

SIÓFOKI FÜRDŐEGYLET - TURISZTIKAI EGYESÜLET

8600 SIÓFOK, FŐ TÉR 11. TELEFON: 06-84/310-117

Az előterjesztés törvényességi
szempontból megfelelő:

Siófok, 2019. november 5.

.....
Kétszeriné dr. Takács Éva
aljegyző

ELŐTERJESZTÉS

**Siófok Város Önkormányzata Képviselő-testületének
2019. november havi ülésére**

Tárgy: A 2019. évi idegenforgalmi szezon értékelése

Előterjesztő: Balogh Renáta elnök Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület

Készítette: Stadler-Szenpéteri Ildikó irodavezető Tourinform Siófok

Tárgyalja: Idegenforgalmi és Rendészeti Bizottság

Tisztelt Képviselő-testület!

Minden városnak, melynek a turizmusból származó bevételei nagymértékben hozzájárulnak a város fejlődéséhez a fejlesztések mellett szükség van egy stabil szakmai háttér támogatására. Természetesen Siófoknak is van egy olyan szakmai szervezete, melynek feladata a fenntartható turizmus rendszerének kialakítása és működtetésének elősegítése a térségben. Ez a szervezet a Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület és Tourinform iroda. A szervezetnek fontos szerepe van egy olyan város életében, ahol a lakosoknak közvetlen vagy közvetve a turizmus nyújt megélhetést, a versenyképesség fenntartása érdekében elengedhetetlen a termékfejlesztés, az aktuális trendek követése, az országos és desztinációs statisztikák kiértékelése és természetesen a stratégiai alapokra épített marketingkommunikáció.

A Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület és Tourinform iroda a 2019. évi turisztikai szezon értékelését a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) és a Siófoki Közös Önkormányzati Hivatal statisztikai adatai, a Tourinform iroda munkája, a helyi turisztikai vállalkozásokkal és szolgáltatókkal folytatott egyeztetések, valamint a regionális és országos turisztikai tapasztalatok alapján állította össze. Az idei évi szezonértékelő beszámolómat is pozitív hírekkel tudjuk kezdeni, hiszen a Fürdőegylet tagjainak és a város turizmusban érintett intézményeinek, szervezeteinek visszajelzései, valamint a Tourinform iroda szakmai tapasztalatai alapján az idei turisztikai szezon is jól sikerült és elégedettek lehetünk az eredményekkel.

Szezonértékelőnkben bemutatásra kerül, hogy Siófok város középtávú turisztikai koncepciójában lefektetettek alapján a 2019. évi turisztikai és marketing stratégiának, a városi programkínálatnak, valamint az Egyesület és a Tourinform által végzett városi marketingkommunikációnak milyen eredményei láthatóak a vendégéjszaka alakulásban. Bemutatásra kerül továbbá a Tourinform iroda tevékenysége, az Egyesület és az iroda turisztikai szerepvállalásai és a városmarketing kommunikáció **az alábbi tematika alapján:**

I. A 2019. ÉVI SZEZON ÉRTÉKELÉSE (TURISZTIKAI ELEMZÉSEK)

- 1.1. A beutazó turizmus jellemzői és alakulása*
- 1.2. A magyar lakosság belföldi utazási szokásai*
- 1.3. A Balaton a legnépszerűbb turisztikai régió*
- 1.4. Legnépszerűbb magyar városok 2019-ben*

II. SIÓFOK VENDÉGFORGALMA 2019-BEN A SZÁMOK TÜKRÉBEN

III. SIÓFOK IDEGENFORGALMI EREDMÉNYEI A 2019-ES ÉVBEN

- 3.1. Siófok vendégösszetétele*
- 3.2. Városi rendezvények és kommunikáció eredményei*

IV. BESZÁMOLÓ A TOURINFORM IRODA MŰKÖDÉSÉRŐL

- 4.1. Tourinform iroda látogatottsági statisztikája*
- 4.2. A Tourinform iroda nyitvatartása*
- 4.3. A Tourinform iroda 2019. évi értékesítési tevékenysége*
- 4.4. A Magyar Turisztikai Ügynökség és a Siófoki Tourinform iroda kapcsolata*
- 4.5. Tourinform Fiókiroda*

V. A SIÓFOKI FÜRDŐEGYLET ÉS TOURINFORM IRODA TURISZTIKAI SZEREPVÁLLALÁSAI 2019-BEN

- 5.1. Magyar Marketing Fesztivál (2019. január 31.)*
- 5.2. Turizmus Gála (2019. február 1.)*
- 5.3. Utazás Kiállítás Szakmai nap (2019. február21.)*
- 5.4. Kenyai parlamenti delegáció fogadása (2019.március 30.)*
- 5.5. Országos Városmarketing Konferencia Siófok szervezése (2019. április 15.)*
- 5.6. Kínai delegáció fogadása (2019.április 26.)*
- 5.7. Részvétel a TDM konferencián Baján (2019.május 8-10.)*
- 5.8. Országos Tourinform Találkozó Gyöngyös (2019. május 15.)*
- 5.9. Siófok a Marketing Fővárosa 2019 – MediapiacON konferencia és díjátadó*
- 5.10. Hungary Fest Ungvár 2019. szeptember 6-9.*
- 5.11. MTÜ Digitális Turizmus konferencia Balatonfüred 2019. október 15.*
- 5.12. NTAK képzés 2019. október 17.*
- 5.13. Turizmus Summit 2019 (október 28.)*
- 5.14. Országos Tourinform Study Tour Ráckeve (2019. október 29-30.)*
- 5.15. Turizmus Akadémia Siófok (2019. november 5.)*
- 5.16. TDM konferencia Körmend (2019. november 13-15.)*
- 5.17. Országos Tourinform Találkozó Budapest (2019. november 21.)*
- 5.18. NTAK roadshow Siófok (2019. november 26.)*
- 5.19. Nyitott Balaton kampányok (tavasz, ősz)*
- 5.20. Siófok2020 Munkacsoport*
- 5.21. Siófok imázs vizsgálat – kérdőíves kutatás*

VI.A SIÓFOKI FÜRDŐEGYLET ÉS TOURINFROM IRODA VÁROSMARKETING TEVÉKENYSÉGE 2019-BEN

Városmarketing kommunikáció

- 6.1. *TV/Rádió*
- 6.2. *Nyomtatott kiadványok*
- 6.3. *Nyomtatott sajtó megjelenések (fizetett, ingyenes)*
- 6.4. *Online megjelenések*
- 6.5. *Imázsvideók, fotók készítése*
- 6.6. *Marketing konferenciákon való részvétel*
- 6.7. *Rendezvény kommunikáció*
- 6.8. *Instagram keret, promóciós tárgyak Siófok*

Egyesületi marketingkommunikáció

- 6.9. *Egyesületi belső kommunikáció*
- 6.10. *Egyesületi rendezvények*

I. ÖSSZEGZÉS

A 2019. ÉVI SZEZON ÉRTÉKELÉSE (TURISZTIKAI ELEMZÉSEK)

A 2019. évi turisztikai szezon elemzése során megvizsgáltuk, hogy vizsgált időszakban (január és augusztus között) mi volt a jellemző Magyarország beutazó turizmusára, mik voltak a magyar lakosság belföldi utazási szokásai, a statisztika alapján valóban a tavalyi évhez hasonlóan a Balaton a legnépszerűbb turisztikai régió-e az idei évben is, illetve Siófok a magyar városok rangsorán milyen helyet foglal el.

Az elemzések és az adatok bemutatása során a legfőbb cél az, hogy bemutassuk, milyen tényezőkre kell odafigyelni egy város turisztikai koncepciójának, éves turisztikai stratégiájának, illetve marketing kommunikációs tervének elkészítése során. A számok, valamint az aktuális turisztikai és marketing trendek pedig iránymutatást nyújtanak ahhoz, hogy tudatos fejlesztésekkel és kommunikációval megfelelően pozícionáljuk Siófokot.

1.1. A beutazó turizmus jellemzői és alakulása a 2019-es évben

A Központi Statisztikai Hivatal (továbbiakban: KSH) adatai alapján 2019 januárjától augusztusáig terjedő időszakban Magyarországon a kereskedelmi szálláshelyeket 8,8 millió fő vette igénybe, ők összesen 22,1 millió vendégéjszakát tölthettek el itt. A vendégek számának 53%-a belföldi, 47%-a külföldről érkezett. Az országosan összesen eltöltött vendégéjszakák száma csekély mértékben, 17 ezer fővel maradt el a 2018. év hasonló időszakához képest.

