkedő települések kínálatának bekapcsolása javasolt.

Célcsoport:

A vidéki turizmus legfontosabb célcsoportja a kisgyermekes családok, de egyre népszerűbb a termék az idősek körében is. Belföldi turistákra épít, rövid, néhány napos tartózkodás jellemzi, átlagosnál magasabb iskolai végzettségűek, városlakók körében kedvelt szabadidő eltöltési mód.

Feladatok:

Rövidtávon:

Felelős team felállítása a termék kidolgozására. Kapcsolatfelvétel és együttműködés kialakítása az érintett térség szereplői közt, útvonalak, meglátogatható helyek, programok, attrakciók feltérképezése. Helyi kezdeményezések megismerése, összekapcsolása. Információs hálózat létrehozása. Programlehetőségek, programcsomagok kidolgozása. Pénzügyi források feltérképezése. Operatív terv készítése.

Középtávon:

A meglévő kínálatot megjelenítő térképek és tájékoztató-, információs táblák, jelzések elhelyezése, melyek segítségével a vendégek felfedezhetik a városon kívüli területeket. Hatékony marketingkommunikációs kampány kidolgozása, szlogenek, hívó szavak megalkotása.

Attrakció- és élménykínálat fejlesztése. Meglévő attrakció- és élménykínálat továbbfejlesztése a különböző szegmensek érdeklődésének megfelelően. A meglévő erőforrások ismeretében a különböző témákra, helyi termékekre építve bemutató programok, kóstolók, és gasztronómiai rendezvények, gasztronómiai versenyek szervezése. Tematikus élmény programok, élmény útvonalak, egyes korosztályoknak szóló, az attrakciókat élményszerűen bemutató kiadványok, füzetek összeállítása, internetes megjelenés biztosítása, letölthető alkalmazások létrehozása. Pl. fűszer- és gyógynövény tanösvény kialakítása, mézkészítést, aszalást, tökmagolajkészítést bemutató programok stb.



A Göcseji Falumúzeum programjainak kialakításához népművészek, kézművesek, helyi termelők bevonása, rövid ellátási láncú helyi termékek értékesítésével foglalkozó egyesületek bekapcsolása. Oktatások megszervezése szolgáltatók számára.

Szolgáltatásfejlesztés. Az éttermeket, fogadókat ösztönöznénk a helyi termékek felhasználására, a helyi gasztronómia jellegzetes ételeinek kínálására, népszerűsítésére. Helyi termék védjegy megalkotása.

Hosszútávon:

Infrastruktúra-fejlesztés. Az infrastruktúra-fejlesztés középpontjában a Göcseji Falumúzeum fejlesztése, a turizmust kiszolgáló létesítmények kialakítása áll.

A meglévő értékek megőrzése keretében és színvonalas bemutatása érdekében szükséges a Gébárti-tó déli oldalán álló Kézművesek Háza, annak udvara és környezete megújítása, fejlesztése is.

Együttműködő partnerek:

- Zalaegerszeg MJV Önkormányzata
- Tourinform iroda
- Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Egerszegi Sport-és Turizmus Kft.
- Göcseji Múzeum
- Kézművesek Háza
- Zala Megyei Népművészeti Egyesület
- Hagyományőrző csoportok, civil szervezetek
- Göcseji falvak önkormányzatai, vállalkozói, civil szervezetei, lakossága
- Vadásztársaságok
- Zalaerdő Zrt.
- Gasztronómiai vállalkozások

Élmény:

