



DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

MARKETING STRATÉGIA

**„Duna Összeköt Egyesület
térsgégi marketing stratégiája
21 település számára”**

*Onecreative Marketing
Professional Kft.*

2013

Tartalomjegyzék

I. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ.....	2
II. ELMÉLETI ALAPVETÉS: RÉGIÓ-, TÉRSÉG- ÉS TELEPÜLÉSMARKETING	3
II.1. A TERÜLETI MARKETING TÁRGYA	4
II.2. A TÉRSÉGI MARKETING SZINTJEI	6
II.3. A TÉRSÉGI MARKETING PROGRAMOK CÉLJA, SZEREPLŐI	7
II.3.1. A térségi marketing lehetséges céljai:	7
II.3.1. A térségi együttműködés szereplői.....	8
II.4 . A TÉRSÉGI MARKETINGSTRATÉGIÁK JELLEMZŐI	11
II.4.1 A stratégiai tervezési területek	12
III.A CÉLTERÜLET JELLEMZÉSE	15
III.1. A TÉRSÉG ÁLTALÁNOS JELLEMZŐI	15
III.2. A TÉRSÉG KÖRNYEZETI ÁLLAPOTA.....	17
III.3. A TÉRSÉG DEMOGRÁFIAI HELYZETE	20
III.4. GAZDASÁGI KÖRNYEZET: A TÉRSÉG HELYZETE A VÁLLALKOZÁSOK SZEMPONTJÁBÓL	21
III.5. A TÉRSÉG INFRASTRUKTURÁLIS ADOTTSÁGAI	24
III.6. A TÉRSÉG FOGLALKOZTATOTTSÁGI HELYZETE.....	25
III.7. TÁRSADALMI KÖRNYEZET	29
III.8. TURISZTIKAI KÖRNYEZET	31
IV. HELYZETELEMZÉS	40
IV.1. TÉRSÉGI HELYZETELEMZÉS	40
IV.1.1 . A Duna jelentősége.....	40
IV.1.2. Regionális elemzés.....	42
IV.2. TELEPÜLÉSEK EGYÉNI JELLEMZŐI	46
ÖSSZEVONT MARKETING HELYZETELEMZÉS	136
V. A MARKETING-MIX ELEMEI	137
V.1. TERMÉK	137
V.2. ÁRPOLITIKA.....	153
V.3. ÉRTÉKESÍTÉS	154
V.4. PROMÓCIÓ	159
VI. MARKETING KONCEPCIÓ	176
VI.1. MARKETING CÉLOK.....	176
VII. ÉVES MARKETING TERV	191
VIII. IRODALOMJEGYZÉK	195

I. Vezetői összefoglaló

Egy térség, táj vagy település soha nem csak egy földrajzi információhalmaz, domborzati és demográfiai tényezők összességét jelenti. Ha valaha jártunk ott, akkor emlékekkel, benyomásokkal rendelkezünk róla: érzésekkel, hangulatokkal, hangokkal, ízekkel, illatokkal.

A földrajzi helyről (ország, régió, térség, táj, település) kialakított vagy kialakítandó kép tudatos formálása marketingtevékenység, amelynek alapvető módszere a térségi marketingstratégia kialakítása.

A **térségi marketingtevékenység eszközei** közé tartozik, hogy a térség értékeit, fejlesztési céljait megismertesse a lakossággal és a gazdasági, társadalmi környezettel. A térségmarketing egy komplex, irányítási, vezetési és szervezési megoldást s egyben gondolkodási módot jelent. Az érintett településeket összefogó Helyi Vidékfejlesztési Stratégia jövőképe az ÉLHETŐ VIDÉK megteremtése, amelyben kiemelt szerepet kap a helyi és térségi marketing és együttműködés támogatása is, amely fontos kiindulópont a marketingstratégia alapvetéséhez.

Jelen marketing koncepcióban a jövőképünk a 21 Duna menti település, mint önálló, egységes arculatú kooperatív térség és turisztikai desztináció létrehozása, értékeinek megismertetése a települések lakosságával és a szélesebb, elsősorban hazai potenciális látogatóközönséggel.

Ezen belül elsődleges cél a települések összefogása, koordinációja, az egyes szereplők közös tudatának megerősítése és a közös célok érdekében történő aktiválása, a belső elégedettség növelése.

Tágabb értelemben a turisztikai termékfejlesztés és belső turizmus erősítése folytán a települések idegenforgalmi versenyképességének növelése, valamint a befektetés-ösztönzés során a gazdasági szereplők üzleti környezetének minőségi javítása és új vállalkozások letelepedésének és munkahely-teremtésének elősegítése.



II. Elméleti alapvetés: régió-, térség- és településmarketing

Az elméleti közgazdaságtan egyik kiindulópontja, hogy a piacgazdaságban verseny folyik a szűkös erőforrásokért. A települések, kistérségek, régiók a történelem során mindig is versenyeztek egymással: árumegállítási jog, vásárhely, hídpénz, különböző uralkodói kiváltságok. Ez a verseny mára felerősödött: versengenek a fejlesztési lehetőségekért, a kedvezőbb gazdasági pozíciókért, a befektetőkért, az odalátogató turistákért, vagy az odaköltöző állandó lakosokért. Ennek a versenynek hatékony eszköze a régió-, térségi- vagy településmarketing.

A marketing legáltalánosabb nézőpontból a vállalkozások menedzselésének egyik eszköze, egy szemléletmód, amely segítségével működőképpé tehető egy vállalkozás. Azonban a marketingnek meghatározó szerepe lehet a települések versenyképessé tételében is.

A regionális és településmarketing egy viszonylag új és fejlődő ágazata a marketingtudománynak és - gyakorlatnak.

A településmarketing, mint specifikálódott marketingterület a XX. század végén jelent meg Nyugat-Európában, az Egyesült Államokból átvett tapasztalatok adaptálásával. A helyi önkormányzatok (elsősorban a városok) szemléletében két szempontból is változás következett be. Egyrészt nagyobb figyelmet kezdtek szentelni környezetüknek, az ott lezajló folyamatoknak, és annak elemzésének, hogyan befolyásolják ezek az események saját jövőjüket.

Másrészt - míg korábban elsődleges feladatuknak és céljuknak a szolgáltatások és az infrastruktúra fejlesztését, és az így beinduló fejlődés szabályozását tekintették - rá kellett döbbsenniük arra, hogy sokkal kezdeményezőbb szerepet kell játszaniuk a rájuk bízott terület sorsának formálásában. Az új, vállalkozói szemléletű városvezetés alapvetően a magán és az állami szféra közötti együttműködésre épül, elsődleges feladatának a beruházások támogatását, a gazdaság fejlesztését tekinti (például ipari parkok



kialakítása), és sokkal kisebb figyelmet fordít a lakosság életkörülményeinek (például lakások és iskolák építése) a javítására.

Míg az USA-ban inkább a gazdasági, kereskedelmi szempontok domináltak a városmarketing alkalmazása kapcsán, addig az európai alkalmazás többoldalú: a gazdaság mellett a kulturális, egészségügyi szempontok is érvényre jutnak benne. A korszerű településmarketing mindemellett integrálja a művészeti (építészeti, park- és kertépítészeti, közterületi képző- és iparművészeti), térszervezési területeket is. (Dr. Bálint János 2013)

A piacgazdasági ismeretek mentén a régió- térségi- vagy településmarketing esetében is beszélhetünk termékről, amely az eladók és vevők között "cserél gazdát", piaci versenyről, amelyben a különböző földrajzi helyek, helységek versengenek egymással a "vevőkért".

II.1. A területi marketing tárgya

Egy klasszikus termékkel vagy szolgáltatással szemben a fogyasztónak jól körülhatárolható elvárásai vannak, ennek következtében a termék vagy szolgáltatásmarketingnek jól definiálható eszközökkel rendelkezik. Ezzel szemben a területi marketing tárgya jóval összetettebb.

Egy általános piaci termék könnyen körülhatárolható, és az információk beszerzésére számos lehetőség adott: a gyártó megjelölésre kerül a terméken, fizikai paraméterei meghatározhatóak (méret, csomagolás, súly, funkció stb.), az elfogadható ár, az ár-érték arány értékelése nem okoz nehézséget. A marketingeszközök meghatározása során számos lehetőség választható (a termék előnyös tulajdonságai, promóció, stb.), amellyel növelni lehet a termékértékesítést. A klasszikus szolgáltatásoknál (kozmetikus, autószerelés stb.) a fogyasztó határozott igényekkel jelenik meg a piacon, és a piackutatás során megállapíthatók a preferenciái az elvárt minőséggel kapcsolatban.



A földrajzi térrel szembeni elvárások egy része egyszerűen megfogalmazható: éghajlata, elhelyezkedése, fizikai környezete, tárgyi megnyilvánulási formái többnyire jól definiálhatók. Kevésbé leírhatóak - és az eladótól, szolgáltatótól kevésbé számon kérhetőek - az adott tájhoz, településhez kötődő gondolati, érzelmi elemek, attitűdök, amelyek sok esetben racionálisan nem is megmagyarázhatóak (Dr. Bálint János 2013). Ebből is látható, hogy a földrajzi tér összetett, többtényezős termék, amelynek értékesítése speciális marketingfeladat.

A régió, a (kis)térség vagy a település piaci szempontból *bizalmi termék*: a minőségéről csak a "fogyasztás" során alkothatunk képet, előzetes véleményünk csak később nyerhet megerősítést (vagy állapíthatjuk meg csalódásunkat).

A földrajzi tér "terméke" összességében nem kézzelfogható, de kínálata nagyon sok konkrét termékből, szolgáltatásból, értékből tevődik össze, és mindegyik egy-egy adott fogyasztói réteg szükségleteit elégíti ki.

A kínálati termékeknek ez a köre két csoportba sorolható

- **közjavak**, mint maga a földrajzi helyszín, a természeti adottságok, közösségi terek, középületek, stb., amelyeknek tulajdonosa valamely közösség (az állam, az önkormányzat),
- **magánjavak**, termékek és szolgáltatások, amelyeket a helybéli vállalkozók, magánszemélyek, vagy szervezetek kínálnak az odalátogatóknak, és ily módon nem is köthető egyetlen tulajdonoshoz. (Piskói et al. 2002)

A fentiek miatt a termékértékesítés, a cserefolyamat is többszintű.

A régió-, térség vagy település mint termék megjelenési formája a róla alkotott kép, **imázs**, amely maga is része, alkotóeleme a terméknek. Ennek a képnek a mentén alakítják ki különböző célcsoportok a térhez való viszonyukat.

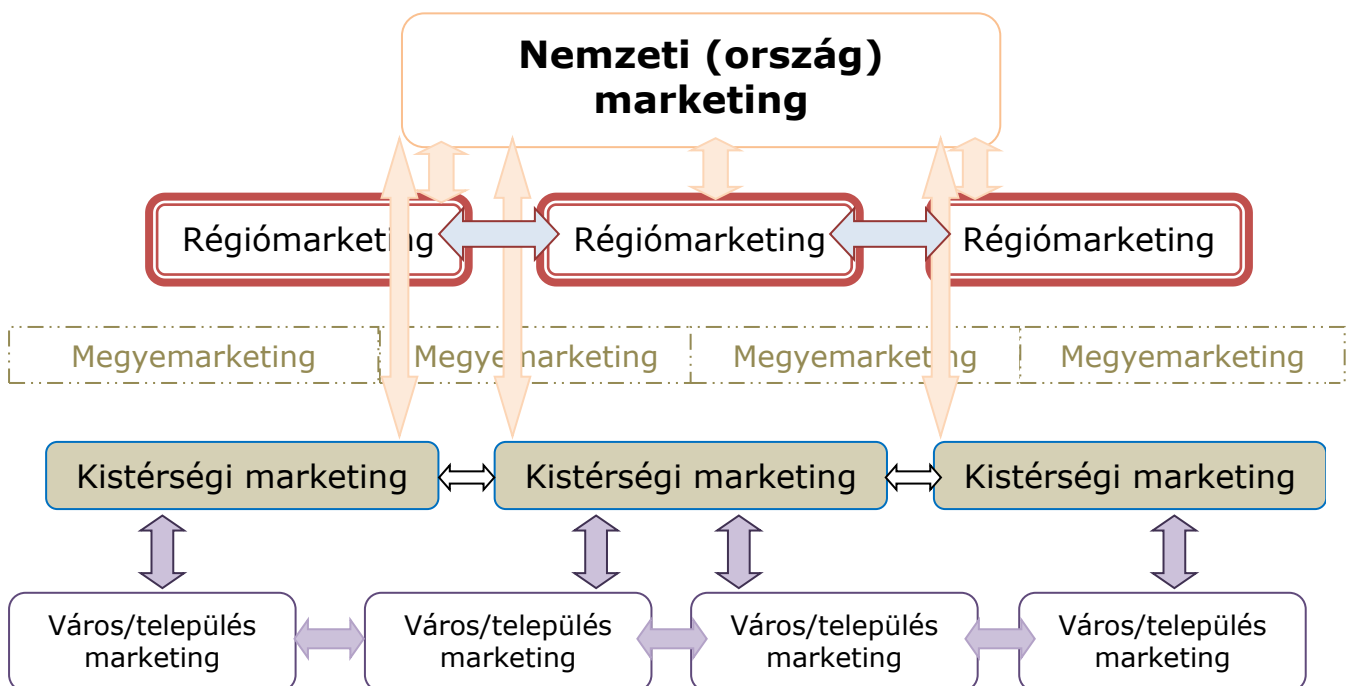
A versenyképességet növelő tényezők egy része helyspecifikus, az adott térségben vagy településen fellelhető tényező vagy tulajdonság. A gyorsan módosuló/módosítható tényezők hirtelen,



gyors fellendülést indíthatnak el, de ugyanilyen gyorsan stagnáláshoz vagy hanyatláshoz is vezethetnek, mert a gyorsan áttelepíthető beruházásoknak kedveznek (adókedvezmények, olcsó munkaerő stb.). Tartós fejlődést, mélyreható változást a nehezen módosítható tényezők eredményeznek, azok, amelyek kialakulásához hosszabb időre van szükség (tudás, készségek elsajátítása, szokások, értékrendek változása).

A fenti sajátosságokból következik, hogy a térségek marketing szempontú fejlesztése a hosszú távú eredmény elérése érdekében meglehetősen költséges, időigényes tevékenység: az érintett érdekcsoportok nagy száma és a termék összetett volta miatt, és a marketingeszközök által elért előnyök, eredmények nehezen realizálhatóak.

II.2. A térségi marketing szintjei



II.3. A térségi marketing programok célja, szereplői

II.3.1. A térségi marketing lehetséges céljai:

- jövőkép kialakítása, formálása
- egyedi arculat megteremtése
- a meglévő programok közötti harmónia megteremtése
- meglévő célcsoportok megtartása
- új célcsoportok megnyerése
- ismertségi fok növelése
- imázs javítása
- a település árbevételének növelése
- gazdaságélénkítés, a terület piacképességének fokozása
- stb.

A régió és településmarketing nem más, mint a piacorientáció sajátos megjelenítése a települések működésében. Ez azt jelenti, hogy a hatóságok, intézmények úgy alakítják ki terméküket (oktatásszervezés, lakossági ügyintézés, közüzemi szolgáltatások, helyi adók, szociális juttatások, beruházások, építkezések, stb.), hogy a „felhasználók” (polgárok, vállalkozói rétegek, turisták, befektetők, stb.) igényeinek, elvárásainak megfeleljenek. (Piskóti et al 2002)

A regionális marketingstratégiák kidolgozása és gyakorlatba ültetése még nem vezet fejlesztéshez, azonban katalizátor szerepe van, és hatékonyabbá teszi a fejlesztés folyamatát. A marketing egy fejlesztési eszköz, amelynek célja az egységesítés és koordinálás. Egységes arculat, imázs formájában megjeleníti, pozicionálja, kommunikálja az adott régiót, a települést. Egy vezetési, működési szemléletet és egy konkrét tervezési és működtetési eszközrendszert jelent. A legszükségesebb az önkormányzatok, a civil szervezetek, a gazdasági szereplők, a település polgárainak érdekeltsége, aktivitása, együtt-működése és folyamatos kommunikációja. Egy megfelelő attitűdre, látásmódra van szükség a hatékony munka érdekében.



II.3.1. A térségi együttműködés szereplői

- gazdasági szereplők (vállalkozói szféra)
- önkormányzatok, intézmények
- lakosság
- civil szervezetek (non-profit intézmények, önkéntes szerveződések)

A térségi marketing egyik sajátossága, hogy a szereplők egy része a vevői (célcsoporti) és az eladói (megvalósítói) oldalon egyaránt szerepel: a lakosság, a vállalkozói- és civil szféra szervezetei, a turisták nemcsak célcsoportjai a tevékenységnek, hanem - mint az előző fejezetben látható volt - formálói is).

A településmarketing megfelelő fejlődéséhez szereplőket tekintve a következő tényezőkre van szükség:

- nyílt és folyamatos kommunikáció a szereplők között
- más településekkel való kapcsolatok kiépítése
- kooperáció a tervezési és végrehajtási folyamatokban

1. Vállalkozói szféra

A vállalkozások hosszútávon kiszámítható, korrekt vállalkozói környezetre számítanak, cserébe munkahelyteremtéssel járulnak hozzá a térség lakosságmegtartó-képességéhez.

Az önkormányzatnak törekednie kell a már ott működő vállalatok további fejlődésének elősegítésére, a kisvállalkozások beindulásának támogatására és új cégek „helyhez kötésére”.

A létrejövő vállalkozások nem véletlenszerűen, hanem bizonyos érdekviszonyok szerint választják ki a letelepedésre megfelelő helyet.

A költségek (pl. helyi adó), az aktuális piac, az infrastruktúra (szállítási feltételek), az értékesítési lehetőségek mind szerepet játszanak a döntések meghozatalában.

Egy vállalkozás létrehozásának nem csak gazdasági következményei lehetnek, hanem kihat a helyi társadalomra is. A foglalkoztatottság kérdése, a munkaerőképzés, az életszokások és



mentalitás alakításának kérdése mind felmerül egy új vállalkozás létrehozásának esetén.

2. **Önkormányzatok, intézmények**

A területi marketing tevékenység akkor működhet hatékonyan, ha egy szereplő felvállalja a központi irányítás feladatát. Több érv is amellett szól, hogy pozíciójuknál fogva az önkormányzatok bizonyulnak a legalkalmasabbnak a marketing tevékenység irányításában: sokrétű és rendszerezett információkkal rendelkeznek, képesek átlátni és kezelni a települést, mint egy egészet.

Az önkormányzatok befolyása széleskörű: az önkormányzati szolgáltatások, fejlesztési tervek, fejlesztések, adók, az egyes kedvezmények mind meghatározzák a település „eladhatóságát”.

Az önkormányzat szerepe a stratégia megalkotásában, a település egységes arculatának a kidolgozásában, a célok, feladatok, érdekek koordinálásában és összehangolásában nyilvánul meg.

Pénzügyi feladata a központi erőforrás-elosztásban való aktív fellépés: az önkormányzatoknak lobbitevékenységük révén el kell érniük minél több állami fejlesztési forrásnak a térségbe irányítását, a központi költségvetésből finanszírozott beruházások megvalósítását.

A települési önkormányzatok elsődleges célja azonban a település, mint rendszer megfelelő működtetése. Szervezetét, létszámát, felépítésének lényegét külső tényező, az állam határozza meg, ezért működési, fejlesztési korlátai jelentősek. Valójában egy funkcionális elvek alapján kiépített bürokratikus szervezet, amelyben fontos szerepet tölt be a formalizáltság és stabilitás. A sztenderdizáltság számos hátránnyal jár az önkormányzatok számára: rugalmatlansághoz vezet, a változások kevésbé lesznek követhetőek, a reakcióidő megnyúlik.

Az egyes települések közötti versengés, a beruházók és turisták vonzása egyre jobban felértékeli az önkormányzatok marketingtevékenységét.



A településmarketing feladatok ellátásának lehetséges rendszerei

- a marketingtevékenységet a település vezetősége látja el szakértők bevonásával
- a településfejlesztéssel foglalkozó egység mellé rendelt funkcióként működik a marketingtevékenység
- Egy stratégiai tervezési csoport látja el
- Önálló marketing szervezet felel a település marketing-tevékenységéért, ez közvetlenül a polgármesteri szint alatt kialakított marketing osztály

Az önkormányzatoknak a település marketingtevékenységében való szerepvállalását illetően a legnagyobb veszélyt az jelenti, hogy ezek nem szakmai szervezetek, hanem politikai testületek, amelyek tevékenységét korlátozhatják időben a választási ciklusok, ideológiai síkon a pártstratégiák, és célcsoport-választásban pedig a támogatottság jelenthet akadályt a hosszabb távú tervek kivitelezésében. (Garamhegyi-Révész 2000)

3. Lakosság, civil szféra

Törekedni kell a helyi népesség elégedettségének a fokozására és a település szempontjából hasznot hozó lakossági csoportok vonzására, biztosítani kell a helyi lakosság életszínvonalának és otthon-érzetének az emelkedését. Ez azonban különböző korosztályok számára is mást és mást jelent: a fiatalok tanulási és szórakozási lehetőségeket várnak, a felnőtt lakosság munkalehetőséget, az idősebb korosztály nyugalmat, fizikai és szociális biztonságot. A foglalkoztatás szempontjából inaktív lakosság inkább az imázs-alakításban tud részt venni, míg az aktív, jövedelemmel rendelkező népesség az adófizetésen keresztül anyagilag is hozzájárul a település életéhez. Ebbe a célcsoportba lehet sorolni a potenciális betelepülőket is, hiszen lakhelyválasztási



döntésükben ugyanazok a tényezők játszanak szerepet, mint a már ott lakók közérzetében.

A *civil szervezeteket* a már felsorolt célcsoportok tagjai alkotják. Az együttműködő környezet megteremtésével nagymértékben kihasználható ezeknek a szervezeteknek imázsformáló hatása, a településen, térségen, régión kívüli kapcsolataik.

II.4 . A térségi marketingstratégiák jellemzői

A marketingstratégia keresése, meghatározása a régiók, városok esetében is azért fontos, hogy megtaláljuk azt a szakmai, logikai rendezőelvet, melyre építhetők a konkrét eszközök alkalmazásai. Amennyiben nem rendelkezünk stratégiával, fennáll annak a veszélye, hogy a kitűzött célok elérése megghiúsul, mert a marketing eszközök összeválogatásában nem érvényesül a szakmai következetesség, összhang, mely alapján elkerülhető lenne az ún. *centrifugális marketing*, amikor az alkalmazott elemek egymásnak ellentmondanak, és semlegesítik egymás pozitív hatását.

Az egymásnak hatásában ellentmondó eszközök bevetése eltávolít célunktól, illetve olyan akadályok, feladatok merülnek fel, melyek leküzdése szinte lehetetlen.

Esetünkben a 21 település stratégiájának kialakításánál kiemelten fontos, hogy ne jöjjön létre a „kannibalizmus”, azaz a települések ne egymás elől szívják ál a lehetséges forrásokat, turisztikai attrakciókat, hanem a települések egyes erősségeit a közös imázs erősítésére kell felhasználni.

Az időtényezőt is figyelembe kell venni, azaz pl. ne szervezzünk 2 hasonló témájú rendezvényt egyazon időpontban 2 településen, hanem a folyamatosságot biztosítsuk!

A térségi marketing folyamata

- Helyzetelemzés
- A fejlesztési filozófia, célok meghatározása
- A végrehajtás, a megfelelő eszközök kiválasztása



- Ellenőrzés

II.4.1 A stratégiai tervezési területek

A stratégiai tervezési területek azon témák kiválasztását jelenti, melyre önállóan kezelhető, megvalósítható stratégiákat, programokat alakítunk ki. Az elkülönítés történhet

- **funkciók** (pl. gazdaságfejlesztés, közlekedés, turizmus, stb.),
- **célcsoportok** (befektetők, helyi vállalkozások, turisták, lakosság vagy azon belüli rész-szegmensek alapján pl. pályakezdők, fiatal házaspárok, aktív nyugdíjasok stb.),
- **földrajzi területi egységek, régiók alapján** (pl. szomszédos országokkal folytatandó kereskedelem fejlesztése, a holland turisták speciális igényeinek kielégítése, dunántúli megyék lakosságának turisztikai vonzása, a fővárosi médiáknál a térségi imázs pozitívabbá tétele stb.)
- **technológiák szerint**, mely a térség, a város által használt, működtetett eljárások vonatkozásában jelentkezhet (pl. környezetkímélő termelési technológiák preferálása, az intelligens város koncepció szerinti város-menedzsment kialakításának támogatása, stb.) (Piskóti 2012)

Az adott követendő stratégia típus választása természetesen nagymértékben függ a rendelkezésre álló forrásoktól, de sokszor az innovativitás, a kreativitás is sokat segíthet a pénzügyi lehetőségek korlátjának átlépésében.

Esetünkben a stratégia tervezés területe már kiválasztásra került területi szempontok alapján a 21 Duna menti település formájában.

Regionális stratégiák csoportosítása az időtényező alapján:

Az időstratégia klasszikusan nem mást jelent, mint hogy mikorra időzítjük az új termékkel az új piacra történő belépést, illetve



mikorra tervezzük a piac elhagyását. Összefoglalva nem másról van szó, mint a döntések, lépések időzítéséről, a kellő időben a kellő helyen történő jelenlétről. Az időstratégia az egyes stratégiai területeken értelmezhető elsősorban, mint például egy turisztikai attrakció létrehozása, egy egyedülálló program megrendezése vonatkozásában. Az időstratégiai tényezők a régió, illetve település megítélésében, versenyképességének alakításában a konkrét "termék, kínálat, illetve kommunikációs akció szintjéről fejtik ki hatásukat.

Stratégiai alternatívák:

- **Úttörő, vezető stratégia:** az adott régióban elsőként új megoldásokat, szolgáltatást, programot, kedvezményt stb. vezetünk be, s ezzel kiépítünk csak ránk jellemző sajátosságot, versenyelőnyt.

A vezető pozíció megőrzése pl. egy rendezvény, kiállítás, konferencia rendszeres megtartása, legvonzóbb szolgáltatási kínálat biztosítása hosszabb távon hozzájárul a sikerhez.

- **Korai követő stratégia:** a saját ötletek, programok stb. kialakításában a versenytárs nemkívánatos módon megelőzött bennünket, (pl. borturizmus terén borút kialakítása), de még az elsők között jelentünk meg. Az esetek egy részében sikerülhet a lemaradást javunkra fordítani, egy jobb, sikeresebb megoldással a vezető szerepet átvenni. A követő szerep lehet tudatos is, ha arra törekszünk, hogy az innováció kockázatát, az új ötlet bevezetésének, elfogadtatásának költségeit más viselje, s a saját megoldásunkkal már egy megteremtett fogadóközegeben jelenjünk meg. Veszélye, hogy az első belépő imázselőnye csak akkor vehető át, ha annak megoldása minőségi vagy más okokra visszavezethetően megbukik, visszautasításra kerül.

- **Kései követő stratégia:** a már biztos megoldások átvételére épít, világosan látható piaci, keresleti feltételekkel, alacsony "fejlesztési" költségek és bizonytalanság mellett. Ugyanakkor a lépések hatása már korántsem olyan erős, s nem képes erős,



különösen hatékony versenyelőnyök kiépítésére. Elsősorban a költségelőnyöket kihasználó versenystratégiai szándékokhoz kapcsolódhat sikeresen.

- A kései követő sajátos típusaként megjelenő **részpiaci követő stratégia** egy szegmens(csoport)nál követő jelleggel, de a versenytárs kínálatát, ajánlatát minőségében is továbbfejlesztve, a célcsoporthoz igazítva jelenik meg teljesítményével, az azt kísérő kommunikációjával. (Piskóti 2002)

Magyarországi viszonylatban megállapítható, hogy számos turisztikai attrakciónál már kialakultak az elsőégi viszonyok. Elég a fesztiválok tekintetében a nemzetközi szempontból is nagy vonzáskörzetű Sziget Fesztiválra, a kisebb célcsoportot vonzó, de jól bevezetett Hegyalja Fesztiválra, EFOTT-ra vagy a Szegedi Ifjúsági Napok fesztiválra gondolnunk. Hasonló kialakult rangsorról beszélhetünk a borvidékek, gyógyfürdők, stb. területén.

Mindezekből következik, hogy a 21 településünk tekintetében a már kialakult desztinációkkal összehasonlítva csak korai/késői követő stratégia közül választhatunk, tehát célszerű a piaci rések felkutatása és azokra egy egyedi termék- ill. szolgáltatáscsoport kifejlesztése. Szükséges a településeket versenyelőnyeik alapján differenciálni, és ezek összehangolása folytán egy komplex térségi stratégiát kialakítani.

Az önkormányzatok minden térségben versenyeznek az erőforrásokért, új vállalatok, lakosok letelepedésért, de marketing szempontból a közös cél elérése érdekében a településeket nem szabad egymás versenytársaiként kezelni. A régiók közötti versenyben a települések között fontos egyfajta *kooperációs* marketingstratégia kialakítása: a versenytársak adott területen történő együttműködése, a stratégiai szövetség megkötése, a települések kooperációs kapcsolatának kialakítása a térség fejlesztése érdekében.



III. A célterület jellemzése

A Duna Összeköt Helyi Közösség területi hatálya alá tartozó települések elhelyezkedése igen sajátos, hiszen a 21 településből 8, nemcsak más megyéhez, hanem más régióhoz is tartozik. Területe: 80 574 ha. Lakossága: 36275 fő (Helyi vidékfejlesztési Stratégia)

Dél-Dunántúli régió:

Bikács, Bölcse, Dunaföldvár, Dunaszentgyörgy, Gerjen, Györköny, Kajdacs, Madocsa, Nagydorog, Németkér, Pálfa, Pusztahencse, Sárszentlőrinc

Dél-Alföldi régió:

Bátya, Drágszél, Dunaszentbenedek, Géderlak, Foktő, Miske, Ordas, Uszód

III.1. A térség általános jellemzői

A *paksi kistérség*hez tartozó 13 település Tolna Megye és a Dél-Dunántúli Régió ÉK-i sarkában, a Duna mentén a Dél-Mezőföldön és a Tolnai Hegyhát keleti részén helyezkedik el. A *kalocsai kistérség*hez tartozó 8 település Bács-Kiskun megye nyugati részén, a Duna mentén találhatóak.

A *paksi kistérség* területe 757 km², lakosságszáma megközelíti az 50 ezer főt. Jogállás szerint a 14 településből 2 város, 12 pedig község. Keletről a Kalocsai a szomszédos kistérség, köztük természetes határt képez a Duna. Északról a Fejér megyei Dunaújvárosi, nyugatról a Tamási, délről pedig a Szekszárdi kistérség határolja.

Területfejlesztési szempontból nem tartozik a hátrányos helyzetű, azaz kedvezményezett kistérségek közé, de jelentős egyenlőtlenségi problémák fedezhetőek fel a nyugati és a keleti térségben, illetve város-falu viszonylatban.

A *kalocsai kistérség* területe 1.029,13 négyzetkilométer. A kistérség állandó lakóinak száma kb. 55.000 fő. A kalocsai kistérség a Dél-alföldi régióban, Bács-Kiskun megye nyugati részén helyezkedik el. A kistérség természetes határát nyugatról a Duna képezi, északról a kunszentmiklósi, keletről a kiskőrösi, dél-keletről a jánoshalmi, míg délről a bajai kistérséggel szomszédos. A kistérség településszerkezetét tekintve 3 város, 2 nagyközség és 15 község található területén. A térség központi települése Kalocsa.

A Duna-menti települések térségi arculata területenként nagy eltérést mutat: a Paks környékén lévő, a Duna nyugati oldalán fekvő települések gazdaságilag erős, jó infrastrukturális és szervezeti-intézményi háttérrel rendelkeznek. Viszont a Tolna megyei területeken magas a munkanélküliségi ráta, alacsony a működő vállalkozások száma, elmaradott az infrastrukturális ellátottság.

A Duna keleti oldalán fekvő Bács-kiskun megyei településekre szintén jellemző a magas munkanélküliség és a termelő vállalkozások hiánya, viszont az infrastrukturális ill. szervezeti-intézményi háttér kiépített.

A térség nyugati felén helyezkedik el **Paks**, amely nem része a célterülethez tartozó 21 településnek, de szignifikáns befolyásoló hatása van a térségre a munkaerő-vonzás, közlekedés, gazdasági intézkedések tekintetében is. Paks modern ipari státuszt képvisel, gazdaságában meghatározó a *paksi atomerőmű* jelenléte. A keleti rész ezért ipari túlsúllyal küzd, de a nyugati részen a mezőgazdaság dominanciája miatt jelentős a gazdasági egyensúlytalanság.

A települések között **Dunaföldvár** az egyetlen város, mely a térség nyugati felén helyezkedik el, fekvése folytán jó adottságokkal rendelkező Duna menti kisváros, hídjával az egyik összekötő kapocs a Dunántúl és az Alföld között.

A térség településszerkezetében több nagyobb község közvetlen a Duna két partján található (Dunaszentgyörgy, Bölcske, Madocsa



illetve Bátya, Miske). A Dunától távolabb eső, elmaradottabb nyugati rész egyetlen nagyobb települése Nagydorog, melynek alközponti szerepe van, városi jellegű szolgáltatásokkal is rendelkezik, azonban alapvetően mezőgazdasági jellegű település. Aprófalú nincs a térségben, kistelepülés is csak három, Bikács a Tolna megyei, míg Ordas és Drágszél a Bács-Kiskun megyei területen helyezkedik el.

III.2. A térség környezeti állapota

A célterület az alföldi nagytájhoz, ezen belül két középtájhoz (Mezőföld, Csepel-Mohácsi-síkság) tartozik. Jelentős része síkság, a Duna mentén, a Sárvíz és a Sió között elhelyezkedő Mezőföld része. Nyugati területei érintik a Tolnai Hegyhát dombjait.

A Duna menti területeken magas a természet közeli élőhelyek száma, valamint több védett terület is található, ami lehetőséget adhat a természetvédelemhez (ökoturiztika) kapcsolódó hasznosítási módok alkalmazására. A térség nagy részén jónak mondható a talaj termőképessége, amit intenzív növénytermesztéssel hasznosítanak. A kalocsai térség településeinek meghatározó még a zöltség (főként fűszerpaprika és foghagyma) termesztése is. A Duna menti területek meghatározó tájtípusa a folyó menti hullámtér öntésföldekkel, liget- és láperdő maradványokkal, így arculatát a Duna közelsége, valamint az agrártájba ágyazott, viszonylag nagyfelületű természetvédelmi területek határozzák meg. A kistérség természeti értékeinek mozaikszerű elhelyezkedését a korábbi (bel)vízrendezések, illetve a mezőgazdaság által használt területek bővülése eredményezte.

A természeti értékek közül érdemes megemlíteni a kistápi *Ökör-hegyet*, ahol több hektár összefüggő árvalányhajat találunk, vagy a *madocsai százéves szlavón tölgyest*.

Vízgazdálkodás



A terület meghatározó felszíni vize a Duna, emellett a nyugati területen jelentős még a Sió és Sárvíz, a keleti részen a Dunavölgyi-főcsatorna, Vajas patak, a Csorna-Foktői csatorna és számos kisebb csatorna, amely behálózza az egész kalocsai térséget, amelyek lehetővé teszik a hagyományos öntözőkultúrára épülő zöldségtermesztés fejlesztését. A Duna vízminőségére a tolna megyei szakaszon a viszonylag alacsony szerves anyag tartalom és a kedvező oldott oxigén mennyiség jellemző. A Paksi Atomerőmű Zrt. tevékenysége során jelentős mennyiségű ipari vízigényét felszíni vízkivétele formájában a Dunából biztosítja. Hűtővizének visszavezetésével káros szennyezést nem okoz, hatása a víz minőségére, az élővilágra alacsony vízállás mellett is elhanyagolható.

Növekvő gond a holtágak feliszapolódása, ami rehabilitációjukat teszi szükségessé. A Duna-völgyi főcsatorna és az egyéb belvízlevezető csatornák műtárgyainak és hídjainak állapota felújítást igényel. Ezek a vízvisszatartás szabályozásán túl a közlekedési viszonyok javítását is szolgálják. Kiemelendő veszélyforrás, hogy a kistérség számos területe a Duna mértékadó vízszintje alá esik, s az utóbbi évtizedekben számos településen a vízelvezetés megtervezése nélkül beépítették a mély fekvésű területeket.

A települések többségén problémát okoz a vízhálózat bővítésétől teljesen lemaradó *csatornázottság*.