2019 első félévében összesen 26,8 millió fő érkezett hazánkba külföldről (mely 2,2 millióval több, mint 2018 hasonló időszakában volt), az összes látogató 41%-a turisztikai céllal. A 2019. első félévében turisztikai céllal hazánkba érkező külföldiek 54,8%-a jellemzően 2-4 napra érkezett, átlagos tartózkodási idejük 2,6 nap. A több napra, turisztikai céllal érkező vendégek 92,8%-a szabadidős céllal, 7,2%-a üzleti céllal érkezett Magyarországra, a szabadidős látogatások jellemző motivációi a városnézés és üdülés voltak. Az egy napra érkező látogatók között jellemzőbb a nem turisztikai célú motiváció (átutazás, vásárlás).

A több napra érkező turisták átlagosan 5,2 napot töltöttek el hazánkban a 2019. január-augusztus közötti időszakban. Több napra Németországból (1 090 ezer fő), Romániából (762 ezer fő), Ausztriából (628 ezer fő), Szlovákiából (615 ezer fő), az Egyesült Királyságból (389 ezer fő) és Csehországból (368 ezer fő) érkezett a legtöbb látogató Magyarországra. A fontosabb küldő országok turistái közül a leghosszabb időt átlagosan a hollandok (6,3 nap), a németek (5,8 nap), a csehek (5,2 nap), a lengyelek (4,9 nap) és az olaszok (4,6 nap) töltötték el Magyarországon.

1.2. A magyar lakosság belföldi utazási szokásai

A magyar lakosság több napos belföldi utazáson a 2019. január és augusztus közötti időszakban összesen 23,9 millió napot töltött el.

A többnapos utazások 64,6%-a 1–3 éjszakás, 35,4%-a pedig 4 vagy több éjszakás volt. Az arány a 2018. évi hasonló időszakához képest csekély mértékben változott, emelkedett a 4, vagy több éjszakás utazások száma, az 1-3 éjszakás utazásoké pedig csökkent. **Az átlagos tartózkodási idő a belföldi utazások esetében a 2019. január és augusztus közötti időszakban 3,7 nap volt.** Az utazások motivációit tekintve a leghosszabb tartózkodási idő az iskolai tanulmányúton, táborozáson részt vevőket jellemezte (5,5 nap), magas az üdülés, szórakozás, pihenés motivációval utazók átlagos tartózkodási ideje is (4,8 nap). Ezt követi az egészség-megőrzés céljából tett utazás, 4,7 nap. A hobbi jellegű munkavégzés esetében az átlag 4,2 nap; rokon, barát, ismerős meglátogatása: 3,5 nap; kulturális vagy sportrendezvényen való részvétel: 3,2 nap, aktív kikapcsolódás céljából tett utazás: 3,0 nap; hivatalos célú út: 2,8 nap.

1.3. A Balaton a legnépszerűbb turisztikai régió

A magyar lakosság többnapos belföldi utazásainak időtartama és az utazások száma alapján a Balaton turisztikai régió évek óta a legnépszerűbb. 2019. első félévében 5,3 millió napot töltöttek itt a magyar vendégek, mely 12,8%-kal több az előző év hasonló időszakában mértéknél. A magyarországi turisztikai régiók népszerűségének sorrendje évek óta változatlan, 2019. első félévét tekintve sem változott. A Balatont (5,3 millió nap) a Budapest-Közép-Dunavidéki Régió követi (4 millió nap), majd pedig az Észak-Magyarországi Régió (3,2 millió nap). A belföldi utazások során tett kiadásokat vizsgálva a turisztikai régiók sorrendje a következőképpen alakult: 1. Balaton, 2. Észak- Magyarország, 3. Észak-Alföld (megelőzve a korábban a harmadik helyet elfoglaló Budapest-Közép-Dunavidéki Régiót).

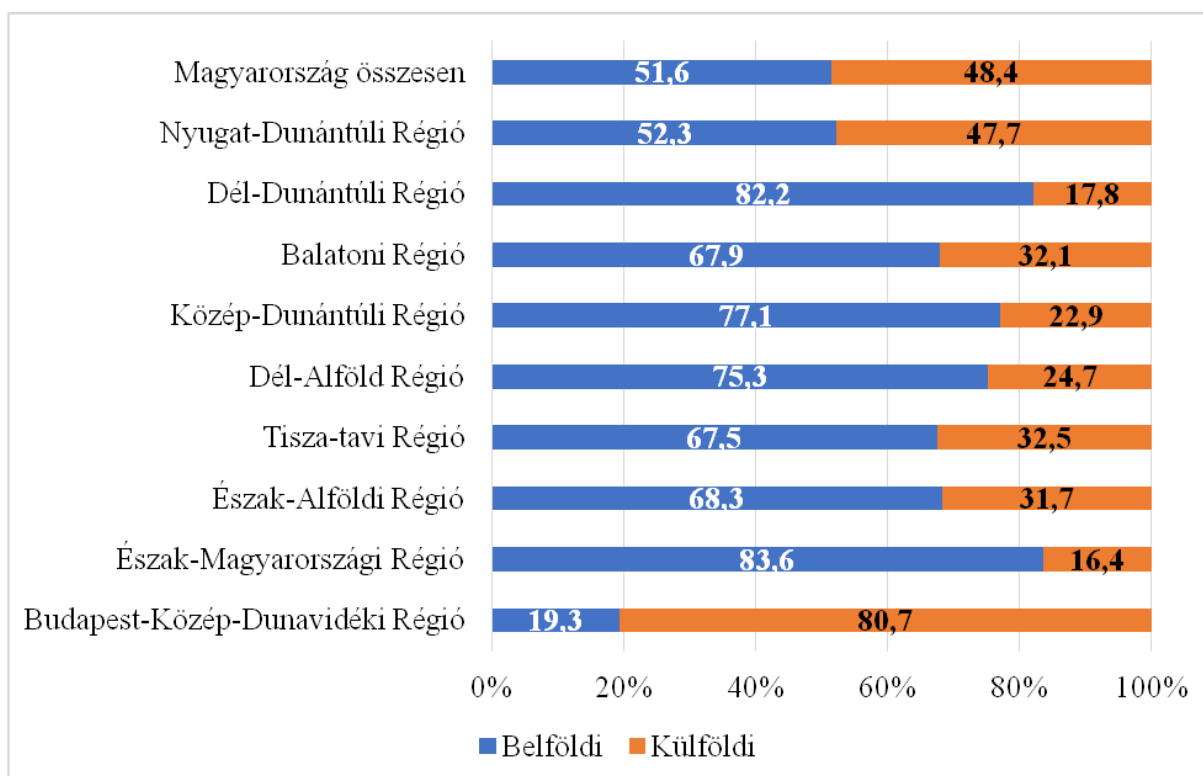
A belföldi turisták a Balaton régióban 2019 első félévében átlagosan 4,4 napot töltöttek el, mely közel azonos, mint az elmúlt év hasonló időszakában volt. A belföldi többnapos

utazások során a Balaton régió, mint úti cél a 2018. évihez hasonlóan 2019 első félévében is a Budapesten, Pest megyében és Győr-Moson-Sopron megyében élők körében volt a legnépszerűbb. Az utazások fő motivációja a korábbi éveknek megfelelően változatlanul az üdülés, pihenés, szórakozás volt (3,9 millió nap), ezt követte a rokon, barát, ismerős meglátogatása (577 ezer nap). Az egészségmegőrzés, mint motiváció a harmadik helyre került (335 ezer nap).