A fesztivál fogalma alatt ünnepi játékokat, időszakos kulturális ünnepeket, művészeti bemutatókat, seregszemléket értünk. Tágabb értelmezésben a fesztivál azonos időpontban rendezett, különböző rendezvények összessége. A fesztiválok, mint nagyrendezvények turisztikai látnivalóként rendkívül fontosak, szerepelnek a turisztikai eseménynaptárakban és programfüzetekben. Napjainkban számtalan témájú és tematikájú helyi és regionális fesztivált rendeznek az országban, minden település próbál lépést tartani a folyamatosan változó és megújuló turisztikai igényekkel, tendenciákkal. Ez nem könnyű, hiszen a mai turista igényes, elvárja, hogy minden pillanatban a legszelebb igényeket kielégítő programokat találja meg. Egy-egy sikeres rendezvény jótékony hatással van az adott település turizmusára. A siker kulcsa abban rejlik, hogy a kiválasztott célközönség megfelelő számban jöjjön el, és az ő igényeiket mindinkább kielégítő tartalmú programok kerüljenek lebonyolításra. A kor igényeinek megfelelő infrastruktúra kialakítása, fejlesztése és biztosítása elengedhetetlen feltétele egy sikeres fesztiválnak. Kiemelten fontos a megfelelő tömegkommunikációs csatornák megtalálása, különös tekintettel az online, internet alapú digitális hírcsatornákra.

A fesztiváloknak már Zalaegerszegen is több évtizedes hagyománya van, amelyeket a helyi lakosság megkedvelt és szívesen látogat. Célunk, hogy a meglévő fesztiváljainkban megtaláljuk azt a jellegzetességet, ami csak Zalaegerszegrre és környékére jellemző, olyan nagyobb szabású rendezvényeket alakítsunk ki, amelyek az ország távolabbi vidékeiről, több napra is idecsábítanak nagyszámú vendéget.



A szegmenst érintő tervezett fejlesztések:

Restart Fesztivál

„Zalaegerszeg, a város, ami újraindít” mottó jegyében tervezett programsorozat:

- látványos sportversenyek
- előadások, konferenciák
- tömegsport események
- egészség utca
- szórakoztató programok

Fánky Fesztivál

A tervek szerint 2016-tól a húshagyókeddet megelőző hétfőjén a funky zene és a fánk jegyében tervezett fesztivál a városban, amelyen funky együttesek koncertje mellett a gasztronómia is fontos szerepet kap.

Már meglévő attrakcióink:

Egerszeg Fesztivál

Zala megye legnagyobb ösztéművészeti rendezvénye, amelynek kulturális hatása túlmutat a város és a megye határain, hiszen még az ország távoli pontjairól is vonz látogatókat, vendégeket, s ezzel turisztikai szervezőerővé, tényezővé vált. A több napos eseménysorozat 2012-ben megkapta a Magyarországon elérhető legmagasabb minősítést: a Kiváló Művészeti Fesztivál besorolást. Kiemelt kulturális és örökségturisztikai rendezvény.



Zalaegerszegi Vadpörkölt-és Borfesztivál – Zalai Teríték

Kvartélyház – nyári szabadtéri színházi előadásai

Zalaegerszegi Országos Fazekas-és Keramikus Találkozó és Fesztivál

Kárpát-medencei Mézfesztivál

Októberfest – Sörfesztivál

Pálinka és Mangalica Majális

Célcsoport:

Jelenlegi fesztiváljaink a helyi lakosságot célozzák meg (felmérések alapján 80%-20% a helyi és környékből érkezettek aránya) - minden korosztálynak, kisgyermektől az idősebbekig – és érdeklődési körnek kínálnak színes programokat több napon át. Az újonnan tervezett fesztivál azonban érdeklődés és téma alapján egy nagyobb földrajzi körben célozza meg az érdeklődőket, akik itt tartózkodása várhatóan nagyobb költséget és több vendégéjszakát eredményeznek a város számára.



Feladatok:

Rövidtávon:

Felélős team felállítása az új fesztiválok kidolgozására, új rendezvények megtervezése, együttműködő partnerek bevonása, szponzorok felkutatása, marketing kidolgozása, a rendezvény népszerűsítése. Az online marketing eszközök alkalmazása. Operatív terv készítése.

Középtávon:

A meglévő fesztiválok további fejlesztése, programkínálat bővítése, a színvonal további emelése, a rendezvények Zalaegerszeg új imázsába történő illesztése.

Hosszútávon:

A rendezvények sorából több éves munka eredményével kiemelni egy különleges, csak Zalaegerszegre és környékére jellemző színvonalas fesztivált, amelyet a vendégek bárhol az országban egyértelműen Zalaegerszeg nevével azonosítanak.