Fejlesztési szempontból a legfontosabb ökológiai célkitűzés a természetvédelmi és a (mező)gazdasági/idegenforgalmi érdekek összehangolása: az ütköző nézőpontokat feloldó kompromisszum lehet a korlátozottan látogatható védett területeken tanösvények és kiállítóhelyek kiépítése, a szakmai- és ökoturizmus fejlesztése.

A természetvédelem és a mezőgazdaság fenntartható fejlődését együttesen elősegítheti a hagyományos gazdálkodási formák fenntartása, illetve visszahonosítása a sérülékeny területeken, amely fontos eleme az ország Európa Unió agrár-felzárkózási programjának is. A családi gazdaságok kiépülése a



munkanélküliségi mutatókra is pozitív hatással lehet a rendelkezésre álló szabad munkaerő foglalkoztatásával.

A védett területek ökoszisztémáinak összekapcsolását szolgálja a "Zöldfolyosó Hálózatok" megjelölése, amelyek közül a Duna-völgy mélyártéri folyosója, a szikes tavak, a pusztai területek és a Duna-völgyi főcsatorna környéki őrzeges mocsarak folyosója érinti a kistérséget.

A térség gazdag *termálvizekben*, ezt azonban csak Dunaföldváron hasznosítják.

Hulladék-gazdálkodás

A *hulladék-gazdálkodást* tekintve főként az egyes települések és a körzetükben működő vállalkozások jelentenek hulladék-kibocsátási pontokat. Ipari tevékenységek nem jellemzőek nagy számban, főleg a fémfeldolgozás, fémmegmunkálás a jellemző, a nehézipari tevékenységek visszaszorulása miatt az akcióterületen a mezőgazdasági tevékenységből, a közúti közlekedésből származó por és pollen légszennyező hatásával kell leginkább számolni.

A szennyvízcsatorna-hálózat több településen nem épült ki. A Duna mentén kevés településen (Drágszél, Miske, Bátya), míg a térség nyugati fejletlenebb felén több településen nem megoldott a szennyvízkezelés. Ezeken a területeken szikkasztók szennyezik a talajvizet.

A kistérség *levegőminőségére* a jelentős közúti forgalommal érintett településrészekén a közlekedés gyakorol leginkább hatást, így pl. Dunaföldváron az 52-es, 6-os utak, Dunaszentgyörgynél a 6-os út, Nagydorog és Bikács esetében pedig a 63-as út.

A kommunális hulladék összegyűjtése és elszállítása a térség településein megoldott. Az ipari létesítmények alacsony száma miatt jelentős veszélyes hulladékképző forrás nincs. Legfőbb szennyező forrást a mezőgazdasági termelő üzemek jelentenek (gépműhelyekben a kenőanyagok, valamint a mezőgazdasági



növényvédelemi tevékenységből származó növényvédő szerek, csomagolási eszközeik, az elhullott állati tetemek).

III.3. A térség demográfiai helyzete

A területi részesedésnél alacsonyabb népességarányból adódóan a térség *népsűrűsége* (Dél-Dunántúl 66 fő/km², Dél-Alföld 72 fő/km²) jelentősen elmarad az országos átlagtól (107 fő/km²). A 7 Magyarországi statisztikai-tervezési régió közül ebben a 2 régióban a legalacsonyabbak az adatok. (KSH Területi statisztikai tükör 2012/6)

Az országos adatokkal összhangban a születésszám csökkenésével párhuzamosan romló halandóság következtében a célterületen is gyorsult a népesség *természetes fogyása*: minden településen folyamatosan csökken a lakosság száma.

Az állandó népesség többségét nők alkotják (51%), a férfiak részaránya kisebb (49%). A nő-férfi arányt életkori megbontásban vizsgálva azonban kitűnik, hogy az idős lakosságban (65 év felett) sokkal nagyobb a nők aránya (65%).

A kormegoszlásban a gyermekkorúak aránya folyamatosan csökken, az *öregedési index* alapján Drágszél, Ordas, Dunaszentbenedek, Géderlak a leginkább öregedő település, alacsony indexű, tehát fiatalodó településeknek számítanak Dunaszentgyörgy és Nagydorog. A kisebb lélekszámú településeknél magasabb ez a mutató a migrációs veszteségek miatt, ami főként a hiányos munkalehetőségekből adódik, mivel a népesség nagy része csak környező városokban, esetleg más régióban talál megélhetést, így sok község csak „alvóváros” funkciót tölt be.

A 2 kistérségre általánosan jellemző az alacsony jövedelmezőség, a gyenge népességmegtartó képesség.



Az 1990-es évek közepétől figyelhető meg ebben a régióban is a *szuburbanizáció* erősödése, amelynek lényege, hogy a nagyobb városokhoz (Kalocsa, Paks) közelebb eső települések lélekszáma folyamatosan növekszik az általánosan jellemző népességfogyással szemben.

III.4. Gazdasági környezet: a térség helyzete a vállalkozások szempontjából

A célterületet is sújtotta a rendszerváltás folyamata: megszűntek, átalakultak a mezőgazdasági szervezetek, több gyáregységet bezártak, a korábbi üzemek jelentősen karcsúsodtak. A változások után egyes, nagy hagyományokkal rendelkező tevékenységek fennmaradtak, számos régi-új vállalkozás alakult.

Az elmúlt években nőtt ugyan a vállalkozások száma, ezek többsége azonban kényszervállalkozás. A működő vállalkozásoknak csak egyhatoda társas vállalkozás, ezeknek is kétharmada mikrovállalkozás, 10 fő alatti statisztikai létszámmal. Az 50 fősnél nagyobb cégek hányada mindössze 3,8 százalék. A mezőgazdasági vállalkozások túlsúlyban vannak (56%), a leginkább munkanélküliséggel sújtott területen legmagasabb az arányuk (Sárszentlőrinc 80%, Drágszél 78%).

A térség gazdasági életét alapvetően az atomerőmű, kapcsolódó intézményei és a köré szerveződött szolgáltatói kör alakítja, másrészt az intenzív termelésű, főként gabonára alapozott mezőgazdaság képvisel jelentős szerepet.

A Paksi Atomerőmű szerepe társadalmi-, gazdasági szempontból is kiemelkedő. Az atomerőmű jelenléte kedvező helyzetet teremtett ahhoz, hogy Pakson és környékén (a Duna mentén) különböző *szolgáltató cégek* jöjjenek létre, illetve hogy a *külföldi tőke* is megjelenjen a térségben. A körzet gazdaságának másik erőssége a Dunántúlt az Alfölddel összekötő *dunaföldvári Duna-híd*, amelyen keresztül jelentős tranzitforgalom bonyolódik. Ugyanakkor a kistérség mezőgazdasági adottságai változatosak, sajnos a kedvezőtlen gazdálkodási adottságok a más szempontból is



kedvezőtlenebb adottságú területre, jellemzően a Dunaföldvár-Paks tengelytől távol eső településekre jellemző leginkább. A térség gazdasági arculata ezért kettősséget mutat. Paks és környezete gazdaságilag erős, jó infrastrukturális és szervezeti-intézményi háttérrel rendelkezik, jó terepet biztosítva új vállalkozások indításához, illetve külföldi tőkeberuházásokhoz. A térségben működő kis- és középvállalkozások legtöbbje az erőműhöz közvetlenül kapcsolódó beszállító cég, melyek nagy része kizárólag az erőművel áll üzleti kapcsolatban. Az atomerőmű gazdasági dominanciája az egész Dél-Dunántúli régió indexeiben megmutatkozik, a gazdasági mutatókra aránytalanul pozitív hatással van: a hátrányos helyzetű települések általa viszonylagosan jobb besorolás alá kerülnek, ami nem tükrözi a valóságot a térség egészére vonatkoztatva. A térség Pakstól távolabb eső területeinek települései azonban jelentősen eltérő, az ország stagnáló térségeihez hasonló problémákkal küzdenek.

Ipari Park a térségben Dunaföldváron található.

Mezőgazdasági szempontból a térség területhasználatára a *szántó* művelési ág dominanciája jellemző (61%), míg a kert, gyümölcsös aránya csupán 1%. A térség területén eltérő, sokféle talajtípus található, a birtokstruktúra elaprózott, az eszköz-ellátottság alacsony fokú. Nagymértékű a felvásárlói monopóliumból fakadó általános termelői kiszolgáltatottság és alacsony a termékek feldolgozottsági szintje, ebből következően alacsony a jól értékesíthető, munkaigényes mezőgazdasági termények aránya. Az egyoldalú termelési szerkezetből (gabonanövények túlsúlya) adódóan a termőterületek fizikai állapota, termőképessége helyenként leromlott, gyenge. A Duna keleti oldalán kiemelhető a fűszerpaprika, fokhagyma és egyéb zöldségfélék termesztése. A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. az ország fűszerpaprika termelésének 40%-át állítja elő. A piachoz igazodó termelési kapacitás teljes kitöltéséhez szükséges alapanyag csupán 1/3-át termelik a térség termelői. Az ugyancsak kézimunka-igényes fokhagymát feldolgozatlanul szállítják piacra.



A termelőkre jellemző a piaci, gazdasági információk hiánya, általános tájékozatlanság az EU-s követelményeket illetően. Az állattenyésztési ágazat elsorvad, ill. beszűkült a térségben. A feldolgozóipar hiánya jelentős.

A termelő ágazaton belül a mezőgazdasági vállalkozások aránya igen jelentős 86%, míg az ipari vállalkozások aránya 6,3 %, az építőipari pedig 7,7%. A szolgáltatást végzők vállalkozások nagy része 26,7 %-a kereskedelmi tevékenységgel foglalkozik.

Az alapvető *szolgáltatások* zöme a célterülethez nem tartozó, de térségi szerepet betöltő két városban, Pakson és Kalocsán, valamint Dunaföldváron érhető el. A többi településen az egyéni vállalkozók döntő részére a kereskedelem és vendéglátás (főként italbolt, presszó, büfé) a jellemző. A rendszerváltás előtt a falvakban is jelenlévő kis szolgáltatók (órás, elektromos gépszerelő, cipész, fényképész, ruhatisztító, szabó, stb.) megszűntették tevékenységüket a kereslet és jövedelmezőség visszaesése miatt, így ma a kistelepülések lakói ezeket a szolgáltatásokat csak többletidőt, többletköltséget jelentő utazással vehetik igénybe a városokban.

A kistérségre jellemző kettősség, a keleti és nyugati részek eltérő fejlettségi szintje a szolgáltatások színvonalában is megmutatkozik. Míg a Duna mentén gazdagabb áruválasztékkal jelen van a szolgáltató szektor minden formája, addig a fejletlenebb nyugati településeken szinte csak a szegényes árukészletű vegyesboltok találhatók meg.

A térségben egy *szálloda* működik Bikácson (Zichy Park Hotel), mely 4 csillagos besorolású, a többi kereskedelmi szálláshely alacsonyabb kategóriájú. Dunaföldváron 4, míg Németskén 1 panzió üzemel. Magánszálláshelyek főként Györkönyben, Bölcskén és Dunaföldváron kerültek kialakításra. A térségben az idegenforgalmi vonzerőt jelentő kulturális, természeti és gasztronómiai értékek egyaránt fellelhetők. Több településén foglalkoznak napjainkban is szőlőtermesztéssel, ill. borkészítéssel.



Györköny és Bölcske tagjai a Tolnai Borútnak, pincészeteik országosan is ismertek.

A *népi kismesterségeket, kézművességet* tekintve a térségben működik több népművész: fazekas, fafaragó, szőnyegszövő és bútorfestő. Kalocsa térségében egy-egy településen *kézi- és gépi hímzők* tevékenykednek, sokan a korábbi Háziipari Szövetkezet utóműhelyeként.

A komplex marketing tevékenység és együttműködés hiánya miatt ezek a kézműves vállalkozások kiszolgáltatottak a kereskedőknek, akik a haszon nagy részét nem továbbítják feléjük.

III.5. A térség infrastrukturális adottságai

A kistérség vonalas infrastruktúra-ellátottsága a régió összes többi kistérségéhez hasonlóan nem kielégítő. Legfontosabb közúti tengelye a 2010 tavaszán átadott M6-os autópálya, és a 6-os főút, amely a Dunával párhuzamosan halad át észak-déli irányban. Települési szinten a térség belső közlekedése főként alsóbbrendű utakon valósul meg, ezek minősége nem megfelelő, vagy rossz besorolású. Az önkormányzati tulajdonú utak fenntartására fordított összeg alacsony (megyei és regionális összehasonlításban is). Helyi közlekedéssel csak a városok rendelkeznek, a helyközi közlekedést a Volán valósítja meg, a buszok minden településre eljutnak, bár utazási sebességük és a járatok gyakorisága nem kielégítő. Mindezek eredményezik, hogy a települések elérhetőségi mutatói jelentősen elmaradnak a kívánatostól, az átlagos haladási sebesség lassú.

A településszerkezetből adódó hátrányokat célzott infrastrukturális fejlesztések megvalósításával lehetne leküzdeni.

Nem kedvezőbb a térség vasúti közlekedése sem. A Sióval párhuzamosan fut a nagy forgalmú Sárbogárd-Bátaszék (nem villamosított) fővonal, amely a térség nyugati peremén halad keresztül. Egyéb vasútvonal csak Dunaföldvárt és Paksot érinti, ez összeköti a két várost a Sárbogárd-Dunaújváros közötti fővonallal.



A Duna keleti oldalán fekvő településeken nincs vasúti közlekedés. A térségnek nincs lehetősége közvetlenül bekapcsolódni a nemzetközi vasúti forgalomba. A térség kiemelkedő közlekedési lehetősége a Duna közlekedési célú hasznosítása. A Dunának leginkább a nemzetközi közlekedésben van szerepe, a térség azonban nem rendelkezik nemzetközi hajókikötővel. A Dunán való átkelést a dunaföldvári hídon kívül két komp is segíti: Gerjenben és Pakson.

A térségnek nincs saját légikikötője, Miskén található repülőtér, amely azonban nem működik.

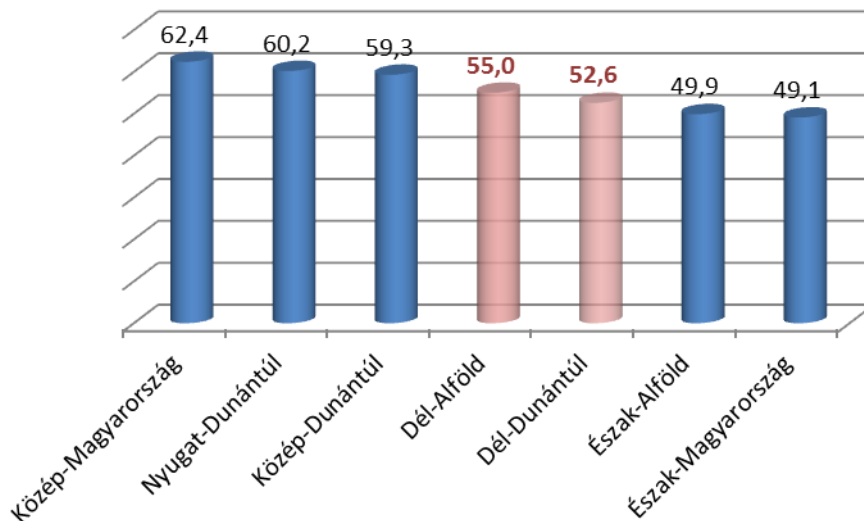
A térség vezetékes vízzel való ellátottsága az országos átlagnak megfelelően magas, közel 100 %-os. A vezetékes földgáz a térség minden településére eljutott, a lakások hálózatra való rákötését azonban a lakosság anyagi lehetőségei határozzák meg.

A térség további fejlődésében az eddigieken kívül számolni lehet a Duna forgalmának erősödésével, amely újabb tevékenységek megtelepedését teszi lehetővé. Kikötők építésével, a meglévők felújításával, korszerűsítésével be lehet kapcsolódni a nemzetközi forgalomba is. A kelet-nyugati autópálya közelsége a tranzitforgalom bővülését eredményezi, melynek kiszolgálása – pl. raktározási, átrakási, csomagolási lehetőségek megteremtésével - szintén alkalmat ad újabb vállalkozások indítására.

III.6. A térség foglalkoztatottsági helyzete

A régiók közül a Dél-Alföldön illetve a Dél-Dunántúlon a legnagyobb a mezőgazdaság relatív szerepe a foglalkoztatásban. A célterület munkaerő helyzetében is jelen van az ellentmondásosság. A Duna nyugati felén, Paks vonzáskörzetében szinte minimális a munkanélküliek aránya, míg a községekben ez az arány esetenként eléri a 20%-ot is.

Foglalkoztatási ráta az egyes régiókban, %, 2013 március



Az alacsony foglalkoztatási ráta nemcsak a magas munkanélküliségből fakad, hanem az inaktívak (pl. rokkantsági és öregségi nyugdíjasok) magas arányából is. (KSH foglalkoztatottsági gyorstájékoztató 2013)

A nem kielégítő foglalkoztatási helyzet a rendszerváltás után alakult ki. Közvetlen okai a mezőgazdasági üzemek felbomlása, a termelő-szövetkezetek átalakulása, az állami gazdaságok korai privatizációja, ami a nagyarányú munkaerő-csökkentés mellett számottevő változást hozott a foglalkoztatotti szerkezetben is. Az országban általános probléma ezen a regionális szinten is megvalósult: az újonnan alakult egyéni gazdaságok csak korlátozott mértékben vették át a szövetkezetekben felszabadult munkaerőt. A nagy számban rendelkezésre álló, többnyire képzetlen munkaerőnek a helyi vállalkozások nem tudtak kellő mennyiségű álláslehetőséget biztosítani. Az elhelyezkedést az aluliskolázottság és a nem megfelelő végzettség mellett a korábban kifejtett infrastrukturális okok is nehezítik: a térség közlekedési helyzetből fakadóan nehézkesek, költség- és időigényesek a munkába járás körülményei.

Az utóbbi években a munkanélküliek arányának további növekedése a gazdasági válságra vezethető vissza.

A Paksi Atomerőmű Zrt., a térség fő foglalkoztatója több mint 2500 fő munkavállalóval. Foglalkoztatási szempontból kiemelkedő még a Duna keleti oldalán található szállítmányozás fő tevékenységű Qualitrans Cargo Kft. (100 fő), valamint a györkönyi székhelyű Color Ferr Kft. ill. a Földvári Gumiipari Szövetkezet, melyek átlagosan 70-70 fő statisztikai állományi létszámmal rendelkeznek.

Az „atomerőmű-szindróma”

Az előzőekből megállapítható, hogy a térség gazdaságának minden területére kiterjedő jellegzetessége, amit összefoglalóan atomerőmű-szindrómának neveznek: a mikro-, kis- és középvállalkozói szektor az erőműhöz való közvetlen alvállalkozói kapcsolódás miatt kiszolgáltatott helyzetben van, a térség egészét tekintve pedig a működő vállalkozások térbeli megoszlása egyenlőtlen. Pakson és közvetlen környékén alakult ki egy gazdasági gócpont, amelyben az atomerőmű kiszolgálására kiépült bedolgozói, vállalkozói, szolgáltatói réteg tömörül. Az erőmű vonzáskörzetéből kilépve a gazdaságélénkítő hatás azonban egyre kevésbé érvényesül, így a fizetőképes kereslet is csökken, ami bizonytalan jövőjű, alacsony létszámú vállalkozói szektorral jár együtt.

Mivel a paksi atomerőmű állami vezérlésű vállalat, megállapítható, hogy nincs a térségben jelentős létszámú és fejlesztési beruházásokat megvalósító független vállalkozás (vagy multinacionális vállalat), ami húzóerőként működhetne és pozitív gazdasági nyomást gyakorolhatna a vállalkozói szférára. A közelmúltban kezdődött és hatásait jelenleg is éreztető gazdasági válságra való reagálásként a működő vállalkozások többsége is egyelőre stagnáló-kivárázó pozíciót vett fel a gazdasági döntések tekintetében: tőkehiánytól szenvednek, ezért önerőből nem képesek beruházásokat végrehajtani, gyenge gazdasági mutatóik miatt nem hitelképesek és a vissza nem térítendő támogatásokra sem pályázhatnak. A vállalkozások izoláltak, hiányoznak az együttműködés keretei.



A Társadalmi Ellenőrző és Információs és Területfejlesztési Társulás (TEIT)

A TEIT feladatai, célja

Elsődleges feladata a természetes és mesterséges sugárzás független ellenőrzésének a megszervezése, a mérési eredményekről információ szolgáltatása.

A társulás mindenkori elnöke évente összefoglaló jelentést készít az ellenőrző és tájékoztató tevékenységről, amelyet az atomerőműnek is megküld. Mint az a társulás nevéből is kiderül, munkáját két fő momentum jellemzi. Egyrészt ellenőrzési tevékenységet végez, másrészt szorosan együttműködik az atomerőművel az információk cseréjében. Ez a tevékenység a Kiégett Kazetták Átmeneti Tárolójának a megépítésével és a Radioaktív Hulladékokat Kezelő Kht. (RHK. Kht.) megalakulásával a hulladékkezelés területére is kiterjed. Célja nem az erőművel és a nukleáris iparral való szembehelyezkedés, hanem az őszinte párbeszéd és együttműködés megteremtése és fenntartása, a kölcsönös bizalom továbbépítése, a biztonságos működés feltételeinek a megteremtése.

A TEIT rendszeresen ad ki lakossági tájékoztató anyagokat, amelyeket minden háztartásba eljuttatnak és azon a TEIT működéséről és egy adott időszak fontosabb eseményeiről adnak számot. (TEIT Alapító Okirata)

A TEIT története

A szervezet alapító okiratában (1992) kezdetekben Bács-Kiskun megye részéről hét, Tolna megye részéről hat település önkormányzata fejezte ki együttműködési szándékát, a Paks 9-12 km-es körzetében lévő Kalocsa, Bátya, Dunaszentbenedek,



Dunaszentgyörgy, Fadd, Foktő, Géderlak, Gerjen, Ordas, Pusztahencse, Tengelic, Uszód.

Paks városa éveken keresztül teljes jogú tagja volt a szervezetnek azzal a különbséggel, hogy az erőműhöz kapcsolódó közigazgatási, hatósági rendszere miatt pénzügyeit külön rendezte. 2004.-től viszont rendes tagja lett a TEIT-nek az egységesebb fellépés miatt. Az erőmű körüli 12 km-es körzetben lévő települések lakóinak száma kb. 60.000.

A TEIT működésének eredményei

A TEIT – MVM Paksi Atomerőmű Zrt. együttműködés eredményeként jelentősen megváltozott a települések és az atomerőmű viszonya. A kezdeti félreértések tisztázódtak, az esetleges feszültségek kezelhetővé váltak.

III.7. Társadalmi környezet

A korábban vázolt demográfiai hatások - a népesség csökkenése, a korfa öregedése - jelentősen hatnak a régió társadalmi környezetére. A középkorosztály és a nyugdíjasok száma arányaiban megnőtt, ez eltérő igény szerkezet megjelenését is jelenti.

A képzettségi szintet tekintve jelentős elmaradás tapasztalható: a térségben nincsenek élvonalbeli egyetemek, főiskolák, így a más városban tanulni kényszerülő fiatalok a diploma megszerzése után sokszor főiskolájuk vonzáskörzetében helyezkednek el, nem térnek vissza szülőhelyükre. A fiatal, értelmiségi munkaerő hiánya ellehetetleníti a magas szolgáltatási színvonalat képviselő vállalkozások létrehozását és fennmaradását.

Általános társadalmi hatás a közösségek összetartó erejének csökkenése, amelynek ellenpólusai lehetnek a regionális szinten spontán szerveződő non-profit közösségek.



A térség valamennyi településén található civil szervezet, klub, vagy kulturális csoport. A szervezetek tevékenységi köre, aktivitása különböző. A rendelkezésre álló adatok alapján jelenleg 271 regisztrált non-profit szervezet működik: 21 településéből tízben található Teleház, ezeket működtető civil szervezetek meghatározóak a térség civil életében. A szervezetek munkája sokrétű, a legtöbb közülük rekreációs feladatokkal foglalkozik, ezt követik a kultúrával, majd a sporttal és a közbiztonsággal foglalkozó csoportok. (Helyi Vidékfejlesztési Stratégia)

A nemzeti kisebbséget (roma, német, horvát) összefogó szervezetek is megtalálhatóak a településeken.

A települések többségén a közösségi funkciók betöltésére működik művelődési ház, faluház vagy közösségi ház, bár a programok szervezése legtöbb esetben ad-hoc jelleggel és alacsony színvonalon történik.

A térségi, ill. mikrotérségi együttműködés hiányának megoldására jött létre a *Civil Kerekasztal*, melynek célja a térség területén működő civil szervezetek együttműködésének, információ-cseréjének, feladat-megoldásának elősegítése.

A humán tényezőnek kulcsszerepe van az együttműködés és hálózatosodás elősegítésében: a helyi összefogás elősegítheti, hogy a települések egymást komplementer módon kiegészítve vállaljanak szerepet a fogadóképesség kiépítésében és a vonzerő fejlesztésében

Az érintett kistérségekben a társadalmi korlátok elsősorban az alacsony vállalkozói, pályázati aktivitásban jelentkeznek, amelynek hátterében a korábban kifejtett demográfiai, valamint egyúttal gazdasági instabilitás (elváándorlás, elöregedés, önerőhiány) van.

Az alacsony gazdasági aktivitású területeken kevés azon vendéglátással és szálláshely-szolgáltatással foglalkozó vállalkozások száma, amelyek a térségbe látogató vendégek megfelelő színvonalon történő fogadásához a humán feltételeket biztosítják. A vállalkozás indításához szükséges kritériumok



betöltésén túl szükséges, hogy a turisztikai ágazatban tevékenykedők felkészültek, tájékozottak legyenek, rendelkezzenek a szükséges szakmai alapismeretekkel, megfelelő kommunikációs készséggel, s így pozitív képet alakítsanak ki a vendégekben. A társadalmi tőkét fejleszteni kell turisztikai és nyelvi képzésekkel.

Kulturális örökség

A térségben sok helyi- és országos védelem alatt álló természeti és épített örökség, művészeti, helytörténeti, néprajzi érték, valamint történelmi jelentőségű emlékhely található. 20 településen található templom, ezek mindegyike építészeti értéket képvisel. A települések feltárt, de eddig nem hasznosított kulturális értékekkel (templomok, falumúzeumok, műemlékek, kastélyok, kúriák, térséghez fűződő híres személyiségek emlékei) rendelkeznek, melyek felújítása, védelme és hasznosítása a térségmarketingben is jelentős szereppel bírhat, és olyan környezetet teremthetne, amely javíthatná az életkörülményeket, ezzel elősegítve az elvándorlás csökkenését és a település letelepedésre vonzóvá tételét.

A térség több országos és regionális rendezvénnyel büszkélkedik. Ilyen például az Uszódon megrendezésre kerülő "Gubbantós" Népművészeti Találkozó, vagy a bátyai fokhagyma fesztivál.

III.8. Turisztikai környezet

Magyarország turizmusának alakulása

A nemzetközi turizmus javuló tendenciáival párhuzamosan ismét növekedési pályára állt a magyarországi turizmus is, különös tekintettel a beutazó turizmusra. 2011-ben a magyarországi turizmus eredményei – a hazai kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek és vendégéjszakák száma alapján – meghaladták a válság előtti 2007-es év eredményeit. Az eredmények értékelésénél számos egyéb tényezőt is figyelembe



kell venni, ami árnyalja a képet, ilyen például a kereskedelmi szálláshelyek férőhely-kapacitásának növekedése vagy a bevételeik stagnálása 2007-hez viszonyítva. Ennek ellenére a pozitív trend 2012-ben is megfigyelhető. A külföldi érkezések és az eltöltött vendégéjszakák száma az európai átlagot meghaladóan emelkedik. A 2011-ben *regisztrált vendégéjszakák* száma a 2007-ben mért adatokhoz képest összesen 2,4%-kal emelkedett, ami a belföldi 2,5%-os és a külföldi 2,4%-os növekedésnek köszönhető.

A kereskedelmi szálláshelyek *szobakapacitás-kihasználtsága* 2011-ben átlagosan 37,8% volt, ebből a szállodákban 45,9%-os, a gyógyszállodákban 53,7%-os, a wellness-szállodákban 44,9%-os kapacitáskihasználtságot mértek.

2011-ben a kereskedelmi szálláshelyek bruttó szállásdíj bevételei 140,5 milliárd forintot (+8,4%) tettek ki. Az összes szállásdíj bevétel 88,4%-a a szállodákban keletkezett. A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás január–decemberre számított árindexe 2,7%-kal volt magasabb az egy évvel korábbi szinthez képest. Ezen belül a *szálláshely-szolgáltatás* területén 1,5%-os árcsökkenést mértek.

A válságot megelőző 2007-es évhez képest a szállásdíj bevételek stagnálást mutattak: mindössze 0,1%-os növekedés figyelhető meg. A külföldiek 2,1%-kal kevesebbet, a belföldiek pedig 4,1%-kal többet költöttek szállásdíjra.

A keresletnek a *magasabb minőségű szálláshelyek* irányába történő, évek óta megfigyelhető eltolódását jelzi, hogy a szállodák vendégforgalma a kereskedelmi szálláshelyek átlagánál jóval nagyobb mértékben bővült.

A KSH előzetes adatai szerint 2012 első kilenc hónapjában a kereskedelmi szálláshelyeken a vendégek száma 2,8%-kal, a vendégéjszakák száma 4,1%-kal haladta meg a 2011. első kilenc havi adatokat. 6,5 millió vendég

17,3 millió vendégéjszakát töltött el a kereskedelmi szálláshelyeken 2012. január és szeptember között.

A kereskedelmi szálláshelyek bruttó szállásdíj bevételei 8,9%-kal nőttek 2012. január–szeptemberben. Az összes bruttó szállásdíj



bevételek 88,3%-a a szállodákban keletkezett. A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás január-szeptemberre számított árindexe 4,6%-kal volt magasabb az egy évvel korábbi szinthez képest. Ezen belül a szálláshely-szolgáltatás területén 2,7%-os árnövekedést mértek.

2012 első kilenc hónapjában a kereskedelmi szálláshelyek szobakapacitás-kihasználtsága átlagosan 40,1% volt. A szállodák szobakapacitás-kihasználtsága 48,6% volt, a gyógyszállodákban 57,4%-os, a wellness-szállodákban 48,6%-os kapacitás-kihasználtságot mértek. 2012 első kilenc hónapját is az átlagnál jobb szállodai teljesítmény jellemzi: a KSH statisztikái szerint a vendégek száma 5,5%-kal, a vendégéjszakák száma 7,7%-kal emelkedett 2011 azonos időszakához képest. (Magyar Turizmus Zrt., 2013)

A magyarországi belföldi turizmus jellemzői és alakulása

A magyar lakosság – nemzetközi összehasonlításban – keveset utazik szabadidős céllal. Az utazásra szánt kiadásokból pedig – szemben a külföldi utazásokkal – csak kisebb volumen jut a belföldi többnapos utazásokra.

2011-ben a többnapos turisztikai célú belföldi utazásokra mintegy 259,2 milliárd forintot fordított a magyar lakosság, miközben a külföldi többnapos turisztikai célú utazásokra szánt összeg hozzávetőleg 371,5 milliárd forintot tett ki.

A jelenség hátterében – a szabadon elkölthető jövedelmek korlátozottsága mellett – a belföldi turizmus viszonylag alacsony presztízse áll: kutatásaink szerint a magyar lakosság jellemzően többre értékeli a külföldi utazásokat, illetve újdonságokra, Magyarországon nem elérhető élményekre vágyik. Eközben nő azon szegmens aránya, amely – megismerve a magyarországi turisztikai lehetőségeket – kihasználja a belföldi utazás előnyeit.



A kereskedelmi szálláshelyeken 2011-ben a belföldi vendégek száma 4,7%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma 2,7%-kal nőtt az előző év azonos időszakához képest. A belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje 2,4 éjszaka volt, a kereskedelmi szálláshelyek 4,2 millió belföldi vendéget és több mint 10,2 millió belföldi vendégéjszakát regisztráltak. A szállodákban a kereskedelmi szálláshelyek átlagánál még kedvezőbben alakult a belföldi vendégforgalom: a belföldi vendégek száma 8,7%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma 7,6%-kal nőtt. 2011-ben a kereskedelmi szálláshelyek belföldiektől származó bruttó szállásdíjbevétele 4,2%-kal, a szállodáké pedig 6,8%-kal nőtt.

A KSH előzetes adatai szerint 2012 első kilenc hónapjában a kereskedelmi szálláshelyeken a belföldi vendégek (-1,3%, 3,3 millió fő) száma mérsékelten csökkent, a vendégéjszakák száma ugyanakkor kissé (+0,5%, 8,3 millió éjszaka) nőtt az előző év azonos időszakához képest. A belföldiektől származó szállásdíjbevétel a kereskedelmi szálláshelyeken 5,5%-kal, a szállodákban pedig 7,7%-kal nőtt. A szállodák belföldi vendégeinek száma 1,2%-kal, belföldi vendégéjszakáinak száma 3,6%-kal emelkedett 2012. január-szeptemberben az előző év azonos időszakához képest.

A kereskedelmi szálláshelyeken 2012. január-szeptemberben az üdülésicsekk-, illetve Széchenyi Pihenőkártya tulajdonosok összesen 9,6 milliárd forint értékben fizettek ezen fizetőeszközökkel szálláshelyi és kapcsolódó szolgáltatásokért. Az üdülési csekk felhasználásának aránya az első kilenc hónapban 29,1%-os, a SZÉP kártya felhasználásának aránya 70,9%-os volt, utóbbi arány hónapról hónapra növekszik.

Az egyéb szálláshelyeken 2011-ben 3,4%-kal csökkent a belföldi vendégek és 5,7%-kal a belföldi vendégéjszakák száma.

A belföldi utazásokhoz kapcsolódó turisztikai kiadások 2011-ben összesen 268,5 milliárd Ft-ot (2010-ben 252,4 milliárd Ft) tettek ki, amelyen belül az étteremben történő étkezés 29,1 milliárd Ft-ot (2010-ben 27,7 milliárd Ft) képviselt (a teljes kiadás 11%-a 2010

és 2011-ben is). Az összes többnapos belföldi utazáshoz kapcsolódó, étteremben történő étkezésre fordított kiadások 47%-át az 1-3 éjszakás utazáshoz, míg a fennmaradó 53%-ot a 4 és annál többéjszakás utazáshoz kapcsolódó költségek adták. (KSH 2012/103)

A beutazó turizmus jellemzői és alakulása

2011-ben a Magyarországra érkező külföldi látogatók száma 41,3 millió fő volt, amelynek körülbelül egyharmada, a többnapos látogatók 84,3%-a érkezett turisztikai céllal. A többnapos látogatásokon belül a szabadidős turizmus dominált (73,1%), az üzleti turizmus 11,2%-ot tett ki (2. táblázat).

Turisztikai motivációval 13,6 millió külföldi látogatott Magyarországra, számuk 1,9%-kal emelkedett. A turisztikai motivációval több napra érkező külföldi látogatók száma évről évre növekszik: 2011-ben 5,6%-kal több volt, mint 2010-ben. Körükben ugyanakkor a kereskedelmi és fizetős egyéb szálláshelyek mellett népszerűek a rokonok, barátok által kínált „elszállásolás” és a saját ingatlanok is.

Magyarország turisztikai kínálata

Magyarország sokszínű, sokféle igényt kielégítő vonzerőkkel rendelkezik, amelyekre különböző turisztikai termékek épülnek.

A KSH végleges adatai szerint 2011. július 31-én a működő kereskedelmi szálláshelyek száma 3277 volt, amelyek 340 402 férőhellyel várták a vendégeket. 2007-hez képest a kereskedelmi szálláshelyek férőhely-kapacitásának növekedése összességében 8,2%-os volt: a férőhelyek száma a wellness-szállodákban (+146,3%) bővült a legnagyobb mértékben, ugyanakkor a négycsillagos házakban (+48,5%) és az üdülőházakban (+37,2%) is jelentős növekedés volt tapasztalható. Kisebb mértékben, de szintén pozitívan alakult a férőhely-kapacitás az ötcsillagos szállodák, valamint a kempingek esetében is. Csökkenést regisztráltak ugyanakkor az alacsonyabb kategóriájú szállodák,



illetve a panziók⁸, a közösségi szálláshelyek és a gyógyszállodák terén.