A Balaton régió vendégforgalma 2019 január-augusztus között		
	2019. január-augusztus	2019/2018. január-augusztus
Belföldi		
Vendégek száma (ezer fő)	1 109	1,6%
Vendégéjszakák száma (ezer éjszaka)	3 154	-0,2%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	2,8	-3,4%
Külföldi		
Vendégek száma (ezer fő)	341	-0,6%
Vendégéjszakák száma (ezer éjszaka)	1 488	-4,6%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	4,4	-2,2%
Összesen		
Vendégek száma (ezer fő)	1 450	1,1%
Vendégéjszakák száma (ezer éjszaka)	4 642	-1,6%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	3,2	-3,0%

Forrás: KSH

A Balaton régióban a 2018. július 31-i adatokat tekintve 89 657 darab kiadható kereskedelmi szállásférőhely található, ami az országos kapacitás 26,1%-a. Ez Magyarország turisztikai régiói között a legmagasabb értéket képviseli (1. Balatoni Régió, 2. Budapest-Közép-Dunavidéki Régió, 3. Nyugat-Dunántúli Régió). Magán szálláshelyek tekintetében az arány még magasabb, **az ország magán szálláshely kapacitásának 42%-a található a Balatonnál (2019. novemberében a magán szálláshelyek tekintetében a Központi Statisztikai Hivatalnál 2018. évi adatok érhetőek el)**. A belföldi vendégéjszakák 21,7%-át, illetve a külföldi vendégéjszakák 13,9%-át a Balaton régió kereskedelmi szálláshelyein regisztrálták 2019. januárjától augusztusáig terjedő időszakban, amely közel azonos a 2018. év hasonló időszakához. A balatoni kereskedelmi szálláshelyek átlagosan 51,6%-os, ezen belül a szállodák 55,9%-os szobakapacitás-kihasználtsággal üzemeltek.



A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött belföldi és külföldi vendégforgalom aránya a turisztikai régiókban (% , a vendégéjszakák száma alapján) Forrás: KSH

A magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken 2019. január és augusztus között eltöltött bel- és külföldi vendégéjszakák aránya a KSH adatai alapján közel azonos, 51,2%-a belföldi, 48,8%-a külföldi. Az egyes turisztikai régiók vendégéjszaka arányait tanulmányozva megállapítható, hogy a korábbi évek adataihoz hasonlóan a Budapest-Közép-Dunavidéki régióban a legmagasabb a külföldi vendégéjszakák aránya. Az országos átlaghoz hasonló, megközelítőleg 50-50%-os arányt évek óta a Nyugat-Dunántúli régió mutat, a többi turisztikai régióban mindenhol a belföldi vendégéjszakák bírnak nagyobb aránnyal. **A Balaton esetében, szintén az évek óta már hasonlóan mutatózó arány volt jellemző a 2019. év januárjától augusztusáig terjedő időszakban: a vendégéjszakák 68%-át belföldi, 32%-át külföldi vendégek adták, 2018 hasonló időszakához képest a belföldiek aránya ismét emelkedett.**

A Balaton régió kiemelt küldő országainak sorrendje a 2019. január és augusztus közötti időszakot tekintve, a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma alapján a következő: Németország (458 ezer), Oroszország (150 ezer), Csehország (147 ezer), Ausztria (135 ezer), Lengyelország (121 ezer), Szlovákia (101 ezer) és Hollandia (64 ezer).

1.4. Legnépszerűbb magyar városok 2019-ben

A KSH kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák adatai alapján 2019. január és augusztus közötti időszakban Budapest, Hévíz és Hajdúszoboszló volt a három legnépszerűbb település (ez 2018-ban is hasonlóan alakult), Siófok az 5. helyen található.

2019. novemberében nem állt rendelkezésre a KSH adatbázisában a 2019. évi, magán-szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma (a legfrissebb adat a 2018. évi

viszonyokat mutatja). Budapest után Siófokon található Magyarország legnagyobb magán szálláshely kapacitása (az ország teljes magán szállás-férőhely kapacitásának 4,7%-a), így ez a települések népszerűségének rangsorát még befolyásolhatja.

2018-ban Siófokon a vendégéjszakák 32,2%-át magán szálláshelyeken töltötték a városba érkező vendégek.

A leglátogatottabb magyarországi települések 2019. január-augusztus	
1.	Budapest (6 946)
2.	Hévíz (779)
3.	Hajdúszoboszló (706)
4.	Balatonfüred (594)
5.	Siófok (554)
6.	Bük (499)
7.	Zalakaros (456)
8.	Sárvár (369)
9.	Győr (313)
10.	Szeged (309)

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma ezerben (2019. január-augusztus.)

Forrás: KSH

II. SIÓFOK VENDÉGFORGALMA 2019-BEN A SZÁMOK TÜKRÉBEN

Siófok vendégforgalmát mind a kereskedelmi, mind pedig a magán szálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka szám alapján a vizsgált időszakban 2019. január és augusztus között több aspektusból elemezzük, annak érdekében, hogy a statisztikai adatok alapján megfelelő következtetéseket vonjunk le a város marketingkommunikációjának eredményességéről, illetve értékeljük az idei évben végzett turisztikai munkánkat, lássuk az egyes turisztikai trendek hatását Siófok város tekintetében, valamint következtetéseket vonjunk le a következő év terveivel kapcsolatban.

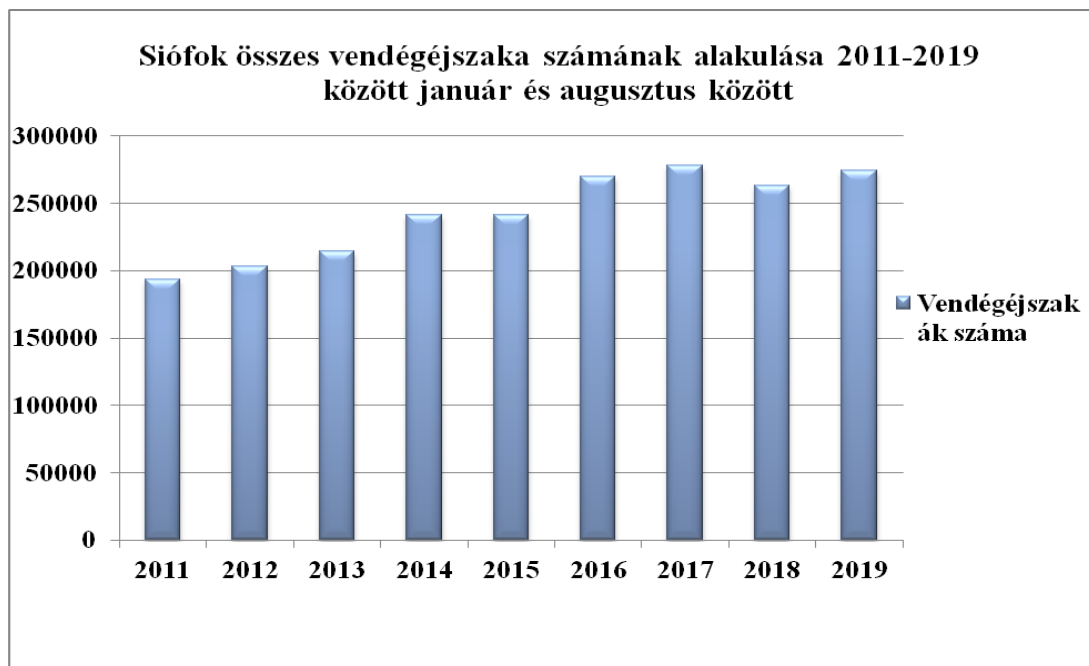
A Siófoki Közös Önkormányzati Hivatal adóügyi osztályától kapott, az idegenforgalmi adóbevételek alapján számított összes (kereskedelmi- és magán szálláshelyek) vendégéjszaka szám 2019. januártól augusztusig 956 806 fő volt, mely **1,5 %-os növekedést** mutat a 2018. évi hasonló időszakhoz viszonyítva.

Az alábbi táblázatban kigyűjtésre kerültek az Önkormányzati Hivatal által a Tourinform iroda rendelkezésére bocsájtott vendégéjszaka számok egészen 2011-ig visszamenőleg. Az elmúlt kilenc évet tekintve a vizsgált időszakban (2019. január – augusztus) a január és a június hónapok voltak a legerősebbek. A január egy igen kiemelkedő hónapnak tekinthető a 2019-es évben ugyanis ekkor az összes vendégéjszaka 23 788 volt. Az önkormányzati adatok alapján a február és az április hónapok voltak nagymértékben gyengébbek az elmúlt évekhez viszonyítva.