Együttműködő partnerek:

- Zalaegerszeg MJV Önkormányzata
- Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Egerszegi Sport és Turizmus Kft.
- Tourinform Iroda
- Kvártélyház Szabadéri Színház Kft.
- Zalaegerszegi Gasztrokulturális Egyesület
- Zalai Népművészeti Egyesület
- Zalaerdő Zrt.

Élmény:



A Kormány Modern Városok programja támogatásával felépül a Mindszenty József Múzeum és Zarándokközpont a belváros közelében, megemlékezve arról, hogy a későbbi érsek 1919 és 1944 között Zalaegerszezen volt plébános. Zalaegerszeg Mindszenty városaként, méltó módon kíván tisztelni a XX. század egyik legmeghatározóbb magyar egyházi vezetője és lelkipásztora előtt születésének közelgő 125. évfordulójára. Jelenleg Magyarországon még nincs Mindszenty bíborosnak állandó kiállításként, átfogó módon emléket állító hely. A projektbe bekapcsolódik a Göcseji Múzeum és a Nagytemplom, továbbá a régi megyeháza és a meglévő zarándok-szálláshely infrastrukturális fejlesztése is. A fejlesztéssel Zalaegerszezen megteremtődnek a vallási turizmus alapjai.

A vallási turizmus szorosan kapcsolódik a kulturális turizmushoz. Korábban Zalaegerszeget elkerülték, vagy csak mellékágaival érintették a magyar és nemzetközi zarándokutak. Mindezek ellenére a település számos építészeti értékkel is bír, vallási funkciót betöltő műemlékkel rendelkezik, melyek turisztikai vonzerőt jelentenek, ám önállóan nem képesek jelentős és érdemi vallásturisztikai hatást kifejteni. A Mindszenty Múzeum és Zarándokközponttal ez a helyzet megváltozik.

A vallási vagy zarándokturizmus – vagyis valamely szakrális jelentőséggel bíró objektum felkeresése vallási vagy spirituális feltöltődés céljából – az elkövetkező évek folyamán várhatóan nemzetközi és hazai szinten is növekedni fog. A mai felgyorsult világ rendkívüli nyomást gyakorol az egyénre és emberi kapcsolataira egyaránt, amelyre a válasz sok esetben a csendes elmélyülés, a spirituális útkeresés, akár egyéni, akár csoportos utazások formájában. Az elmúlt évek során ehhez a tendenciához a turisztikai kínálat is folyamatosan idomul, zarándokturisztikai fejlesztések, kegyhelyek turisztikai vonzerővé fejlesztése, illetve vallási tematikájú kiállítások, programok megrendezése formájában. Ehhez társulnak a célterületek vendégfogadást segítő kapcsolt infrastrukturális fejlesztései, mint, igényes szálláshelyek, vendéglátóipari-egységek, programkínálat, amelyek már három generációs, többnapos kikapcsolódást tesznek lehetővé.

A terméket érintő tervezett fejlesztések:

- Mindszenty József Múzeum és Zarándokközpont
- Parkolóház építés
- Göcseji Múzeum megújuló terei
- Kvártélyház – Zala vármegye történeti kiállítása
- Mária Magdolna Plébániatemplom és Plébánia
- Botfai Erdődy-Hüvös-Kastély, mint Mindszenty Zarándokszállás

Célcsoport:

A zarándokturista jellemzője, hogy általában családjával vagy csoporttal (egyházi közösség, ifjúsági klub stb.) keresi fel a zarándokhelyet, alacsony-közepes költési hajlandóság jellemzi, idősebb korosztály tagja, alacsony kategóriájú szálláshelyeket és kiszolgáló létesítményeket keresi, a zarándoklatot szívesen köti össze más programokkal pl. kirándulás, építészeti értékek felkeresése, természetjárás stb.

Feladatok:

Rövidtávon:

Team létrehozása a fejlesztés megvalósítására. Kapcsolatfelvétel az együttműködő felek közt. Kapcsolatfelvétel a Mindszenty Alapítvánnyal és Mindszenty Társasággal. Operatív terv készítése.