2011-ben az egyéb szálláshelyek száma 40 926 (-3,2%) volt, ezek 107 561 (-1,4%) szobával és 248 791 (-1,6%) férőhellyel várták a vendégeket. A kapacitásmutatókra erős területi koncentrálttság volt jellemző, hiszen a vendéglátók 52,0%-át, míg a férőhelyek 47,5%-át a Balaton régió adta. (Magyar Turizmus Zrt. 2013)

A magyarországi turizmus várható alakulása 2013-ban

A magyarországi turizmus alakulását 2013-ban is számos külső, illetve belső tényező határozza majd meg. A legfontosabb külső tényező a küldő országok gazdasági fejlődése, egy esetleges újabb recesszió kibontakozása, továbbá az euró-forint árfolyam alakulása, illetve a Malév kiesése. A belső tényezők közül kiemeljük a turisztikai kínálat fejlődését, Magyarország mint úti cél ár-érték arányának, illetve ismertségének és imázsának alakulását.

További befolyásoló tényezők: Magyarország általános (nem kifejezetten turisztikai) megítélése a küldőpiacokon, az infrastruktúra, a köztisztaság, a közbiztonság és a vendégszeretet fejlődése, az adók alakulása, a hagyományos légitársaságok kapacitásainak növekedése, egy nagy befogadóképességű konferencia-központ felépítése, a gördülékenyebb vízumkiadás, a piaci szegmenseket tekintve „több lábon állás” és végül, de nem utolsósorban az ország promóciójának nagyságrendje és célzott, piacspecifikus alkalmazása.

A belföldi turizmusban még meghatározóbb a gazdaság fejlődése és ezzel párhuzamosan a szabadon elkölthető jövedelmek alakulása. Éppen ezért igen jelentős szerepet játszik a belföldi kereslet alakulását tekintve a SZÉP kártya elterjedése, sikeressége. Fontos tényező továbbá a jogi környezet alakulása (reprezentációs adó, béren kívüli juttatásokra vonatkozó adószabályok), a programkínálat változásának és a marketingnek köszönhetően a

versenyképesség növekedése a környező országokkal összehasonlítva. Erősödő jelentősége van a lakosság fokozottabb egészségtudatosságának és a jobb életminőség iránti igényének is.

Turizmus alakulása 2012-ben a 2 célterületi régióban

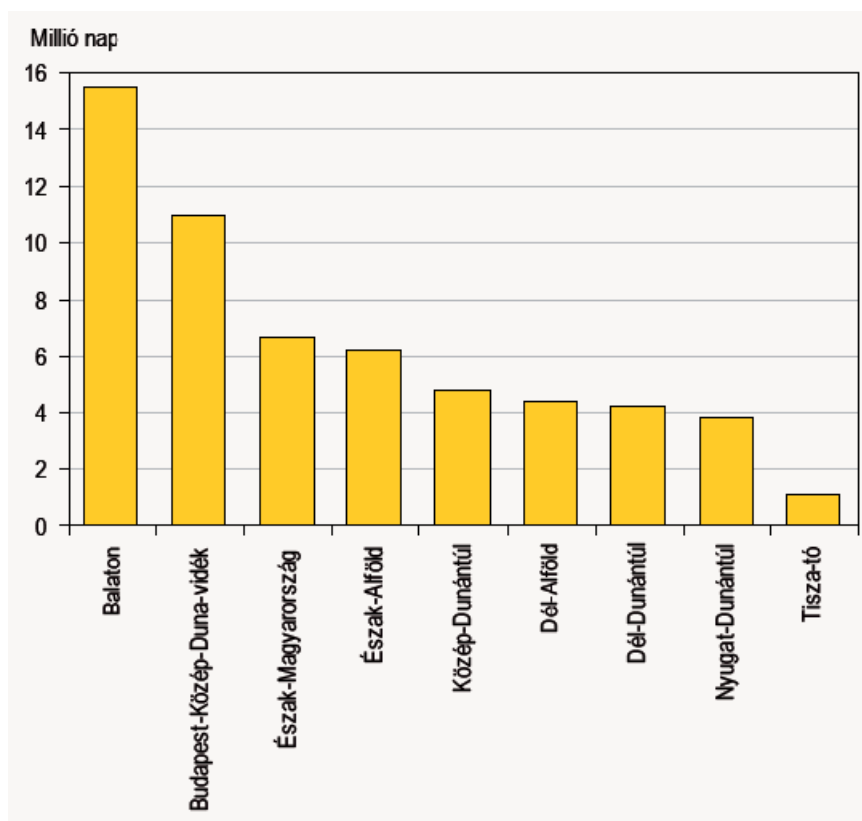
Számottevő különbségek mutathatók ki az egyes régiók lakosainak utazási szokásai között is, különösen az alföldi régiókban és a Dél-Dunántúlon élők utaznak kevesebbet. A lakótelepülés régiója mellett annak nagysága, lakosságszáma szerint is jelentős eltérések mutathatók ki az utazási aktivitásban. A fővárosiak 46, a nagyvárosokban élők 40, míg a 10 ezer lakosnál kisebb települések lakosságának csak mintegy negyede tett többnapos belföldi utazást 2012 I.-III. negyedében.

Többnapos belföldi utazáson töltött idő célrégió szerint:





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



(KSH 2012/103)

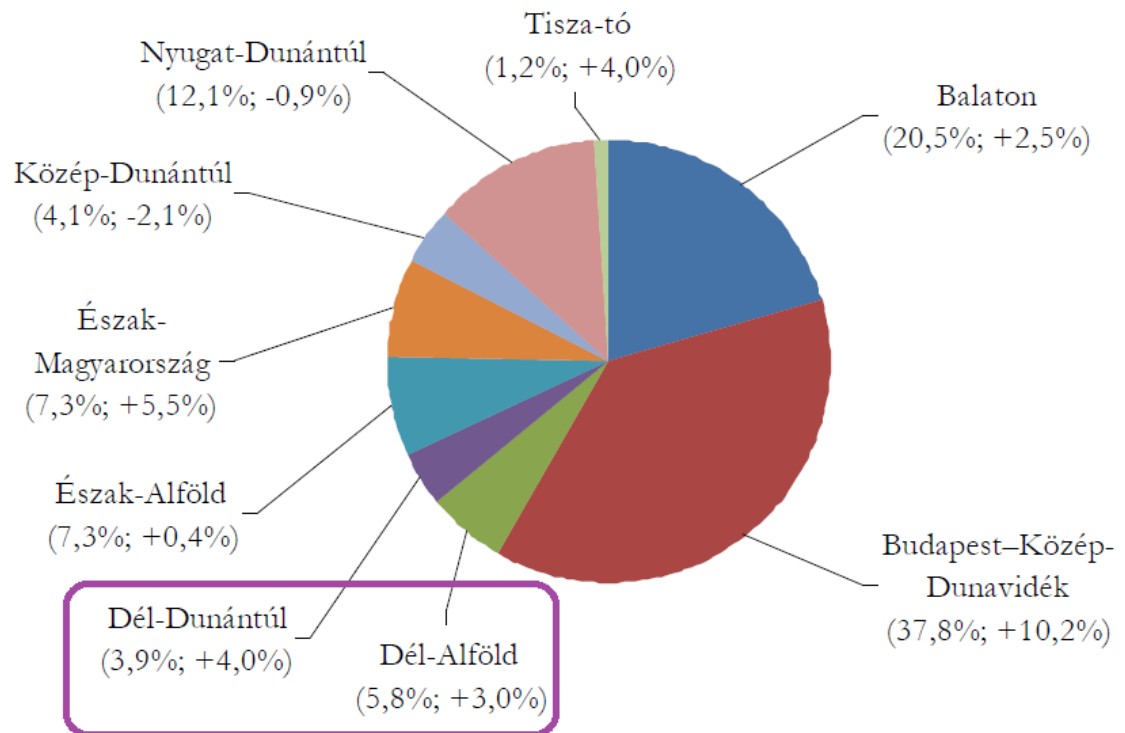
A turisztikai régiók vendégforgalmának alakulása

A teljes vendégforgalmat tekintve abszolút értékben a Budapest-Közép-Dunavidék régióban emelkedett a legnagyobb mértékben a vendégéjszakák száma (+755,9 ezer vendégéjszaka; +10,2%) a vizsgált időszakban. Ezt a Balaton régió (+108,0 ezer; +2,5%), valamint az Észak-Magyarország régió (+82,4 ezer; +5,2%) követte. Növekedést tapasztaltak a **Dél-Alföld** (+36,3 ezer éjszaka, +3,0%), a **Dél-Dunántúl** (+32,3 ezer éjszaka, +4,0%), a Tisza-tó (+9,7 ezer éjszaka, +4,0%) és az Észak-Alföld (+6,3 ezer éjszaka, +0,4%) régiókban is. (Magyarország turizmusa 2012 www.neta.itthon.hu)



A vendégéjszakák számának alakulása

(régiók részesedése 2012, változás 2012/2011)



IV. Helyzetelemzés

IV.1. Térségi helyzetelemzés

IV.1.1 . A Duna jelentősége

A térség legjelentősebb természeti és turisztikai értéke a Duna folyó. A Duna mente természeti erőforrásai és gazdasági potenciálja révén nem csak az ország, hanem egész Közép-Európa innovatív, új gazdasági övezetévé szerveződhet.

A Duna mente egészét az eleven és sokszínű kulturális hagyományok, a nagyterjedésű (védett) természeti, tájképi, kultúrtörténeti értékek jellemzik. Ennek ellenére egyetlen nemzetközileg is versenyképes célpontja a főváros.

Értékes, azonban még kihasználatlan adottságai a térségnek a 412 km-es, 60%-ban természetes folyópart, élőhelyekben gazdag szigeteivel és mellékág-rendszereivel, a tradicionális borvidékek, a sokszínű kulturális hagyományok (ősi mesterségek, gasztronómia, etnikai néphagyományok) és tájtermékek (bogyósok, kalocsai paprika stb.)

A turisztikai vonzerők versenyképessé tételét azonban akadályozzák: a természeti potenciál állapotát befolyásoló jelentős környezeti terhelések (vizuális- és légszennyezések, vízminőségi problémák, a vízpartok árvízi veszélyeztetettsége), elsősorban az alsó Duna-szakasz alacsony gazdasági, vállalkozói aktivitása, a turisztikai infrastruktúra hiányosságai és végül – a teljes folyó menti térségben – az összehangolt, desztináció-szemléletű turizmusfejlesztés hiánya.

A Duna és mellékágaihoz, holtágaihoz és a csatornákhöz kapcsolódó nem gépi hajtású vízi turizmus infrastruktúrájának kiépítéséhez támasztott feltételek (a 30-40 fkm-enként kikötők, megállóhelyek, sátorozó helyek, WC, tisztálkodási, valamint az étkezési és bevásárlási lehetőség, továbbá a kikötők közúti



megközelíthetőségének javítása) a folyó egész magyarországi szakaszán hiányosnak mondhatók. A fejlesztések előfeltétele a vizek rehabilitációja és vízminőség javítás. Ugyanakkor a Duna mentén kiemelt cél a gépi hajtású vízi turizmus fejlesztése is (kishajók, jachtok), amelyhez elsősorban a part menti városokban, kulturális központokban kikötők kialakítása és azokhoz kapcsolódó magasabb színvonalú szállás- és szolgáltatásfejlesztés szükséges.

A kalocsai és paksi kistérség a *Alsó-Duna vidékéhez* tartozik. Az érintett területek egységét gyengíti a Duna elválasztó szerepe, így szorosabb együttműködés és hasonlóság figyelhető meg a Duna azonos oldalán elhelyezkedő kistérségek között.

Országosan kiemelt cél, a Duna mente legfőbb küldetése, hogy váljon a Duna az ország turisztikai tengelyévé. (Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, 2008)

A Duna mentén fellelhető épített örökségi és kulturális értékek, mint potenciális turisztikai attrakciók, kiváló lehetőséget teremtenek a Magyarországra jellemző főszezon hosszabbítására, valamint a kedvezőtlen időjárás esetén kínálható programok kiejánlására. A térségben számos vár, várrom, történelmi emlék, kastély, kúria, templom, hazánk híres szülötteinek szülőháza, lakhelye, valamint múzeum, helytörténeti gyűjtemény, színház található, melyek látogatottsága ismeretlensége és esetenként leromlott állapota miatt elmarad a kívánatostól.

A Duna mente kedvező természeti adottságai a természetközeli turizmus (ökoturizmus, természetjáró turizmus, falusi turizmus) számára ideális feltételeket teremt. A Duna és partszakasza a vízi sportok mellett kellemes környezetet biztosít az üdülés, a természetjárás kedvelőinek. További bázist jelent a folyókat követő holtág-rendszer, horgászati lehetőséget biztosító mesterséges csatornahálózat, valamint az egyéb tórendszerek. E mellett a térség gazdag néprajzi emlékekkel várja az idelátogatókat, ami a természetközeli turizmust élvezők számára kiegészítő üdülési formát biztosít. A térségben előforduló számos védett természeti



terület, hegyek, erdőségek a természetjárás, az ökoturizmus számára jelent kínálatot.

IV.1.2. Regionális elemzés

Magyarország, ezen belül a 2 érintett országos statisztikai-tervezési régió, a Dél-Alföldi és Dél-Dunántúli régió számos turisztikai vonzerővel rendelkezik:

Dél-Alföld:

- Puszták, illetve azok növény- és állatvilága
- Termál- és gyógyfürdők
- Kulturális turizmus: a népi építészet példái, ipartörténeti emlékek, egyházi épületek, múzeumok (alföldi festészet, szobrászat, népművészet, iparművészet, nemzetiségek hagyományai, rendezvények, fesztiválok)
- Kerékpártúra-lehetőségek, vadászat, lovas turizmus, falusi turizmus, horgászat a folyókon, tavakon,

Dél-Dunántúl:

- Balaton
- dunai vízi turizmus, kikötők
- gyógy- és termálfürdők
- borvidékek: szekszárdi, villányi, tolnai
- kulturális turizmus: nagyvárosokban épített örökség, rendezvények: mohácsi busójárás, pécsváradi leányvásár; Nagyszakácsiban a Királyi Szakácsok Versenye
- erdei kisvasutak
- lovas-, kerékpáros-, vadászturizmus

Megállapíthatjuk a fenti felsorolásból, hogy az országos szintű értékekből a célterülethez kevés kapcsolódik, de nem ez az egyedüli ok, amiért a turizmus jelentősége a lehetőségekhez képest csekély. A településeknek nincs önálló, országos szintű turisztikai terméke. Mivel a széles tömegeket vonzó épített kulturális, történelmi értékek a nagyvárosokban koncentrálódnak, ezért térségünkben a falusi turizmus erősítése kulcskérdés. A

tértséget a rövid tartózkodású, kirándulóturizmus, valamint a nyári kiköltözéssel járó ún. második otthonos üdülés jellemzi, mely szezonális, elsősorban a vizek, vízpartok mentén korlátozódik. (Dél-Alföldi Turizmusfejlesztési stratégia 2007-2013)

A 21. századi trendek az utazási szokások átalakulását jelzik: az ún. *city-turizmus* országos szinten is erősödik, egyre fontosabbá válik a gyakoribb, de időben pár napra (hosszú hétvégék) korlátozódó, és főleg a könnyen elérhető nagyobb városokat megcélzó (sokszor kulturális motivációjú) utazás, ezzel párhuzamosan csökken a hosszabb időtartalmú, főleg pihenési célzatú utak aránya. Térségünkre kedvező változás, hogy a nagyvárosi turizmus mellett az öko-, aktív, falusi, kulturális, gyógyfürdő és wellness turizmus iránti kereslet is növekszik. A wellness szállodákban a századforduló óta folyamatosan növekszik az eltöltött vendégéjszakák száma, amely az igények elfordulását jelzi az aktív, kulturális városlátogatástól a pihentető, relaxáló, kikapcsolódást jelentő turizmus felé. Az új típusú kereslethez való sikeres alkalmazkodás feltételezi az adott térség jó természeti, környezeti állapotát és jó megközelíthetőségét, a megfelelő mennyiségű és minőségű turisztikai, kulturális és aktív életmódot segítő rekreációs és szabadidős termékeket és szolgáltatásokat, valamint az egyre terjedő egyéni utazásszervezéshez nélkülözhetetlen on-line információk és elérhető szolgáltatások magyar és idegen nyelvű meglétét. Jelentős hátrány a speciális *turisztikai infrastruktúra* hiánya (az utak állapota, a csatornázottság mutatói, utazási irodák, eligazító táblák, nyilvános WC-k hiánya). A meglévő adottságok turisztikai igénybevételéhez a megfelelő infrastruktúra kiépítése szükséges. A természeti látnivalókat jelzett ösvényeken, túraútvonalakon szervezve tájékoztató táblák, esőbeállók, erdei tornapályák segítségével lehet bemutatni. Ökoturisztikai bázisok kialakítása is javasolt.

A jelenlegi kereslethez a meglévő *szálláshely* elegendő, ám a fejlesztéshez további bővítésre van szükség. A falusi vendéglátók képzettsége, tájékozottsága, nyelvtudás, és a szolgáltatási színvonal széles szórást mutatnak, továbbá a termékszerkezet egysíkú, és ritkán lépi túl az egyszerű „szobakiadást falun”. Az



azonos minősítésű vendégfogadó házak széles minőségi szórású sávba esnek, és a kínálat jelentős része nincs minősítve.

Humán hozzáállásbeli probléma is nehezíti a fejlődést: a helyi lakosok többsége nem ismeri fel a turizmusban rejlő lehetőségeket, nem akar aktív részt vállalni a vendéglátásban, valami elutasítják az előrelépést a környezettudatosságban.

A Tolnai Borút, mint regionális turisztikai vonzerő jelentősége

A Tolnai Borút Egyesület 1999-ben alakult, tevékenységei időközben kibővültek az Európa-szerte elismert „VinTour” minősítések folyamatos elvégzésével, védtáblák kihelyezésével és minősítési tanácsadással. Minősített borút-állomásaink száma folyamatosan emelkedik.

A táj szépsége, a gondozott szőlőültetvények, a hagyományos pincesorok sok látogatót vonzanak a térségbe.

Tolnai borvidék Tolnai körzetéhez tartoznak:

- **Dunaföldvár**
- **Bölcske**
- **Madocsa**
- Paks
- **Dunaszentgyörgy**
- Fácánkert
- Tolna
- Tengelic
- **Nagydorog**
- **Györköny**
- **Bikács**
- **Sárszentlőrinc**
- Gyönk
- Kölesd





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

Több térségi önkormányzat, vállalkozás, hegyközség és borkészítő magánszemély a tolnai borút tagja:

- Paksi Hegyközség: Bölcse, Dunaföldvár, Dunaszentgyörgy, Györköny, Kölesdi Hegyközség: Sárszentlőrinc
- Önkormányzatok: Bölcse, Dunaföldvár
- Vállalkozások, szolgáltatók, magánszemélyek:
 - Granárium Bt., Tomolik Kertészeti és Pincészeti Kft., Bölcse
 - Zichy Park Hotel, Bikács
 - Sarok Pince, Györköny
 - Nagy Gábor, Wolner István, Dunaföldvár



IV.2. Települések egyéni jellemzői

Dél-Dunántúli régió:

1. **Bikács**

Tolna megye, paksi kistérség, népesség 438 fő.

Fekvése: Pakstól nyugat-északnyugatra 15 km-re, Simontornyától 12 km-re délkeletre található.

Nevezetességek:

- evangélikus templom (1784)
- Bikácsi Ökör-hegy (természeti érték)
- barokk stílusú műemlék
- jövőbeni tervek között szerepel tájház és sportcentrum kialakítása.

Három sikeres Európai Uniós pályázatnak köszönhetően 2005-ben a következő beruházásokat valósítottak meg:

- Bikács-Kistápei út felújítása
- a kiszáradt tó felújítása, tóparti sétány kialakítása
- Bikács faluközpontjának, egyben főutcájának parkosítása, járda, sétány, kerékpárút és szabadtéri színpad építése.

A falu arculata a fenti fejlesztések következtében megváltozott, átalakult. A tó, a park és a felújított útszakaszok alkalmassá teszik a települést az idegenforgalom, a turizmus számára.

Értékelés marketingszempontból:

a, **Honlapja** <http://www.bikacs.atw.hu/>:

Csak magyar nyelvű.



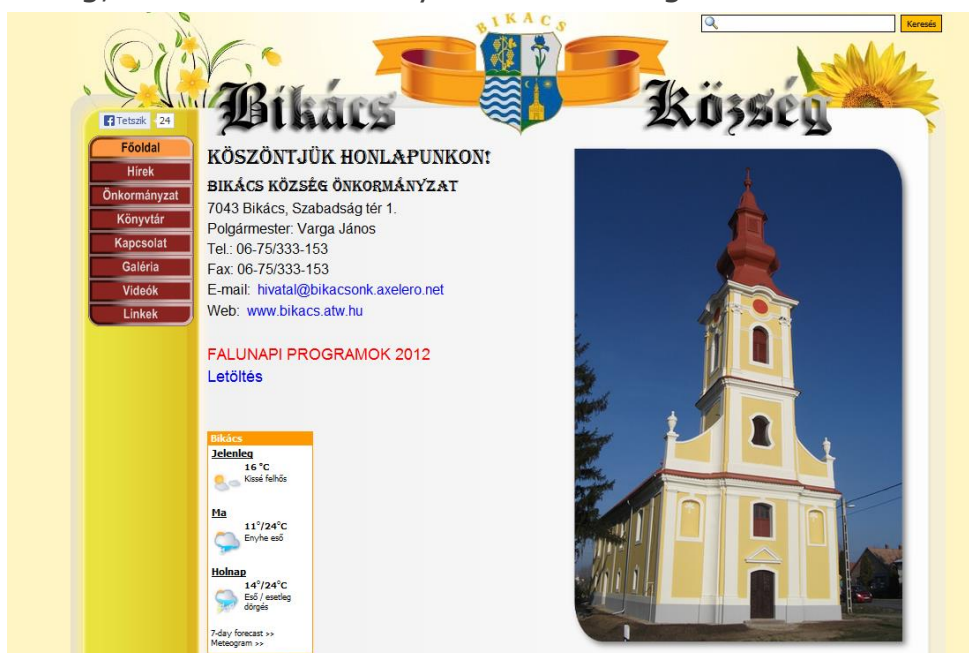
Kidolgozatlan, kezdetleges marketingeszközökkel és grafikával megszerkesztett design, lejárt programinformációkat tartalmaz (pl. Falunap 2012 programja).

Bejelentkező oldal nincs. A honlap szerkezete hiányos, a menüstruktúra és az információelemek esetlegesek.

Médiaelemek és megjelenítésük: véletlenszerű kompozíció és színhasználat, animációt, mozgóképet és hangot nem tartalmaz.

A szövegtartalmat nem lehet értékelni, mert csak vázlatos információk találhatók.

A Galéria menüpont alatt információértéket nem hordozó tájképet és 2 lovas életkép szerepel. Közvetlen interaktivitásra nincs lehetőség, csak az önkormányzat elérhetőségei vannak feltüntetve.



b, **Lehetőség:** Zichy Park Hotel wellness szálloda
elérhetőség: <http://www.zichypark-hotel.hu/>

Rendezvények:

A településen az éves fő rendezvény a falunap

Látnivalók:

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Kikapcsolódásra, sportolásra alkalmas a halastó, látnivalóval a templom, illetve a láprét szolgál.

Gasztronómia:

A településen nem tartanak nyilván a településre, környékre jellemző gasztronómiai ételeket és receptet.

Érdekes emberek:

A településnek híres szülöttje nincs, viszont ízes történeteket a polgármester tud mesélni. Alkotótábor nincs a településen.

Érdekes történet:

Nem találtunk érdekes történetet a településen

Nemzetiségek:

A településen sváb gyökerek találhatók és roma kisebbség él.

Testvérvárosok:

Nincs informáciánk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Offline kommunikációs eszközök:

A településnek nincs saját nyomtatott, illetve elektronikus médiája.

Civil szervezetek:

A településen közhasznú nőegylet működik

Tervek a jövőre:

Régen Bikács környékén jelentős gyógynövénytermesztés folyt, amit az akkori Herbária vásárolt fel. A termelési tudás ma is meg van az emberekben, ezt a tradíciót szeretnénk újra élesíteni. A mai városi emberekben meg van az igény az alternatív gyógyászat iránt, ezért gondoljuk úgy, hogy létjogosultsága lenne újra a nagyüzemi gyógynövénytermelésnek.

Pozitív tulajdonsága a településnek:

A polgármestereknek a bejárás során feltettük minden esetben a következő kérdést: Ön szerint mi a település pozitív tulajdonsága?

Bikács azért lehet vonzó az emberek számára, mert közel van a főút, itt található a Zichy Kastélyszálló, a környéken nevelt szőlőkből készült borok az itt található borospincékben érlelődnek továbbá a környék természeti adottsága nagyon szép.

Negatív tulajdonsága a településnek:

A polgármestereknek a bejárás során feltettük minden esetben a következő kérdést: Ön szerint mi a település negatív tulajdonsága? Sajnos erre a kérdésre sok településen egyöntetű válaszokat kaptunk: a lakosság nagyon nehezen ösztönözhető bármilyen feladatra, illetve kevés a településen és környékén a munkahely.



2. Bölcske

Tolna megye, Paksi kistérség, népesség ~ 2860 fő.

Fekvése: A Duna jobb partján, Pakstól 18 kilométerre, északkeletre.

Nevezetességek:

- Római katolikus templom a Szentháromság tiszteletére (1796, barokk), az egykori madocsaai apátság köveiből épült
- Református templom (1844, klasszicista)
- Hanzely-kastély (1915, szecessziós)
- Szakáts-kastély
- Pincefalu
- Helytörténeti és régészeti magángyűjtemény
- II. Világháborús emlékmű
- Római-kori kőtár
- Bölcskei Tátorjános (természeti érték)

Értékelés marketingszempontról

a, Hivatalos **honlap**: <http://www.bolcske.hu/>:

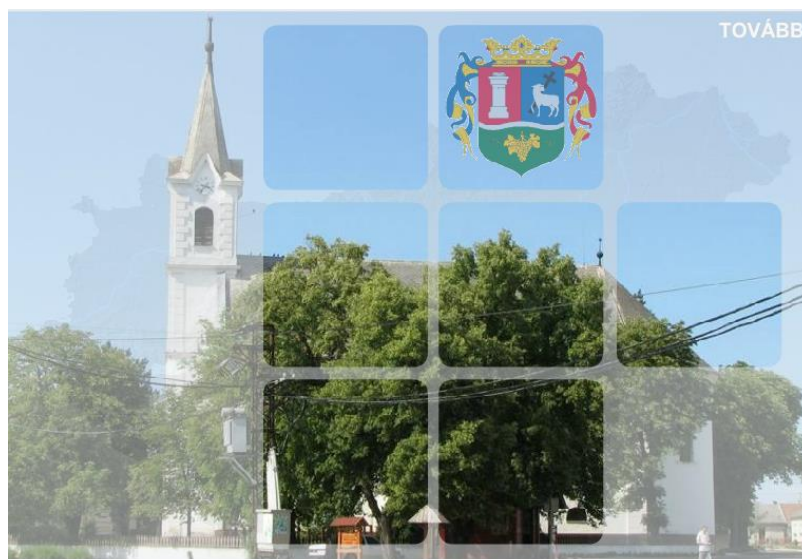
Csak magyar nyelvű.

Kidolgozott, animált bejelentkező oldal, amely a település Magyarország térképén való meghatározását követően a község nevezetességeit, természeti értékeit mutatja be.

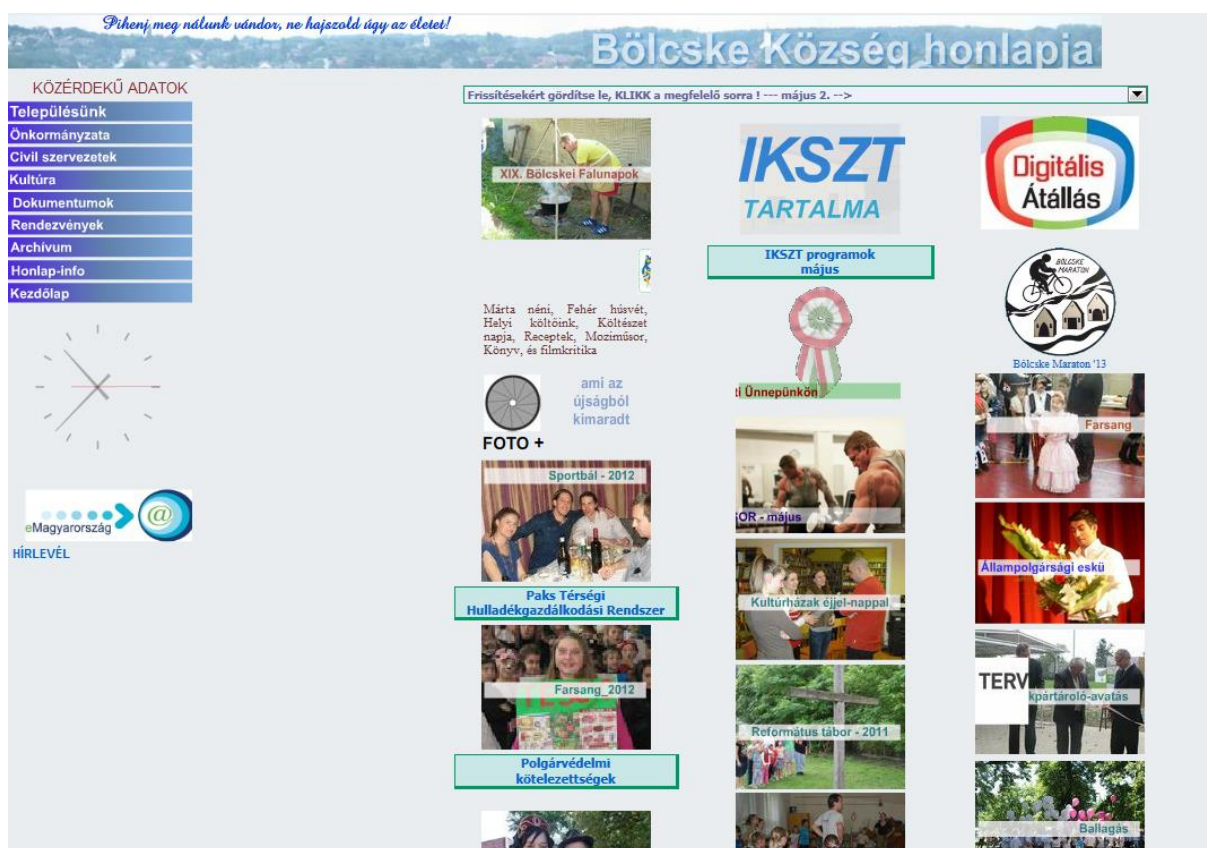




DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



A honlap főoldalára színes, mozgalmas design, kissé túlsúfolt hatás jellemző. A navigációs gombok túlanimáltak.



A főoldalon az események miniatűrökről elérhetők, ezek szerkezete rendezetlen, átláthatatlan.

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

51

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolina.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

A honlap tartalmi része megfelelően kidolgozott, részletes információkat tartalmaz (történet, hagyományok, egyháztörténet), bár a szöveges részekben több helyen a 2008-as a legutóbbi frissítés (sajtófigyelő, rendezvények stb.)

Interaktivitás nem megoldott, vendégkönyv nem aktív.

b, A település **szlogenje** és a honlap mottója: *„Pihenj meg nálunk, vándor, ne hajszaold úgy az életet!”*

c, Lehetőségek:

- **Nemzetköziesedő rendezvények:** pl. erős ember verseny, amire 2008-ban már 30 országból vártak résztvevőket
- **Bölcske Maraton:** az *MTB Challenge* hegyikerékpáros rendezvénysorozat része, amely lehetőséget nyújt Magyarország felfedezésére, ahol hangsúlyosan kap szerepet a vidéki vendégszeretet, valamint a falusi turizmus népszerűsítése.
2013-ban már másodszorra Bölcse is az állomáshelyek közé tartozik
- borverseny, aminek a településen már hagyománya van
- gasztrofesztivál
- magas színvonalon alkotó helyi művészek: Egner József fadaragó, Regős László festő

Rendezvények:

A településen az éves fő rendezvény a falunap. A bölcskei falunap azért lehet érdekes, mert a vendégszeretet nemes példája, hogy megkínálják a vendégeket helyi ételekkel, itallal.

Látnivalók:

Pincefalu /hagyományos módon készült borok/

Kutura Pincék /Tomori, Hanák/

Népviselő, 100 fős néptáncgyűttes, az együttesben minden korosztály képviseli magát.

Római kori kőtár

Duna part



Védgát
Lakodalmak a Turul Fogadóban

Gasztronómia:

A településen híresek a galamb- és nyúlhúsból készült ételek és receptek.

Érdekes emberek:

A településnek híres embere Kegyes József festő.

A település plébánosa, aki még mindig aktív, holott 1923-ban született: Sokoncz Ferenc, mellesleg a település rádiószerezője
Dr. Táglássy Imre Tájház Alapítvány

Érdekes történet:

A településre jellemző a józan gondolkodású parasztember, ebből fakadóan sok szép történetet hallani.

Népszokásként említésre méltó a húsvéti locsolkodás.

Mérges Pista bácsi aki a település helytörténésze a nagy mesélő, civilben földrajztanár.

Nemzetiségek:

Nincs információnk.

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Offline kommunikációs eszközök:

A településről megjelent könyv, amiben a helyi ételspecialitások receptjei is megtalálhatóak.

Mi Újság Bölcskén havi újság

Civil szervezetek:

Nincs információnk.

Pozitív tulajdonsága a településnek:





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

A polgármestereknek a bejárás során feltettük minden esetben a következő kérdést: Ön szerint mi a település pozitív tulajdonsága? Bölcске azért lehet vonzó az emberek számára, mert a település megközelítése nagyon jó, közel van a főút. A település maga a nyugalom szigete. Nagyon fontos kiemelni, hogy a településen nem ismert a bűnözés. És míg Magyarországon a települések időjárása lehet szélsőséges, addig Bölcskének az időjárása szélsőségektől mentes. Munkanélküliség nem ismert.

Infrastruktúra:

Művelődési ház

Könyvtár

Mozi

Hagyományőrző régi szakmák:

Kosárfonás

Üvegek

Lakodalmas sütemények

Fafaragó: Ésnek József



3. Dunaföldvár

Tolna megye, paksi kistérség, népesség ~8900 fő.

Fekvése: A város az ország közepén, a Duna jobb partján fekszik, Budapesttől délre mintegy 90 kilométer távolságra.

Nevezetességei:

- Csonka-torony (1500 körül)
- Vármúzeum
- Várkapu
- Fafaragó Galéria a Várkertben
- Szent Ilona-templom, helyi elnevezésben Öreg templom (1723-1725)
- Szent Sebestyén, Rókus és Rozália-kápolna (1742), Rókusi pincék
- Szentháromság-szobor (1755)
- Nepomuki Szent János-kápolna (1763)
- Szent Anna ferences templom és kolostor, helyi elnevezésben Barátok temploma (1790 körül)
- Szerb ortodox (rác) templom (1788, tornya: 1828)
- Kálvária (XVIII. század végén)
- Városháza (1904)
- Dunaföldvári Gyógy- és Strandfürdő
- Magyar László (1818-1864) Afrikakutató bronz emlékműve. Mészáros Mihály alkotása.
- Beszédes József szobor (reformkori vízszabályozásokat irányította)
- Beszédes József híd, amely a Dunántúlt az Alfölddel köti össze

Értékelés marketingszempontból

a, Hivatalos **honlap**: <http://www.dunafoldvar.hu/>

Magyar, angol és német nyelvű.

Statikus, de ízléses grafikájú bejelentkező oldal.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



Túlzsúfolt főoldal, a megjelenő információtömeg zavaró mennyiségű.

A menüsor egyes navigációs gombjai (turisztika, programok) inaktívak!