Összes vendégéjszaka szám Siófok január-augusztus Önkormányzati adatok alapján (kereskedelmi és magán szálláshelyek)									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Január	10750	10482	11371	13793	12996	19024	20904	17697	23788
Február	12084	10479	16018	15613	17275	21395	18128	18364	9423
Március	14455	17372	16766	17222	16947	26110	23199	26891	25887
Április	19542	22546	21294	27028	31438	23146	33491	29787	16897
Május	34584	37962	42757	55540	49233	51699	44911	54719	51067
Június	102126	104293	106388	112473	113323	128336	137734	115968	147248
Július	300266	294124	310239	318253	339582	367142	378722	338849	338928
Augusztus	277235	344073	321242	305700	318527	342996	333964	340162	343568
Összesen	771042	841331	846075	865622	899321	979848	991053	942437	956806

Saját szerk. a Siófoki Közös Önkormányzati Hivatal által küldött adatok alapján

Az alábbi grafikonon látható, hogy 2015-ben, illetve 2018-ban volt az önkormányzati adatok alapján egy csekély mértékű csökkenés az összes vendégéjszaka szám tekintetében a január és augusztus közötti időszakot nézve. A többi évben viszont egészen 2011-ig visszamenőleg folyamatosan nőtt a vendégéjszakák száma a városban.



Saját szerk. az Önkormányzati Hivatal adatai alapján

A lenti táblázatból látható, hogy a KSH adatait tekintve a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma az elmúlt 5 évben a vizsgált januártól augusztusig terjedő időszakban sajnos csökkenő tendenciát mutat. A KSH adatok szerint a január hónap az idei évben volt a legerősebb az elmúlt öt évet vizsgálva.

Siófok város kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma

Időszak	Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)				
	2015	2016	2017	2018	2019
január	11 478	15 981	15 804	16 210	18 994
február	13 415	18 488	16 776	19 010	18 232
március	14 634	24 064	20 554	26 436	24 360
április	29 142	21 510	28 632	30 700	30 748
május	48 416	44 300	35 764	45 000	39 070
június	86 522	101 175	92 144	73 666	88 439
Július	197 240	221 663	209 001	165 319	153 162
Augusztus	187 765	202 532	191 056	163 696	181 305
Összesen:	400 847	447 181	418 675	376 341	373 005

Saját szerk. a KSH adatai alapján

Szintén a KSH adatai alapján a lenti táblázatban látható, hogy miként alakult a magánszálláshelyeken és a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma egészen 2011-ig visszamenőleg. A KSH a magánszálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számáról csak éves adatokat közöl ezért a számokat a táblázatban 2018-ig bezárólag tüntettük fel. A korábban említett szálláshely kapacitásra az alábbi táblázat is tökéletes bizonyíték, hiszen jól látható, hogy a magánszálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma jóval 100 000 feletti értékeket mutat, mely a Főváros mellett Siófok vonatkozásában egy említésre méltó tényező. **Budapest után ugyanis Siófokon található Magyarország legnagyobb magánszálláshely kapacitása (az ország teljes magánszállás-férőhely kapacitásának 4,7%-a).**

A siófoki vendégéjszakák száma különböző megoszlásban

Időszak	Vendégéjszakák száma a magánszálláshelyeken (db)	Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)	Összesen
2011. év	139726	539531	679257
2012. év	140108	625333	765441
2013. év	146328	674955	821283
2014. év	152771	706856	859627
2015. év	173544	713545	887089
2016. év	191617	772975	964592
2017. év	287305	718834	1006139
2018. év	313682	660229	973911

Saját szerk. a KSH adatai alapján

Az alábbi táblázaton látható, hogy a Siófoki Közös Önkormányzati Hivatal IFA adatai alapján, mely a kereskedelmi és a magánszálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka számokat összesíti az elmúlt 5 évben egymillió feletti vendégéjszaka számokról beszélhetünk. A KSH adataival az eltérés azzal magyarázható, hogy a magánszálláshelyek vendégéjszaka számai

valószínűleg nem összesíthető olyan mértékben, mint a Hivatalnál, sajnos a magán szálláshelyek IFA bevallásai nem minden esetben tükrözik a valóságot. Erre a problémára lesz tökéletes megoldás a Magyar Turisztikai Ügynökség által 2020. januártól teljes mértékben bevezetésre kerülő Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK).

Időszak	Vendégéjszakák száma kereskedelmi és magán szálláshelyeken (db)
2011. év	879613
2012. év	950268
2013. év	995983
2014. év	911871
2015. év	1038764
2016. év	1116273
2017. év	1117321
2018. év	1083214

Saját szerk. a Siófoki Önkormányzati Hivatal adatai alapján

Az alábbi táblázat a siófoki kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakáinak számát és az átlagos tartózkodási időt mutatja a KSH adatai szerint. A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött összes vendégéjszaka szám a 2019. január-augusztus közötti időszakban a külföldi vendégek vonatkozásában 191 836 volt, a belföldi vendégek tekintetében pedig 362 474. A belföldi és a külföldi vendégéjszakákat tekintve összesen ez a szám a magán szálláshelyek nélkül 554 310. A belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje 2,3 nap volt, a külföldi vendégeké pedig 3,4 nap.

A siófoki kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma 2019 január-augusztus			
	Belföldi	Külföldi	Összes
Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)	156 967	56 438	213 405
Vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka)	2,3	3,4	2,6
Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)	362 474	191 836	554 310

Saját szerk. a KSH adatai alapján

A lenti táblázat a külföldi és belföldi kereskedelmi vendégéjszakák arányát mutatja a 2019. január és augusztus közötti időszakban. Jól látható, hogy Siófokra belföldi turisták érkeznek nagyobb arányban, a külföldi vendégéjszaka szám pedig főként a májustól augusztusig terjedő időszakban kiemelkedőbb. A belföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken a januártól márciusig terjedő időszakban volt a legkiemelkedőbb.

Stratégiai szempontból az adatok alapján az arányok javítása érdekében célszerű lenne a nyári szezonon kívüli időszakot promotálni a külföldi turisták körében, melyet természetesen tematikus programokkal, attrakciófejlesztéssel, integrált kommunikációval és a város turisztikai szereplőinek összefogásával lehetne elérni. Természetesen a külföldi célközönség felé irányuló kommunikációs stratégia kialakításához meg kell vizsgálni az idei évre jellemző vendégösszetételt és ki kell választani a potenciális küldőpiacokat. A legfőbb cél pedig a

jövőre nézve az volna, ha a belföldi és külföldi vendégéjszakák aránya körülbelül az 50-50%-os arányhoz konvergálna.

Természetesen rengeteg külső tényezőtől függ a turizmus szakmában, hogy miként alakul egy település vendégéjszaka száma, illetve a városba érkező vendégek aránya és összetétele, de tudatos stratégiával és kommunikációval a számokat és az arányokat pozitív irányba lehet mozdítani.

A külföldi és belföldi kereskedelmi vendégéjszakák aránya Siófokon 2019. január - augusztus között						
Időszak	Belföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)	%	Külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)	%	Összes vendégéjszaka szám a kereskedelmi szálláshelyeken (db)	
január	17 254	91	1 740	9	18 994	
február	15 587	85	2 645	15	18 232	
március	21 700	89	2 660	11	24 360	
április	23 948	78	6 800	22	30 748	
május	25 398	65	13 672	35	39 070	
június	60 736	69	27 703	31	88 439	
július	83 956	55	69 206	45	153 162	
augusztus	113 895	63	67 410	37	181 305	
Összesen	362 474	65	191 836	35	554 310	

Saját szerk. a KSH adatai alapján

A lenti táblázat a Siófok kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka számát mutatja küldőpiacok szerint 2019. január és augusztus között. Kiemelkedő számban érkeztek hozzánk Németországból és Lengyelországból, valamint erősnek bizonyult a cseh-, szlovák-, osztrák- és holland piac is.