Középtávon:

A fejlesztések megvalósulásával párhuzamosan az új intézmények felállítása, információs hálózat kiépítése (honlap, kitáblázás, ismeretterjesztő kiadványok stb.), a zarándoturizmus marketingeszközeinek megtervezése, komplett csomagajánlatok kidolgozása szállással, programokkal, ezek eljuttatása a megfelelő célcsoportok számára.

Hosszú távon:

A fejlesztés megvalósítása, az új intézmények működtetése.

Együttműködő partnerek:

- Zalaegerszeg MJV Önkormányzata
- Tourinform iroda
- Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Göcseji Múzeum
- Mária Magdolna Plébánia
- Botfai Hűvös Kastély
- Mindszenty József Általános Iskola és Gimnázium
- Notre Dame Rend
- Mindszenty Alapítvány



■ FÜRDŐTURIZMUS

Élmény:

A fürdőturizmus a vízi turizmus és az aktív turizmus kapcsolatrendszerébe tartozik. A célterület lehet természetes, szabadtéri strand, vagy mesterséges szabadtéri vagy fedett fürdő. Ezen a területen a fürdést vagy a vízben tartózkodást kell kiemelni, melynek fontos motivációja természetesen nyáron a hűsülés, illetve a rekreáció, emellett azonban a parti szolgáltatások igénybevétele (sportolás, büfé, éttermek stb.) is ide sorolandó. A meleg nyári napok csábítják az embereket a vizek partjára. Az élményfürdő egy mesterségesen kialakított fürdőzési lehetőség. Területén számos kikapcsolódási lehetőséget biztosít különböző medencék és csúszdák által. Városunkban a fürdőturizmus lehetősége a 2000-es évek elején, a város északi határában létrejött Gébárti Szabadidő Központban teremtődött meg, ahol a természetes tóstrand közelében néhány év alatt egymást követően nyitott és fedett termálfürdő majd az aquapark és a termálfalu épült.



A terméket érintő tervezett fejlesztések:

Az AquaCity Vízicsúszda- és Élmenypark fejlesztései – a versenyképesség megőrzéséhez, a látogatószám megtartásához, és növeléséhez a csúszdák és medencék megújítása (4-5 új csúszda, 2 új medence) és fejlesztése, valamint a meglévő élmeényelemek és kiszolgáló létesítmények felújítása szükséges.

A Városi Strandfürdő és Fedett Uszoda fejlesztése – A Magyarország Kormányával a Modern Városok programja keretében kötött megállapodás értelmében 2016-tól 50 méteres versenyuszodával 10 pályás tanmedence komplexum épül.

A Zalaegerszegi Termálfürdő vállalkozó által tervezett fejlesztése, szállodaépítés



Meglévő attrakcióink:

- AquaCity Vízicsúszda- és Élmenypark
- Gébárti tóstrand
- Fedett Termálfürdő
- Aquatherma Termálfalu és Kemping
- Városi Strandfürdő és Fedett Uszoda

Célcsoport:

Fiatalok, gyermekkel rendelkező családok. Az AquaCity az egynapos turizmusra épít, marketingkommunikációja a helyiek és a környéken szabadságukat töltőket (pl. Balaton-part) célozza meg. Ez kiegészül a több napra érkező vendégek számára szóló ajánlatokban való aktív részvétellel.

Feladatok:

Rövid távon:

Kapcsolatfelvétel és együttműködés kialakítása az érintett felek között. Közös programajánlatok kidolgozása a többi termék szereplőivel, szolgáltatókkal a vendégek tartózkodásának meghosszabítása érdekében. Programok, sportversenyek szervezése, marketingkommunikációs kampány kidolgozása. Operatív terv készítése

Középtávon:

Meglévő attrakció és élmeénykínálat megújítása, bővítése, szolgáltatásfejlesztés. A biztonságos működéshez és a versenyképesség megőrzéséhez szükséges fejlesztések megvalósítása. Fejlesztési források felkutatása.