Helyi újság: Part-Oldalak, korábbi lapszámok letölthetők
http://www.part-oldalak.hu/ujsag/index_ujsag.php



2013. május 18. - Május

polgármesteri hivatal	közérdekű adatok	közélet	egészségügy	programok	turizmus	dunaföldvári képek
 HANGOS-TERKÉP KÖZADAT-TÁR  <i>Dunaföldvár</i>	ÖNKORMÁNYZATI HÍREK HÍRDETÉNY A NEMZETI MEDIA- ÉS HÍRKÖZLÉSI HATÓSÁG ORSZÁOS ÉS DIGITÁLIS ÁTÁLLÁSÁRÓL... TAJÉKOZTATÓ Önkormányzati tájékoztató - Újszabványok FELHÍVÁS Villamos hálózatok környezetének tisztántartása (E.ON) KÖZLEMÉNY E-hulladékgyűjtés, 2013. április 27. KÖZLEMÉNY A 2012. szeptember 30-ai időközi polgármesteri választás eredményének jegyzőkönyve HÍRDETÉNY Szelektív hulladékgyűjtésről TAJÉKOZTATÁS Zenés, táncos rendezvények szervezése - tájékoztató és kérelem HÍRDETÉNY Tájékoztató a hegyi szállástársi rendelet módosításáról Gazdasági program 2011-2014 között	PÁLYÁZATI FELHÍVÁSOK - Rendezvények egészségügyi biztosítására - Üzleti helyiségek bérbevétele (Autóbusz pályaudvar) - Üzleti helyiség bérbevétele (Béke tér 1.) - Üzleti helyiség bérbevétele (Kossuth Lajos u.6.) - Üzleti helyiség bérbevétele (Rákóczi u.2.) - Üzleti helyiség bérbevétele (Rákóczi u.2., saroképület) - Önkénteskedő értekeztetése AKTUÁLIS ÁLLÁSJAVALTÓR Hankook Tire... Honvédség Pályázati felhívás - A DUNAFÖLDVÁR-BŐLŐ-SKE-MADOC-SA MIKROTEREGETI ÖVÖDÉ ÉS BŐLŐ-SKE-ÖVÖDÉ IGÁZGATÓ (MAGASABB VEZETŐ) állás hely betöltésére HÍREK A BIOETANOL ÜZEMRŐL 3D-S LÁTVÁNYTERVEK A BIOETANOL ÜZEMRŐL AZ ÜZEM HONLAPJA www.pannonia-bioetanol.com ÁLLÁSHIRDETÉS Területi képviselő	MOZIMÓR 2013. május  Városi Művelődési Központ PROGRAMOK 2013. május  Dunaföldvár  A kőnapiról és a látomásról 2013. május 27. hétfő, este 7 óra Béke tér - Dunaföldvár, Borsos út PROGRAMOK Központi színház Központi színház Központi színház Központi színház Központi színház Jegyek: 1.500 Ft - Elő: 500 Ft Városi Művelődési Központ	3D-S VIRTUÁLIS SÉTA DUNAFÖLDVÁRON  1. Duna-híds kis közepes felb. low medium res. 2. Duna-Part Venetógház kis közepes felb. low medium res. 3. Ferences templom kis közepes felb. DUNAFÖLDVÁR A FACEBOOKON  2,2 ezer	TEOR 	








Dunaföldvári Polgármesteri Hivatal
cim: 7020 Dunaföldvár, Kossuth Lajos u. 2.
telefon: (+36) 75 541-550
telefon: (+36) 75 541-555

b, Lehetőségek:

- **Városi rendezvények:**

Földvári nyári esték (szabadtéri színház, táncház, koncertek),
Szent István napi vigasság a Duna-parton, szüreti fesztivál

- **Dunaföldvári Gyógy- és Strandfürdő és Kemping:** 3 fészített víztükrű szabadtéri medence (úszó-, tan- és pancsoló medence).

Gyógyászat: a dunaföldvári gyógyvíz összetétele jelentős mértékben hidrokarbonátos és magas sótartalmú, így mozgásszervi és nőgyógyászati panaszok, valamint bőrbetegségek kezelésére is alkalmas. Kiegészítő szolgáltatások: gyógyfürdő (gyógymedence használat),

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

gyógymasszázs, víz alatti vízszugármasszázs (tangentor),
iszappakolás, víz alatti csoportos gyógytorna

A nyári szezonban a fürdő gyakran rendez különböző,
ingyenesen igénybe vehető programokat. Gyakoriak az
animátorok bevonásával rendezett gyermekprogramok, a
kulturális, zenei és sportprogramok.

Rendezvények:

Május 1.

Augusztus 20.

Szüreti Fesztivál /2napos/

Nyári Esték a Várban

Művelődési Ház rendezvényei

Halászlé főző verseny

Állat és kirakodóvásár minden hónapban

Márton Napi Libafuttatás

Váradvari rendezvények

Szállás lehetőségek:

A városban 7 panzió található és 60 férőhelyes kemping

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Vár

Templomok

Gimnázium

Pince Falu /42 pince az egyik 60 pince a másik helyen/

Tolnai Borvidék tagja

Szt Rókus Borlovagrend

Duna part /Szabad kikötő, Pihenő Park/

Néptáncgyűttes

Helytörténeti csoport

Borház

Piac

Panoráma

Kálvária domb

Római őrtorony



1000 éves bencés könyvek

Gasztronómia:

A településen híresek a zöldséges húsgombóc és természetesen a halételek.

Spenót felfújt

Grill ételek

Város bora évente

Érdekes emberek:

Csepeli István fafaragó

Koffán ... szobrász, kerámia, rézkarc

Maróti László festő

Bakos András festő

Tóth István cukrász

Hírességek:

Beszédes József

Puskás Öcsi

Sárdy János

Magyar László

Érdekes történet:

Állóhajó története.

Római útvonal története

Nemzetiségek:

Roma Nemzetiségi Önkormányzat

Testvérvárosok:

Weikersheim

Ossona

Borszék

Online és offline kommunikációs eszközök:

Facebook I love Dunaföldvár

Web



Havi lap /Partoldal kulturális Egylet/

Tv

Dunaföldvár Rádió

Fortuna Rádió

Civil szervezetek:

Vizi egyesület

Mazsoret csoport

Foltvarró csoport

Kórusok

Önkéntes tűzoltók

Foci egyesület

Nyugdíjas klub

Kertbarát klub

Borlovagrend

Horgászegyesület

Vadásztársaság

Sárga Pincésgödör Egyesület

Dunaföldvári Polgárőrség, Bűnmegelőzési és Természetvédelmi Egyesület

Dunaföldvári Idegenforgalmi és Természetvédelmi Egyesület

Vöröskereszt

Máltai Szeretetszolgálat

Asztalitenisz

Erősségek:

Duna

Panoráma

Löszfal

Vár

Egyéb látnivalók

Gyengeségek:

Vasút személyszállítás megszűnt

Hajó kikötő hiánya

Infrastruktúra:

Művelődési ház

Könyvtár



Mozi
Ipari Park

Hagyományőrző régi szakmák:

Fafaragó: Csepeli István
Díszműkovács
Képfestő

Díjak:

Dunaföldvár Díszpolgára Díj
Dunaföldvárért Díj
Dunaföldvár Gyermekéért Díj
Dunaföldvár sportjáért Díj



4. Dunaszentgyörgy

Tolna megye, paksi kistérség, népesség ~2500 fő.

Fekvése: település a Duna jobb partján, Pakstól 10 kilométerre délre, Szekszárdtól 25 kilométerre északra fekszik, a 6-os számú főútvonal mentén.

Nevezetességek:

- Református templom (1783)
- Katolikus templom Szent György tiszteletére (1996)

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap**: <http://www.dunaszentgyorgy.hu/>

Csak magyar nyelvű, bejelentkező oldal nincs.

A menüsor nem konzisztens, bal felső sorban és jobb oldalon is megjelennek egymással átfedésben lévő címszavak.

A főoldal képi design-ja semmitmondó, egy távlati fotót ábrázol a településről, ami nem hordoz megkülönböztető értéket. Pozitívum viszont a címer feltüntetése. Animációt, mozgóképet és hangot nem tartalmaz.

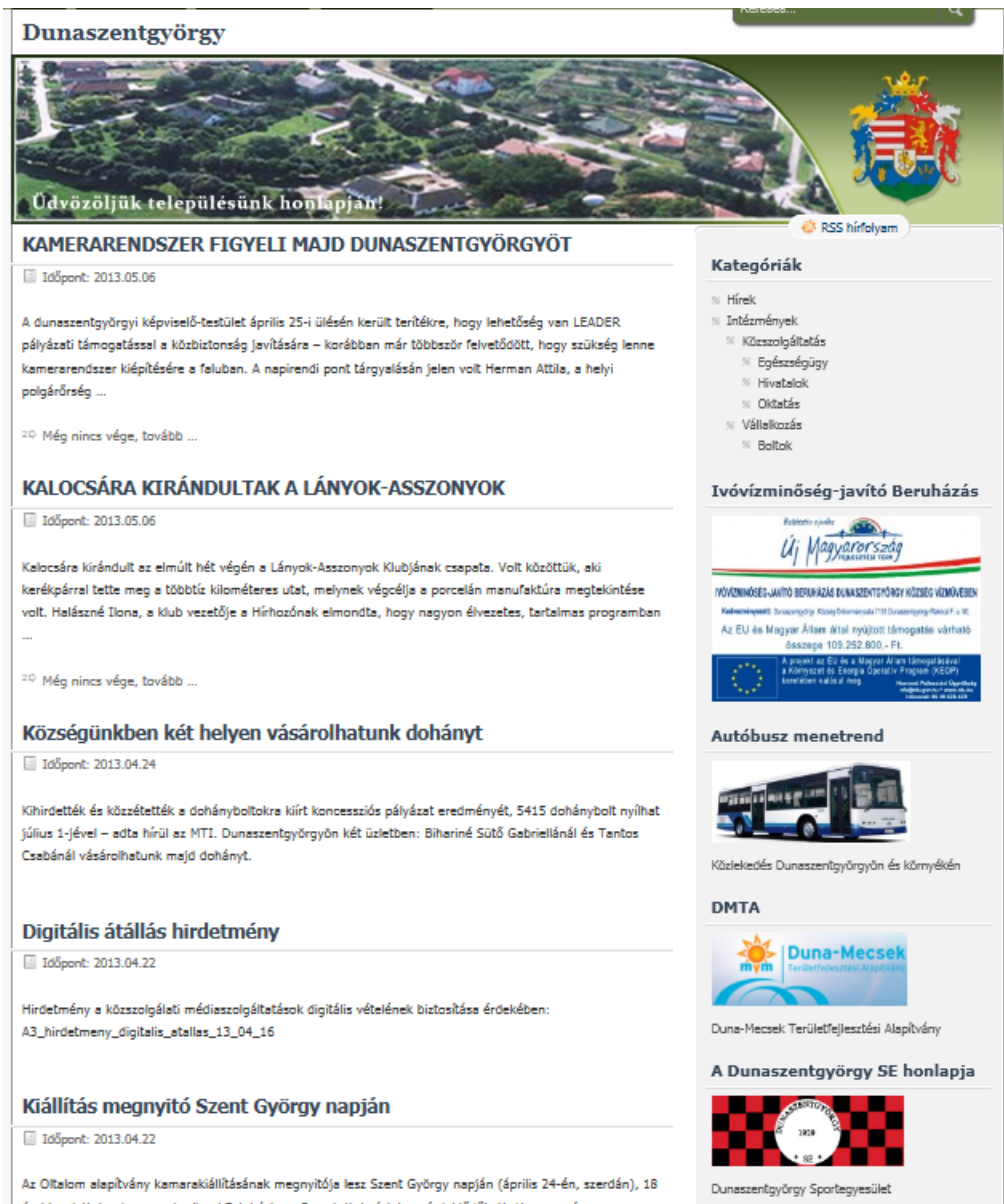
A közlemények egyszerű szövegdozokban jelennek meg.

A rendszeres programoknak nincs állandó menüpontja, a rendezvények esetleges jelleggel a hírek között jelennek meg.

Befektetés-ösztönző információ nincs a honlapon, a vállalkozások pont alatt mindössze a boltok listája szerepel.

b. Lehetőségek:

- a település rendelkezik 3 **testvértelepüléssel** (Romániában, Szerbiában és Németországban), amelyekről a honlapon is találunk információt.
- **programok:** Szent György-napi búcsú, szüreti bál, falunapok



The screenshot shows the homepage of the Dunaszentgyörgy website. At the top, there is a banner with an aerial view of the town and the text "Üdvözljük településünk honlapján!". Below the banner, the main content area features several news articles. The first article is titled "KAMERARENDSZER FIGYELI MAJD DUNASZENTGYÖRGYÖT" and is dated 2013.05.06. The second article is titled "KALOCSÁRA KIRÁNDULTAK A LÁNYOK-ASSZONYOK" and is also dated 2013.05.06. The third article is titled "Községünkben két helyen vásárolhatunk dohányt" and is dated 2013.04.24. The fourth article is titled "Digitális átállás hirdetmény" and is dated 2013.04.22. The fifth article is titled "Kiállítás megnyitó Szent György napján" and is dated 2013.04.22. On the right side of the website, there is a sidebar with a "Kategóriák" section listing various topics like Hírek, Intézmények, Községüzemeltetés, Egészségügy, Hivatások, Oktatás, Vállalkozás, and Boltok. Below this, there is a section for "Ivóvízminőség-javító Beruházás" with a logo for "Új Magyarország" and a description of the project. Further down, there is a section for "Autóbusz menetrend" with a photo of a bus and a link to the schedule. Below that, there is a section for "DMTA" with a logo for "Duna-Mecsek" and a link to the website. At the bottom, there is a section for "A Dunaszentgyörgy SE honlapja" with a logo for "Dunaszentgyörgy SE" and a link to the website.

Rendezvények:

Falunap
Szüreti nap
Pünkösddőlő rendezvény
Jótekonysági bál

Szállás lehetőségek:

A településen szálláslehetőség nincs, illetve a vadászházban lehet megszállni.

Látnivalók:

Lásd fentebb is.
Csók Kúria
Csók István festmények
Tanya panorámával
Duna-Dráva Nemzeti Park
Brinyó lápos füves terület

Gasztronómia:

Pacalpörkölt

Érdekes emberek:

A településnek ma élő érdekes emberéről nincs tudomásunk.

Hírességek:

Csapó Vilmos tábornok itt született
Csokonai Sándor itt született

Érdekes történet:

Megye egyetlen nemzeti települése
Római hadiút /limes/ itt ment el a falu mentén
Különleges szőlőfajta, 1000 éves Magyarország szőlője

Nemzetiségek:

A településen sváb gyökerek találhatók.

Testvérvárosok:

Nieste
Gelence

Online és offline kommunikációs eszközök:

Dunaszentgyörgyi Hírmondó 1-2 havonta, fizetős

Civil szervezetek:

Dunaszentgyörgyért Egyesület
Teleház
Nyugdíjasok érdekképviselője
Sport Egyesület
Nagycsaládosok Egyesülete
Vadász Társaság

Tervek a jövőre:

Cél Paks agglomerációjához tartozni.

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Duna
Panoráma
Löszfal
Vár
Egyéb látnivalók

Negatív tulajdonsága a településnek:

Emberek hozzáállása nem kielégítő
Összetartás hiánya
Civil élet gyengesége
Közlekedés, utak nem kielégítő állapota
Vasút személyi nincs

Infrastruktúra:

Faluház
Könyvtár
E-pont
200 fős rendezvényhez szék

Hagyományőrző régi szakmák:

Vadrózsa Néptánc együttes
Kádár mester skanzen jelleggel

Díjak:

Nincs alapított díja a településnek



5. Gerjen

Tolna megye, paksi kistérség, népesség ~1200 fő.

Fekvése: A község Tolna megyében, Pakstól délre 22, Szekszárdtól északkeletre 27 kilométerre, a Duna jobb partján fekszik. Vele szemben a bal parton Kalocsa található, a két település között komp is jár.

Nevezetességek:

- Református templom (1871)
- Katolikus templom, búcsújáró hely (1949)

Értékelés marketingszempontból:

a, Hivatalos **honlap:** <http://www.gerjen.hu/>

Mozgó településképet prezentáló, de információtartalom illetve üdvözlés nélküli bejelentkező oldal, idegen nyelvű enter (!) felirattal.



A honlap csak magyar nyelvű. A főoldal zsúfolt és kaotikus hatást kelt a betűtípusok sokfélesége, a mozgóképek és a rendszertelen struktúra következtében. A programok központi helyet foglalnak el.

A menüstruktúra megfelelően kidolgozott, de pl. a *Rendezvények* menüpont alatt 2007-es a legfrissebb információ. A *Videotár* menüpont alatt 2006-os a legfrissebb feltöltés.

Lényeges pozitívum a helyi alkotók feltüntetése külön menüpontban, de róluk mindössze 1-1 fotó szerepel cím és tevékenység leírása nélkül. A fényképre kattintás esetén továbbléphetünk az egyéb információkra, de nem egyértelmű a vezérlés.

A testvértelepülésről is van információ, de a menüpont megnyitásakor egyből a német nyelvű saját honlapra navigál, ami a magyar látogatók számára problémát okoz.



The screenshot shows the homepage of the Duna Összeköt website. The header includes the logo and navigation links. The main content area features several sections: a sidebar with a menu (Település, Önkormányzat, Gerjén Hírek, Hátországzás, Intézmények, Rendezvények, Alkotók, Dokumentumok, Sajtófigyelő, Videotár, Testvértelepülés, Kapcsolatok, Kezdőlap), a central news section with a date (2013. május 21.) and a headline 'ITT a JÖVŐBE', a right sidebar with a 'Polgármesteri Hivatal' contact info and a 'JÁTSZÓTÉR ÉPÍTÉS' announcement, and a bottom section with a 'Hírlevél' button and a 'Gondolta volna?' section. The website is in Hungarian and includes various logos and images.

b, Lehetőségek:

- **helyi népművészeti alkotók:** Imreh Ágnes csuhébaba készítő, Kozák Éva fazekasmester, Házi József fafaragó
- **testvértelepülés:** Leinsweller
- **programok:** borverseny, kompindító majális, horgászverseny, szüreti fesztivál

Rendezvények:

A településen évente 18-20 rendezvényre látogathatnak el a helyi és környékbeli lakosok

3 nagy szüreti felvonulás

Lovasnap

Duna Rock találkozó

Szállás lehetőségek:

A településen szálláslehetőség: Vackor Vendégház

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Református templom országos védettségű műemlék

Gerjeni építésű házak

Tornácok és azok oszlopai

Kovácsoltvas kerítések

Kishajó kikötő

Jet ski a Dunán

Gasztronómia:

A településen híresek a zöldséges húsgombóc és természetesen a halételek.

Spenót felfűjt

Grill ételek

Város bora évente

Érdekes emberek:

Kozák Éva népi iaprművész

Szebényi Edina fazekas

Imre Ágnes csuhéfigurák

Házi József fafaragó

Hírességek:

Kencsei Albert hajóskapitány 1848

Széchenyi István balatoni hajóskapitány



Érdekes történet:

A Tihanyi Apátság alapítólevelében már megtalálható a település neve

800 éves település

Anekdóták vannak

Nemzetiségek, kisebbség:

A településen a roma kisebbség 10 %.

Testvérvárosok:

Lásd fent, illetve Carborac településsel baráti kapcsolat

Online és offline kommunikációs eszközök:

Gerjeni Hírek havilap, a nyugdíjas klub terjeszti

Civil szervezetek:

Polgárőrség

Nyugdíjas Klub

Nagycsaládosok Egyesülete

Sport Klub /Foci és Lovas/

Tervek a jövőre:

Élhető település

Gazdasági helyzet maradjon stabil

Maradjon az iskola

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Csendes

Tiszta

Barátságos

Duna

Negatív tulajdonsága a településnek:

Zsáktelepülés

Közlekedés

Munkanélküliség

Iskolázatlanság



Infrastruktúra:

A települési jellegnek megfelelő

Hagyományőrző régi szakmák, kézművesek:

Gyöngyfűzők

Üveggravírozók

Szárazvirág kötők

Díjak:

Nincs a településnek alapított díja



6. Györköny

Tolna megye, paksi kistérség, népesség ~930 fő.

Fekvése: A község Pakstól 15 kilométerre nyugatra, a Duna nyugati partján található.

Nevezetességek:

- Pincehegy
- Pincemúzeum
- Evangélikus templom (1796)
- Falumúzeum: A valószínűleg az 1900-as évek elején épült ház 1983-ban nyílt meg múzeumként, mindhárom helyisége látogatható.
- II. világháborús emlékmű (1990. novemberében avatták)

Értékelés marketingszempontból:

a, Hivatalos **honlap:** <http://www.gyorkony.hu/>

Magyar, angol és német nyelvű, bejelentkező oldal nincs.

A főoldal felülete nincs területileg kihasználva, aránytalan az információk eloszlása.

A középpontban szereplő *Programok* és *Hírek* nehezen olvasható betűmérettel vannak feltüntetve.

A foldalon egy nagy kép szerepel „Beruházások kezdődnek Györkönyben. Az árajánlatokat gyűjtjük” szöveggel, de képre kattintva a *Hírek* menüpont kerül kibontásra, ami valamilyen logikai/szerkesztési hibára enged következtetni.

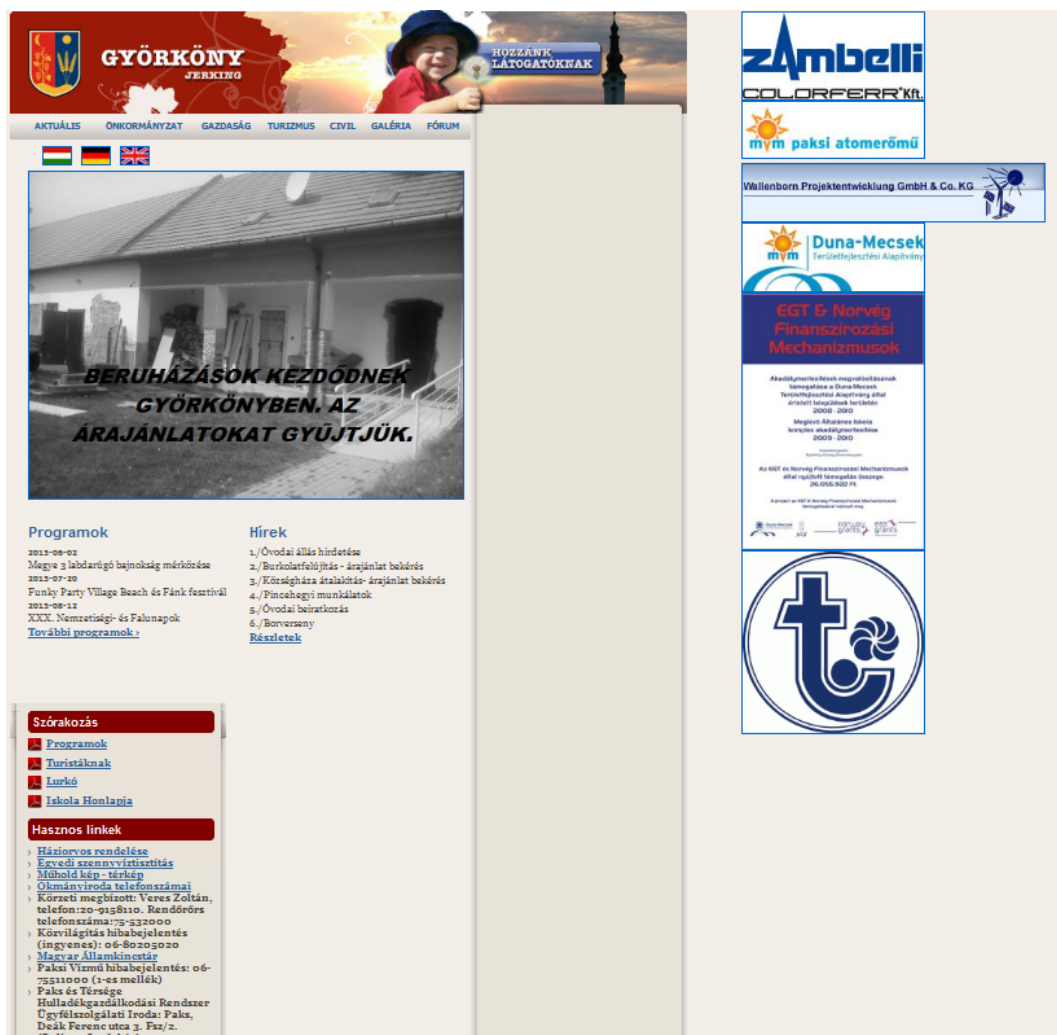
A testvérvárosokra kattintva idegen nyelvű községi honlapokra navigál.

Gazdasági információk alatt a település nagyobb vállalatait találjuk, rájuk kattintva továbbléphetünk a cégek saját honlapjára.



Pozitívum, hogy külön Turizmus menüpont került kialakításra, amelyben egyrészt a falu nevezetességeiről találhatunk információt, másrészt a gasztronómiai jellemzőket: vendéglátóhelyek listáját, bortermelők és borok felsorolását a borversenyen elért eredményeik megjelölésével, a Márton és Lányai pálinkafőző vállalkozás honlapját valamint a találjuk.

A *Civil* menüpontban részletes információt találunk a civil szervezetekről, a *Galériában* friss, 2013-ban feltöltött, de század eleji képeket is láthatunk kidolgozott rendszerben.



b, Lehetőségek:

- **Programok:** Funky Party Village Beach és Fánk fesztivál, Nemzetiségi-és Falunapok

- **Testvérvárosai:** Eckartsweier Németországban,
Maroszentanna Erdélyben

Rendezvények:

Óvodás farsang
Sváb Bál
Szüreti Nap
Föld Napja
Nemzetiségi Nap
falunap

Szállás lehetőségek:

50 főre szállás a pincesoron, a fejlesztés után 100 fő

Látnivalók:

Pincehegy
Falumúzeum
Borok és pálinkák
Harangok
Evangélikus templom

Gasztronómia:

Sváb jellegzetes ételek

Érdekes emberek:

Nincs információ

Hírességek:

Tolnai Lajos író

Érdekes történet:

Nincs információ

Nemzetiségek:

Német, Német Kisebbségi Önkormányzattal

Testvérvárosok:

Nincs információ

Online és offline kommunikációs eszközök:

Nincs információ

Civil szervezetek:

Fiatalok Egymásért Egyesület

Glöckner János Táncsoport

Gyermekeink javára

Szőlőtő Alapítvány

Gyöngyvirág Táncsoport

Hagyományőrző Egyesület

Nyugdíjas Klub

Pincehegyért egyesület

Polgárőrség

Sport egyesület

Tűzoltó Egyesület

Orpeus

Bábel Zenekar

Virtus Zenekar

My Rock Zenekar

Egyház

Tervek a jövőre:

Lélekszám megőrzése

Életminőség biztosítása

Pincehegy értékeinek bemutatása, megismertetése országosan

Infrastruktúra fejlesztése

Közzszolgálati infrastruktúra fejlesztése

Szennyvíz fejlesztés

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Nincs információ

Negatív tulajdonsága a településnek:

Nincs információ

Infrastruktúra:





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

Lásd tervek a jövőre pontban
Több nagyabbacska vállalkozás

Hagyományőrző régi szakmák:

Nincs információ

Díjak:

Nincs a településnek alapított díja



7. Kajdacs

Tolna megye, paksi kistérség ~ 1280 fő.

Fekvése: A község a Duna-Sió közén, a Mezőföld déli részén terül el; Szekszárdtól 24 km-re észak-északnyugatra.

Nevezetességek:

- Sztankovánszky kastély és mauzóleum
- Református templom (1720 körül)

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.kajdacs.hu

Bejelentkező oldal nincs, a honlap csak magyar nyelvű.

A kezdőlap nagyon színszegény, többségében fekete-fehér, főként a logók visznek színt az összképbe.

A *Vállalkozások* menüpont alatt 3 helyi vállalkozás felsorolása szerepel, de saját honlapjukat nem lehet elérni az oldalról.

Külön Programok/Rendezvények menüpont nem található, a helyi eseményekről csak a *Falu Képekben* menüpont alatti képgalériából lehet tájékozódni.

Interaktivitás: a köszöntőben a polgármester invitál a honlap közös fejlesztésére, de elérhetőség nem található!





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



Kajdacs község

Köszöntjük látogatóinkat!

[Kezdőlap](#)
[Faház](#)
[Önkormányzat](#)
[Hírek](#)
[Intézmények](#)
[Aktualitások](#)
[Civil Szervezetek](#)
[Vállalkozások](#)
[Faház Képekben](#)
[KEOP ivóvíz projekt](#)

Hírek

[TÁJÉKOZTATÁS](#)
[\(A rendeletet alkotott a Képviselőtestület a helyi adókról\)](#)
[Kajdacs Falunap programja](#)
[PÁLYÁZATI FELHÍVÁS](#)
[Emlékeztető helyi önszerveződé](#)
[közösségek részére](#)
[SAJTÓKÖZLEMÉNY](#)
[PÁLYÁZAT](#)
[Országos Katasztrófavédelmi Önkormányzat](#)
[FELSŐOKTATÁSI ÖSZTÖNDÍJ](#)
[PÁLYÁZAT](#)

Polgármesteri köszöntő

Tisztelettel és szeretettel köszöntöm Önt, kedves látogató, Kajdacs község hivatalos honlapján. Akár tudatosan, akár véletlenül találta meg ezt az oldalt, kívánom, hogy érezze otthon magát! Leje örömet az itt található dokumentumokban mindjártban úgy érezve, hogy ide el kell látogatnia. Mindig nagy szeretettel várjuk!

Bemutatjuk a település építészeti-, történelmi- és kulturális értékeit, számtalunk sikereinkről és gondjainkról egyaránt. Aki rendszeresen olvassa lapunkat, részese lehet életünknek, hiszen mindig friss információval igyekszünk hírt adni magunkról. Ezért nagy tisztelettel ajánlom az oldalt az elszámoltaknak, a faluval szimpatizálóknak, akiket valaha erős érzelmek kötöttek e tájhoz. Ma már nincsenek távolak a technika fejlődése kapcsán, „virtuálisan” akár naponta többször is együtt lehetünk, beszélgethetünk. Végül, de nem utolsósorban ajánlom a portált valamennyi helyben élő kajdacs szármára is, akiknek segítségére lehet az információszolgáltatás és az ügyintézés során.

Szeretném, ha a honlap további tartalmát közösen alakítanánk, fejlesztenénk tovább, ezért tisztelettel kérem Önöket, hogy segítve ezt a munkát juttassák el észrevételeiket, véleményeiket a közösséget érintő híreiket a szerkesztőséghez. A honlap használatához sok örömet kívánva:

Boda János polgármester

TÁJÉKOZTATÁS

A közigazgatás átszervezése településünk önkormányzati irodáját az alábbiak szerint érintette:

2013. január 1. napjától **Bikács, Kajdacs, Nagydorog, Pálfa és Sárszentlőrinc** községek közös önkormányzati hivatala hoztak létre **Nagydorogi Közös Önkormányzati Hivatal** néven.

A Hivatalat **dr. Sátor Vera jegyző** vezeti, munkáját **dr. Orova Dániel aljegyző** segíti.

Kajdacsra a Nagydorogi Közös Önkormányzati Hivatal Kirendeltsége működik, az alábbi **ügyfelfogadási** renddel:

Hétfő:		ügyfelfogadás nincs	
Kedd:	8-12 óráig	13-16 óráig	
Szerda:	8-12 óráig	13-16 óráig	
Csütörtök:	8-12 óráig	13-16 óráig	
Péntek:	8-12 óráig	da. ügyfelfogadás nincs.	

Fogadó órák:

Boda János polgármester

dr. Sátor Vera jegyző

dr. Orova Dániel aljegyző

Boda Didió járási ügysegéd

Madarász Hajnalika családgondozó

ügyfelfogadási időben bármikor

Szerda: 7.30 – 9.30 óráig

Kedd, Csütörtök: 8-12 és 13-16 óráig

Szerda: 13-14.30 óráig

Kedd: 8-12 és 13-15 óráig

Az állás zökkenőmentes lebonyolítása érdekében kérjük ügyfeleink türelmét és megértését!

0000-00-00

0000-00-00



KEOP Pályázat KAJDACSON





KLIT Informatika és Ingatlankezelés Kft.




b, Lehetőségek:

- **programok:** Falunap, Szüreti Felvonulás, folklórfesztivál

Rendezvények:

Falunap, szórakoztató műsorok

Szüreti fesztivál

Kajdacs Teleház, Faluház rendezvényei

Szállás lehetőség:

A településsem nem található fizető szálláshely

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Református templom

Sztankovánszky család kastélya (1892), jelenleg iskola,
 Ybl Miklós által tervezett, eklektikus stílusú kápolna (1876), a
 Sztankovánszky család sírboltja,
 Barokk stílusú római katolikus templom (1891)
 I. és a II. világháborúban hősi halált halt kajdacsiaiak emlékét idéző
 emlékmű.

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

78

SZÉKHELY: 7045 Gyököny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Gyököny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsa.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Gasztronómia:

Pacalpörkölt

Érdekes emberek:

Nem találtunk történeteket mesélő személyt

Hírességek:

Báró Hrabovszky János altábornagy
Csuthy Zsigmond református lelkész

Érdekes történet:

Szívesen látják az ideérkezőket.

Nemzetiségek:

Cigány Kisebbségi Önkormányzat

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Nincs információnk, website üzemeltetés, de frissítés ritka,
Faliújság

Civil szervezetek:

Kajdacsai Gyermekekért és ifjúságért Alapítvány
Kajdacsai Gyöngyvirág Néptánc Egyesület
Kajdacsai Gazdakör
Kajdacsai Sport Egyesület
Kajdacsai Roma Egyesület
Kajdacsai Polgárőr Egyesület

Informális szervezetek:

Vöröskereszt helyi alapszervezete
Nagycsaládosok Országos Egyesületének helyi szervezete
Nyugdíjas Dalkör
Sarlós Boldogasszony Katolikus Kórus
Ebenhaezer Református Kórus
Kajdacsai Demokratikus Gyermek és Ifjúsági Önkormányzat

Motorosok Baráti Köre

Tervek a jövőre:

Utak

Intézmények felújítása

Vízhalózat, vízminőség javítása Eu-s forrásokból

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Zárt közösség

Duna

Mezőgazdasági termelés

Borászat

Negatív tulajdonsága a településnek:

Kevés a munkahely

Munkanélküliség nő

Ipar nincs

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő + E Mo pont

Hagyományőrző régi szakmák:

Nem jellemző

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja



8. Madocsa

Tolna megye, paksi kistérség ~ 1900 fő.

Fekvése:

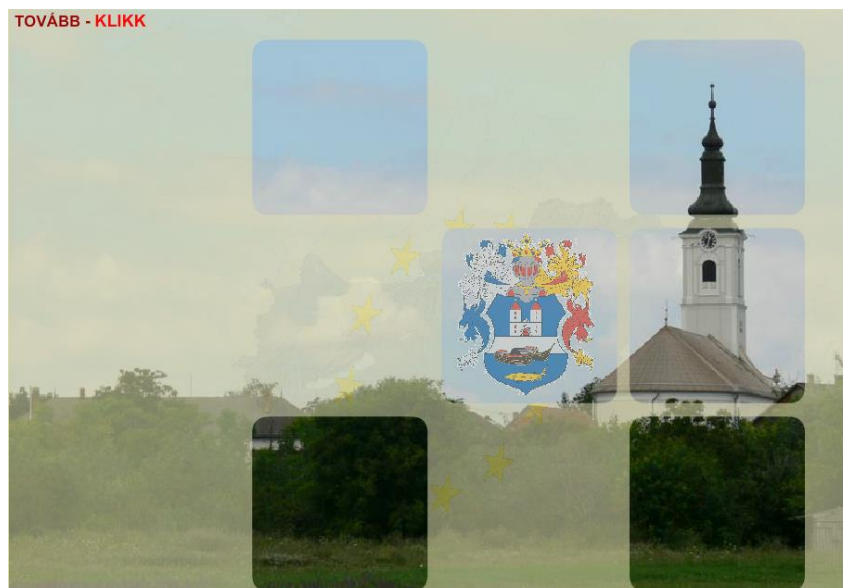
Nevezetességek:

- Református templom (1145)
- II. Világháborús emlékpark
- Milenniumi emlékmű: Törő György fadaragó művész által készített emlékkapu

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:**

A honlap design-ja megegyezik a bölcskeiével, az animált bejelentkező oldal is ugyanazon paraméterek alapján készült, amely a község nevezetességeit, természeti értékeit mutatja be



Csak magyar nyelvű. A főlap sokszínű, a főbb hírek a képekre kattintva érhetők el, de szembetűnő hiány a felső részből a város neve/címere.

A menüsor jól kidolgozott, informatív, a *Rendezvények* külön menüpontban szerepelnek.

Interaktivitás: említésre méltó ötlet a honlapon elhelyezett játék, amelynek lényege, hogy a Galéria egyes képeit lehet puzzle formában kirakni. A vendégkönyv „feltöltés alatt”.

A *Szolgáltatások* menüpont alatt a boltok listáját lehet megtalálni, az egészségügy és egyéb alpontok „feltöltés alatt”.

A településnek van saját kiadású újságja (*Madocsi Hírmondó*), amelynek példányai a honlapra is fel vannak töltve a *Sajtó* menüpont alatt.