Siófok - Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken küldőpiacok szerint (db)										
		Január	Február	Március	Április	Május	Június	Július	Augusztus	Összesen
1.	Németország	316	201	284	1 072	2 886	7 592	26 223	24 967	63 541
2.	Lengyelország	31	31	118	1 040	2 630	3 581	8 055	9 499	24 985
3.	Csehország	41	113	51	283	528	2 228	8 270	7 387	18 901
4.	Szlovákia	332	214	288	853	705	1 741	6 552	8 156	18 841
5.	Ausztria	260	175	749	573	986	2 591	4 609	4 190	14 133
6.	Hollandia	4	12	17	369	1 836	3 355	3 675	2 916	12 184
7.	Románia	138	200	106	506	644	897	773	1 760	5 024
8.	Ukrajna	35	102	404	534	225	525	531	836	3 192
9.	Belgium	4	2	5	26	280	661	1 466	528	2 972
10.	Amerika	101	1 139	80	11	229	226	650	331	2 767

III. SIÓFOK IDEGENFORGALMI EREDMÉNYEI A 2019-ES ÉVBEN

A 2019. évi szezon a tavalyi évhez hasonlóan pozitív eredményekkel zárult. Mindez köszönhető elsősorban a jó időjárásnak és a programgazdag főszezoni hónapoknak. Siófok vendégéjszaka számát a város a 2019-es évre összeállított színvonalas programjainak, a Kálmán Imre Kulturális Központ, a BRTK Könyvtár és Kálmán Imre Emlékház, a Szabadtéri Színpad - SzínPart, a Plázs, a Balatoni Hajózási Zrt. turisztikai szolgáltatásainak a város vendéglátó egységeinek és szálláshelyeinek, valamint a civil szervezetek megannyi programjának köszönheti. Természetesen Siófok az idei évben is több országos, és nemzetközi szintű eseménynek is (Tour de Hongrie, Nemzeti Regatta) színtere volt.

A városi attrakciók tekintetében nagy öröm volt számunkra, hogy az idei évben ismét óriáskerék települt a siófoki Nagystrand területére. Sokan jelezték felénk érdeklődésüket az óriáskerékkel kapcsolatban, mely az északi partról, de az autópályáról is jól látható volt és vonzotta az érdeklődőket. A fordított háznak is nagyon nagy sikere volt idén is, nem elfelejtve természetesen a város ikonikus szimbólumát a Víztornyot sem.

A város 2019. évi marketing keretének köszönhetően Egyesületünk az említett intézmények és szervezetek programjainak reklámozásában a város tudatos marketingkommunikációs stratégiájával és annak kivitelezésével járult hozzá, melynek köszönhetően Siófok célközönségéhez is elértek a város élményígéretei és programjai.

A szállásadó tagjaink visszajelzései alapján - kiemelve a négycsillagos szállodákat – is elmondható, hogy egy sikeres nyári szezonon vagyunk túl az idei évben is. A szállodák szolgáltatásait az idei évben magasabb átlagáron tudták értékesíteni, azonban a visszajelzések alapján a külföldi vendégek száma mind a régióban, mind Siófokon csökkent, de a belföldi keresletnövekedés valamelyest ezt szerencsére kompenzálta. A belföldi kereslet eléggé last minute jellegű volt, a tartózkodási idők is csökkentek, ebből kifolyólag okozott némi fejtörést a négycsillagos szállodáknak a kedvezőtlen időjárás a nyári szezon első két hetében. A nagy városi rendezvényeknek köszönhetően jellemzően 80-90%-os kihasználtsággal tudtak működni a szállodák egy két kisebb szállodától eltekintve.

Elmondásuk szerint Siófokon a tapasztalatok szerint a vendégek 2-3 hétre terveztek előre, ami sajnálatos módon a szállodák részére nem egy jól tervezhető tendencia. Ezt kiküszöbölve a siófoki szállodások is kiemelték, hogy a jövőben marketinggel szeretnék megszólítani a környező régiókat. Tapasztalatuk szerint az eddigi években egyszerűbb volt a szállodások helyzete abból a szempontból, hogy eddig a nagy cégek, utazásszervezők hozták a külföldi turistákat a városba. Mára azonban teljesen megváltozott ez a tendencia, a vendégek az online térben saját maguk tájékozódnak. Az emberek a www.booking.com, a www.szallas.hu és hasonló online utazási portálokról tájékozódnak, az alapján tudnak választani, hogy kinek a reklámját látják, ezáltal mind a desztinációknak, mind a szolgáltatóknak nagyobb felelőssége lesz abban, hogy milyen marketing munkát végeznek.

A négycsillagos szállodák elmondása alapján a jövőben meg kell vizsgálni, hogy milyen aspektusból választanak a vendégek utazási helyszínt Ausztria, Olaszország, Magyarország

vagy akár a Földközi tenger desztináció közül. A Balaton és Siófok relatív olcsósága még mindig előnyt jelent, autóval könnyen elérhetőek vagyunk például a német vendégek számára, kínálatban viszont jelentősen elmaradunk és hiányoznak az attrakciók. Visszajelzéseik alapján minden eddiginél fontosabb lesz a városok tudatos marketingkommunikációja a potenciális célközönség felé.

3.1. Siófok vendégösszetétele

A tavalyi évhez hasonlóan a májusi, júniusi és júliusi látogatószámok voltak eddig a legkimagaslóbbak. Átlagosan egy kicsit több mint 3000 ember fordul meg a siófoki Tourinformban havonta. A betérő vendégek között fele-fele arányban oszlott meg a belföldi, illetve a külföldi turisták száma. Az elmúlt években hasonlóan alakult a küldő országok ranglistája is, hiszen elsősorban Németországból, Ausztriából, az Egyesült Királyságból, Csehországból és Lengyelországból érkeznek a látogatók. Kisebb számban ugyan, de érkeznek vendégek Franciaországból, Spanyolországból is. A **Tourinform iroda tapasztalatai** mellett tagjainktól megtudhattuk, hogy a **négy-és háromcsillagos szállodákban** egyaránt főként az angol, német, osztrák, lengyel, cseh, szlovák turisták voltak a legjellemzőbbek. A korábbi évekhez képest viszont kevesebb olasz, orosz nemzetiségű turista érkezett a városba. A nemzetiségi adatokon felül pedig túlnyomó többségben családosok szálltak meg. A **magánszállásadó** tagjaink szintén a német, osztrák és a lengyel turisták jelenlétét emelték ki. **A kempingekben** továbbra is a magyar, német, lengyel, cseh, szlovák, osztrák és holland nemzetiségek. A nemzetiségi adatok mellett számottevő volt a családok, száma nemzetközi és belföldi viszonylatban egyaránt.

Belföldi viszonylatban továbbra is elmondható az egyesület szállásadó tagjainak tapasztalatai alapján is, hogy a városba látogató magyar turisták összetétele teljesen kicserélődött. Megjelentek azok a családok, illetve fiatalok, akik még sosem jártak a Balatonnál, főként kelet Magyarországról érkeztek, és a nyaralás végén a lehető legtöbb élménnyel szeretnének hazatérni. A belföldi turistát attitűdben türelmetlennek, élményszomjasnak, tájékozatlanok, minden információt helyben szeretnének megkapni.

A **külföldi turisták** körében is változást észleltek főként olyan külföldi turisták, családosok érkeztek Siófokra, akik a családi programokért, rendezvényekért érdeklődtek.

Mind belföldi mind pedig külföldi turisták esetében a legfőbb utazási cél a Balaton, a vízparti pihenés, és a programokkal, élményekkel egybekötött kikapcsolódás volt.

A 2019. évi városi marketing stratégia célcsoport meghatározásának, a jó pozicionálásnak és az ennek megfelelő program-összeállításnak köszönhetően főleg családosok érkeztek Siófokra.

3.2. Városi rendezvények és kommunikáció eredményei

A városmarketingért felelős Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület a város 2019-es marketingkommunikációs stratégiáját az előző évek eredményeire támaszkodva és a tapasztalatokból levont következtetések alapján alkotta meg. Ez a stratégia a sikeres integrálásnak köszönhetően tökéletesen illeszkedik a város turisztikai koncepciójába, és ezáltal Siófok turizmusfejlesztési stratégiájába is. A stratégia célja a város látványosságainak,

rendezvényeinek hatékony kommunikációja a turisták felé ezzel elősegítve a város imázs-váltását is. A 2019-es marketingkommunikációs kampány során élmények kommunikálásával szeretnénk megmutatni a célközönségnek, hogy a város olyan pozitív élményeket, programokat és látnivalókat kínál mellyel az év bármely időszakában érdemes Siófokra látogatni. Cél az imázs-váltás mellett a város vendégéjszaka számának növelése és párhuzamosan a vendégkör átalakítása is, hogy az asszociáció során a város neve hallatán a célközönség fejében ne csak a buli, a szórakozás és a nyár jelenjen meg, hanem az aktív vízparti pihenés, a családbarát szálláshelyek, rendezvények, az őszi gasztronómiai élmények, a tavaszi kerékpáros túrák és a téli kulturális programok is. Ennek a koncepciónak lényeges részét képezi a városi intézmények együttműködése és összefogása, hiszen csak így lehetséges egy egységes képet nyújtani a városról az ide látogató turisták és a helyi lakosok számára. Minden marketingkommunikációs felületen ezt szem előtt tartva igyekeztünk felépíteni egy integrált marketingkommunikációs kampányt. Ebbe a kampányba beintegráltuk a város összes programját, természetesen szem előtt tartva, hogy minden esemény megtartsa a sajátosságait, úgy, hogy ez illeszkedjen az egységes arculatba is. Ennek érdekében összefogtuk a városi szereplőket és munkájukat, hogy Siófok egy egységes összképet mutasson a közönségének.