Hosszú távon:

A tervezett fejlesztések megvalósítása. Gébárti Szabadidőközpontban a tulajdonviszonyok rendezése, a tervezett fejlesztések megvalósítása.

Együttműködő partnerek

- Zalaegerszeg MJV Önkormányzata
- Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Tourinform Iroda
- Egerszegi Sport és Turizmus Kft.
- A termálfürdőt és termálfalut üzemeltető vállalkozó

■ A „ZALAEGERSZEG” MÁRKA

A város turisztikai stratégiájának, fő fejlesztési irányainak meghatározását követő lépés a Zalaegerszeg márka megalkotása. Ez azért fontos, hogy a leendő vendégek könnyen beazonosítsák a turisztikai desztinációt, lehetőleg pozitív, kellemes képpel kössék össze, és utazási döntéseik előtt jó érzéssel vegyes kíváncsiság érzését keltse bennük, amelynek hatására el is utaznak hozzánk. A márkaképzés tudatos, átgondolt és hosszabb folyamat, amelynek sikere esetén elérjük, hogy a vendégek „jó helynek” tartják városunkat és a Zalaegerszeg név konkrét asszociációkat kelt bennük. A márkaépítés alapja az az egyetlen központi elem, amelyre a város arculatát fel akarjuk építeni, amely megkülönbözteti a versenytársaktól. Ez lehet bármilyen meglévő történelmi, építészeti, kulturális vagy természeti érték, egy rendezvény, egy látványosság, vagy egy élmény. A városmárka (city-brand) és a turisztikai márka véleményünk szerint nem válik el egymástól. A turisztikai márkaépítésnél is a lakosok érzéseit, érteit kell figyelembe venni, hiszen a város elsősorban a lakosaiban él, a lakosai érvényesülnek benne, egy város maga nemcsak építészeti alkotások összessége, hanem a lakosok maguk. Ők azok a multiplikátor személyek, akik a város üzenetét továbbítják, terjesztik. Egy városnak több arca, több erőssége is lehet, de ezeket egy csokorba összefogva egységes üzenetté kell összeállniuk.



A márkaépítés során az alábbi alapelveknek kell érvényesülni:

Mindenképpen szakértőkre kell bízni.

Fontos, hogy legyen világos jövőképünk, hogy tudjuk, milyen településsé akarunk válni, azaz milyennek akarjuk láttatni magunkat. A kitalált arculat legyen egyszerű, közérthető és elfogadható a város vezetői és lakosai számára. A jövőképet a lakosság bevonásával kell megalkotni.

Meg kell ismernünk a versenytársainkat, hogy tudjuk, milyen hasonló adottságú településekkel kell versenyeznünk? Mit lehet tőlük tanulni, és mit érdemes másképpen csinálni, valamint hogyan tudjuk magunkat megkülönböztetni tőlük?

Meg kell határozni azokat a célcsoportokat, amelyeket el akarunk érni, meg akarunk szólítani, és pontosan ismernünk kell a célcsoportjaink sajátosságait, igényeit.

Ki kell találnunk, hogy mit akarunk mondani!. Ezt követően a fő célcsoportok jellemzőihez és elvárásaihoz illeszkedve meg kell fogalmazni az üzeneteket, és ki kell jelölni az üzenetek eljuttatásához szükséges kommunikációs csatornákat és marketing eszközöket. A további feladatunk már „csak” a folyamatos jelenlét biztosítása.



A márkaképzés területei a következők:

- A márkapozicionálás és márkatartalom
- Logo, márkanév, betűtípus és – forma
- Szlogen, tartalom, üzenet
- A város arca –egy híres ember megtalálása, aki személyiségével illeszkedik a városimázsba, hírét viszi a városnak és egyben példaképe is lehet a helyi fiataloknak. (pl. Mányoki Attila)

A városmárka kialakításához idő kell, ezért türelmesnek kell lenni, rövid távon nem várhatunk látványos eredményeket, de hosszú távon a márkaépítés megmutatkozik a lakossági elégedettség növekedésében, a településre érkező turisták számának emelkedésében, vagy a város felé irányuló intenzívebb befektetési tevékenységben. Mindehhez kitartó, szisztematikus munka, nyitottság és alkalmazkodóképesség szükséges annak érdekében, hogy kialakítsuk a bizalmat a városunk, mint termék iránt.