The screenshot shows the Duna Összeköt website interface. On the left is a sidebar menu with categories: Település, Dokumentumtár, Intézmények, Szolgáltatások, Rendezvények (with sub-items: Falunap, Tanévnyitó, Szüreti Felvonulás), Sajtó, Impresszum, and Kapcsolatok. The main content area features a grid of 12 event photos, each with a caption: DUNA projekt felhívása, Egyenlő Bánásmód Hatóság plakát felhívás, Könyvtár - Dr. Tóttós Gábor, Tél Madocsán, Könyvtárban a motorosok, Wunsch László 80 éves, Kamarazenekar a templomban, XV. Madocsi Falunapok, Falunap '11, Író-olvasó találkozó, Kiállítások, Földesi János könyvbemutató, Folklórfesztivál, Iskolaavatás. At the bottom, there are banners for Adobe Flash Player, contact information (E-mail: hulladek.iroda@paks.hu, Weboldal: www.pthr.hu), a 'ÚJ' (New) logo, and a photo of people on horseback.

b, Lehetőségek:

- **programok:** Falunap, Szüreti Felvonulás, folklórfesztivál

Rendezvények:

Falunap, főzőverseny + szórakoztató műsorok
Szüreti felvonulás
Művelődési ház rendezvényei
Faluház rendezvényei

Szállás lehetőségek:

A településen nem található fizető szálláshely

Látnivalók:

Lásd fentebb is.
Református templom

Gasztronómia:

Pacalpörkölt

Érdekes emberek:

Nem találtunk történeteket mesélő személyt

Hírességek:

Földesi János néptánc gyűjtő

Érdekes történet:

Szívesen látják az ideérkezőket. Földesi János Néptánc találkozó

Nemzetiségek:

Nincs információnk.

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Madocsai Hírmondó 2 havonta megjelenő ingyenes lap, ami eljut minden háztartásba

Civil szervezetek:

Hagyományőrző Csoport

Sport Egyesület
Nyugdíjas Klub
Polgárőr Egyesület
Tűzoltó Csoport
Vadásztársaság

Tervek a jövőre:

Utak
Csapadékvíz elvezetés
Intézmények felújítása

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Zárt közösség
Duna
Üdülő, csónakház
77 Ha legelő, ami a Natura 2000 programhoz tartozik

Negatív tulajdonsága a településnek:

Kevés a munkahely
Munkanélküliség nő

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő + E Mo pont

Hagyományőrző régi szakmák:

Fafaragó: Szalay András

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja

9. Nagydorog

Tolna megye, paksi kistérség, ~ 2660 fő.

Fekvése: Pakstól 20 kilométer távolságra fekszik nyugati irányban, Cecétől pedig délre 18 kilométerre. Áthalad rajta a Szekszárdot Székesfehérvárral összekötő 63-as főút.

Nevezetességek:

- Falumúzeum
- Kalap- és Sipkamúzeum
- Szenes-legelő (természeti érték)
- Református templom (1774)
- Római katolikus templom (1934)
- Széchenyi-kastély (1891/92)
- Tanösvény
- Tájház

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.nagydorog.hu

Csak magyar nyelvű, bejelentkező oldal nincs. A menüsor viszont dupla: horizontális és vertikális. A design, színösszeállítás és elrendezés jól átgondolt, az összhatás kellemes, jól áttekinthető, nem zsúfolt.

A Sipkamúzeum logója szembetűnő a főoldalon, külön menüpontban is szerepel, a programokról viszont csak a galéria menüpont alatt találunk információkat.

A *Videotár* menüpont alatt a Nagydorog TV egyes kiemelt adásait lehet megtekinteni.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

b, Lehetőségek:

- **programok:** szüreti felvonulás

Rendezvények:

Falunapi programok

Szüreti bál

Adventi készülődés

Szállás lehetőségek:

A településen 2-3 falusi vendégszállás található, Piroska Vendégház, Vendégeket fogadó borospince nincs

Látnivalók:

Gulág harang a katolikus templomban

Református templom

Kalap és Sipka Múzeum

Tájház

Iskola területén a park

Víztorony

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Gasztronómia:

Pacalpörkölt

Érdekes emberek:

Nem találtunk történeteket mesélő személyt

Hírességek:

Fekete László újságíró
Festetics Pál földbirtokos
Széchenyi Sándor

Érdekes történet:

Nincs mesélő

Nemzetiségek:

Német gyökerek, roma kisebbség

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Helyi tv, időszaki hírlevél, helyi kisbíró rendszer /hangosbemondó/

Civil szervezetek:

Hagyományőrző Néptánc Egyesület
Sport Egyesület
Nyugdíjas Klub
Polgárőr Egyesület
Református Egyesület
Nagydorogért egyesület

Tervek a jövőre:

Gyógynövény és dohány termesztési tradíció újjáélesztése
Infrastruktúra fejlődését fenntartani
Munkahelyteremtés

Áramtermelés helyi meghonosítása, szélérőművek és napenergia pályázatok beadva

Geotermikus fűtéssel ellátni a közintézményeket a maradék hőből
100 – 200 fős üvegház termeltetési technológia megvalósítása,
majd egy temperált vizű halastó halfeldolgozóval.

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Közel van Paks

Közlekedés előnyös

Természetvédelmi terület

Negatív tulajdonsága a településnek:

Többgenerációs munkanélküliség

Szakképzetlen lakosság

Összefogás hiánya

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő + E Mo pont

Háztáji termelők: húsipari, kecskesajt, méz

200 db vállalkozás, amely 10 %-ban aktívan támogatja a települést

Hagyományőrző régi szakmák:

2 festője van a településnek

Alkotótábor nincs

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja



10. Németkér

Tolna megye, paksi kistérség, ~1720 fő.

Fekvése: Németkér a Mezőföld tájegységnek déli részén található, Paktól mintegy 16 km-re északnyugatra a Paks-Cece összekötő út mentén.

Nevezetességek:

- Római katolikus templom (1816),
- Hardi templom
- Kálvária domb
- Mária szobor
- Staub Ferenc Emlékház
- Falumúzeum
- Hősök Emlékműve
- Fülöp-Heim Kúria
- Látó-hegy (természeti érték, 172 m)
- Hardi legelő, láprét (természeti érték)

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.nemetker.hu

Bejelentkező oldal nincs, csak magyar nyelvű.

A képi és színi kidolgozottság egyszerű, de kedvező összhatású.

A nyitólap megfelelő elrendezettségű, könnyen átlátható.

A *Látnivalók* listája külön menüpontban szerepelnek, ahol jól kidolgozott, képpel összekötött felsorolást helyeztek el.

Interaktivitás: *Fórum* külön menüpontban szerepel, lehet kérdezni az önkormányzattól, hozzá lehet szólni a sportélethez, vicceket lehet megosztani és véleményezni a honlapot, illetve ötleteket adni.

A *Hasznos linkek* között szerepel a Duna Összeköt Egyesület honlapja.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

The screenshot shows the homepage of the Nemetkér Község (Municipality) website. At the top, there's a header with the municipality's name and a navigation bar. The main content area features a large article titled 'Pályázat általános iskolás korú tanuló számára' (Scholarship for primary school students) with a photo of a school building. Below this, there are several smaller news items and announcements, including 'Képzési lehetőségek' (Training opportunities) and 'Németkéri napok 2012' (Nemetkéri days 2012). On the right side, there's a sidebar with a login form, a registration button, and a photo gallery of community members. The bottom of the page has a footer with contact information and a small logo.

b, Lehetőségek:

- **programok:** Falunap

Vendéglátás:

Althaus Vendégház

Rendezvények:

Falusi Gyereknapi

Németkéri Napok

Búcsúfa állítás

Szüreti Napok

Német Mikulás érkezése

Fenyőállítás

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

90

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tollna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Focikupa
Egészségnap

Szállás lehetőségek:

A településen a Beanett Panzió szolgál a vendégeknek szálláslehetőséggel.

Fülöp-Heim Kúria

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Látó-hegy és környéke

Fülöp Heim Kúria

Kálvária-domb

Staub Ferenc Emlékház

Németkéri templom

Hardi templom

Mária szobor

Hősök emlékműve

Sváb tájház

Új telepítésű szőlő birtokok

Sok száz régi pince

Neuris-i szőlőskertek és pincék-borkostolással egybekötve

Gasztronómia:

Hagyományos régi sváb ételek

Érdekes emberek:

Szalai Lajos: népi fafaragó

Schönhardt Ferencné (Viki néni történetei)

Hírességek:

Staub Ferenc festő

Érdekes történet:

Schönhardt Ferencné Viki néni történetei

Nemzetiségek, kisebbség:

Német nemzetiség 30-40%, 10-12 % roma



Nemzetiségi Önkormányzatok:

Németkéri NémetNemzetiségi Önk.
Cigány Nemzetiségi Önk.

Alapítványok:

Gyermekekért Alapítvány
Csittszentiván-Németkér-Büchenbach Alapítvány

Szabadidős tevékenységek:

Természetvédelmi területen túraútvonalak bebarangolása,
védett növények és állatok feltérképezése
Lovastúrák lóháton és lovaskocsival
Horgászati lehetőségek (Vörösmalom, Beanett Panzió tava,
Hunyadi utcai tó)

Testvérvárosok:

Erdély-Csittszentiván 22 éves
Németország-Büchenbach 24 éves

Online és offline kommunikációs eszközök:

Hanák Ottóné /Braun Margit: Anyám konyhája 2004 (magyar-német nyelven) jellegzetes sváb ételek
Hanák Ottó: Németkéri daloskönyv 1994.
Hanák Ottó: Németkér-Emlékkönyv 1985. (betelepítés, falutörténet, kitelepítés)
Hanák Ottó: Egy falu lelke 1990 (történetek, anekdoták a falu múltjából) magyar és német nyelven , németországi kiadás:
Németkére Schmunzelecke 1989. Büchenbach
Lamm Jánosné: Dokumentumok, emlékek és gondolatok a Németkéri Általános Iskola életéből 2010

Civil szervezetek:

Eugen Hüttner Önkéntes Tűzoltó Egyesület
Blazsek Frigyes Kórus
Nyugdíjas Egyesület és Kórus
Polgárőr Egyesület

Tervek a jövőre:

Járdák felújítása
Vízvezető rendszer fejlesztése
Intézmények energia hatékony fűtése a helyben megtermelt energiafűzzel
Épületeink felújítása

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Szorgalmas emberek
Természeti adottságok
Vendégfogadási készség

Negatív tulajdonsága a településnek:

Nincs információ

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő
TSZ 50 főt foglalkoztat
Kkv-k

Hagyományőrző régi szakmák:

Kosárfonó
Fafaragó
Kerámikus
Vadászfestő
Díszmű lakatos
Kecskenyésző
Méz termelő

Díjak:

Németkéri Németségért Nívódíj, alapító: Németkéri Német
Nemzetiségi Önkormányzat, évente 1 fő kapja



11. Pálfa

Tolna megye, paksi kistérség, ~ 1570 fő.

Fekvése: Tolna megye északi részén, a Sió mellett található.

Nevezetességek:

- Ilyés Gyula Első Iskolája Múzeum

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** <http://www.palfa.hu/>

Statikus bejelentkező oldal, melyen az elemek nagyon széttagoltak.

Üdvözljük Pálfa község honlapján



Csak magyar nyelvű, bár a német/angol zászlók feltüntetése többnyelvűségi szándékot takar.

A tartalmak egy része még feltöltés alatt van, többek között a *Településről* menüpont Rendezvényeink illetve Eseménynaptár alpontja is.

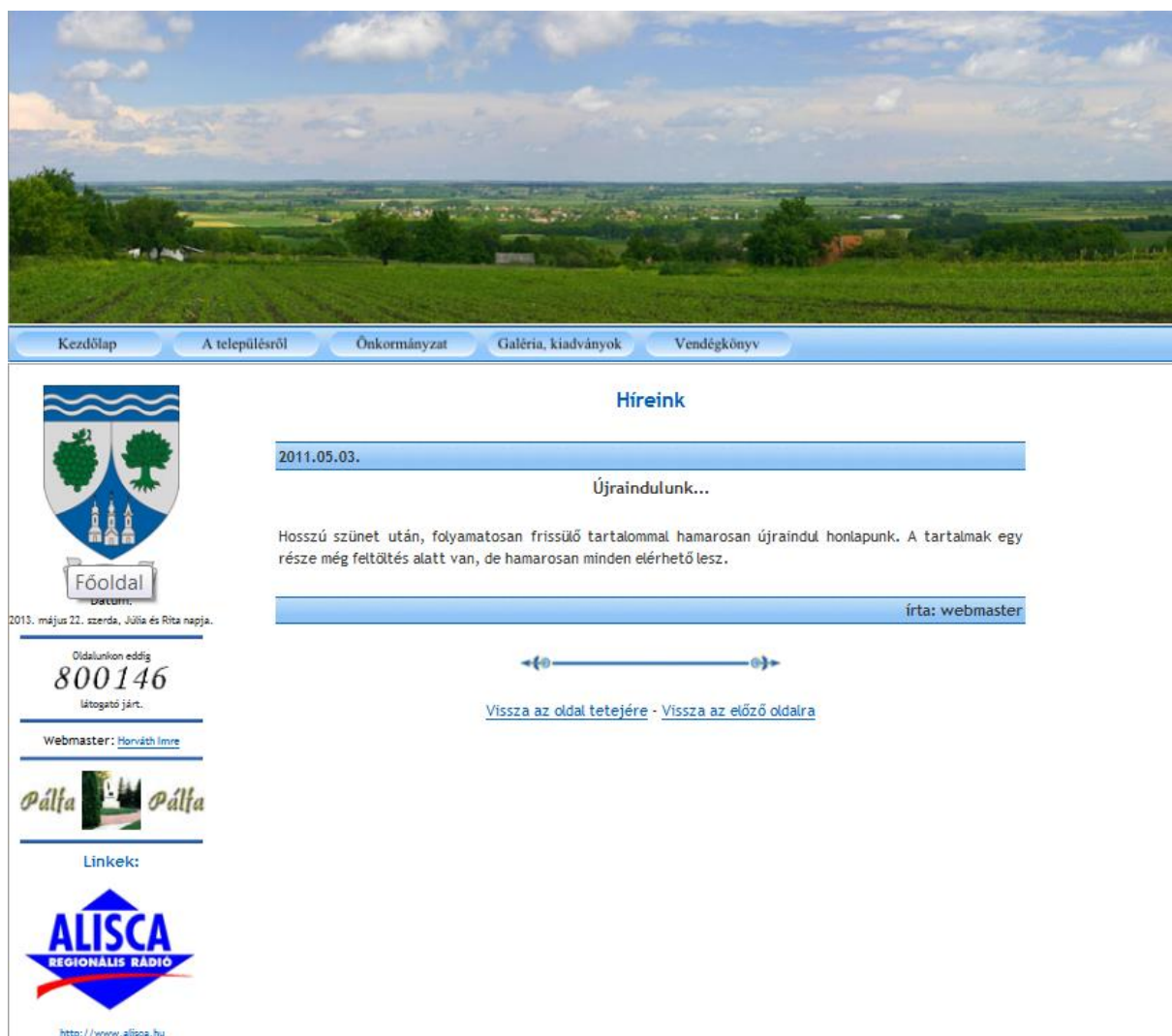
A főoldal meglehetősen információszegény, a község neve is hiányzik.



DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

Interaktivitás: *Vendégek* menüpontban több hozzászólás.

A község rendelkezik saját kiadású újsággal, a *Pálfai Kisbíróval*, amelynek korábbi kiadványai a *Galéria/Kiadványok* menüpont alatt letölthetők, bár 2008-as kiadás a legfrissebb elérhető szám.



b, **Lehetőségek:**

- programokról nincs információ a honlapon, sem az Interneten!

Rendezvények:

Búcsúnap

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

95

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Szállás lehetőségek:

A településem nem található fizető szálláshely

Látnivalók:

Illyés Gyula szülőhely és múzeum
Felsőrácegres

Gasztronómia:

Sűrűmeggy
Sávós kuglóf

Érdekes emberek:

Nem találtunk történeteket mesélő személyt

Hírességek:

Illyés Gyula
Lázár Ervin

Érdekes történet:

A híres szülöttökhöz kapcsolódóan.

Nemzetiségek, kisebbség:

30% roma.

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Nincs információnk a média helyzetről.

Civil szervezetek:

Sport Egyesület
Polgár Egyesület
Néptánccsoport
Teleház Egyesület
Horgász Egyesület

Tervek a jövőre:

Megtakarítási fejlesztések
Munkahelyteremtés

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Természeti környezet

Negatív tulajdonsága a településnek:

Rendkívül magas munkanélküliség

Infrastruktúra rossz állapotban

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő
1-2 nagyvállalkozó a mezőgazdasági területen

Hagyományőrző régi szakmák:

Méztermelők
Alkotótábor

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja



12. Pusztahencse

Tolna megye, paksi kistérség, ~1000 fő.
Fekvése: Pakstól nyugatra 12 km-re.

Nevezetességek:

- Református templom (1871)
- Katolikus templom, búcsújáró hely (1949)
- Ökumenikus templom (1990)

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.pusztahencse.hu

Bejelentkező oldal nincs, csak magyar nyelvű. A honlap fejlesztés alatt.

A főoldal jól áttekinthető, kellemes színvilágú, a menüsor jól kidolgozott, bár több alpontra kattintva nem jelenik meg információ (Pl. Szolgáltatók bármely alpontja).

A településről kevés információ szerepel, hiányoznak az általános adatok, településtörténet.

A *Programok* menüpontban egy 2012 Karácsonyára vonatkozó bejegyzés szerepel.

Interaktivitás: a Vendégek könyv menüpont aktív, üzenet megjelenítésére van lehetőség. A honlap valószínűleg fejlesztés alatt áll, mert nagyon információhiányosak a menüpontok.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

Üdvözöljük Pusztahencse weboldalán!

ÖNKORMÁNYZAT KÖZSÉGI KONYHA MŰVELŐDÉSI HÁZ ÓVODA ISKOLA CIVIL SZERVEZETEK VALLÁS

HÍREK PROGRAMOK SZOLGÁLTATÓK HASZNOS GALÉRIA FILMEK VENDÉGKÖNYV LINKEK

Ma Május 22. Szerda, Júlia, Rita napja van.

Kedves Vendégünk!

Pusztahencse Község Önkormányzati Képviselő Testülete és polgárai nevében tisztelettel köszöntöm Önt településünk megújult honlapján.



Öröm számomra, hogy internetes kalandozása során felkeresi oldalainkat, melyeken részletes információt kaphat hagyományokban bővelkedő múltunkról, gazdag kulturális életünkről, sportunkról, gazdaságunkról, szolgáltatásainkról, valamint mindazon érdekességekről, amelyek életünkkel kapcsolatosak. Azt reméljük, hogy a folyamatosan megújuló, állandó aktualitásokkal bővülő honlapunk segítségével sikerül olyan információkra szert tennie, amelyek felkeltik az érdeklődését irántunk.

Mi csak egy kicsiny pont vagyunk az óriási világban, de a számítástechnika lehetővé tette, hogy leküzdjük a távolságokat, a világ valamennyi szegletébe eljuthassunk, kapcsolatokat teremthessünk. Reméljük, hogy ezek a kapcsolatok arra fogják ösztönözni Önt, hogy személyesen is ellátogasson majd hozzánk. Itt a valóságban is megtapasztalja településünk, Pusztahencse polgárainak életét és rendkívüli vendégszeretetét.

Lengyel Jánosné
Polgármester

b, Lehetőségek:

- programok, rendezvények:

Népfőiskolai előadások (januártól-áprilisig heti rendszerességgel - érdekes témákkal),
Családi majális,
Húsvéti locsoló bál,
Gyereknapi,
Pünkösdi Búcsú,
Falunap-boszorkányszombat,
Szüreti nap,
Márton napi felvonulás,
Karácsonyváró ünnepség,
Karácsonyi bál

Szállás lehetőségek:

A településen két szoba kiadó a művelődési Központban

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Templom

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Boszorkány söröző
Boszorkány-hegy
Lélek váró szekkó Bazsonyi Arany festménye
I-II. világháborús síremlékek és harang

Gasztronómia:

Csülökből készült ételek
Vadból készült ételek
Halból készült ételek
Birkából készült ételek
Körömből készült ételek
Grillázs torta

Érdekes emberek:

A falu polgármester asszonya a történetek mesélője

Hírességek:

Bazsonyi Arany festőművész

Érdekes történet:

Bagóhegy boszorkánya (1978)
Pusztahencse legendája (2008)

Nemzetiségek:

10% roma

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Szórólap
Hirdető tábla
TEIT hangos beszélő
Internet közösségi oldalak /Facebook/

Civil szervezetek:

Vadvirág Népi Együttes
Őszirózsa Nyugdíjas Klub

Pusztahencse Polgárőr Egyesület
Pusztahencse Jövőjéért Egyesület
Pusztahencse Sport Egyesület

Tervek a jövőre:

A falu arculatának kialakítása, és a település népszerűsítése.
Nagyobb hangsúly fektetése a település PR és marketing
tevékenységére. „Pusztahencse él és élni akar!”

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Békés, csendes, rendezett utcák. A középületek, közterek a XXI.
századnak megfelelően felújítva. Faluközpontban pihenésre,
szórakozásra, sportolásra lehetőséget nyújt kicsiknek, nagyoknak,
ifjaknak, időseknek a szabadidőpark.

Negatív tulajdonsága a településnek:

Kevés hagyománnyal rendelkezik a település.
Helyben kevés a munkalehetőség

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő
Mezőgazdasági vállalkozók

Hagyományőrző régi szakmák:

Nem tudunk róla

Díjak:

Település díszpolgára cím (Bazsonyi Arany és Vecsési Sándor)



13. Sárszentlőrinc

Tolna megye, paksi kistérség, ~ 935 fő.

Fekvése: A Mezőföldön, a Sió mellett található, a 63-as főúton közelíthető meg.

Nevezetességek:

- Evangélikus templom (1775)
- Evangélikus gimnázium (1800 körül)
- Petőfi Sándor-emlékház
- Uzdi Kulcsosház
- Lázár Ervin Emlékház

Értékelés marketingszempontból:

a, Hivatalos honlap: **www.sarszentlorinc.hu**

Bejelentkező oldal nincs, csak magyar nyelvű a honlap.

A menüsor részletes, jól kidolgozott, a fontosabb látnivalók külön menüpontban szerepelnek. A honlap színvilága kellemes, a képi rész megfelelő arányban elegyíti a nevezetességeket (látnivalók és híres emberek).

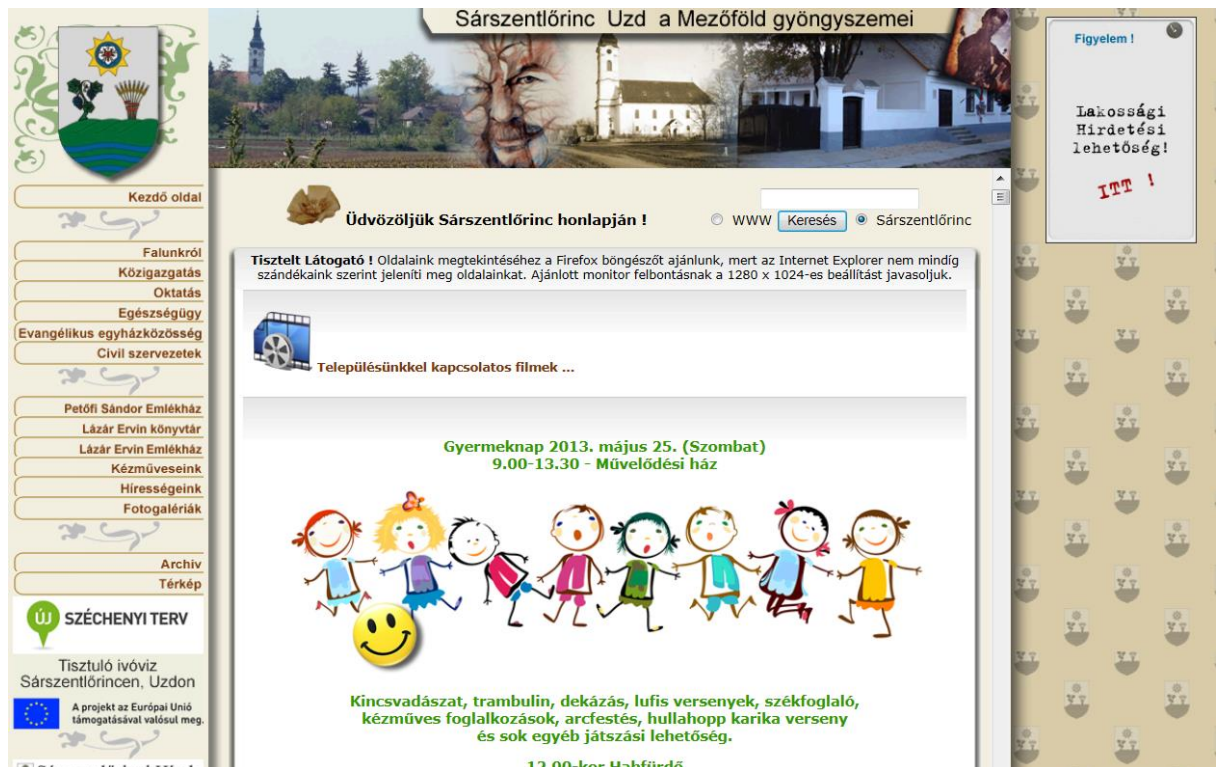
Kézműveseink menüpontot is kialakítottak, amelyben a helyi művészekről részletes leírásokat, véleményeket találunk, valamint a valaha ott élt ismert személyekről is találunk leírást a *Hírességeink* menüpont alatt.

A honlap középpontjában a gyermeknap program szerepel, amelynek grafikája vonzó, kiemelkedően megszerkesztett kompozíció (a korábbi rendezvények logói, díszítőelemei is figyelemre méltóak).

Külön programok menüpont nincs, csak a *Fotógalériából* lehet tájékozódni a rendszeresen előforduló rendezvényekről.



Interaktivitásra nincs lehetőség.



b, **Lehetőségek:**

- **helyi alkotóművészek:** Oláh Erika zománcműves, D. Nagy Judit zománcműves, Nagy Zoltán fazekas, Oláh Dénes fafaragó, Moolenaar Gábor festő, Erdei András gyékénytárgy készítő
- **programok:** falunap, szüreti felvonulás

Rendezvények:

Lázár Ervin Napok

Szállás lehetőségek:

A településen nem található fizető szálláshely

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Felsőrácegresen Illyés Gyula szülőháza kiállítás

Régi iskola és kápolna

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

103

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu



Lázár Ervin emlékház

Petőfi emlékház

Nagyszederfa

Gasztronómia:

Prosza kukuricadarás sütemény

Lisztgombóc paprikás vöröshagymás mártással

Kulcsos kalács

Kemencés lángos

Lecsós csirke punyával

Érdekes emberek:

Polgármester

Hírességek:

Illyés Gyula

Lázár Ervin

Petőfi Sándor

Érdekes történet:

Hírességekhez kapcsolódóan.

Nemzetiségek, kisebbség:

30% roma.

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

A település nem foglalkozik média megjelentetésével.

Civil szervezetek:

Polgárőr Egyesület

Helyi Vöröskereszt

Tervek a jövőre:

Irodalmi turizmus fellendítése



Pályázatok elnyerése
Munkahelyteremtés
Fürdős Kúriában 8 szállásos vendégház kialakítása

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Irodalmi múlt
Falu szépsége
Illyés Gyulát itt anyakönyvezték
Petőfi Sándor itt élt
Lázár Ervin itt élt

Negatív tulajdonsága a településnek:

Munkanélküliség nagyon magas

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő
Mezőgazdasági vállalkozások, akik együttműködnek a falu
vezetésével

Hagyományőrző régi szakmák:

2 fő tűzzománcos
1 fő fafaragó
1 fő ötvös
1 fő fazekas

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja

Dél-Alföldi régió:

14. Bátya

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség ~ 2080 fő.

Fekvése: Bács-Kiskun megye nyugati részén, a Duna mentén, Kalocsától délre fekvő település. Kalocsa 8 km, Baja 38 km távolságra található.

Nevezetességek:

- Római katolikus templom (barokk, 1790)
- Kálvária
- Szentháromság-szobor
- Tájház
- Paprika múzeum
- Nepumuki Szent János szobor
- Az őszi ültetésű bátyai fokhagyma hungarikum! (természeti érték)

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.batya.ucoz.hu

Bejelentkező oldal nincs, a honlap csak magyar nyelvű.

A színek jól kiválasztottak, de hiányosság, hogy a címeren és egy fokhagymát hangsúlyozó beillesztett képen kívül más kép/grafikai ill. animált elem nem szerepel. Tartalmi szempontból hiányzik a falu története, leírása.

A programok a *Jeles napok* menüpont alatt szerepelnek. A fokhagymafesztivál programnak külön honlapja is van (<http://www.fokhagymafesztival.hu/>), de az oldal nem jelenít meg linket az átnavigálásra.

Pozitívum, hogy külön kifejtésre kerülnek a *Hagyományaink, értékeink* menüpont alatt a hagyományos, jellegzetes bátyai ételekről, illetve az „Útkereső örökség” kezdeményezésről,



DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

amelyben Kalocsa környéki települések különböző művészeti csoportjai mutatkoznak be: zenekarok, népdalkörök, néptáncgyűttesek, kórusok. Cél a kodályi örökség ápolása, felelevenítése, életben tartása.

Az interaktivitásra a *Vendégekönyv* ad lehetőséget, illetve a *Kapcsolat* menüpont alatt is találunk elérhetőséget.

Bátya

Menü

- Üdvözlő
- Önkormányzat
- Közeledő
- telefonátok
- Közeledő, Tájékoztatók, Felhívások (új: Településrendezési terv)
- Honf. Nemzetiségi Önkormányzat
- Bátiai Közös Önkormányzati Hivatal
- Intézmények, szolgálatok
- Egyházak
- Helyi egyesületek
- Letöltések (új: Ismerkedés)
- Aktuális események
- Bátiai képek
- Jelen napok
- Hagyományaink, értékeink
- Vendégekönyv
- Érdeklődések
- Kapcsolat

Kedves Vendégeink, Kedves Bátiaiak!

Tudjuk, régóta várják, hogy Battyán is megrezzessük a világhálót. Örömmel fogadtam a világ minden tájáról a sürgést, hogy végre hallassunk magunkról. Ez egyben azt is jelenti, hogy Amerikában, Kanadában, Svédországban is élnek akik Battyáról illetve erről a vidékről származnak. Velük a levelezésen kívül a "bátiai" paprika ízén keresztül tartjuk a kapcsolatot, melynek természetesen mi bátiaiak élén járunk. Kis falunk a Duna-Tisza közén, közvetlenül a Duna mellett található. Mivel alföldi település vagyunk, természeti látványossággal nem büszkélkedhetünk. Ettől függetlenül, nekünk, akik itt születünk és élünk ez a legkedvesebb hely a világon, mert itthon vagyunk benne. Radnóti idézve: „...s néha lábamhoz térdel egy-egy virág, bokor, nevét is virágát is tudom. Tudom, hogy kik mennek, s merre mennek az úton.” Nagyon vendégszerető emberek vagyunk, remek ízű ételeinket sokan szeretik és emlegetik. Sokféle rendezvényünk van egy-egy év során, ezekről rendszeresen hírt fogunk adni ezen a honlapon, melyet remélhetőleg Önök ezen túl figyelemmel kísérnek.

Kedves jövődöbeli Vendégünk!

keressenek meg minket és érezzék jól magukat nálunk akár személyesen is!

Zsebics Ilona
polgármester

Boldog névnapot!
Ma Dezső névnapja van.

b, Lehetőségek:

- **programok:** Bátiai Fokhagymafesztivál (gasztronómiai verseny és kézműves vásár), Falunap

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

107

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Rendezvények:

Fokhagyma Fesztivál

Szállás lehetőségek:

Kákonyi Vendégház /Bátya, Bocsaki u. 2./

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Duna-part

Római katolikus templom

Kálvária

Szentháromság szobor

Őszi ültetésű bátyai fokhagyma

Gasztronómia:

Makala /paprikás, tojásos, fokhagymás mártás/

Paprikás kalács

Paprikás rétes

Savanyúságok

Érdekes emberek:

Dr. Fehér Zoltán néprajzkutató

Hírességek:

Harangozó Teri

Fehér Anikó

Érdekes történet:

Hírességekhez kapcsolódó történetek

Nemzetiségek:

Horvát és rác

Horvát kisebbségi önkormányzattal

Testvérvárosok:

Bácina (Horvátország)



Online és offline kommunikációs eszközök:

Web site

Civil szervezetek:

Vodenica Horvát Nemzetiségi Kulturális Egyesület
Kaláka Nagycsaládosok Egyesülete Bátya
Danubia Művészetoktatási és Közművelődési Intézményfenntartó
és Működtető Alapítvány
Bátyai Hagyományőrző és Nemzetiségi Egyesület
Bátyai Sporthorgász Egyesület
Bátyai Sportegyesület
Polgárőr Egyesület
Varajti Hagyományőrző Íjász Sportegyesület

Tervek a jövőre:

Nincs információ

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Megközelítés
Zarándokút

Negatív tulajdonsága a településnek:

Duna-part elszigeteltsége

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő
3-4 mezőgazdasági vállalkozó
Savanyító üzem

Hagyományőrző régi szakmák:

Háztáji fokhagyma termelők
Háztáji paprika termelők
Savanyító üzem
Kovácsolt vas

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja

15. Drágszél

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség ~ 350 fő.

Fekvése: az Alföld nyugati részén, Kalocsa városától 10 kilométerre délkeletre található. A Duna 12 kilométerre nyugatra folyik Drágszéltől.

Nevezetességek:

- Drágszéli tó (természeti érték)
- templom (különlegessége, hogy az iskolából alakították ki egy torony felhúzásával)

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.dragszel.hu

Bejelentkező oldal nincs, a honlap csak magyar nyelvű.

A főoldal kialakítása és színvilága egyszerű, átlátható és jól olvashatóan megszerkesztett adatokat tartalmaz.

A főoldalon váltakozó képeket találunk a településről. A menüsor dupla, a bal oldalon és az oldal alján is megjelenik.

A település történetéről, látnivalóiról nincs elhelyezve információ.

A *Rendezvények* külön menüpontban szerepelnek.

A *Kapcsolat* menüpont alatt e-mail címek elérhetőek.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

Drágszél község honlapja

FŐOLDAL
AKTUÁLIS
ÖNKORMÁNYZAT
KÖZÉRDEKŰ INFORMÁCIÓK
PÁLYÁZAT
RENDEZVÉNYEK
VIDEÓK
TÉRKÉP
IDŐJÁRÁS
KÉPGALÉRIA
KAPCSOLAT

Május 113
V H K Sze Cs P Szo
1 2 3 4
5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31

Ma Május 23. Csütörtök,
Dezso napja van.

Tisztelettel köszöntöm Drágszél község honlapján !

Megtisztelő számomra, hogy az internet adta lehetőségeket felhasználva felkereste honlapunkat.

A virtuális találkozózt követően, - ha teheti - kérem személyesen is látogassa meg településünket !

Ismerje meg az alföldi táj szépségét, tapasztalja meg az itt élő emberek vendégszeretetét !

Üdvözlettel:
Mácsai István
polgármester

FŐOLDAL | AKTUÁLIS | ÖNKORMÁNYZAT | KÖZÉRDEKŰ INFORMÁCIÓK | PÁLYÁZAT | RENDEZVÉNYEK | VIDEÓK | TÉRKÉP | IDŐJÁRÁS | KÉPGALÉRIA | KAPCSOLAT | Általános honlaptérkép

b, **Lehetőségek:**

- **programok:** családi nap

Rendezvények:

Falunap, főzőverseny + szórakoztató műsorok

Szüreti felvonulás

Művelődési ház rendezvényei

Faluház rendezvényei

Szállás lehetőségek:

A településem nem található fizető szálláshely

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

111

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Látnivalók:

Lásd fentebb is.
Református templom

Gasztronómia:

Pacalpörkölt

Érdekes emberek:

Nem találtunk történeteket mesélő személyt

Hírességek:

Földesi János néptánc gyűjtő

Érdekes történet:

Szívesen látják az ideérkezőket. Földesi János Néptánc találkozó

Nemzetiségek:

Nincs információnk.