Az eddig tapasztalatok alapján a pozitív eredmények elsősorban a program gazda évnek és a jó időjárásnak is köszönhetőek. A sikerhez a Kálmán Imre Kulturális Központ, a BRTK Könyvtár állandó programjai, a Balaton-parti Kft. által szervezett városi nagyrendezvények, a Színpart, a PLÁZS, a helyi civil egyesületek munkája és a Siófoki Fürdőegylet marketingkommunikációs stratégiája is nagyban hozzájárult. Nagy sikernek értékeljük, hogy év elején a Jégkikötőnek köszönhetően a januári vendégéjszaka számok eddig soha nem látott értéket mutattak, így már a kampány elején megerősítést nyert a 2019-es stratégiánk, miszerint minden évszakban érdemes Siófokra látogatni, hiszen a Balaton jelentős vonzerővel bír és mindig más élményekkel várja az idelátogatókat. A tavaszi és őszi szezón is sikeres volt, mely az április-május és a szeptember-október hónapok foglalási számainak növekedésében nyilvánult meg. Nyáron az augusztus hónap hozta a legtöbb turistát, ősszel pedig a gasztronómiai fesztiválok (Sör és Csülök Fesztivál, Halfesztivál) nyerték el a közönség tetszését. Idén is sikerült tehát egy olyan szórakoztató, kulturális és gasztronómiai program kavalkádot biztosítani az idelátogatóknak, ami bizonyította Siófok sokoldalúságát.

A turisztikai trendek azt mutatják, hogy az élményalapú kikapcsolódás kerül előtérbe az utazástervezések döntési folyamataiban, ezért a sokszínű kínálat kiemelkedően fontos egy desztináció esetében.

Célunk, hogy Siófokon továbbra is minden korosztály és érdeklődő találjon magának programot: a strandolók, a pihenők, az aktív kikapcsolódást keresők, a kulturális programok iránt érdeklődők, a könnyűzene kedvelői, a gasztronómia rajongói, a kisgyermek, a szülők, a lazítani vágyó fiatalok egyaránt úgy érezzék, hogy itt kezdődik a Balaton!

Bízunk benne, hogy Siófok a programok eredményességét és a vendégéjszaka számot tekintve a jövőben is hozza majd a várt eredményeket, erre minden esély meg van, hiszen a szálláshelyek, vendéglátó egységek magas minőségű szolgáltatást nyújtanak az ide látogatók számára, illetve idén is egy igen erős élmény- és rendezvény fókuszú marketingkommunikációs-, és rendezvény stratégiával rendelkezik Siófok.

IV. BESZÁMOLÓ A TOURINFORM IRODA MŰKÖDÉSÉRŐL

4.1. Tourinform iroda látogatottsági statisztikája

Magyarországon jelenleg 118 Tourinform iroda működik és a hálózat az ország teljes területét lefedi. A Magyar Turisztikai Ügynökség (továbbiakban MTÜ) minden hónapban bekéri az egyes irodák látogatottsági statisztikáit, mely alapján elkészíti az irodák látogatottság szerinti sorrendjét. Irodánk látogatottságát egy számláló segítségével tudjuk nyomon követni napi szinten. A számok alapján is elmondható, hogy a siófoki iroda megalakulása óta a leglátogatottabbak közé tartozik, a 2018. évi összesített adatokat tekintve a 7. helyet foglalja el. A 10 legforgalmasabb iroda a következő: 1. Budapest (Sütő utca), 2. Badacsonytomaj, 3. Eger, 4. Mohács, 5. Pécs, 6. Kaposvár, 7. Siófok, 8. Győr, 9. Salgótarján, 10. Aggtelek.

A Tourinform iroda látogatottsága 2019 októberéig

2018.	Vendégforgalom	2019.	Vendégforgalom
	Személyesen		Személyesen
Január	1 295	Január	1 093
Február	998	Február	1 111
Március	1 381	Március	1 335
Április	2 118	Április	2 634
Május	2 951	Május	2 244
Június	6 444	Június	3 741
Július	8 175	Július	9 601
Augusztus	6 586	Augusztus	6 731
Szeptember	2 566	Szeptember	3 074
Október	2 142	Október	1 922
	34 656		33 486

Saját szerk. a Tourinform iroda beépített számlálója alapján

Az MTÜ-től kapott tájékoztatás szerint országos jelenség, hogy kis mértékben csökken a Tourinform irodákba betérő vendégek száma, melyet a rohamosan terjedő és egyre szélesebb körben elérhető online tájékozási lehetőségek okoznak. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy emellett megfigyelhető egy ellenkező irányba mutató tendencia is. A turisták egyre jobban igénylik a személyre szabott, egyedi ajánlatokat melyek átadására személyesen nyílik nagyobb lehetőség. A különféle nyomtatott és online ajánlatokat tartalmazó kiadványok és felületek bár széleskörű és bőséges információt biztosítanak sosem pótolhatják azt a személyes kapcsolatot, melyet kizárólag az adott településen működő Tourinform iroda alkalmazottja nyújthat. Így az is tapasztalható, hogy bár az irodát felkereső vendégek száma összességében csökken, a dolgozó részéről az egyes vendégekkel eltöltött idő növekszik, hiszen a turisták igénylik a személyre szóló, az iroda munkatársa által átadott hiteles információt.

A siófoki Tourinform iroda látogatottsága július és augusztus hónapokban a legjelentősebb, ezekben a hónapokban nem ritka, hogy 6-8000 fő is felkeresi irodánkat. 2019-ben

látogatószám emelkedés mutatkozott február, április, július, augusztus és szeptember hónapokban a korábbi év adataihoz képest. Az idei évben a legkiemelkedőbb hónap a július volt, amikor is 9601 vendég tért be az irodába. A tavalyi évhez képest a nyári szezon látogató számainak emelkedése részben köszönhető az MTÜ által elindított kisiskolásoknak szóló Kajla kampánynak is, melynek során az ország számos területéről érkeztek gyerekek családjukkal Kajla pecsétért és látogatták meg a kampányban résztvevő siófoki attrakciókat, turisztikai szolgáltatásokat.

Az irodába betérő vendégek elsősorban a városról elérhető információkat keresik, és legfőképpen a programlehetőségekről érdeklődnek. Alapvető jelentőségű a város látnivalóival való ismerkedés (kiemelten a Víztorony, a Kálmán Imre Emlékház és az evangélikus templom), illetve a rendezvények (a nagyobb, kiemelt rendezvénytől kezdve a kiállításokig) iránt megmutató érdeklődés.

A városba érkező vendégek szinte kivétel nélkül felkeresik a 15-20 km-es távolságra található látnivalókat, rendezvényeket is, a turisták jelentős hányada hajókiránduláson is részt vesz. A kerékpáros turisták száma évről-évre emelkedik, ez az elmúlt időszakban is megfigyelhető.

A Siófokon eltöltött vendégéjszakák számát tekintve megfigyelhető a belföldi turisták jelentős aránya. A Tourinform irodát felkereső vendégek esetében azonban közel 50-50%-ban vannak jelen a bel- és külföldi turisták. Az utóbbi években tapasztalható volt (és ez 2019 eddig eltelt időszakát tekintve jelenleg is így van) a német turisták számának ismételt emelkedése. Jelenleg ők, illetve a lengyel, cseh és szlovák látogatók száma a legjelentősebb (ez szintén hasonlóan alakult az elmúlt években).