■ SZERVEZETFEJLESZTÉS

Zalaegerszeg és környéke turizmusának fejlesztése, menedzselése, a turisztikai stratégiában felvázolt irányok és célok elérése elképzelhetetlen megfelelő szervezeti háttér nélkül. A város turizmusát jelenleg alakító intézmények, szervezetek az alábbiak:

- Zalaegerszeg MJV Önkormányzata
- Tourinform Iroda
- Egerszegi Sport és Turizmus Kft.
- Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület
- Kvártélyház Szabadtéri Színház Kft.



Bár a fenti felek szoros együttműködésben végzik munkájukat és marketingtevékenységet is kifejtenek, nincs olyan hatékony, a turisták megtalálására szakosodott professzionális szervezet, amelyik a város turisztikai menedzselésével foglalkozna. Ennek megteremtése érdekében az utóbbi években többször is felmerült egy ún. TDM (turisztikai desztináció menedzsment) szervezet létrehozásának szükségessége Zalaegerszegen.

TDM szervezet megvalósíthatósága Zalaegerszegen és környékén

A TDM egy turistákat fogadó terület (pl. település vagy kisebb térség) turisztikai menedzselése (mint egy termék megalkotása, bevezetése a piacra és értékesítése).

Magyarországon 2006-ban kezdtek gondolkodni a turizmus szervezeti keretének átalakításáról, mert úgy vélték, hogy a hagyományos intézményrendszerben – amelyben az idegenforgalom irányítása az önkormányzat, az állam kezében volt – nincs valódi érdekeltségi viszony a turizmus szereplői között. A nyugati országokban tanulmányozták az ott működő rendszereket és Olaszországban, Dél-Tirolban találtak rá az ott több évtizedes múltra visszatekintő TDM modellre, amelyet az utóbbi években Magyarországon is elkezdtek bevezetni. Az új intézményrendszer kialakítását 2008-tól pályázatok segítik.

A TDM alulról építkező szervezet, amelynek települési, térségi és régiós szintjei vannak. Legfontosabb jellemzője a többoldalú partnerség. A partnerek, az önkormányzat, a vállalkozók (turisztikai szolgáltatók) és a civil szervezetek együtt dolgoznak közös céljukért, a helyi turizmus fellendítéséért. A TDM modell két szervezetből áll: egy szervezet, amely összefogja az érdekelt feleket - turisztikai egyesület, vagy nonprofit kft. - másik oldala egy munkaszervezet, amely a szakmai munkát végzi.

Előzmények

A Tourinform iroda és az önkormányzat koordinálásával 2008-ban Zalaegerszegen is elkezdődött a szervező munka egy turisztikai egyesület megalakítására, melyet többszöri fellebbezés ellenére sem sikerült bejegyeztetni. 2009-ben és 2010-ben is kiírta a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség a TDM szervezet létrehozására szóló pályázatot, önkormányzatunk azonban egyikben sem indult el. 2011-ben 15 taggal megalakult a Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület, amelynek elnöke Varga Csaba, a West Hotel Kft. (Arany Bárány Hotel) ügyvezetője. 2015 novemberében az egyesület 32 taggal működik. Az egyesület alapító tagja és egyben székhelye a Tourinform iroda. Pénzügyi és adminisztrációs feladatait és a szakmai feladatok zömét a Tourinform iroda munkatársai társadalmi munkában látják el, az iroda vezetője az egyesület titkára.

TDM – igen, vagy nem?