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Madocsaí Hírmondó 2 havonta megjelenő ingyenes lap, ami eljut minden háztartásba

Civil szervezetek:

Hagyományőrző Csoport
Sport Egyesület
Nyugdíjas Klub
Polgárőr Egyesület
Tűzoltó Csoport
Vadásztársaság

Tervek a jövőre:

Utak
Csapadékvíz elvezetés

Intézmények felújítása

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Zárt közösség

Duna

Üdülő, csónakház

77 Ha legelő, ami a Natura 2000 programhoz tartozik

Negatív tulajdonsága a településnek:

Kevés a munkahely

Munkanélküliség nő

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő + E Mo pont

Hagyományőrző régi szakmák:

Fafaragó: Szalay András

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja



16. Dunaszentbenedek

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség ~800 fő.

Fekvése: a Kalocsai Sárköz északnyugati peremén, a Duna bal partján, Kalocsától 12 km-re fekszik.

Nevezetességek:

- A római katolikus templom a régi templom romjaira épült 1720-ban.
- A református templom 1788-ban épült.
- Millenniumi emlékmű
- Duna part (természeti érték, ártéri erdők és strand)

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.dunaszentbenedek.hu

Bejelentkező oldal nincs, csak magyar nyelvű.

A főoldal fejléce jól kidolgozott, a látnivalók, események montázsát tartalmazza.

A *Településünk* menüpont alatt külön alpontban felsorolásra kerülnek a nevezetességek, a minden évben hagyományosan megrendezett programok, valamint a turisztikai információk.

A *Kultúra és szórakozás* menüpontban részletes információk olvashatók a Faluházról és Tájházzal, valamint a helyi alkotókról.

Az *Információk* menüpont alatt a Vállalkozások alpontnál feltüntetik, hogy nincs a településen iparűzési adó!

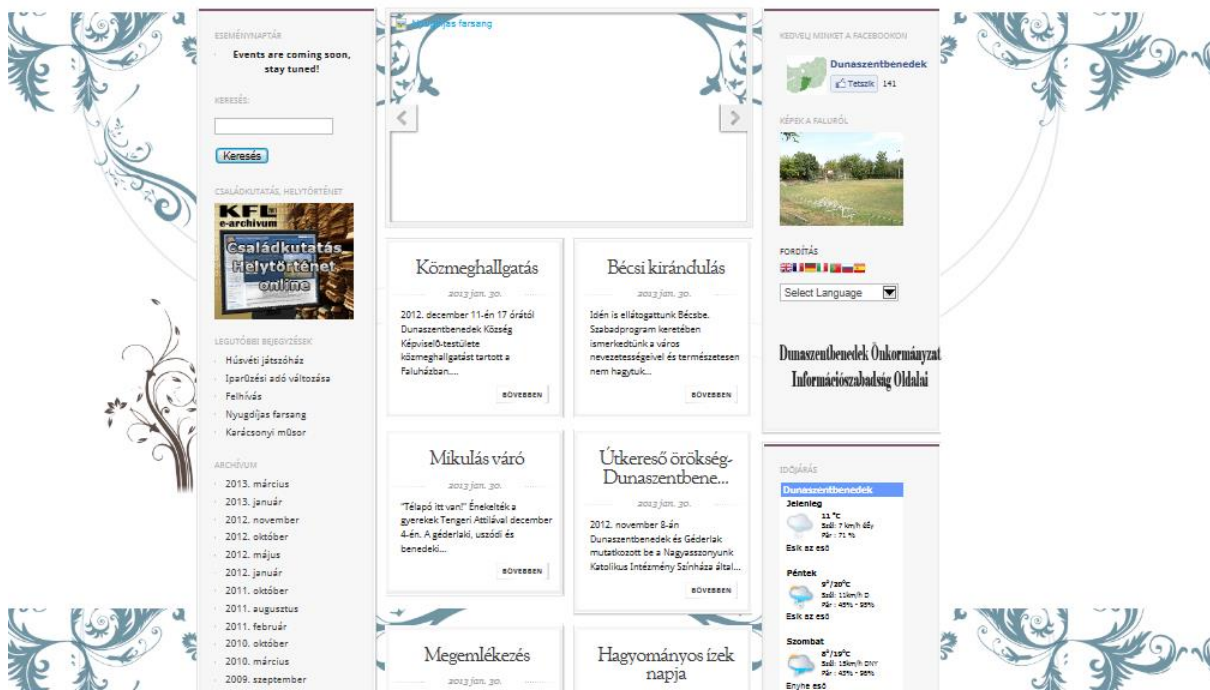




DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



Keddlap Településünk Onkormányzat Kultúra és szórakozás Információk Ügyintézés Civil szféra Galéria



b, Lehetőségek:

- **programok:** több napos falunap, szüreti felvonulás, lovasnap, (Fogathajtó és Lovas Ügyességi Verseny), lángosünnep
- kidolgozott kerékpártúra útvonalak, műemlék-séta
- országos minősítőkon kitűnő eredményeket elért Hagyományőrző Asszonykórus és Néptáncsoport
- **helyi alkotók:** Városi Melinda festő, Paulin Zsuzsanna festő

Rendezvények:

Tájházak Napja
Fotókiállítás
Gyereknapi
Lángos Ünnep
Kirakodóvásár
Lovasnap
Falunap
Szüreti felvonulás

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

115

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tollna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Játszóház
Márton-napi gasztrónap
Mikulás Ünnepség

Szállás lehetőségek:

A településen a református egyház táborában lehet szállást foglalni, étkezni a parókián.

Sátorozás a Duna-parton

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Tájház

Duna-part vonzza az embereket

Gasztronómia:

Tejfölös paprikás kalács

Kolbászos cipó

Egeres cipó

Érdekes emberek:

Forgó Istvánné nótafa

Lakatos Lajos bácsi nyugdíjas mesélő

Hírességek:

Gyurcsek István honvéd százados

Dóra Tibor történetíró

Érdekes történet:

Nem találtunk.

Nemzetiségek:

Nincs információnk.

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.



Online és offline kommunikációs eszközök:

Nincs információnk a település médiahelyzetéről

Civil szervezetek:

Dunaszentbenedek Alapítvány

Sport Egyesület

Tervek a jövőre:

Nincs információnk.

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Nincs információnk

Negatív tulajdonsága a településnek:

Nincs információnk

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő

Hagyományőrző régi szakmák:

Nincs információnk

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja



17. Géderlak

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség ~1010 fő.

Fekvése: A település a Kalocsai Sárköz északnyugati peremén a Duna bal partján fekszik, 16 km-re Kalocsa várostól.

Nevezetességek:

- Millenniumi Emlékpark
- Szent László templom
- Kobolya horgásztó, Tubi-tó

Géderlak 2002-ben a Virágos Városok európai döntőjébe is bejutott Pakssal együtt, ahol a legmagasabb díjban részesült.

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.gederlak.hu

Bejelentkező oldal nincs. A honlap angol, német és francia nyelven is tartalmaz egyszerű, jegyzet formában kialakított tájékoztatót.

A szín- és képi világ kezdetlegesen kidolgozott, animált tartalom nincs.

A Falunap programja külön menüpontban szerepel.

Pozitív példa, hogy külön *Információk a vállalkozóknak* menüpontban részletes adatokat, statisztikákat találunk a helyi vállalkozásokról, infrastruktúráról, a munkanélküliségi helyzetről illetve az ingázási körülményekről.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



Községi Önkormányzat Géderlak



- A település bemutatkozók
- Önkormányzat és intézményei
- Ügyintézés
- Információk a lakosoknak
- Információk a vállalkozóknak
- Civil szervezetek, egyházak
- A település ünnepei
- Keresés
- Hasznos linkek
- Képcarnok
- Géderlasi Falunapok
- Könyvtár átadás
- Közérdekű adatok 2010
- Hirdetmények
- Pályázat
- XIII. Géderlasi Falunapok



A VIRÁGOS GÉDERLAK (Európa és Kós Károly díjas)

Tisztelt Látogató!

Szeretettel és tisztelettel köszöntöm településünk honlapján. Az internet adta lehetőségeket is kihasználva szeretnénk bemutatni értékeinket, hagyományainkat, múltunkat, mely arról győz meg bennünket, hogy elődeink is minden nehézséggel szembesülve küzdöttek megélhetésükért, családjuk gyarapodásáért. Szívósságuk, igyekezetük például szolgálhat a mai utódok számára is. Továbbá szeretnénk bemutatni azt a szinte példanélküli összefogást, fejlődést és eredményeket, melyet Géderlak Község egész lakossága és vezetése az ezredfordulón megteremtett. Géderlak a Sárvízben meghúzódó, a duna bal partján épült szerény kistelepülés, de a kistelepülés szorgalmas lakossága a tájra jellemző igényességű izlésvilágával turisztikai látványossággá varázsolta lakókörnyezetét. Takaros háza, közintézményei a tájba illő létesítményei, tiszta, rendezett utcái, terei egész évben mives köntösben várják a látogatókat. A település virágoszonyegyei, a parkoskák virágpompája megdöbbenti az ideérkezőt. Az első "aranyos falu" a legmagasabb díjban részesült az Európai megmérettetés alkalmából.

Üdvözléssel:
Katona György
polgármester



b, Lehetőségek:

- **programok:** falunap

Rendezvények:

Szent László napi búcsú

Falunap

Duna Kupa felnőtt nagypályás focibajnokság

Szállás lehetőségek:

A településen 2-3 vendégszállás található.

Látnivalók:

Duna-part

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

119

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tollna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Horgászto
Tájház
Közüntézmények
Sportcsarnok

Gasztronómia:

Kalács, lepények

Érdekes emberek:

Berényi István mesélő alkalmanként.

Hírességek:

A településnek nincs híres szülöttje

Érdekes történet:

Berényi István repertoárjában.

Nemzetiségek, kisebbség:

8% roma.

Testvérvárosok:

Jobbágytelke

Online és offline kommunikációs eszközök:

Önkormányzati hirdetőtábla
Hírlevél

Civil szervezetek:

2 néptáncsoport
Sport
Bűnmegelőzési
Tűzoltó
Horgász
Nyugdíjas
Fogathajtó lovas klub
Férfi kórus



Tervek a jövőre:

Munkahelyteremtés

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Iskolák helyben vannak

Virágos Mo mozgalom 1200 nm kertgondozás saját termelés és telepítés fóliában.

Negatív tulajdonsága a településnek:

Elzártabb település

Munkanélküliség magas

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő
Mezőgazdasági vállalkozók
Két lakatos vállalkozás
Aktív támogatók

Hagyományőrző régi szakmák:

Őrölt paprika
Konyhakerti termékek

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja



18. Foktő

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség ~1620 fő.

Fekvése: A Duna mellett, Uszódtól 5 kilométerre délre, Kalocsától 3 km-re nyugatra fekszik.

Nevezetességek:

- Református templom (1843) Hild József tervezte.
- Római katolikus templom (1784)
- A református temetőben áll László Károly sírja, aki Kossuth Lajos titkára volt.

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** Nincs!

b, **Lehetőségek:** -

Rendezvények:

Szállás lehetőségek:

Látnivalók:

Gasztronómia:

Érdekes emberek:

Hírességek:

Érdekes történet:

Nemzetiségek:

Testvérvárosok:

Online és offline kommunikációs eszközök:



Civil szervezetek:

Tervek a jövőre:

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Negatív tulajdonsága a településnek:

Infrastruktúra:

Hagyományőrző régi szakmák:

Díjak:



19. Miske

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség ~1750 fő.

Fekvése: Kalocsától délkeletre (10 km), a Duna bal partján található az Alföldön.

Nevezetességek:

- Tóth Menyhért festőművész, lakóháza, sírja
- Római katolikus templom (1738)
- Nepomuki Szent János-szobor
- II. világháború emlékműve
- Millenniumi emlékmű
- Itt él és alkot Novák Tibor szobrász és festőművész.

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.miske.hu

Bejelentkező oldal nincs, a honlap csak magyar nyelvű.

A grafikai elemek nagyon egyszerűek. A menüsor dupla, az oldal aljáról is elérhető.

Az interaktivitásról a *Kapcsolat* menüpont gondoskodik.

A *Média* menüpont alatt találunk információt a település saját csatornájáról, a Miske TV-ről.



DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



ÜDVÖZÖLJÜK MISKE KÖZSÉG HONLAPJÁN!



Keresés

akadálymentes verzió

- Főoldal
- AKTUÁLIS
- MISKE KÖZSÉGÜNK
- ÖNKORMÁNYZAT
- KISEBBSÉGI ÖNKORMÁNYZAT
- INTÉZMÉNYEK
- CIVIL SZERVEZETEK
- PÁLYÁZAT
- KÖZÉRDEKŰ INFORMÁCIÓK
- MÉDIA
- KÉPGALÉRIA
- KAPCSOLAT
- MAGYAR ÁLLAMKINCSTÁR



Május 113

V	H	K	Sze	Cs	P	Szo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Ma Május 24. Péntek, Eszter,
Eliza napja van.



Kedves Látogató!

Szeretettel köszöntöm a település honlapján, amely azzal a kettős céllal jött létre, hogy egyfelől bemutassuk településünk látnivalóit, nevezetességeit, kulturális életünket minden érdeklődő számára, hasznos információkat nyújthassunk azoknak, akik településünkre készülnek utazni, vagy itt szeretnének üzleti vállalkozásba kezdeni, másfelől - a helyben élők számára közérdekű információk és szolgáltatások elérhetővé tétele révén - erősítsük a polgármesteri hivatal ügyfélbarát és szolgáltató jellegét, új kommunikációs csatornát nyissunk meg a lakosság felé.

Ezen célok elérése érdekében igyekszünk az internet nyújtotta lehetőségeket minél jobban kihasználni. A honlappal szeretnénk egyszerűbbé tenni mindenki számára az információhoz jutást, megkönnyíteni az ügyintézkést, és a jövőben is törekszünk arra, hogy folyamatosan bővítsük a honlapon elérhető elektronikus szolgáltatások és tartalmunk körét.

b, Lehetőségek:

- **programok:** Falunap

Rendezvények:

Szállás lehetőségek:

Látnivalók:

Gasztronómia:

Érdekes emberek:

Hírességek:

Érdekes történet:

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

125

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Nemzetiségek:

Testvérvárosok:

Online és offline kommunikációs eszközök:

Civil szervezetek:

Tervek a jövőre:

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Negatív tulajdonsága a településnek:

Infrastruktúra:

Hagyományőrző régi szakmák:

Díjak:



20. Ordas

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség 476 fő.

Fekvése: A település Bács-Kiskun megyében a Duna bal partján, a Kalocsai Sárköz északnyugati peremén, magas ártéri erdők közé települt. Határát gyakran pusztították árvizek. Kalocsától 20, Dunapatajtól és Géderlaktól kb. 5 km-re fekszik, a Dunántúlról a Paks-Géderlak között közlekedő komppal, illetve a Dunaföldvári és a Szekszárdi hídon át közelíthető meg. 2010-től pedig utasszállító hajókikötő is fogadja a látogatókat.

Nevezetességek:

- Rákóczi fa, a temető mellett áll egy hatalmas tölgyfa. A legenda szerint II. Rákóczi Ferenc is megpihent alatta. A fa magassága 20 m, több mint 350 éves. (természeti érték)
- Református temploma (1785-1786)
- Régi hajóállomás
- Faluház, könyvtár, sportpálya
- Tájház, közösségi kültéri kemence
- Jézus szíve kápolna
- Gólyafészkés ház

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos honlap: **www.ordas.hu**

Jelenleg a honlap fejlesztés alatt áll. Várhatóan 2013. december 31-ig a fejlesztés bejeződik.

Bejelentkező oldal nincs, a honlap csak magyar nyelvű.

A főoldal fejléce jól kidolgozott, a népi hagyományokra utal.

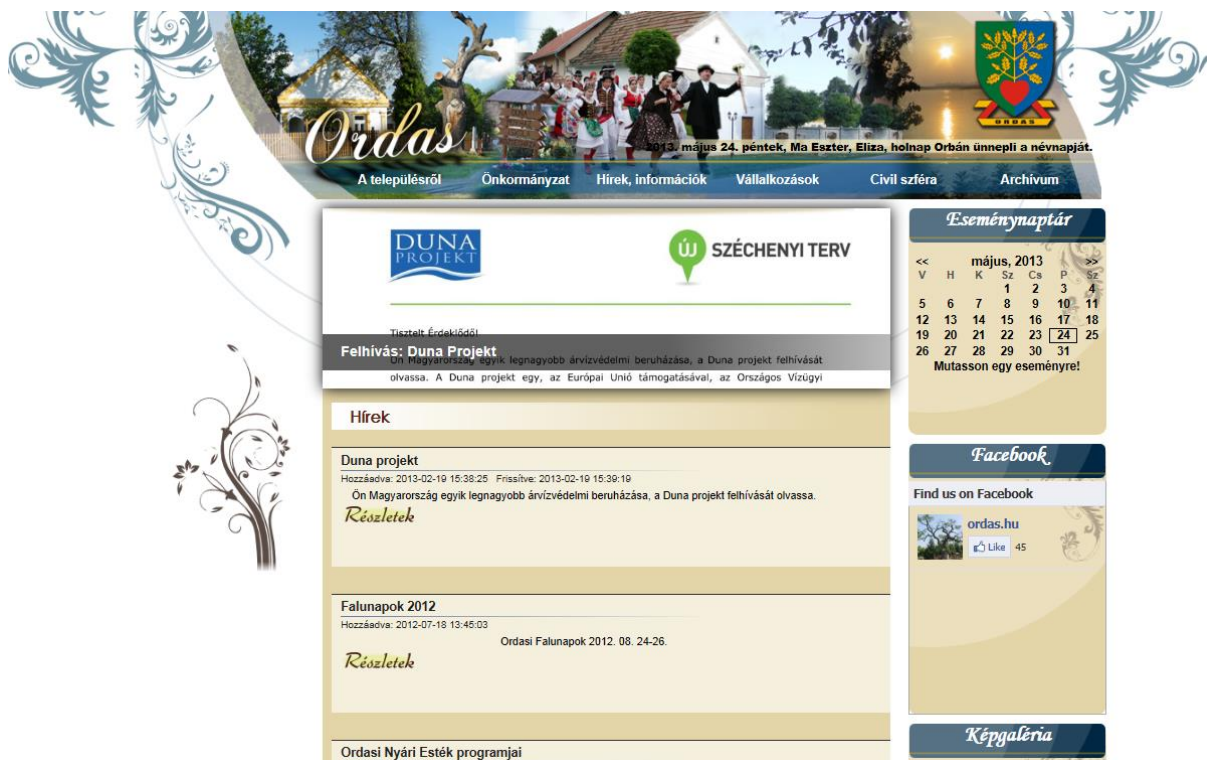
A *Településről* menüpont alatt Nevezetességek és Turizmus alpont is létrehozásra került, de a tartalom nem megjeleníthető, ezzel a hibával a többi menüpont részletezésénél is találkozunk.

Facebook oldallal is rendelkezik, amelyre az oldalról átnavigálhatunk!





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



b, Lehetőségek:

- **programok, rendezvények:** Falunap, Ordasi Nyári Esték, Nemzeti ünnepek, Lovasnapok, Könyvtári napok, alkotótábor, Lángosünnep, Szent Mihály napi forgatag, Szüreti felvonulás

Szállás lehetőségek:

A településem jelenleg az Ordasi Parókia épületében van lehetőség fizetős szállásra.

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Duna-part

Kikötő

Régi hajóállomás

Panoráma

Református templom

Passau Ordas Passau hajójárat

Gasztronómia:

Pacalpörkölt, kemencés lángos

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

128

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu



Érdekes emberek:

Orsós Margit /teknővájás/ és a helyi idős emberek

Hírességek:

Alföldi Róbert

Érdekes történet:

Helyi idős emberek történetei

Nemzetiségek, kisebbség:

18% roma.

Testvérvárosok:

Nincs információnk a testvérvárosi kapcsolatokról.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Ordasi Hírmondó

Hirdetőtáblák

Hangos bemondó

Honlap

Facebook elérhetőség

Civil szervezetek:

Ordas Jövőjéért Közalapítvány

II. Rákóczi Ferenc Polgárőr Egyesület

Ordas Községi Sportkör

Nyugdíjas Klub

Tervek a jövőre:

Békesség szigetének lenni. A település aktív közösségi életét megtartani és a korral fejlődni.

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Duna közelsége

Barokk romantika

Összetartás

Kulturált, rendezett, parkosított település



Negatív tulajdonsága a településnek:

Vállalkozások hiánya
Fiatalok megtartásának nehézsége
Munkahelyek száma kevés

Infrastruktúra:

A településnek megfelelő, vállalkozók száma kevés

Hagyományőrző régi szakmák:

Teknővájás
Szikvízgyártás
Díszfaiskola
Alkotótábor
Őrölt paprika készítés
Magyaros csősz ruhák varrása
Halászat

Díjak:

A településnek nincs alapított Díja



21. Uszód

Bács-Kiskun megye, kalocsai kistérség ~1060 fő.

Fekvése: Kalocsától északnyugatra, a Duna bal partján, a kalocsai Sárköz északnyugati peremén magas ártéri erdők közé települt község.

Nevezetességek:

- Benedek Péter Emlékház
- Boldizsár Emlékház
- Római katolikus templom (1872)
- Református templom (1790)
- A templom melletti két emlékmű

Értékelés marketingszempontról:

a, Hivatalos **honlap:** www.uszod.hu

Bejelentkező oldal nincs, a honlap csak magyar nyelvű.

A főoldal fejléce a Dunát jeleníti meg.

Külön menüpontban szerepel az *Uszói „Gubbantós”* néptánc, részletes leírást olvashatunk a történetéről, eredményekről, jelenlegi oktatásról, erre a hagyományra rendszeres népművészeti találkozó is épül néptáncversennyel, képzőművészeti alkotótáborral, kirakodóvásárral egybekötve.

A *Rendezvények* menüpont alatt szerepelnek a programok, a nevezetességekről (épületek) külön nem találunk információt.

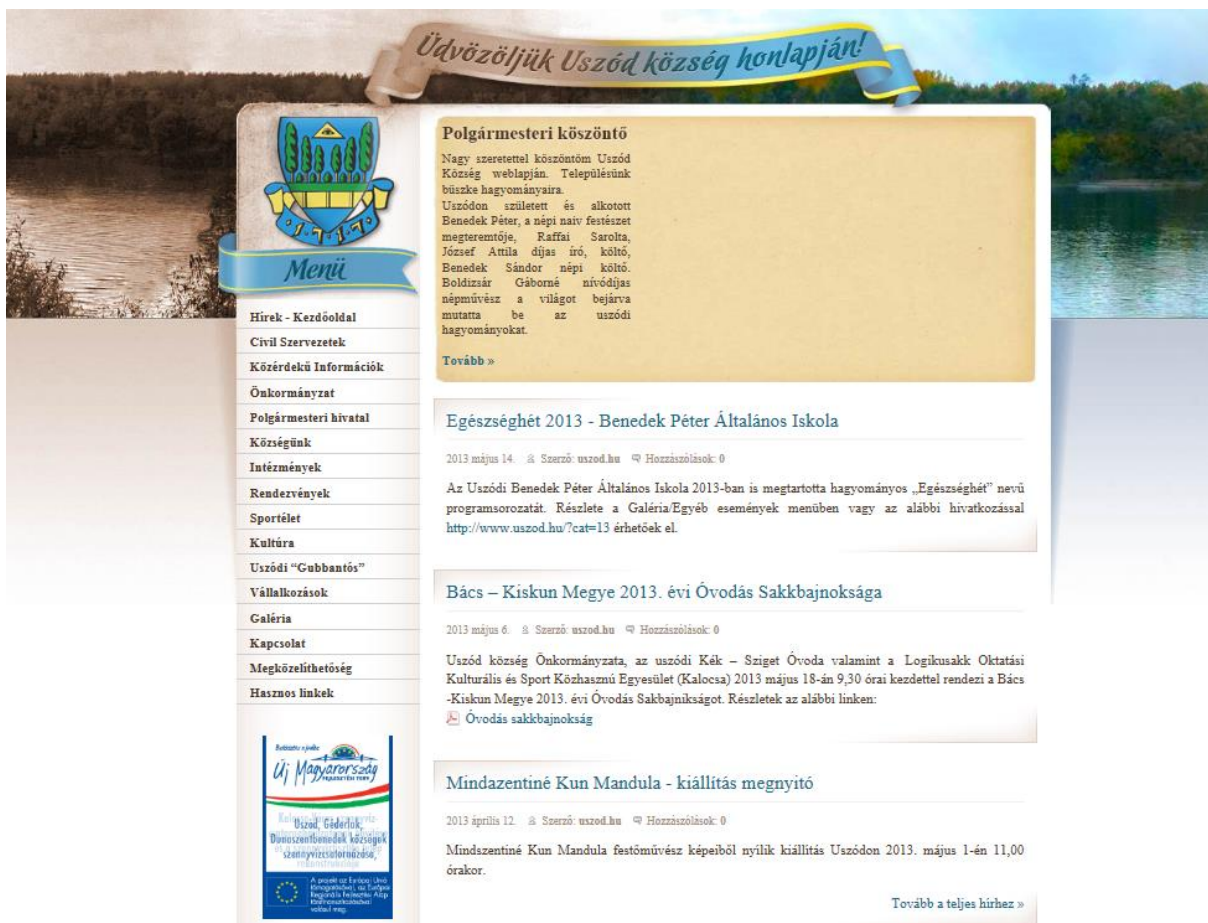
Az interaktivitást a *Kapcsolat* menüpont alatt szép designnal rendelkező üzenő felület biztosítja.

Érdekesség, hogy egy külön elhelyezett linkre kattintva uszói dallamot hallgathatunk.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



b, Lehetőségek:

- **programok:** falunap, fogathajtó verseny, Gubbantós Fesztivál, Képzőművészeti Alkotótábor, Duna Menti Folklórfesztivál, horgászverseny

Rendezvények:

Gubbantós Népművészeti Találkozó és Kísérő Rendezvényei
Kalocsai Folklór Fesztivál társszervezésben

Szállás lehetőségek:

A településsem nem található fizető szálláshely

Látnivalók:

Lásd fentebb is.

Benedek Péter Emlékház

Duna, mint horgászparadicsom

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

132

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Utazó könyvtár

Gasztronómia:

Töltött káposzta

Érdekes emberek:

Simon Gábor San Franciscoban élő táncos

Polgármester, mint fotós

Láncz Gyula nyugdíjas rendőr, mint történetmesélő

Hírességek:

Benedek Péter népi naiv festészet megteremtője

Raffai Sarolta József Attila díjas író, költő

Benedek Sándor népi költő

Boldizsár Gáborné nívódíjas népművész

Érdekes történet:

Gubbantósról sok, színes történet, illetve a hagyományos alkotótáborok történetei.

Nemzetiségek:

Nincs információnk.

Testvérvárosok:

Nincs, de szeretnének. Feltétel, hogy népi hagyományok alapján szerveződjön.

Online és offline kommunikációs eszközök:

Időszaki offline kiadvány

Kábeltv

Civil szervezetek:

Uszód Községi Sportegylet

Uszodi Polgárőrség Egyesület

Uszód Község Ifjúságáért és Kultúrájáért Alapítvány



Gubbantós Népművészeti és Kulturális Egyesület
Kalocsa és Térsége Civil Szervezetek Szövetsége

Tervek a jövőre:

Nincs információnk

Pozitív tulajdonsága a településnek:

Hagyományt őriz és teremt

Élő népviselet

Uszódi Gubbantós Táncverseny

Negatív tulajdonsága a településnek:

Vállalkozások kevés száma és az eredményességük alacsony szintje

Kevés a munkahely

Infrastruktúra:

A településnek kiemelkedő, a rendezvények lebonyolításához használatos technika áll rendelkezésére.

8x12 m-es színpad

Fénytechnika

38x36 m-es sátor asztalok, székek 600 főre

Aggregátor

Hagyományőrző régi szakmák:

Babakészítő 2 fő a faluban uszódi népviseletben

Népviselet készítő, hagyományos uszódi népviselet

Alkotótábor

Karcolt és festett tojás

Díjak:

Uszód Község Díszpolgára és Uszód Községért díjak



Összegzés

A települések és a térség elemzéséből megállapítható, hogy a számos vonzó adottság, lehetséges turisztikai attrakció áll rendelkezésre, ezek azonban nincsenek kellően kihasználva: a térség szűkös turisztikai termékkínálatának jelentős része sem piacképes. A tematikailag és földrajzilag különálló vonzerők komplex turisztikai terméké formálása gyakran a szereplők közti együttműködés hiányosságai, a humán tőke fejletlensége miatt, a meglévő kínálat hatékony promóciója pedig a különböző térségi szintek közötti nem megfelelő koordináció és a marketingmunka hiányában jelenleg nem valósul meg hatékonyan.

Kevés és alacsony minőségű, nem aktualizált az on-line elérhető információk (honlapok, programok) és szolgáltatások (pl. szállásfoglalás) mennyisége, a turisztikai és vendéglátó-ipari szolgáltatások színvonala nem karakterisztikus és hely-specifikus, a legtöbb kereskedelmi vendéglátóhely alacsony kategóriába tartozik. Tovább rontja a térség vonzerejét a közlekedés-földrajzi peremhelyzete: Magyarország fő vérkeringéséből kiesik, az autópályáktól távol esik, a belső úthálózat kiépítettsége hiányos.





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

Összevont marketing helyzetelemzés (SWOT-elemzés)

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
- Duna mint természeti érték, közlekedési csomópont, víziturisztikai desztináció - ismert, de eddig nem hasznosított turisztikai értékek: kulturális, természeti, gasztronómiai, lovas, sport-, bor-, vízi- és ökoturizmus - erős népművészeti hagyományok (néptánc, népzene, kézműves mesterségek) - a szervező háttér már kialakult: Duna Összeköt Egyesület - a településfejlesztés iránt elkötelezett polgármesterek	- turisztikai értékek kiaknázatlansága - periférikus elhelyezkedés, turisztikai infrastruktúra hiánya - közös térségi média, egységes közösségi arculat hiánya - a települések honlapjai alacsony színvonalúak - országos vonzású rendezvények, fesztiválok alacsony száma, kiegészítő szolgáltatások és programok hiányosak, színvonaluk ingadozó - lemaradás a színvonalas szálláshelyek és szolgáltatások területén - nincsenek a térségbe irányuló szervezett utazási programok - feldolgozóipar hiánya, alacsony befektetés-ösztönző és népességmegtartó képesség - magas munkanélküliség
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
- helyi termékek értékek sikeres turisztikai termék formálása, megismertetése a helyi lakossággal és a kívülálló látogatóközönséggel is - önálló arculatú desztinációk csíráinak továbbfejlesztése (Tolnai borút, Bölcske Maraton stb.) - izolált falusi turizmus hálózattá fejlesztése - a közlekedési/online elérhetőség javulásával az	- az országos átlaghoz viszonyítva alacsony kereslet, érdeklődés a térség iránt a más régióból érkező illetve külföldi látogatók részéről - országos szinten is növekszik a city-turizmus - az infrastrukturális helyzet javítása tőke- és időigényes feladat - kevés a tőke beáramlás a térségbe, alacsony szintű beruházások miatt leszakadóban van a térség

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

136

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

- attrakciók felértékelődnek - termékek tematikus/földrajzi összekapcsolása, „csomagok” kialakítása - növekvő turisztikai keresleti tendenciák - keresletet követő szálláshely-fejlesztés	- versenytársak erősödése, élénkülő hazai és nemzetközi verseny a turizmus piacán - a 21 település összefogásának sikeressége - a gazdaságilag erősebb települések hajlandóak-e támogatni gazdaságilag gyengébbeket
--	---

V. A marketing-mix elemei

A településmarketing-politika 4 lehetséges formája

A helyek adottságai és a piac kínálta lehetőségek függvényében a település, a térség fejlesztéséért felelős önkormányzatok négy lehetséges marketingpolitika közül választhatnak:

1. a kedvező adottságokkal, megfelelő számú vendéggel rendelkező társadalmi-, gazdasági-, szociális problémáktól mentes környezetben élő közösségek a meglévő tevékenységek megerősítését – **konszolidációs politikát** választanak
2. új versenytárs megjelenésekor a létező fogyasztók megtartása érdekében a településnek a **minőségfejlesztő politikát** kell alkalmaznia
3. az **expanziós politika** új fogyasztókat kíván megnyerni már létezőadottságok, vonzerők számára
4. a leginnovatívabb, ugyanakkor kockázattal járó politika a **diverzifikációt** célozza új adottságok bevonásával, fejlesztésével, új fogyasztói igények kiszolgálására. (Csefkó Ferenc 1999)

V.1. Termék

A hagyományos marketingfogalom alapján terméknek nevezünk mindent, ami szükségetek és igények kielégítésére alkalmas: amit a piacon mások figyelmébe vagy megvételre, használatra, fogyasztásra ajánlanak.

Így termék lehet egy megfogható tárgy (pl. mobiltelefon), egy szolgáltatás (pl. autószerelés), szellemi termék (pl. számítás-



technikai szoftver), személy (pl. egy párt képviselőjelöltje), helyek (pl. Balaton), szervezet (pl. Teleház), eszmék (pl. demokrácia).

A terület, mint marketing termék sajátosságai:

- Komplex, mivel egy összetett szolgáltatási és árucsomag kínálatot jelent, melynek célcsoportjai rendkívül heterogének.
- Nincsen közvetlen tulajdonosa, mivel a közjavak és magánjavak egysége.
- Ezzel összefüggésben a cserefolyamatok többszintűek, különböző értékformákon zajlanak le.
- Többszintű, hiszen rendkívül összetett fizikai megjelenésén túl a róla kialakult képzetek és szubjektív képek maguk is részei és alakítói a helyterméknek.
- Nehezen fejleszthető, hiszen alakítása rendkívül költség- és erőfeszítés-igényes, hiszen az érintett érdekcsoportok száma nagyobb, mint bármely más termékfejlesztés esetén;
- hosszú idő telhet el valós változásokig, hiszen a fejlődés nem csak a fizikai szinten, de az imázs szintjén is meg kell jelenjen.
- A régió-termék alapmegjelenése az *imázs*, a róla alkotott kép, mely alapján a célcsoportok kialakítják a hozzá való viszonyukat.
- Sajátos hierarchikus termék, hiszen természetszerű része Magyarországnak, illetve az elhelyezkedéséből adódó nagyobb egységeknek (statisztikai-tervezési régiók, kistérségek), amelyek hatásukkal pozitívan vagy negatívan befolyásolják. (Piskóti 2012)

A marketingtevékenység termékközpontú koncentrálása az alábbi irányok mentén lehetséges:

	Meglévő termék	Új termék
Meglévő piac	Piacnyerés (pl. marketingtevékenység fokozása, keresletnövelés új programokkal)	Termékfejlesztés (adottságok turisztikai termékké fejlesztése)
Új piac	Piacfejlesztés (pl. több látogató vonzása)	Diverzifikálás (pl. új szolgáltatások fejlesztése, egyedi programcsomagok összeállítása)



A térség, mint termék pozicionálása:

A sikeres pozicionálás során, azon tényezőkre kell koncentrálni, amelyek a helyzetelemzések alapján meghatározzák a számunkra releváns célcsoportok irányultságát, keresletét.

A döntést meghatározó tényezők:

- ár
- minőség,
- újdonságérték
- imázs
- márkanév
- környezetbarát jelleg. stb.

A Duna Összeköt Egyesület és az általa képviselt 21 település legfőbb közvetlen terméke település marketing szempontból maga a Duna, valamint mind a 21 település. Hagyományos marketing szempontból közvetett terméknek tekintjük a településekre egyedileg jellemző megalkotott, megtermelt termékeket valamint a már meglévő szolgáltatásokat.

A 21 település, mint termék egy komplex, saját tulajdonságokkal rendelkező terület a helyi sajátosságokkal, szervezetekkel, épületekkel, erőforrásokkal és nem utolsósorban lakosokkal. Ehhez a többszörösen összetett termékhez kell közös arculatot és vonzó imázst kialakítani.

A térség, és a 21 település integrált fejlesztése

- a lakosság életminőségének meghatározója,
- a tőkebefektetések, a beruházások, a fejlesztések vonzerő tényezője,
- a hazai és a nemzetközi turizmus kifejlesztésének, továbbfejlesztésének feltétele.
-

A település, mint termék a fenti sajátosságokból következően nehezen változtatható meg, mert eltérően megfogalmazható



értékei vannak, mint egy hagyományos terméknek vagy szolgáltatásnak.

A 21 település számára a legeredményesebb hatás *diverzifikált termékpolitikával* érhető el, tekintettel arra, hogy a települések marketing- és termékfejlesztési szempontú alappillérei hasonlóak, sok esetben azonosak.