A Tourinform iroda 8 fő állandó munkatárssal látja el feladatát, és a korábbi évekhez hasonlóan a nyári szezonban egy további dolgozó, illetve a Siófoki SZC Krúdy Gyula Szakgimnáziuma és Szakközépiskolája diákjai segítik az iroda munkáját. 2019-ben a diákok (összesen 5 fő) június 17-től augusztus 23-ig töltötték a Tourinform irodában a nyári gyakorlatuk idejét, mely minden diák esetében 4 hetet tett ki. Az iroda munkatársai több nyelven is felkészülten várják a betérő látogatókat, és naprakész információval szolgálnak minden Siófokot és környékét érintő kérdéssel kapcsolatban. Fontosnak tartjuk a pontos és részletes információnyújtást, és azt, hogy az interneten fellelhető információk mellett a vendégek egyéni igényeit is ki tudjuk szolgálni, és a legkülönbözőbb kérdéseket is meg tudjuk válaszolni, hogy a Siófokon töltött idejük tökéletes legyen, és egy igazi felejthetetlen élménnyel térjenek haza városunkból.

4.2. A Tourinform iroda nyitvatartása

2019. április 28-ig: hétfő – péntek: 8:00-16:30; szombat, vasárnap: zárva

2019. április 29 - június 16. (tavaszi szezon) között: hétfő – péntek: 8:00-18:00; szombat: 9:00-13:00; vasárnap: zárva

2019. június 17 - augusztus 20. (nyári szezon) között: hétfő – szombat: 8:00-19:30; vasárnap: 9:00-13:00

2019. augusztus 21 - szeptember 29. (őszi szezon) között: hétfő – péntek: 8:00-18:00; szombat: 9:00-13:00; vasárnap: zárva

2019. szeptember 30-tól: hétfő – péntek: 8:00-16:30; szombat, vasárnap: zárva

A nyitvatartási rend minden évben a korábbi évek tapasztalatainak és a környékbeli irodák gyakorlatának figyelembevételével került kialakításra. Elmondható, hogy nemcsak a Balaton régió esetében, de országosan is kiemelkedő hosszúságú nyitvatartási időt alkalmaz a siófoki iroda, melyet a jelentős látogatószám indokol. A fenti nyitvatartási idő kiemelt rendezvények esetén módosult: a Húsvéti Nyuladalom, a Pünkösdi Fesztivál, a Sör és Csülök Fesztivál, a Halfesztivál és a Libadalom esetén hosszított, illetve hétvégi nyitva tartással vártuk, illetve várjuk vendégeinket. A Strand Szezonnyitón, illetve a Nemzeti Regattán pedig az iroda kitelepüléssel is megjelent.

4.3. A Tourinform iroda 2019. évi értékesítési tevékenysége

- ***Szállásközvetítés szerződött szállásadóink részére***

Az iroda feladatai között korábban az egyik legnagyobb jelentőséggel a szállásközvetítés bírt. Ez azonban az elmúlt években rendkívüli módon visszaesett, melyet a szállásfoglalási szokások világméretű megváltozása okozott. Az digitalizáció erőteljes térhódítása a turizmus terén leginkább a szállásfoglalás kapcsán jelentkezik. A turisták foglalásaikat az interneten végzik, a személyes, irodában történő foglalás már csak az egy-két éjszakára, illetve az előre nem tervezett módon érkezők esetében jellemző.

- ***Egy napos kirándulások értékesítése a Keszthely Tourist iroda kínálatából (Balatoni körutazás, Budapest egész napos városnézés, kirándulás a pusztára)***

A Tourinform iroda szolgáltatásai között jelentős szereppel bír a budapesti, a pusztára történő és a Balatont megkerülő egy napos kirándulások értékesítése. Az iroda évek óta szerződéses kapcsolatban áll a Keszthely Tourist Kft.-vel, akik heti rendszerességgel, hétfő kivételével minden nap indítanak utakat Budapestre és Révbérpusztára. Az utazás autóbusszal, német nyelvű idegenvezetővel történik, az ár tartalmazza az utazás díját, a belépőjegyek, a programok és az étkezés díját is.

Ez az értékesítési tevékenység az egyik legjelentősebb bevételt jelenti irodánknak. A tavalyi időszakhoz képest itt kismértékű bevétel visszaesés tapasztalható. Ennek oka lehet, hogy bár sok érdeklődő és vásárló volt a programra, tavaly azonban egyszerre nagyobb létszámú családok, baráti társaságok foglaltak, idén viszont inkább párok, kisebb családok érdeklődtek nagyrészt 3-4 fős létszámmal.

- ***Az Interticket országos hálózatában értékesített színház- és koncertjegyek, fesztiváljegyek, sportjegyek***

A Tourinform iroda 2013 óta tagja a legnagyobb hazai internet alapú jegyértékesítő portálnak az Interticket Kft. által működtetett jegy.hu-nak. A rendszerben lehetőség van nemcsak a siófoki, hanem az ország bármely területén megrendezett színházi előadásra, eseményre, koncertre szóló jegy megvásárlására. A főszezonai időszakban irodánk 8:00 és 19:30 óra között áll a turisták rendelkezésére, akik előszeretettel vásárolják meg koncertjegyüket a Tourinformban. Ebből a tevékenységből származó bevétel az évek során egyenletesen növekedett.

- ***A Fancode jegyrendszerben való koncertjegy értékesítés***
Az iroda 2019. februárjától értékesítette a Fancode jegyrendszerben megtalálható, a SzínParton megrendezett Fenyő Miklós, Charlie és Balázs Fecó koncertekre szóló jegyeket. Az itt lebonyolított jegyforgalom az Interticket és az egy napos kirándulások után a harmadik legjelentősebb bevételt jelentette irodánknak.
- ***Papír alapú koncertjegyek értékesítése (PLÁZS koncertjeire, Majestic Sounds orgonakoncertekre, bábelőadásokra)***
Minden évben, elsősorban a főszezon időszakban megkeresést kap irodánk koncertszervezők részéről, papíralapon történő jegyértékesítési lehetőségről. Ezen jegyeket általában az előbb említett Interticket hálózatban nem értékesítik.
- ***Újságok, útikönyvek, könyvek, térképek (Balaton Zeitung, Cartographia térképek, atlaszok, Nagy Balaton könyv, Balaton útikönyv magyar és német nyelven, Siófok városkönyv)***
Irodánkban kaphatóak a Cartographia Kft. Siófokot, illetve a Balatont érintő térképei, atlaszai: Siófok várostérkép, Balaton turistatérkép, Balaton szabadidőtérkép, Balaton-felvidék és Keszthelyi-hegység túraatlasz, Balaton keleti rész aktív térkép, Magyarország autóatlasz és autóstérkép. A kiadványok keresettek nemcsak a magyar, de a külföldi turisták körében is.
A Pannon Literatúra Kft. gondozásában megjelent háromnyelvű (magyar, német, angol) könyvek különféle témakörökben állnak az érdeklődők rendelkezésére. Megtalálhatóak közöttük a Magyarországot, a Balatont, Budapestet, a magyar konyhát, a hungarikumokat, a magyar világörökségi helyszíneket bemutató kiadványok. A könyvek kedvező árúknak, tartalmas és igényes kialakításuknak köszönhetik népszerűségüket.
Az irodában a Balatonnal foglalkozó élvezetes és olvasmányos útvonalleírásokat tartalmazó útikönyv is megtalálható magyar és német nyelven.
- ***Társasjáték, ajándéktárgyak (Balaton társasjáték)***
A Tourinform iroda értékesíti a korábban a Magyar Turizmus Zrt. (ma Magyar Turisztikai Ügynökség) által kiadott Balaton társasjátékot, illetve az Egyesület által legyártatott ajándéktárgyakat.
- ***Turista Érem értékesítése (a siófoki evangélikus templom képével)***
2016 óta értékesítjük a siófoki evangélikus templom képét tartalmazó turistaérmét. Az Európa-szerre megtalálható 10 cm átmérőjű fából készült érméket egy-egy jellegzetes látnivaló grafikája díszíti, melyet csak az adott látnivalónál, illetve városában vásárolható meg.
- ***NeoPhone telefonkártya Hungary Card, Balaton Card turisztikai kedvezménykártya***
Évek óta árusítja irodánk a NeoPhone telefonkártyákat 1000, 2000 és 5000 Ft értékben, viszont a mobiltelefonok elterjedése és a percdíjak egyre kedvezőbbé válása

miatt már csak igen csekély érdeklődés mutatkozik iránta. A terméket a forgalmazó Invitel Zrt. 2019 szeptemberében megszüntette.