A Pannon Egyetem Turizmus Intézeti Tanszéke önkormányzatunk megbízásából TDM megvalósíthatósági tanulmányt is végzett. Ebben az alábbi megállapításokat teszik:

„A tanulmány szerzői egyértelműen állást foglalnak a helyi szintű turisztikai desztináció menedzsment szervezet létrehozása mellett. Bár Zalaegerszeg jelenlegi turisztikai kereslete (vendégéjszaka szám, vendégek és napi látogatók létszáma, rendezvények vendégei), turisztikai úti célként való ismertségének hiánya és regionális hatókörű, mozaikos, sok tekintetben erősen szezonális, alapvetően belföldi szabadidős utazókat vonzó turisztikai kínálata nem indokolja e lépést; ellenben a közeljövő fejlesztési projektjei viszont ki fogják kényszeríteni ezt a fajta gondolkodást és együttműködést”



A létrehozás két módon történhet:

Egyesületi forma

A Zalaegerszegen már működő turisztikai egyesület, (Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület) átvenné a Tourinform iroda működtetését, így az egyesület lenne az iroda dolgozóinak munkáltatója. Ez az egyszerűbb út, hiszen már megvannak a szervezeti keretek, és a legdemokratikusabb forma is, hiszen minden egyes tag egy szavazattal rendelkezik.

Nonprofit kft

Az önkormányzat saját cégei tagságával létrehoz egy turisztikai nonprofit kft-t, amelynek tagjai például Zalaegerszeg MJV Önkormányzata, a Zalaegerszeg Turizmusáért Egyesület, az Egerszegi Sport és Turizmus Kft., a Kvártélyház Kft., stb. A Tourinform irodát ekkor a nonprofit kft. működteti.

A TDM-szervezet várható költségvetése:

Kiadási oldal - becsült adatok	Ezer Ft
Nonprofit kft alapítása - tőzrstőke (egyszeri költség)	3.000
Munkabér és járuléakai	18.000
Tourinform iroda (front office) és háttéiroda (back office) rezsi költsége	4.000
Könyvelés, könyvvizsgálat, jogász	1.000
Szakmai munka kiadásai* (információnyújtás, termékfejlesztés, arculatépítés, marketingkommunikáció, kiküldetés)	15.000
TDM pályázati önrész**, likviditási tartalék (utófinanszírozás miatt), ÁFA nem visszaigényelhető része	20.000
Mindösszesen	61.000

* Döntés kérdése, hogy a teljes szabadidő fejlesztési portfólió ide kerüljön, ez esetben jóval nagyobb összegről beszélünk.

** TDM pályázati indulás esetén

Forrás: Pannon Egyetem –
A turisztikai desztinációmenedzsment létrehozása Zalaegerszegen

TDM pályázat 2015

2015. november 16-án megjelent a Nemzetgazdasági Minisztérium gondozásában a „Turisztikai szervezetek (TDM) fejlesztése” c. TDM pályázati felhívás.

Zalaegerszeg önkormányzata a helyi TDM szervezetek kategóriában pályázhatna, amelyeknek legalább 30 ezer vendégéjszakával kell rendelkezniük (a KSH jelentése szerint 2014-ben Zalaegerszegen 43.586 vendégéjszakát regisztráltak).



Az ebben a kategóriában igényelhető támogatás összege – aminek 25%-a előlegként lehívható – 10-20 millió Ft (75%-os támogatási intenzitás mellett) A 18-36 hónap hosszúságú projektek kötelezően megvalósítandó támogatható tevékenységei a termékfejlesztés, szemléletformálás, oktatás és képzés, marketing, illetve monitoring. Fontos jogosultsági feltétel, hogy pályázati projektet csak legalább 1 éves TDM regisztrációval rendelkező helyi TDM szervezet nyújthat be, ezen szervezeteknek azonban lehetőségükben áll térségi TDM szervezet tagjaként részesülni a lehívható forrásokból. A pályázati lehetőség 2018-ig folyamatos. A feltételek szerint Zalaegerszeg, legkorábban 1 év múlva nyújthat be pályázatot, feltéve, ha rövidesen regisztráltatja helyi TDM szervezetét.