A településeket önmagukban is nevezhetjük attrakciónak, mivel helyzetükből adódóan egy szűkebb szegmens kiszolgálására van lehetőségük. (Ashworth – Voogd 1990)

A célcsoportok igényei szerint kialakítandó települési- területi termékek és szolgáltatások:

Befektetést, vállalkozás-alapítást ösztönző szolgáltatások

- A helyi vállalkozások fejlődésének elősegítéséhez szükséges, hogy célzottan kapjanak tájékoztatást az aktuálisan érvényben lévő támogatási, pályázati lehetőségekről.
- Ahhoz, hogy minél több új vállalkozást vonzzon egy-egy település, rendszeresen adatot kell gyűjteni azokról a tényezőkről, melyeket egy vállalkozó figyelembe vesz, és mintegy befektetési kiadványban évről évre közzé is kell tenni.

Befektetési döntést segítő információk:

- helyi iparűzési adó (ajánlott egy szintre hozni, hogy ez ne legyen versenyelőny vagy hátrány)
- demográfiai adatok gyűjtése (munkaképes felnőttek, képzettségi szintek, átlagos bérek)
- területfejlesztési tervek, az utóbbi időben megvalósult beruházások
- fontos szempont lehet, hogy vannak-e vállalkozási zónák kialakítva



- továbbá, hogy van-e lehetőség egyéb támogatások igénybevételére önkormányzati szinten, vagy egyéb szervezetektől

Társadalmunk legkisebb, egyben legfontosabb egysége a család. A térségben jelentős szerepet töltenek be a családi gazdaságok, ezért szükséges azok turisztikai célú fejlesztése is, mely napjaink egyik kedvelt turisztikai célpontja.

A térségi települések meghatározó gazdasági eszköze a termőföld, melynek művelése az elmúlt évtizedekben fontos megélhetési forrást nyújtott a lakosságnak. Azonban napjainkban ez a tevékenység romokban hever.

A térségi települések lakosainak jellemzően vannak saját tulajdonú termőföldjeik, de a hatékony műveléshez és értékesítéshez szükséges modern eszközökkel nem rendelkeznek, így ezzel megélhetésüket sem tudják biztosítani.

A lakosság számára a vállalkozások biztosítják a munkahelyeket, a megélhetést. Azonban az ő számukra is fontos, hogy a fejlesztési célokat magukévá tudják tenni, ehhez a lakosság bevonása is fontos a célok megvalósításánál. Ők fogadják a vendégeket, ők vezetik körbe a turistákat a helyi nevezetességekhez, így kiemelten fontos, hogy egy jó képet tudjanak mutatni a településről, melynek ők is részesei.

A turisták számára fontos, hogy üdülési igényeik minden szempontból ki legyenek elégítve. A kulturális- történelmi és természeti látványosságok kellően be legyenek mutatva, számos lehetőségük legyen megismerkedni a helyi speciális ételekkel, tradicionális szokásokkal.

Az értékesítés eszközeinek legfontosabb eleme az internet, mely mint közvetítő eszköz is funkcionál, továbbá információval látja el a célcsoportokat.



A helyi arculat megalkotásakor fontos szempont, hogy célcsoportjaink első kattintásra megtalálják az általuk keresett „terméket” és szolgáltatást, pozitív imázst sugalló multimédiás anyagokkal találkozzanak, melyek teljes körű tájékoztatást nyújtanak.

Az ilyen összetételű marketingstratégia megvalósításának kiindulópontja az egyesület, a települések imázsának, arculatának folyamatos marketingkommunikációja, mely által *brand(márka)* építhető. Ez által lehetőség nyílik a településeket a befektetők számára vonzó helyszínné tenni, ezzel párhuzamosan erősíteni az ott élők patriotizmusát, kötődését.

A stratégiai kommunikáció eszközei segítséget nyújtanak a 21 település imázsának kiépítésében, a megfelelő kommunikációs irányok megtalálásában, hangsúlyt fektetve a különböző érdekcsoportok – önkormányzat, befektetők, lakosság, civil szféra – közötti folyamatos konzultáció megteremtésére.

A kulcsfontosságú témákat, kérdéseket, valamint az önkormányzati és ingatlanfejlesztői tervek és elképzelések elfogadását jól megformált üzenetek segítségével célzottan kell, hogy lejuttassuk a célcsoportokhoz.

Szükséges, hogy a lakosságot erősítsük abban, hogy saját településéhez kötődjön. Ez a kommunikációs feladat részévé kell tennünk.

A térségi védjegyrendszer, és/vagy térségi *brand* kialakítása

A térségi védjegyrendszer a helyben előállított termékekre épül. Általános az egyetértés hazánkban a hazai termékek előnyben részesítésével, de konkrét érintettség esetén már sajnos nem így gondolkodunk. A fogyasztók 95 %-ánál jelen van a cselekvési szándék, de csak 35 % rendszeres vásárló magyar termékek



tekintetében, ezért tudatformálásra van szükség regionális szinten is.

Ezért javasoljuk a helyben termelt élelmiszer fogyasztására ösztönző védjegy, illetve térségi termékbrand kialakítását.

A Duna Összeköt Egyesület egyik fő céljának kell lennie a kistérség-fejlesztési termeltetési tanyaprogram megvalósítása, annak fő koordinálása, marketingfeladatainak végzése, a térségben előállított helyi termékek piacra jutásának átfogó támogatása. A helyi termékek széleskörű megismertetése az egyesület szervezésében kell megvalósítani.

Az Egyesület Györköny központú térségében közel 13.000 család található, ahol mintegy 39.000 ember él. A településeken élő gazdák többsége az elmúlt évtized során bebizonyította, hogy termékeik nem csak hogy versenyképesek a nagy áruházláncok által tömegméretekben forgalmazott élelmiszerekkel, hanem sok esetben jóval magasabb beltartalmi és élvezeti értéket képviselnek. A gazdák által termelt és feldolgozott élelem azonban csak nagy nehézségek árán jut el a fogyasztóhoz. Az áruházláncok által megkövetelt mennyiségi termelés a kisebb gazdaságokat eleve kizárják az értékesítésnek ebből a lehetőségéből. Ennek következtében ma csak egy szűk kör jut hozzá a friss és idényjellegű termékekhez, ami komoly gondot okoz a gazdaságok számára is. A projekt fontos célja kell legyen, hogy folyamatosan mind szélesebb lakossági csoport számára tegye ismertté a termékeket, és adjon lehetőséget az egészséges helyi élelmiszerek fogyasztására. A megismerés, a termelők és a tudatos fogyasztók egymásra találása új élményeket is jelent a városi lakosság számára. Meggyőződésünk szerint a közvetlen emberi kapcsolatok kiépülése új minőséget teremt a termelő és a vásárló között, személyesség, bizalom alakul ki, ami egyben a termékek minőségének zálogává is válik.

A program filozófiája:



Sokan sokféleképpen gondolkodunk, sokan sokféleképpen élünk Magyarországon. Abban biztos mindannyian egyetértünk, hogy legfontosabb számunkra az a környezet, ahol élünk. Közelebbről: azok az emberek, akik minket körülvesznek, legyenek családtagok, szomszédok, vagy egy földrajzi térségben élők. Fontos, hogy mindazok, akik tenni tudnak azért, hogy javuljon az életminőségünk, hogy tágabb és szűkebb környezetünk, családjunk egészségesebb életet éljen, tegyenek azért, hogy ez megvalósuljon. Az egyesületnek össze kell fognia a környék termelőit, azért, hogy a Duna Összeköt térség környékén élő gazdák bővíthessék termékeik piacát, és ez egyben jelentsen a városlakóknak is megbízható, a mindennapok egészségét biztosító élelmiszereket.

Sziszifuszi munka

Tudjuk, hogy vásárlási és fogyasztási szokásainkat megváltoztatni csak lassan, apró munkával lehet. Tudjuk, hogy az elmúlt évtizedek során az élelmiszerek népszerűsítésére fordított marketingköltségek milliárdos nagyságrendűek, ezt ellenpontoszni egy-egy helyi termék kampánnyal csak részlegesen lehet. Ennek ellenére hiszünk abban, hogy a saját és családja egészsége mindenkinek egyre fontosabb, és ha lehetőséget teremtünk a friss és egészséges termékek elérésére, a tömeges kereslet is utat talál a helyi gazdákhoz. Hogy ez megvalósuljon, információs kampányokat kell szervezni, és olyan felületeken kell a kommunikációt folytatni, ahol célzottan érhetjük el közönségünket. Új értékesítési csatornák kidolgozásába és felépítésébe kell fogni, az online közösségi médián keresztül intenzív információátadást kell megvalósítani. Tudjuk, hogy az élelmiszer is áru, ezért kiemelt figyelmet kell fordítunk a termékfejlesztés, a kommunikáció és a desing segítségének. Meggyőződésünk, hogy a legjobb árunak is kell a cégér, ezért nem elégedhetünk meg a kiemelkedő minőséggel, tovább kell lépni az értékesítés átalakításával.

Hisszük, hogy egy olyan kölcsönösen előnyös programot lehet építeni, ahol minden résztvevő megtalálja számításait. A helyi termelők piachoz, így bevételhez jutnak, míg a vásárlók közelebb



kerülnek egészségük megóvásához, gazdag beltartalmi élelmiszerek fogyasztásához. A rendszer kiiktatja a termékek sokszor átláthatatlan útját. Célunk, hogy térjünk vissza a fenntartható fogyasztáshoz. A projekt keretei között meg kell mutatni, hogy a néha több ezer kilométert utazó termékeknél mennyivel egészségesebb az idénynek megfelelő élelmiszereket fogyasztani. Igen, valóban sokszor drágább a sok odafigyeléssel és manipulációmentesen előállított élelmiszer, de tudatos fogyasztással, a pazarlás elkerülésével az egészségünk érdekében megéri azt választani.

Mit tehet az Egyesület a helyi lakosság termékeinek megismertetéséért?

Projektünkkel mintaszerűen lehet segíteni a helyi termelők és feldolgozók piacra jutását azzal, hogy olyan területen segítjük a kistermelők tevékenységét, amely számukra nem a hétköznapi munkavégzés része. Sikeresek lesznek, hiszen az értékesítési csatornák befolyásolása és a marketing területén egyedül az általunk most felvázolt helyi termék program kínál olyan lehetőséget, amely erre a célra elkölthető érdemleges forrásokkal, összefogással, hatékony átfogó helyi program megvalósítását tenné lehetővé. Az önkormányzatok vezetőivel együttműködve, a helyi állatorvosok, falugazdászok bevonásával választhatjuk ki a sok termelő közül azokat, amelyek bekapcsolásával a program elindulhat. Olyan gazdák kerülhetnek első lépésben a rendszerbe, akik bírják közös bizalmunkat. Sok gazda fektetett már évtizedes munkát a magas minőségű termékek előállításába. Ennek a munkának a megbecsülését is jelenti a programban való részvétel. Célunk, hogy szisztematikus munkával felkeressük mindazokat, akik bekapcsolódni kívánnak a munkába, de a program nem zárt, mindenki előtt nyitva áll. Ezek a termékek a Duna Összeköt Térsége Védjeggyel lesznek egységesen felcímkézve.

A térségi védjegyrendszer előnyei:



- hozzájárul a térségben élők, a termékek előállításában és értékesítésében résztvevők megélhetéséhez, a helyi foglalkoztatás és a térségi jövedelemtermelő képesség növeléséhez,
- az egészséges, környezetbarát termékek fogyasztásán keresztül javítja a lakosság életminőségét
- programot, ajándéktárgyat biztosít a térségbe látogató turisták számára, ezzel javítja a térség turisztikai kínálatát és növeli a turisztikai jövedelmeket,
- segíti a térségi értékek megőrzését, hozzájárul a térség arculatát formáló, a térséggel azonosítható szimbólumrendszer formálásához, a térség önazonosságának erősítéséhez

Járulékos előnye, hogy beilleszthető az EU regionális politikájába is: a térségi szintű egyediség, de mégis egységes rendszerhez való tartozás által európai szintűvé válik a rendszer, amely lobbierő is EU szintű.

A VIDÉK MINŐSÉGE/CALIDAD RURAL védjegy kialakításának európai programja a legnagyobb hangsúlyt a következőkre helyezi:

- minőség
- környezeti, társadalmi fenntarthatóság
- térségek

Gyakorlati tartalom: A termékek, szolgáltatások, helyi értékek (örökség, mint pl. múzeumok, szenthelyek) márkázása, logóval való azonosítása, amely minőséget, térségi azonosíthatóságot biztosít.

Az egységes Európai Védjegy egy európai rendszerbe gyűjti össze az összes kisebb területi szintű védjegyet – ez adja a „VIDÉK MINŐSÉGE” védjegy legfőbb erejét.

A védjegyszoftver létrehozása jól beilleszthető a marketingstratégia célrendszerébe, mivel hozzájárul a helyi termékek előállításának, értékesítésének ösztönzéséhez valamint a helyi termékeket előnyben részesítő, tudatos vásárlóközönség



kialakításához. Fontos a helyben előállított érték, mint kiváló minőségű, tradicionális, bizalmat sugalló termékkör pozicionálása.

A védjegyrendszer bevezetéséhez szükséges lépések:

1. Helyi termelők és termékek feltérképezése, a térségi termékekbe beépíthető értékek összegyűjtése
2. Hálózatépítés, termelők közötti kapcsolatok építése
3. Termékfejlesztés és turisztikai szolgáltatásokhoz kapcsolható helyi témakörre, a termék-előállításához kapcsolható turisztikai programok kidolgozása, helyi piacok létrehozása
4. Szemléletformálás az előállító vállalkozások, értékesítésében résztvevők, lakosság és oktatási intézmények körében

Eszközei:

- Tájékoztató fórumok, előadások, termékbemutatók, akciók
 - Ismeretterjesztő kiadványok (plakátok, szórólapok)
 - Településenként információs tábla
 - Térségi rendezvények, programok
 - Iskolákban oktatócsomag kidolgozása, pedagógiai programba beépítése, térségi vetélkedők (térségi tudatosságra tanítás)
5. Országos és helyi piaci igények felmérése
 - Elsősorban a fehér foltok felkutatása a cél, s ezekre a termeltetés és feldolgozás megszervezése
 6. Kisüzemi feldolgozók felkutatása
 - A mezőgazdasági termelés rossz oldal, hogy amikor terem a zöldség és gyümölcs a teljes mennyiség nem értékesíthető. Ezért meg kell keresni azokat a feldolgozókat, amelyek kis mennyiségek feldolgozására is képesek egyedi receptúrák alapján
 7. Koordinációs menedzsment, iroda létrehozása
 - Szervező funkció
 - Koordináló funkció
 - Anyagi erőforrásokat pályázó funkció
 - Ellenőrző funkció



- Kutatási feladatokat ellátó funkció
- Oktatási, szemléletmód változtató funkció
- Jogi funkció
- Termékfejlesztő funkció

8. Auditáló szervezet

- A rendszer image-nek építése miatt fontos, hogy minden egyszerű a védjegyet használni akaró termelő csak a minősítési, auditáló szervezet által vizsgált és elfogadott termékre engedélyezze a védjegyhasználatot.

9. Működési szabályzat lefektetése

- A rendszer működésének feltételeit le kell fektetni, hogy mindenki azonos lehetőségek és kötelezettségek háruljanak

10. Arculat és márkanev

- Meg kell határozni a termékcsoportokat és azok csomagolási egységeit
- Márkanév meghatározása
- Márkanévre logó tervezése
- Szlogen tervezése
- Arculat tervezése
- Csomagolási egységekre az arculat mutációinak elkészítése
- Csomagolóanyagok gyártatása
- Javasolt márkanev: NATURAL FOOD

11. Termékfejlesztés, termékcsoportok meghatározása

- Fontos, hogy a Duna Összeköt Egyesület települései meghatározzák azon termékeknek a körét, amelyeket a helyben termelt élelmiszer filozófia alapján elő kívánnak állítani.
- Meg kell határozni azon termelők körét, akit az egyesület, illetve szűkebb értelemben az önkormányzat feljogosít a különböző termékek termeltetésére.
- Csak kiváló minőség az elfogadható
- Minőségbiztosítás kialakítása
- Fejlesztő partnerek hozzárendelés az auditált termelőkhez



12. Védjegyoltalom
 - Amennyiben kialakult a védjegy, brand és ezek arculata, akkor kötelezően le kell védeni, hogy mások illetéktelenül ne használhassák fel.
13. Marketingtervek készítése
 - Árak meghatározása
 - Piaci felmérés
 - Értékesítési csatornák meghatározása
 - Marketingaktivitás
14. Kommunikációs tervek készítése
 - Verbális üzenetek meghatározása
 - Vizuális üzenetek meghatározása
 - Médiamix megtervezése
 - Költségterv
15. Anyagi erőforrások megteremtése
 - pályázatok
16. Védjegyrendszer bevezetése

Csomagolási példák a védjegyrendszer használatához





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

150

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

151

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

152

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu



V.2. Árpolitika

A tudományos marketing elvei alapján a termékünk/szolgáltatásunkra olyan árat kell képezni, amelyet a vevő képes és hajlandó megfizetni, de egyben versenyképes és profitot is termel.

A települések, térségek marketing-mix összeállításában is szükséges meghatározni az árpolitikát. Az árpolitikát befolyásolja a szolgáltatás vagy a kínált csomag színvonala, országos viszonyításban a térség árszintje. Településmarketing szempontból szükséges az árpolitikát célcsoportok szerint stratégiai jelleggel egyeztetni.

Alkalmazhatunk árdifferenciálást szezon, illetve időszak, foglalási időpont, célcsoportok szerint, valamint forgalom, értékesítési út, fizetési mód és minőség szerint. Így ugyanazt a típusú szolgáltatást különböző árakon lehet értékesíteni.

Az ár a marketing mix legjobban variálható eszköze. Az ár egy viszonyítási pont, melyet az eladó befektetési döntéseinél, míg a vevői fogyasztási döntéseinél alkalmaz. Leggyakrabban az adott termék vagy szolgáltatás értékének vizsgálatakor használjuk. Fontos feladat, hogy a fogyasztó számára, aki még nem ismeri az általunk kínált terméket, az ár kifejezze a minőség színvonalát.

Az árdifferenciálást a legtöbb esetben a piaci verseny kényszeríti ki:

- Időtényező alapján (szezonális megbontás)
- Szegmens szerint (egyéni, csoportos árak)
- Tartózkodás ideje szerint (hosszabb effektív olcsóbb)
- Tartózkodás gyakorisága szerint (törzsvendég kedvezmény)
- A szoba elhelyezkedése szerint (Dunára néző)

Értékesítési csatorna szerint (utazási irodai szervezés, vagy magán kezdeményezés)



- Értékesítés volumene szerint
 - csak szállóvendég
 - vagy csomag igénybevevő
- Fizetés módja és határideje szerint
 - előleg
 - csoportos előfizetés
 - előzetes foglalás
 - helyszíni kiegyenlítés
 - későbbi átutalás, stb.
- A foglalás időpontja szerint
 - egy évre előre
 - holt idényben
 - főidényben stb.
- Kiajánlott termék szerint
 - rendezvény felár
 - ünnepi felár
 - extra szolgáltatási felár
- termék adott életciklusa szerinti
 - a szálloda a termék életciklus melyik szakaszában van

V.3. Értékesítés

Az értékesítési politika feladata a létrehozott és beárazott termékek eljuttatása oda, ahol a potenciális vevők keresik, azaz a hagyományos marketingben a termékek, szolgáltatások szétosztását értjük alatta.

A település, mint termék rugalmatlan, továbbá helyhez kötött, nem mozgítható, így alapvetően az értékesítési csatornákat a fogyasztók mozgatására kell kialakítani. A turista település központját úgy szemléli, mint látványosságot, a helyi lakos, mint a



lakóhelyét, vagy, mint egy bevásárlóközpontot, a vállalkozó pedig elsősorban az üzleti lehetőségeket keresi. Ennek megfelelően az értékesítésben is a differenciáltságra kell építeni. (Kozma Gábor 1995)

Napjainkban az internet, elterjedése által az értékesítési tevékenység nélkülözhetetlen eszközévé vált. Mind a gazdaságban, mind pedig a lakosság magánéletében betöltött szerepe jelentősen megváltoztatja fogyasztási szokásokat és rendszeresen új igényeket generál. A gazdasági szereplői számára ezzel a folyamatosan változó körülményekhez szükséges alkalmazkodni, és rendszeresen kell újdonságokkal előállni, hogy ne maradjanak le a piaci versenyben.

Településmarketing esetében bonyolultabb értékesítési folyamattal kell szembenéznünk, a terméket nem tudjuk hagyományos módon eljuttatni a fogyasztóhoz, a célcsoportokhoz, ezért szükséges, hogy a célcsoportokat vonzzuk a helyszínekre. A kommunikáció ebben a folyamatban kiemelt szerepet tölt be a célcsoportok számára. A közvetett termék melyet a fogyasztók elé helyezünk az az imázs, a településekről alkotott kép, melyek által pozitív viszonyt kívánunk a fogyasztó és település között.

Az internet segítségével számos olyan lehetőséget teremthetünk, ahonnan a fogyasztó a lehető legtöbb információt tudja elérni a lehető legkevesebb időráfordítással és lehetőleg ingyen. Az emberek ma a legtöbb információt az internetről szerzik be, és ezt az igényüket kielégítve tudjuk versenyelőnyeinket megalapozni.

Közvetlen értékesítés

Saját honlap

Az egyesület saját honlapja az egyesületre szabott, interneten keresztül elérhető információtár, amely számos előnnyel bír:

- Teljes egészében az egyesület céljait szolgálja, és képviseli a célcsoportok irányába



- Részletes és releváns információk közlésének lehetősége a térségi településekről, azok termékeiről és szolgáltatásairól – olyan információk is feltüntetésre kerülhetnek, amelyeket a látogató magától talán nem is keresett volna, viszont pozitívan értékel
- A tartalom folyamatosan frissíthető, így mindig aktuális információkat kaphatnak az érdeklődők.
- Saját adatbázis építésének lehetőségét tartalmazza
- Gyors reagáló képesség a megváltozó igényekhez, körülményekhez igazodva,
- 24 órás információs és értékesítési szolgálat

Egy saját weboldal sosem lehet kész, folyamatos munkát, energiaráfordítást igényel. Az utógondozás folyamán igazodni kell a megváltozott körülményekhez, az újonnan felmerült igényekhez, valamint felül kell múlni a konkurencia által üzemeltetett oldalakat is. A fogyasztók egy folyamatosan megújuló honlapra többször is hajlandóak visszatérni, mely számos értékesítési lehetőséget teremt.

Direct E-mail

Az e-mailen keresztül történő értékesítés esetén közvetlen ajánlatot teszünk a potenciális vevők számára. Az e-mail célja számos lehet, célcsoportok szerint differenciálni szükséges:

- Promóció
- Első vendégek megkeresése
- Új termékek bemutatása
- Akciós lehetőségek ismertetése
- Megrendelések generálása
- Átfogó CRM¹ aktivitás
- Hűségprogram szervezése
- Kapcsolattartás

A Direkt Marketing Szövetség magyarországi piackutatásának eredményei azt mutatják, hogy a célcsoport tagjai legkevésbé a

¹ Customer Relationship Management, átfogó ügyfélkezelési rendszer



nevükre címzett postai küldeményeket "dobják el", és az áruházi katalógusokon kívül leginkább azokat olvassák el figyelmesen.

Közvetlen levelek küldésének feltételei:

- Adatbázisok kialakítása a potenciális és meglévő ügyfelek e-mail címeiből
- A címek tulajdonosainak hozzájárulásával lehet csak levelet küldeni számukra
- A levelezőlisták gondozása, karbantartása
- A kampányok hatásos kidolgozása és eljuttatása megfelelő célcsoportnak



Közvetett értékesítés

Utazási gyűjtőportál

Az utazási gyűjtőportálok olyan tematikus oldalak, amelyek egy helyen tartalmazzák a hasonló szolgáltatásokat nyújtók kínálatát. Ezzel megkönnyítik a keresgélő vendégek dolgát, akik az általuk kiválasztott desztináció vagy egyéb szempontok alapján szűkíthetik a találati listát, és összehasonlíthatják a szóba jöhető szolgáltatók ajánlatát. Az ilyen portálokon többnyire foglalási lehetőséget is biztosítanak a számunkra.

Szolgáltatói szempontból ugyancsak érdemes regisztrálni az ilyen oldalakon, hiszen a jelenlét hiánya potenciális vendégektől foszthat meg bennünket. Elmondható azonban az is, hogy a vendég a szimpatikus szálláshelyek saját honlapját is felkeresi a bővebb információszerzés érdekében.

Népszerű belföldi utazási portálok:

- Belföldiutazás.hu
- Booking.hu
- C-Travel.hu
- Go.hu
- [Hurrá! Nyaralunk](http://Hurrá!Nyaralunk)
- IranyMagyarország.hu
- [Metro Utazás](http://MetroUtazás)
- ReiseInfo.hu
- Travelport.hu
- ÚtiSúgó.hu
- Vendégváró.hu

Az internetes értékesítés trendje napjainkban a keresőoptimalizálásban, az e-mailes tájékoztatásban és értékesítésben valamint a közösségi oldalak kínálta lehetőségek felé fordulásban összegezhető leginkább.



Az kampánya kialakítása előtt teljes mértékben meg kell újítani az online piachoz való viszonyát a térségnek, meg kell fogalmazni beindítandó kampány tartalmát, célját és meg kell határozni, hogy az ennek során megteendő lépések milyen stratégiát szolgálnak, melyik célcsoportokat kívánjuk elérni. Mindezek alapos megismerése és megfogalmazása után alakítható ki az online kampánystratégia, amely megfogalmazza mit, kinek, milyen eszközökkel, milyen újdonságok felhasználásával kívánunk eljuttatni.

Cél az új vendégek megnyerése, törzsvendégek szerzése

Egy szálláshely önmagában nem jelent turisztikai szempontú vonzerőt. Ezért a szálláshelyek vonzáskörzetében megrendezésre kerülő eseményeket, programokat kell fogyasztók figyelmébe ajánlani. 21 település esetében kiemelt figyelmet kell arra fordítani, hogy hol milyen programok zajlanak az év különböző időszakában. Ezekhez kapcsolódóan kell kidolgozni az ajánlatokat, majd különböző promóciós csatornáinkon közzé tenni.

V.4. Promóció

A promóció vagy ösztönzéspolitika a vásárlókkal tudatja, hogy létezik a termék, felébreszti az igényt és a vágyat. Arra a tapasztalatra épül, hogy nem elég a maximális befektetési megtérüléshez, ha van kereslet a termékre, ha megfelelő színvonalú a termék, ha elérhető a megfelelő disztribúciós pontokon, a terméknek a potenciális vevők figyelmébe, tudatába is be kell kerülnie.

A promóció alapvetően a piac befolyásolását, a vásárlás ösztönzését, a célcsoportok hatékony elérését jelenti. Ez a tevékenység nem szűkül csupán a reklámra, egy sokkal komplexebb tevékenység szükséges a pozitív eredmény eléréséhez.



A promóciós mix elemei:

- *reklám*
- *értékesítés ösztönzés*
- *PR – közkapcsolatok és személyes eladás*

Ezen eszközök csak akkor képesek közvetíteni a kívánt imázst, befolyásolni a célcsoportok magatartását, ha egy egymásra támaszkodó rendszerben működnek.

A reklám a figyelemfelkeltés, a cselekvésre ösztönzés szempontjából fontos a promóciós tevékenységben.

A legelterjedtebb reklámeszközök a településmarketingben:

- prospektusok
- poszterek
- képeslapok
- bemutató füzetek
- térképek
- TV műsorok
- információs táblák

Az értékesítés-ösztönzés sajátossága, hogy az eladás helyén próbálja befolyásolni a fogyasztót. A leggyakrabban használt eszközök a versenyek, nyeremények, jutalmak.

A PR (*public relations*) tevékenység során megvalósítandó cél a tudatos kapcsolatépítés és fenntartás, a célcsoportok körében való ismertség kialakítása, bizalom és kölcsönös támogatás elérése.

Fontos eszköz a tudatos hírgenerálás, az események, rendezvények szervezése, a közszolgálati tevékenységek során az arculati elemek alkalmazása a PR eszközökbe történő integrálásával. A környezet irányába folytatott PR tevékenység mellett kiemelkedő szerepet kap a belső PR is. A személyes eladást, meggyőzést lényegében a település minden polgára végzi valamilyen formában,



tudatosan vagy kevésbé tudatosan. A viselkedésüktől, attitűdjüktől függ, hogy az eladást milyen irányba fogják befolyásolni, ezért szükséges, hogy a települések lakosai ösztönözve érezzék magukat ennek pozitív irányba történő elmozdításában.

Kommunikáció és településmarketing

Legyen egy település bármennyire fejlett, rendelkezzen bármilyen kimagasló adottságokkal, marketingkommunikációra így is szüksége van. A 21 település fejlődéséhez megfelelő kommunikációs stratégiára van szükség, ez azonban önmagában nem fog megoldást hozni a gazdasági, szociális, demográfiai és egyéb települési problémákra.

Az imázsépítésben rendkívül fontos szerepe van a kommunikációs tevékenységnek.

Az imázs

Az imázs azon elképzelések és benyomások összessége, amely egy emberben vagy csoportban egy adott személyről, termékről, cégről, esetünkben területről kialakul:

- Egyrészt az adott terület konkrét adottságai, fejlesztési eredményei, az objektív tények
- Másrészt az erről való informáltság, s a saját elvárások, értékelés általi szubjektív megítélés függvénye.

Fontos terület-marketing feladat az objektív és szubjektív oldal összhangjának megteremtése.

Az imázs az attitűdök, a motivációk, a cselekvések meghatározójává válik.

Ezen elemek széles közvéleménnyel való megismertetése, elfogadtatása a régióval, településhálózattal való azonosulás, a közösségi tudat kialakulásának egyik első eleme, melyre jól építkezhet a különböző célcsoportokban megnyilvánuló bizalom, pozitív térségimázs.



A települések látványát, a külső összmegjelenését nagyban befolyásolják:

- a földrajzi, természeti elemek
- az építészet kép
- a szimbolikus ábrázolás:
 - jelképek
 - címer
 - szlogen
 - színhasználat

A területi imázs fontos szerepet játszhat a beruházók letelepülési döntései és a turisták úticél döntései meghozatalában is. A térségi marketing koncepció szempontjából szükséges ezek összhangba állítása.

A települések vezetőinek tudatosan kell kommunikálniuk a lakossággal, civil szervezetekkel, befektetőkkel, meglévő vállalkozókkal. A bizalom építése és megtartása nélkülözhetetlen. A települések összefogásával az egymás közötti versenyhelyzet továbbra is fenn fog állni, saját megítélésük alakítása folyamatos munkát igényel, koncentrálva arra, hogy egyedülállóságukat ne veszítsék el.

A marketingkommunikáció legfőbb céljai:

- egyedi arculat
- a 21 település azonosságának pozitív irányba történő fejlesztése
- a sztereotípiákon alapuló imázs megváltoztatása

A települések imázsát meghatározó legfontosabb tényezők:

- kommunikáció
- viselkedés
- látvány és design



Fontos hogy magas minőségű és kidolgozott párbeszédet folytassanak a célcsoportokkal, a médiával, és modern kommunikációs eszközöket használjanak az események, rendezvények szervezésénél.

A viselkedéshez, a hétköznapi kultúrához hozzátartozik a polgárok életszemlélete, a hivatalok ügyfélkezelési jellemzői, a megőrzött hagyományok, ünnepek, szokások.

Ahhoz, hogy ezek az összetevők kifejtsék pozitív hatásukat az egyesület számára szükség van egy hatékony belső kommunikáció és szervezeti magatartás kialakítására is. Ugyanis a belső célcsoportok véleménye, hozzáállása megmutatkozik a külső célcsoportok felé folytatott kommunikációban is.

A külső célcsoportok számára fontos, hogy hiteles és megbízható információkat kapjanak. A kötődés és elkötelezettség a település és stratégiai irányvonalak iránt csak megfelelő bizalom kialakítása révén lehetséges. Természetesen minden célcsoport esetében más és más lesz a motiváló erő.

A kommunikációt több szinten, különböző eszközök és csatornákon keresztül kell megvalósítani:

- Alapvető fontosságú a saját weboldalon történő kommunikáció
- Közösségi oldalakon keresztül kialakított kapcsolatok létrehozása
- Lakossági fórumok szervezése
- Befektetői rendezvények szervezése
- Vállalkozói rendezvények specializált témákban (mezőgazdaság, finanszírozás, hatósági rendezvények)





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

164

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 49., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu



165

www.dunaosszekot.hu



166

www.dunaosszekot.hu



DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

167

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolsna.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu





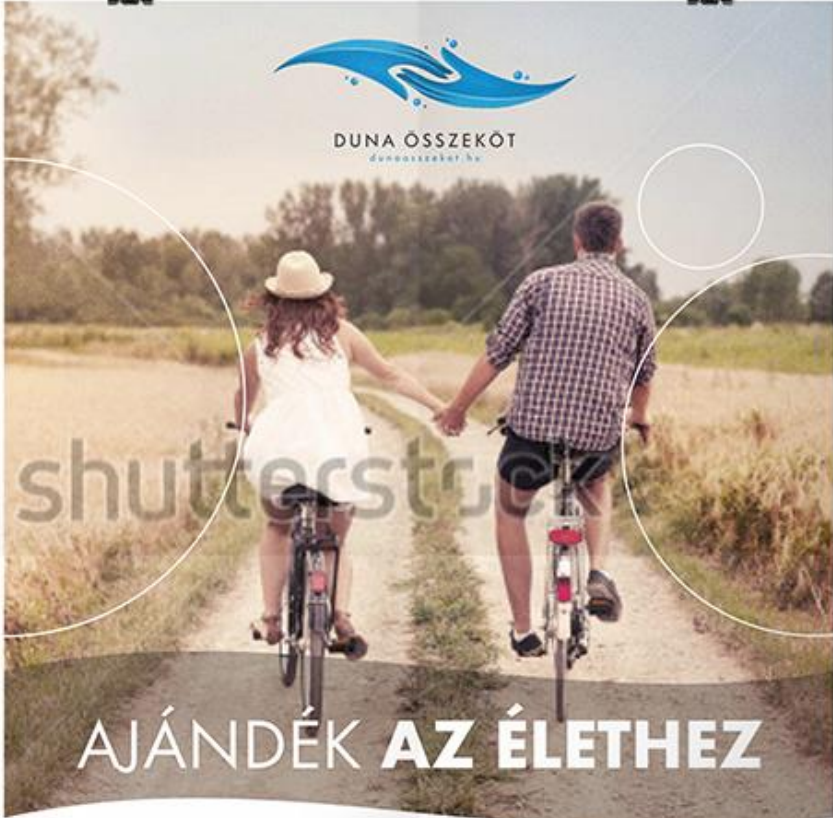
168

www.dunaosszekot.hu





DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu



DUNA ÖSSZEKÖT
dunaosszekot.hu

AJÁNDÉK AZ ÉLETHEZ

MAGYARORSZÁG GYÖNGYSZEME 21 TELEPÜLÉSSEL A DUNA KÉT OLDALÁN.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

• BÁTYA • BIKÁCS • BÖLCSKE • DRÁGSZÉL • DUNAFÖLDVÁR • DUNASZENT-BENEDEK • USZÓD
• DUNASZENTGYÖRGY • FOKTÓ • GÉDERLAK • GERJEN • GYÖRKÖNY • KAJDACS • MADOCSA
• MISKE • NAGYDOROG • NÉMETKÉR • ORDAS • PÁLFA • PUSZTAHENCSE • SÁRSZENTLŐRINC

Zöld szám: +36-80-123-456 • Email: info@dunaosszekot.hu • Weoldal: www.dunaosszekot.hu

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

SZÉKHELY: 7045 Györköny, Fő u. 494., E-MAIL: gyorkony@gyorkony.hu, TEL./FAX: +36 75/552-000

MUNKASZERVEZET CÍME: 7045. Györköny, Fő u. 60., MUNKASZERVEZET E-MAIL: dunaosszekot@tolina.net, MUNKASZERVEZET TEL./FAX: +36 75/675-202

www.dunaosszekot.hu

Közös térségi weboldal létrehozása

A weboldalon történő kommunikációval kapcsolatos szabályok:

- A honlap könnyen elérhető, megtalálható legyen (megfelelő domain név)
- Megfelelő vonzerővel rendelkezzen (felhasználó felület design-ja, szerkezete, felhasználóbarát legyen)
- Legyen interaktív (ne csak információszolgáltató funkciója legyen)
- Legyen lehetőség ügyintézésre, véleménynyilvánításra
- Legyen informatív (fontos az információk minősége és mennyisége)
- Legyen aktuális (aktuális információk közlése, folyamatos frissítés)
- Különbséget kell tenni az önkormányzati- települési, valamint egyéb szervezeti honlapok között. A település honlapok ugyan tartalmazzanak információt a helyi önkormányzatról, és kiegészülnek ennek honlapjával, de ugyanakkor helyet kapnak itt a civilszervezeti, intézményi, vállalkozói, sajtó honlapok is.
- A település honlapja egy funkcionális kommunikációs csatornává kell váljon, hogy a megfelelő imázst közvetítse és segítse a lojalitás építését a célcsoportok körében.