A TDM pályázattól függetlenül Zalaegerszeg önkormányzata dönthet TDM, vagy más turisztikai szervezet létrehozásáról, amelyhez kimondottan a város turisztikai menedzselésének feladatkörét rendeli. Ez történhet például az önkormányzat turizmussal foglalkozó saját cége, az Egerszegi Sport és Turizmus Kft-n belül egy városmarketinggel foglalkozó nonprofit ágazat létrehozásával, amely idővel a Tourinform iroda működtetését is átveheti. Ezt a lépést a stratégia készítői a város turizmusának fejlesztése, a stratégiában vázolt irányok és célok megvalósulása érdekében a közeljövőben elengedhetetlennek tartjuk. Ennek folyamatában azonban a turisztikában érdekelt feleket összefogó turisztikai egyesület véleményének becsatornázása, a turisztikai vállalkozók érdekképviseleti fórumának megtartása továbbra is szükséges.

■ ÖSSZEGZÉS ÉS JÖVŐKÉP

A Pannon Egyetem 2015-ben végzett minden részletre kiterjedő imázs kutatása és TDM tanulmánya alapján, a városban működő turisztikai szervezetek, vállalkozók és szakemberek segítségével Zalaegerszeg MJV turisztikai stratégiája 4 fő turisztikai terméket, „csapásirányt” határoz meg. Az anyag az öko- és aktív turizmus, a vidéki-hagyományőrző turizmus, a fürdőturizmus és a kulturális turizmus termékek alapjául szolgáló jelenlegi adottságokat és az ezekhez rendelt fejlesztéseket definiálja, és ehhez rövid, közép és hosszú távon rendeli az elvégzendő feladatokat. A termékekhez kapcsolódó legfontosabb célcsoportok: fiatalok, kisgyermekes családok, természetkedvelők, természetjárók, kulturális témák (hagyományok és vallás) iránt érdeklődő középkorúak és fiatal idősök. A közeljövő legfontosabb teendőjének egy operatív terv létrehozását tekintjük, amely az egyes feladatkörökért felelős szervek, intézmények, személyek megnevezését, a felelősségi körök, források és határidők meghatározását, azok ütemezését, valamint az ezeket visszatükröző és összekapcsoló, megfelelő szakemberek által kidolgozott egységes városi imázs, Zalaegerszeg brand megalkotását tartalmazza. Ezt egy marketingterv és kommunikációs stratégia létrehozása követi.

Zalaegerszeg MJV 2015-2025-re szóló turisztikai stratégiája megvalósulásához több tényező szükséges:

Fontos, hogy

- megteremtődjenek a tervezett fejlesztések anyagi és személyi feltételei,
- a turizmus érintett szereplői és a helyi lakosok azonosuljanak az elképzelésekkel és aktívan rész vállaljanak a megvalósításban,
- létrejöjjenek azok a szervezeti keretek, amelyek képesek Zalaegerszeg várost és környékét turisztikai desztinációként piacra vinni,
- meghatározott időközönként – javaslatunk: 3 év - sor kerüljön a stratégia értékelésére és felülvizsgálatára.

Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy a most megszületett stratégiában vázolt tervek nem szigorú dogmák; a jövőben meghatározott időszakonként szükséges és esedékes a célok és feladatok újraértékelése. Ezt követően a célok és feladatok az adott feltételekhez optimálisan változtathatók, alakíthatók. Reményeink szerint az általunk megalkotott anyag jó alapul szolgál és megvalósulása esetén nagymértékben hozzájárul Zalaegerszeg város gazdaságának pozitív fejlődéséhez, az itt lakók, dolgozók és idelátogató vendégek megléghetéséhez.

Több éves közös munkánk eredményeként végül létrejöhet egy minőségi szolgáltatásokat kínáló, attraktív turizmus kínálat, aminek eredményeként Zalaegerszegen nagyobb mértékben lesznek érezhetőek a turizmus pozitív hatásai, támogatva ezzel a megyeszékhely hosszú távú, fenntartható és versenyképes fejlődését.

Készítette:

Bogár Beáta

nemzetközi és idegenforgalmi szakreferens
Zalaegerszeg Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala

2015. december



ZALAEGRSZEG
MEGYEI JOGÚ VÁROS