Online vélemények monitorozása

A szolgáltatások túlnyomó részében még ma is a leghatékonyabb reklámeszköz a személyes tapasztalatokból táplálkozó ajánlás. Napjainkban ez már nagyrészt az interneten, közösségi és közvetítő oldalak segítségével még nagyobb hatásokkal működik.

Mivel az utazás olyan speciális szolgáltatás, ahol a leendő vendég még az átlagosnál is kevesebb tapasztalattal bír a termék jellegéről



(pl. még soha nem járt a kiválasztott országban, városban), és elképzelhető, hogy személyes ismeretségi körében sem találkozhat olyannal, akiktől tanácsot kérhetne, vagy információt nyerhetne a legmegfelelőbb szolgáltatáscsomag kialakításához, a világhálón keres majd referenciát.

Egyre több turista keres fel olyan portálokat utazása előtt, ahol információkat kaphat arra vonatkozóan, hová érdemes elmenni egy adott turisztikai desztinációban, hol érdemes szállást foglalni (és hol nem), hol lehet olcsón ebédelni, melyik a leggyorsabb közlekedési mód két meghatározott város között és így tovább.

A valós vendégektől származó őszinte információk bizonyítottan kedvezően befolyásolják a potenciális fogyasztókat. Ebben az esetben nagyobb a lehetőségünk arra is, hogy az oldalon megjelenő véleményeket szűrjük, illetve közvetlenül reagálhatunk is a megfogalmazott értékelésekre. Ez további lehetőséget biztosít arra, hogy a leendő és a már meglévő vendégeinkkel jó kapcsolatot alakítsunk ki, illetve tartsunk fenn.

Az interneten a legnépszerűbb, leggyakrabban látogatott közösségi weboldalak a legújabb mérések szerint ismertebbek, mint a Google keresője, ezért a korszerű online portfólió kialakítása megköveteli, hogy termékünkkel a közösségi oldalakon megjelenjünk, saját oldalt hozzunk létre, ilyen módon is szélesítve az elérhetőséget.

Igazán hatékony webmarketing eszköz, mivel azzal együtt alkalmazva kereszthivatkozások helyezhetőek el a térség/települések weboldalán is, amelyek egymás látogatottságát támogatják.

Email-marketing

A leendő és meglévő vendégek elektronikus postafiókjainak címét fontos összegyűjtenünk, és azokat adatbázisba rendezve a saját hatékonyságunk növelése érdekében felhasználni.



A különböző szempontok szerint összeállított levelezőlistákkal célzottan juttathatjuk el ajánlatunkat a célközönségnek, ráadásul mindezt szinte ingyen. Ugyanakkor arra is érdemes figyelmet fordítani, hogy ezeket a címlistákat folyamatosan frissítsük, és azt is érdemes tudni, hogy az elektronikus levélküldésnek vannak törvényben meghatározott szabályai, amiket be kell tartanunk. Pl. csak olyanoknak küldhetünk elektronikus levelet, akik hozzájárulásukat adták ehhez. Célszerű megoldás ezért az, ha valamiféle regisztrációs elven működik a címekhez való hozzájutás, amelyen a vendég nyilatkozik a címe marketing célú felhasználásáról, illetve arra is lehetőséget kell biztosítanunk, hogy a hozzájárulását visszavonhassa, ha úgy dönt, nem kér több ajánlatot tőlünk.

Regisztrációk (pl. hírlevélre való feliratkozások) azon keresztül pedig e-mail címek szerzésének egyik egyszerű és ösztönző módja, ha adott időszakban valamiféle nyereményjátékkal kapcsoljuk össze a regisztrálást.

A térség és az egyesület célcsoportjainak megfelelően differenciált hírlevél feliratkozási rendszer kialakítása javasolt.

Videómarketing

Az egyik legígéretesebb piacszerzési eszköz a videók használata. A mai fiatalok egyre növekvő része már a videóalapú információszerzést preferálja a szöveggel szemben. A honlapon elhelyezett videók alkalmasak a szolgáltatásunk jobb bemutatására, ezáltal a vevők figyelmének intenzívebb felkeltésére, illetve az érdeklődők hatékonyabb meggyőzésére. Weboldalakra ma a legszélesebb körben elterjedt youtube.com-on keresztül feltöltött videók beágyazása javasolt, könnyű, közösségi portálokon is megosztható tulajdonsága miatt is.

Google street view

Hazánkban 2013. április 22-én elindult a Street View szolgáltatás ma már az utazás tervezésénél és a végső döntésnél az online



médiumokat, az onnan származó információkat részesítik előnyben az emberek. A külföldiek fejében Magyarországról szürkébb kép van, mint amilyen az ország valójában, így most az a legfontosabb feladat, hogy bemutassuk: színes országról van szó, és ebben a Street View is nagyon fontos eszköz lehet.



A Google street-view elterjedése miatt fontos, hogy jó minőségű képekkel töltsük fel az amúgy nem túl látványgazdag Google térképet.

Fókuszált kampányok

A hagyományos marketing helyett érték alapú marketingkampányokat érdemes folytatni. Ilyenek lehetnek például:

- a szezonális ajánlatokat hirdető Adwords (szókeresésre épülő) hirdetések
- Last minute ajánlatok a saját weboldalunkon (akár külön lapként megjelenítve)
- Egyes környékbeli eseményekre specializált oldalak létrehozása

-



Az internet megfelelő felhasználása hozzásegít a megfelelő üzleti döntések meghozatalához, segít nagyobb keresletet generálni termékünk, szolgáltatásunk iránt a legjobb értékesítési csatornamix kialakításában, a véletlenszerű vásárló törzsvásárlóvá alakításában és főként a bevételek és a nyereségesség növelésében.

Nem szabad elfelejtenünk, hogy az internetezők több mint 80%-a keresőprogram segítségével indítja keresését és a kereséseknek négyötöde csak információ jellegű, csak minden ötödik megtalálásból jöhet létre üzleti kapcsolat.

Összegzés

A Duna Összeköt Egyesület számára a 21 település marketingtevékenysége által az önkormányzati gondolkodást az irányba szükséges terelni, hogy a 21 település holisztikus versenyképessége erősödjön, és ne csak a gazdasági szférában mutakozzanak javulások. Fontos, hogy a marketing tevékenység fókuszát ne csak a jelenlegi problémák megoldására fordítsunk, hanem az tudjon beépülni a mindennapos tevékenységbe, a települések irányításába és fejlesztési stratégiákba.

A térségmarketing tevékenység folytatása feladat az önkormányzatoknak, civil szervezeteknek valamint egyéb intézményeknek is, mely a sok szervezési és irányítási feladat mellett egy összetett gondolkodásmódot is jelent, mely által a térség gazdasági, környezeti és társadalmi értékei összefogott módon kerülnek megformálásra és megismertetésre.



VI. Marketing koncepció

VI.1. Marketing célok

A „hely-marketing”, egy régió, avagy egy város fejlesztése érdekében folytatandó marketing tevékenységnek meghatározó sikerfeltétele, hogy helyesen kerüljenek kialakításra a követendő, elérendő általános és közvetlen célok, s az azok realizálását biztosító stratégiák. Csupán erre épülhet a konkrét megvalósítási eszközrendszer hatékony, egymást erősítő alkalmazása.

Első és legfontosabb feladat a kívánt **jövőkép** elemeinek a meghatározása. (Pl. milyen beruházókat látna szívesen a település, milyen irányba szeretne fejlődni, kik tartoznak a település elsődleges célcsoportjába, az önkormányzat milyen szerepet vállal, milyen külkapcsolati politikát szeretne folytatni, hogyan szeretné ha látnák a célcsoportok a települést).

Következő lépés a **célrendszer** kidolgozása.

Harmadik lépésként ki kell dolgozni részletesen azt az **akciótervet**, amely a célok elérését szolgálja. A stratégia kidolgozásával párhuzamosan lépéseket kell tenni annak érdekében, hogy a termék, esetünkben a települést úgy fejlesszük, alakítsuk, hogy az minél jobban megfeleljen a kiválasztott célcsoportok igényeinek. Szükséges az egységes arculat létrehozása, az anyagi és szellemi infrastruktúra megteremtése (víz-, szennyvízhálózatok kiépítése, megközelítési lehetőségek javítása, a munkaerő ki- és átképzése, a nyelvi képzés, tudatosítani a lakosságban, hogy a település fejlődése függ a hozzáállásuktól, vendégszeretetüktől, aktivitásuktól, stb.), valamint olyan látványosságoknak a létrehozása, amelyek a helyszínrre vonzzák a célcsoportokat.

A stratégia kidolgozásához hozzátartozik az, hogy kiválasszuk azokat az **eszközöket, csatornákat** amelyek segítségével el



tudjuk érni az egyes célcsoportokat, megfogalmazzuk az átadni kívánt üzeneteket. A megfogalmazott elvek természetesen nem mindig jelennek meg a mindennapi gyakorlatban, de mindenkor mértékül kell, hogy szolgáljanak, ezáltal tudatosan előremutatva, ösztönözve a gyengeségek feltárására, azok kiküszöbölésére. Az egyes területeken megfogalmazott célok gyakorta mondanak ellent egymásnak, pl. a gazdasági fellendülés nem mindig szolgálja közvetlenül az ökológiai célokat. Ilyenkor egy olyan kompromisszum elérése kívánatos, mely az ütköző érdekű célcsoportok mindegyikének a legkevesebb kárt okozza.

A célok megvalósulása a terület gazdaságát is fellendítheti: az idegenforgalom által beáramló jövedelmekkel, munkahelyek teremtésével, vállalkozások létrehozásával.

A marketing-koncepció jövőképe

Egy térség jövőképe a nevéből adódóan is mindig az adott települések jövőbeni állapotára vonatkozik, olyan cél, aminek elérése a térség fejlesztésében együttműködő szereplők és a kívülállók számára egyaránt vonzó. Realisztikus, hihető és pozitív benyomást keltő képet kell, hogy adjon a település jövőjéről, egy olyan helyzetről, ami a legfőbb szempontok alapján jobb, mint a jelenlegi állapot. A jövőkép nem a vágyak összefoglalása, hanem az adott helyzet, valamint a külső és belső tényezők által meghatározott lehetséges törekvések összegzéséből kinövő, hosszú távú (min. 10-15 éves) fejlődési pálya definiálása.



Egy egység

Jelen marketing koncepcióban a jövőképünk a 21 Duna-menti település, mint önálló, egységes arculatú kooperatív térség és turisztikai desztináció létrehozása, értékeinek megismertetése a települések lakosságával és a szélesebb, elsősorban hazai potenciális látogatóközönséggel.

Egy csoport akciótervvel, döntésekkel

Ezen belül elsődleges cél a települések összefogása, koordinációja, az egyes szereplők közös tudatának megerősítése és a közös célok érdekében történő aktiválása, a belső elégedettség növelése.

Egy termék

Tágabb értelemben a turisztikai termékfejlesztés és belső turizmus erősítése folytán a települések idegenforgalmi versenyképességének növelése, valamint a befektetés-ösztönzés során a gazdasági szereplők üzleti környezetének minőségi javítása és új vállalkozások letelepedésének és munkahelyteremtésének elősegítése.



Egy közös kommunikációs platform

Meg van a közös akarat, meg van a menedzsment és meg van a Duna Összeköt Egyesület terméke. Nincs más hátra, hogy első körben a 21 település is értesüljön róla. Ehhez viszont kell egy rugalmas, naprakész, átjárható, a lakosság nagy részét elérő kommunikációs felület. Ezt úgy tudjuk elérni, ha a 21 település online kommunikációs site-ja hasonló szerkezeti felépítésű és a háttér CMS rendszer egységes.



A marketing-koncepció célrendszere

A SWOT-analízis és a jövőkép alapján a következő átfogó célok kerültek meghatározásra:

1. Egységes térség marketing megvalósítása

- arculattervezés (logo, szlogen, imázsfilm, stb., arculati kézikönyv), térségi tudat és imázs felépítése
- térség települési marketing feladatok összehangolása, önkormányzatok közötti együttműködés és párbeszéd kialakítása
 - irányító, koordináló szervezet fejlesztése
 - adatbázis létrehozása (programok, szálláshelyek, turisztikai látványosságok)
- térségi védjegyrendszer bevezetése: helyi termékekre (pl. nagydorogi gyógynövények, bátyai fokhagyma stb.) épülő területi védjegy
- médiamegjelenések kidolgozása
 - megfelelő minőségű térségi kiadványok készítése, települési turisztikai kiadványok megjelenésének ösztönzése
 - PR-cikkek megjelentetése belföldi szaklapokban, magazinokban, napilapokban, valamint a tévében a térségről, sajtókapcsolatok kialakítása
 - belföldi turisztikai vásárokon való megjelenés, pl. turisztikai szakkiállítás, road-show, workshop,
 - kapcsolattartás a regionális, országos és nemzetközi turisztikai szervezetekkel, pl. együttműködés az ország Tourinform irodáival, amelyek az ott elhelyezendő információs anyagok segítségével segítik térségünk megismerését
 - regionális/országos rendezvényeken való személyes megjelenés, kitelepülés, pl. információs pavilon
- elektronikus turizmus-marketing fejlesztése
 - térségi közös honlap kialakítása (javasolt megnevezés: *Duna Összeköt Portál*) és az egyedi



településhonlapok fejlesztése: többnyelvű,
interaktív felületek kialakítása adatbankkal,
programtervekkel, szállásfoglalási lehetőségekkel

2. Egységes térség kommunikáció megvalósítása, térségi hírportál kialakítása

Lokális elektronikus portálrendszer és web tv hálózat kiépítése

Az elképzelés bemutatása

Híreinket főként a Duna Összeköt Egyesület térségében lévő további 21 településnek történéseiről jelentetjük meg, de portálunkon elérhetők azok az országos jelentőségű információk is, amelyek a térség minden lakójának életét befolyásolhatják. Az internet világában talán nehezen értelmezhető a térségi hírportál megnevezés, de meggyőződésünk szerint ez mára egy olyan létező folyamat, amit az emberek szűkebb lakókörnyezete iránti érdeklődése gerjeszt.

Célja:

A kor igényeinek megfelelő a tömegek nagy részéhez eljutó térségi hírfolyam létrehozása. Amelyben a hírfogyasztó megtalálja a szűkebb és tágabb környezete híreit, emellett szemezgethet a fontosabb országos hírek között. Egy olyan felületen, amelyet saját maga editálhat, hogy milyen jellegű hírek ériék el, pl. csak sport, vagy csak önkormányzati. Ezenkívül fontos megemlíteni, hogy a térség gazdaságára is hatást gyakorol, mert a lokális vállalkozók a média által szélesebb körben tudnak hirdetni a portálon mivel egyetlen hirdetéssel 21 települést érnek el. Lehetőség van a rendszerben videóanyagot is feltölteni.

A „Lokálnet” projekt ismertetése

Egy „átvilágított” médiatérkép alapján, már részben működő szerkesztőségekre (helyi újság) –TV előnyben - építve a Duna

Összeköt Egységre lehetne felállítani egy olyan lokális portálrendszert és web tv hálózatot, amelyek mögött politikailag lojális médiumok állnak.

A projekt gesztora (Duna Összeköt) építené meg a rendszert, ő birtokolná és üzemeltetné az ehhez szükséges infrastruktúrát, ill. irányítaná a fejlesztői munkát, a működtetéssel kapcsolatos oktatási, felkészítési feladatokat, valamint a központi marketing munkát. A partnereknek csupán a hírszerkesztéssel és a feltöltéssel kellene foglalkozniuk. Kizárólag csak egy admin felület jogosultságát kapnák meg, minden más feladat le lenne véve a vállukról.

Fejlődési potenciák

A rendszer publikus és admin felülete, ill. a mögötte álló hardver és szoftver hálózat is modulrendszerben épül fel, így az bármikor fejleszthető tartalmilag és számban egyaránt. Ezzel lépést lehetne tartani a kor elvárásainak és a folyamatos igényeknek.

A hálózat hatásai és előnyei

A szélessávú internet forradalmi térhódításával egy olyan hiányterületre lehetne előcsapást vinni (bár az internet minősége lehetőséget ad már rá, még sincsenek lokális szinten minőségi hírportálok), amellyel garantálható lenne a monopolhelyzet az elektronikus médiapiacra.

Ezzel az előcsapással felerősíthetnénk a hozzánk közel álló médiakonzentrátumokat, és az elektronikus reklámoknak köszönhetően önfenntartó lenne a rendszer. Ehhez minden segítséget megkapnának.

Előnyei röviden:

- hiányterületet foglal el a rendszer,
- bár újdonság, a szélessávú internet terjedésével igény van rá,
- gyorsan lehet nagy nézettséget elérni, amit folyamatos növekedés követne,
- viszonylag alacsony indulási költség, rentábilis fenntarthatóság,
- internetes reklámpiac monopolizálása, ezáltal a lojális média koncentrációk feltőkésítése is megoldott lenne,
- az aktív rétegeket érinti elsősorban,
- közös kommunikáció,
- az oktatások után könnyen egyszerűen üzemeltethető,



- objektív, tényyszerű hírekkel
- bármilyen más média is ráépíthető, ill fordítva is igaz: bármilyen már létező médiára rátehető

Tartalmi alapelvek

- Helyi hír- és információs portálok hálózata, amelyek együttesen regionális áttekintést nyújtanak.
- Első számú karaktere: lokális és szuperlokális hírek közlése.
- Céljai: a tájékoztatás, a szolgáltatás és a szórakoztatás.
- Célközönsége: a településéhez kötődő, hírfogyasztó, szolgáltatást kereső felhasználók.
- Gyors hírközlő. Tényanyaga pontos, ellenőrzött. Témáit több oldalról világítja meg. Összetett témái jól strukturáltak, a háttér megértését segítő kiegészítésekkel.
- Témáinak megválasztását azok hírértéke határozza meg. E hírérték függ az érintett látogatói kör nagyságától, a téma aktualitásától, helyi jellegétől, hasznosságától, egyediségétől, szórakoztató jellegétől.
- Kifejezőmódja a széles közönség számára érthető, világos. Ahol annak kifejezési célja van, tükrözi a közösség nyelvi struktúráit.
- Híryanysága a tényújságírás szabályait követi. Beszámolóit, értékeléseit a vélemény-újságírás jegyeit hordozzák. A téma feldolgozásánál fő szempont a minél szélesebb látogatói kör érdeklődésének kielégítése.
- Nincs preferált világnézete. A politikát a helyi emberek életére gyakorolt hatása oldaláról közelíti meg. Elkötelezett a helyi ügyek iránt.
- Arányt tart az oldalain megjelenő hirdetések és a tartalom között.
- Nyitott a felhasználóktól érkező jelzésekre, tartalmakra.



3. Turisztikai termékfejlesztés, desztináció-menedzsment

- meglévő turisztikai adottságok maximális kihasználása, fejlesztése, felújítása (kulturális, történelmi, régészeti emlékek feltárása és látogathatóságának biztosítása)
- hiányzó turisztikai elemek pótlása a kereslethez igazodva (pl. öko- és horgászturizmus megfelelő színvonalú feltételeinek kialakítása, Duna vonalát követő kerékpárutak stb.)
- specializált attrakciók kialakítása, amelyre az egyediséget kereső látogatók specializálódtak pl. lovas-, horgász-, vadászturizmus, aktív turizmus, pl. kerékpárúthoz kapcsolódó programok, nordwalking
- szolgáltatások színvonalának emelése, ár/érték arány optimális kialakítása
- komplex turisztikai termékcsomagok fejlesztése
 - kulturális turizmus (múzeumok, templomok, műemlékek, híres szülöttek emlékhelyei)
 - népművészeti hagyományok, kismesterségek megerősítése, turisztikai kiaknázása pl. folklórfesztivál, népművészeti vásár,
 - nemzetiségi találkozók (szerb, horvát, erdélyi stb. nemzetközi kapcsolatok erősítése)
 - élménycsomagok: ételekhez (gasztroturizmus), borhoz (tolnai borút, borospincék), speciális programokhoz (erős ember verseny, kerékpárverseny stb.) kapcsolódó csomagok kialakítása, települések tematikus útvonalba szervezése
- **Duna Összeköt Fesztivál** (részletes leírás a fejezet végén)

4. Belföldi turizmus erősítése

- eltöltött vendégéjszakák számának növelése (ösztönözni kell a nemcsak látogatói szintű, hosszabb tartózkodásokat)



- diverzifikált szálláshelyek fejlesztése (a falusi turizmustól a magas szintű szállodai szolgáltatásig), SZÉP Kártya elfogadóhelyek számának növelése
- színvonalas programcsomagok készítése, amelyekkel elérhető, hogy több időt töltsenek a régióban (termékek és szolgáltatók összekapcsolása)
- térség ismertségének javítása
- utazásszervezőkkel, utazási irodákkal hatékonyabb kapcsolattartás
- gyógyfürdő szolgáltatásbővítése (wellness, gyógyszolgáltatások, rendezvények stb.)
- kiszolgálás minőségi javítása, helyi szolgáltatók tájékoztatása a belföldi turizmus jelentőségéről
- ifjúsági turizmus erősítése:
 - olcsóbb árfekvésű ifjúsági szállások,
 - egyedi programok fejlesztése gyermekek, fiatalok részére: pl. képzőművészeti/kézműves alkotótábor, hagyományőrző népzene/néptánc tábor, erdei iskola, horgásztábor, természetjáró kalandtúra, Royal Rangers

5. Munkahelyteremtés, befektetés-ösztönzés

- Vállalkozások letelepítésének ösztönzése
- letelepedési költségek vonzóvá tétele: helyi iparűzési adó, területvásárlási árak átgondolása, regionális támogatási, forrásszerzési lehetőségek felkutatása, lobbytevékenység a központi források megszerzéséért
- befektetési kiadvány összeállítása, terjesztése, minimum évenkénti frissítéssel, országos szakmai rendezvényeken való megjelenés, sajtókapcsolatok, médiamegjelenések kidolgozása
- infrastruktúra fejlesztése: közúthálózat befektetési szempontú állapotfelmérése, megújítása, alternatív szállítási feltételek (vasút, vízi út) feltérképezése, valamint vállalkozási zónák, ipari parkok kialakítása



- a térség magas napsütéses óráinak száma lehetőséget teremt az elektromos áram napkollektorok által történő előállítására (ez lehet önkormányzati vagy magánvállalkozási befektetési lehetőség is)
 - helyi munkaerő közvetítése, korszerű adatbázis létrehozása a munkaerő-piaci adottságokról (demográfiai adatok, képzettségi szintek, átlagos bérszínvonal) a vállalkozások számára
 - értékesítési lehetőségek vizsgálata
 - települések partnertudatának erősítése, közös fejlesztési ötletek
 - a vállalkozásokat vonzó megfelelő minőségű munkaerő helyben tartásában nagy jelentősége van a helyi közösségeknek, civil szervezeteknek, amelyek a fiatalok kötődését segítik elő
- Helyi mezőgazdasági profilú vállalkozások megerősítése
- termőterületek és termelők összefogásával, szövetkezetbe szervezésével újra megteremthető a mezőgazdaságból történő megélhetés. A térségi mezőgazdaságba történő integrálással, a térségre jellemző speciális termények előállítására történő ösztönzéssel, a megtermelt javak (háztáji termékek) értékesítésének segítségével és összefogásával szinergiába kerülhetnek a különböző érdekcsoportok.
 - Turisztikai szempontból is fontos a családi gazdaságok falusi turizmussal összekapcsolt fejlesztése. A mezőgazdaság erősítésével ez a terület további támogatást szerezhet.
 - A mezőgazdasági termékek lakossági értékesítésénél, mind pedig turisztikai értékesítésnél fontos eszköz a helyi termékeket kiemelő piac, vásár kialakítása. Jelenleg a térségben sem piac, sem pedig rendszeres vásár nincs. Javasoljuk piacterek, vásárterek kialakítását, megszervezését a térségi marketingstratégiának megfelelően.



Javaslat a térség legfőbb turisztikai attrakciójának megvalósítására

Duna Összeköt Fesztivál: a Fekete erdőtől a Fekete tengerig

A térség legfőbb termékére, a Dunára építve javasoljuk, éves nagy fesztiválként megrendezni a **DunaFest Fesztivált**.

A fesztivál célja, hogy hagyományőrző találkozóként a Duna menti települések néptánc, népdal, valamint gasztronómiai értékeit mutassa be, összefogva a települések testvérvárosaival. Nem korlátoznák csupán hagyományőrző fesztiválként aposztrofálni a rendezvényt, mert a célcsoportot leszűkítenénk, illetve felváltva lehetne az egyik évben a népi kultúrára alapozni a következő évben pedig a fiatalokat elérő zenei fesztiválra hangolni a DunaFest rendezvényt. Még az is meggondolandó, hogy kell e meghatározni értékeket a fesztivál programjában vagy azt mondjuk, hogy minden település minden évben delegálhat az általa jónak tartott produkciókat. Ezáltal lenne a Dunafest egy egyedi, érdekes, széles célcsoport érdeklődését kiváltó rendezvény. Németországból jöhetne egy falusi tűzoltózenekar és egy jazz zenész, Ausztriából jódlisok és kocsmazenészek, Romániából néptáncosok és medvetáncoltatók, Bulgáriából hegyipásztörök a népviseletükkel és népdalaikkal.

Potenciális résztvevő országok a Dunafest Fesztiválon:

Németország Duna menti települései

Ausztria Duna menti települései

Magyarország Duna menti települései

Románia Duna menti települései

Bulgária Duna menti települései



A Dunafest Fesztivált javasoljuk több lépcsőben, moduláris rendszerben kiterjeszteni:

Első lépcsőben (első évben) javasoljuk, hogy a Duna Összeköt Egyesület 21 települése számára kerüljön a fesztivál megrendezésre.

A fesztivál megrendezésekor Kalocsa és Ordas kikötőire is hangsúlyt kell fektetni a turisták fesztiválra történő utaztatásában.

Kalocsa – kikötő





Ordas – kikötő



A **második lépcsőben** (második-harmadik évben) javasoljuk, hogy a fesztivál országos szintre legyen kiterjesztve, a térséget pedig kiemelve a Duna menti települések központjaként.

A fesztivált a **harmadik lépcsőben** (negyedik évtől) javasoljuk európai szintű fesztivállá emelni, ahol a *Fekete erdőtől a Fekete tengerig* összegyűjtésre kerülnek a Duna menti települések kulturális, gasztronómiai és néphagyományi értékei.

A fesztivál megszervezésekor fontos, hogy az iskolák és gyerekek is bevonásra kerüljenek. A meglévő szálláshelyek kihasználása mellett jó lehetőség a családoknál való elszállásolás is. A külföldről érkező gyerekeket a velük hasonló korú magyar iskolások családjánál szállásolják el. A későbbiekben ez jól alapot teremt egy cserediák program kialakítására is, mellyel tovább erősíthető a felnövekvő nemzedék térségben marasztalása.

A térség két meglévő kikötőjét (Kalocsa, Ordas) a falusi turizmussal egybekötve a Dunai kirándulóhajózásban kell megerősíteni, alkalmassá téve arra, hogy országos és nemzetközi szinten is a figyelem középpontjába kerüljön.



VII. Éves marketing terv

A 21 település közös marketing stratégiába történő összefogását fentről lefelé irányuló tervezéssel kell elkezdni.

1. A 21 település önkormányzatának kerekasztal megbeszélésének megszervezése

1.1. Marketing stratégia bemutatása és írásbeli elfogadtatása

1.2. Minden önkormányzat részéről kapcsolattartó kijelölése
Az önkormányzatoknak a közös cél érdekében szoros együttműködésre lesz szüksége. Lehetőséget kell teremteni a vélemények megbeszélésére, megvitatására, valamint a koncepció elfogadására.

2. Térségi adatbázis kiépítése, szervezés

Az információk összegyűjtése és rendszerbe foglalása segítséget nyújt összhangba hozni és monitorozni az eseményeket a *Duna Összeköt Portálon* keresztül.

2.1. Települések éves programjainak összegyűjtése

Az önkormányzatokon keresztül össze kell gyűjteni, hogy az elkövetkezendő évben milyen kulturális, sport, vagy egyéb rendezvényeket terveznek, hol milyen előadókat kívánnak meghívni.

3. Éves településprogramok egységes szerkezetbe foglalása, időstruktúrába szervezése

Miután időrendi sorrendbe kerültek a rendezvényinformációk, el kell kezdeni ezek alakítását az elfogadott marketingstratégiának megfelelően. Ezért feltétlen szükséges az önkormányzatok részéről a jelen stratégia írásbeli elfogadása, hogy a Duna Összeköt Egyesületnek így meg legyen a jogosultsága a települések programjainak alakítására, véleményezésére.



- 3.1. Programszervezőkkel kapcsolatfelvétel, a települési programokba a marketingstratégiai elemek beépítése, közös promóciók kialakítása

A szervezéshez elengedhetetlen a konkrét helyismerettel rendelkező programszervezőkkel történő folyamatos kommunikáció, kölcsönös segítségnyújtás, együttműködés.

Amennyiben egy adott településen kevés vagy egyáltalán nem szerveznek semmilyen eseményt, úgy törekedni kell arra, hogy a kisebb települések együttesen hozzanak létre rendezvényeket.

4. Turisztikai attrakciók és szálláshely szolgáltatók adatbázisba gyűjtése

- 4.1. A térségi információk összegyűjtésének következő fontos eleme a turisztikai, vendéglátó-ipari vállalkozások, valamint idegenforgalmi látványosságok összegyűjtése. Mivel új beruházások, építések megvalósulása hosszabb időt vesz igénybe, ezért a meglévő szálláshelyekre illetve attrakciókra kell alapozni.

Azokon a településeken, ahol szálláslehetőségek is vannak, célzottan úgy kell megszervezni a programokat, hogy több naposak legyenek, ill. ha van rá lehetőség esti, éjszakai programelemek is kapjanak helyet, ezzel is arra ösztönözve a vendégeket, hogy néhány éjszakát a településen töltsenek.

5. Civil szervezetek, közintézmények, valamint a térségben meghatározó vállalatok, vállalkozások, szálláshely szolgáltatók kerekasztal megbeszélésének megszervezése

- 5.1. A teljes összefogáshoz elengedhetetlen, hogy a helyi szervezetek, vállalkozások is tisztában legyenek azzal, hogy mi térség célja, és hogy ők mivel járulhatnak hozzá ennek eléréséhez.

Kiemelt fontosságú a szereplők turisztikai szemléletű oktatása, amelyben kiemeljük a falusi turizmus jelentőségét, mint az egész térség fejlődésének kulcsát. Célszerű



tanulmányutak szervezése olyan régiókba, ahol már mintaszerűen működik ez a tevékenység.

A rendezvények szervezésénél a vendéglátó ipari egységek és szálláshely szolgáltatók bevonásával szinergia érhető el:

- ezen cégek saját weboldalaikon, saját adatbázisaikon keresztül is promotálják az eseményt a stratégiai arculatnak megfelelően
- a rendezvények időszakára speciális csomagokat, ajánlatokat alakíthatnak ki növelve ezzel is az értékesítés volumenét
- a versenyszféra egyéb vállalkozásait pedig támogatásra ösztönözhetjük.

6. Térségi védjegyrendszer bevezetése

6.1. A korábbi lépésekben meghatározott kerekasztal beszélgetések elősegítik a vállalkozások hálózatosodását, a termelők közötti kapcsolatok építését. Ezt követően szükséges a helyi termelők és termékek feltérképezése, a térségi termékekbe beépíthető értékek összegyűjtése és a szereplők szemléletformálása.

Javaslat: *Duna Összeköt Termékcsomag/Ajándékcsomag* kialakítása, amelyhez a települések mindegyike hozzájárulhat egy speciálisam rá jellemző termékkel (györkönyi bor, kalocsai paprika, bátyai fokhagyma stb.). A csomag a térség reprezentációs készletének kiemelkedő eleme lehet.

6.2. Turisztikai védjegyrendszer lehetőségeinek vizsgálata
A követő marketingstratégia részeként a turisztikai ösztönző eszközök egységes kezelésére javasoljuk, a *Duna Összeköt Kártya* kidolgozását más régiókban jól működő mintára (pl. Kecskemét kártya). Ennek lényege, hogy a régióban minimum 2 éjszakát eltöltő látogatók számára a térségben egyéb kedvezményekre jogosít. Ezek a kedvezmények kötődhetnek vendéglátáshoz (pl. éttermi kedvezmény), élményhez (pl. horgászjegy), kulturális turizmushoz (pl. múzeumbelépő) stb.



Ezen eszközzel a térségbe utazók egységes módon értesülhetnek a közösen kialakított akciókról, kedvezményes turisztikai lehetőségekről. A turisztikai szolgáltatók pedig ezáltal is segítséget kapnak termékeik, szolgáltatásai promotálásához.

7. Vállalkozások letelepedésének ösztönzése

A befektetés-ösztönzés nem időben elváló lépés, hanem a fent felsoroltakkal egy időben, párhuzamosan folytatandó tevékenység.

7.1. A befektetés-ösztönzés elsősorban lobbytevékenység, és másodsorban szükséges ennek promotálása. Szükséges egy marketinganyag összeállítása, mely tartalmazza a célokban meghatározott, gazdasági szféra számára releváns információkat.

A kiadválynak versenyképes befektetési csomagot kell tartalmaznia, azaz a térségi feltételek kialakításánál a letelepedni szándékozó vállalkozásnak egy együttműködő, vállalkozásbarát önkormányzattal kell partneri viszonyba kerülnie.

7.2. Médiafigyelés a potenciálisan Magyarországra telepedni szándékozó vállalatok felkutatása érdekében. Ez a tevékenység szorosan kapcsolódik a fent említett lobbyhoz (gazdasági és politikai szinten is).

7.3. Országos gazdasági kiállításokon, fórumokon való megjelenéssel a piaci jelenlét folyamatos biztosítása

8. Megvalósítás további elemei

- térségi arculat kialakítása az 1.2 részfeladat kidolgozása során kerül megvalósításra (Térségi arculat tervezése)
- a médiamegjelenés, illetve az elektronikus turizmus-marketing fejlesztése az 1.3. részfeladat keretében kerül kidolgozásra (Médiaterv készítése és a kampány lebonyolítása)
- A hiányzó illetve bővítésre szoruló turisztikai termékek (pl. attrakciók, szálláshelyek fejlesztése) megvalósítását a befektetés-ösztönzés tevékenység keretében kell elvégezni.
- A specializált attrakciók kialakítása, komplex turisztikai termékcsomagok fejlesztése 1 éven túlnyúló feladat



VIII. Irodalomjegyzék

Dr. Bálint János Régió-, térség- és településmarketing 2013
(<http://www.videkfejleszt.es.net>)

Piskóti-Dankó-Schupler-Büdi: Régió- és településmarketing, 2002

Piskóti István: A régió-és településmarketing kockázatai, 2002

Piskóti István: Régió- és településmarketing, 2012

Garamhegyi-Révész: A területi marketing, mint az önkormányzatok versenyképességének egy lehetséges eszköze, 2000

Helyi Vidékfejlesztési Stratégia (Duna Összeköt Egyesület,
<http://dunaosszekot.hu/>)

KSH Területi statisztikai tükör 2012/6

KSH foglalkoztatottsági gyorsátjelentő 2013

TEIT Alapító Okirata, www.teit.hu

Magyar Turizmus Zrt., Marketingterv 2013,
<http://neta.itthon.hu/szakmaioldalak>

KSH előzetes adatok: Statisztikai Tükör 2012/103, www.ksh.hu

Magyarország turizmusának alakulása 2012,
<http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/statisztikai-adatok/magyarorszag-turizmusa-130208>

A Duna menti turizmus hazai és nemzetközi dimenziói, Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, 2008

Dél-Alföldi Turizmusfejlesztési stratégia 2007-2013,
<http://www.kormany.hu/download/4/8e/20000/Del-Alfuld.pdf> .

Csefkó Ferenc: Szolgáltató önkormányzat – településmarketing 1999 in. „Önkormányzati Iránytű”

Ashworth, G. J. – Voogd, H. 1990: *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*. Belgrave Press, London.

Kozma Gábor – Városmarketing mint a helyi gazdaságfejlesztés egyik lehetséges eszköze, Tér és Társadalom 9. 1995. 37-54

DUNA ÖSSZEKÖT EGYESÜLET

195