A Hungary és Balaton Card-ok a Magyarország és a Balaton területén érvényesíthető kedvezményeket tartalmaznak, a turisztikai szolgáltatók és közlekedési vállalatok által. A kártyák korábban nagyon népszerűek voltak, mostanra azonban már egyre gyengül az irántuk megmutató kereslet.

Az iroda értékesítési tevékenységének szeptemberig történő kimutatását a következő táblázat mutatja, összehasonlításképpen a 2018. év hasonló időszakával.

Értékesítési tevékenység	2018. 09. 30-ig	2019. 09. 30-ig
Ajándéktárgy	15 340 Ft	69 990 Ft
Balaton Card	1 100 Ft	0 Ft
Balaton útikönyv	13 431 Ft	3 893 Ft
Balaton Zeitung	22 120 Ft	26 105 Ft
Cartographia	19 385 Ft	34 286 Ft
DDP igazolófüzet	825 Ft	1 650 Ft
Hungary Card	2 400 Ft	0 Ft
Interticket jegyértékesítés	218 203 Ft	323 593 Ft
Jegyértékesítés	323 500 Ft	168 065 Ft
Funcode jegyértékesítés		237 266 Ft
Keszhely Tourist	937 850 Ft	666 409 Ft
Közvetítői díj (szállás)	44 850 Ft	38 850 Ft
Nagy Balaton könyv	0 Ft	0 Ft
NeoPhone kártya	150 Ft	1 500 Ft
Szalay könyvek	15 378 Ft	11 500 Ft
Siófok városkönyv	0 Ft	117 000 Ft
Társasjáték	10 470 Ft	0 Ft
Turistaérem	10 200 Ft	10 500 Ft
Összesen:	1 635 202 Ft	1 710 607 Ft

Jelentős csökkenés a már korábban említett szállásközvetítés esetében tapasztalható. Ez a tendencia a következő években mindenképpen megfigyelhető lesz, a szállásközvetítő tevékenység egyre kisebb jelentőséggel fog bírni, hiszen az online oldalak térnyerése az elmúlt években kiemelkedőnek tekinthető.

Az Interticket hálózatában történő jegyértékesítési bevételben 2019-ben jelentős bővülés volt tapasztalható az elmúlt évihez képest, köszönhetően a nyári szezonban a Színparton megrendezett előadások népszerűségének.

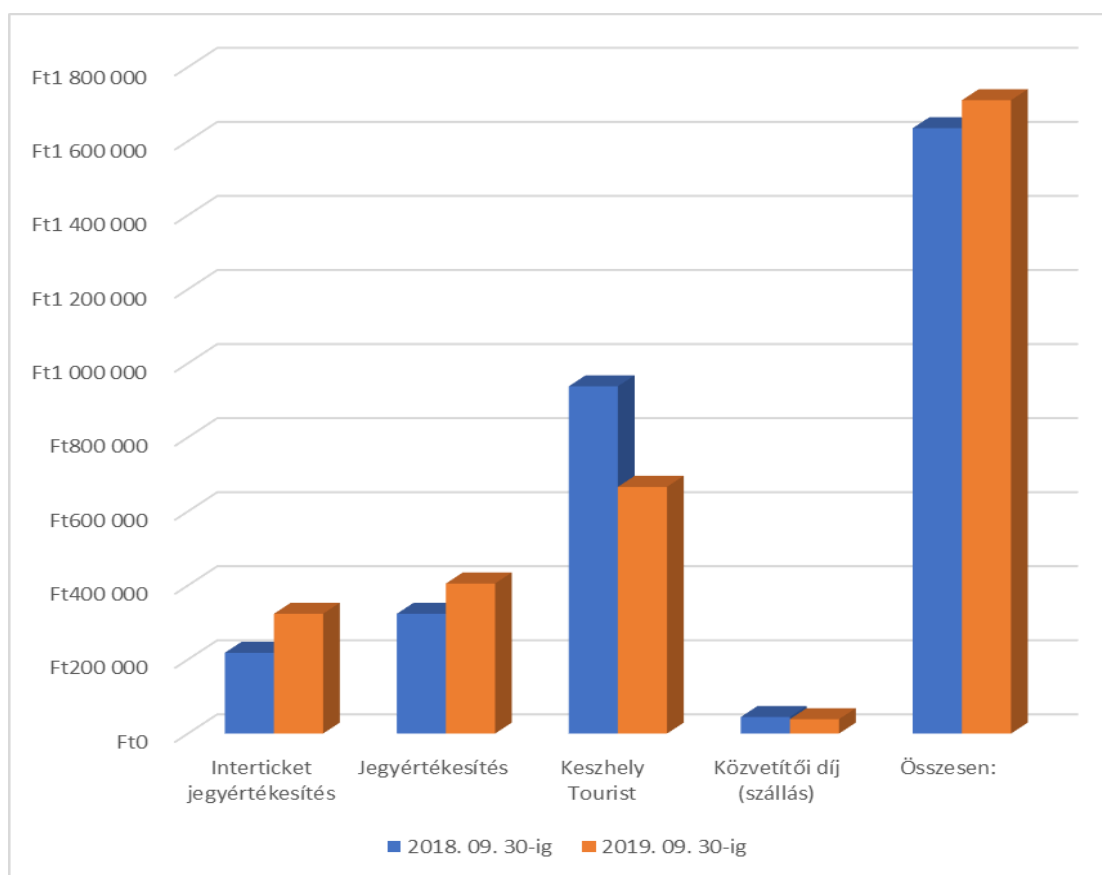
A Funcode rendszerben való jegyértékesítés is jelentős bevételnövekedést eredményezett, hiszen míg 2018-ban a Interticketen kívül 323 500 Ft-ot tett ki a jegyértékesítési tevékenység, addig 2019-ben a Funcode-dal kiegészülve ez a szám már 405 331 Ft.

A Keszthely Tourist Kft. korábban már említett programjainak értékesítési bevételeiben mutatkozik még jelentősebb csökkenés, amely nemcsak Siófokon, de a szervezőtől kapott tájékoztatás szerint minden partnernél megfigyelhető volt a Balatonnál.

Az értékesített termékek között találhatóak olyanok is, amelyek bár igen csekély bevételt jelentenek az irodának, mégis megtartandóak, ilyen például a Dél-dunántúli Piros Túra igazolófüzete. A Szekszárdról Pécs, a Mecsek és a Zselic érintésével haladó túra kezdő- illetve végpontja a siófoki víztorony, emiatt többen vásárolják meg a túra megkezdése előtt az igazolófüzetet.

Összességében megállapítható, hogy az iroda értékesítési tevékenységéből származó bevétele a vizsgált időszakban 75 405 Ft-tal meghaladja a 2018. év hasonló időszakában elért összeget.

Az iroda főbb bevételeinek 2018. szeptemberig és 2019. szeptemberig történő összehasonlítását az alábbi ábra szemlélteti.



Összességében elmondható a számok alapján, hogy az iroda értékesítésből származó bevétele a 2019-es évben a tavalyihoz képest nőtt és sikerült egy olyan bevételt elérnünk, mely idén pozitív hatással volt az iroda működtetésére. A jövő évre természetesen további értékesítési lehetőségeket keresünk annak érdekében, hogy minél nagyobb saját bevétellel rendelkezzen az iroda törekedve arra, hogy az irodába érkező turisták változatos kínálattal találkozhassanak.

4.4. A Magyar Turisztikai Ügynökség és a Siófoki Tourinform iroda kapcsolata

A siófoki Tourinform iroda az országban a leghosszabb nyitvatartási idővel rendelkező, illetve immár több éve kiemelt irodaként rendületlenül a 7. leglátogatottabb Tourinform az országban. Átlagosan egy kicsit több mint 3000 ember fordul meg az irodában havonta.

Kiemelt irodaként kezeli a siófoki Tourinformot a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) is, mely szervezettel az elmúlt 5 évben kiemelkedően szoros kapcsolatot ápolunk. Számos a hálózaton belül az irodáknak kiadott feladatot, szakmai beszámolót kimagasló teljesítménnyel végzünk és a titkos vásárlások, úgynevezett mystery shoppingok alkalmával is 90% feletti eredményeket érünk el országos szinten.

Az iroda teljesítményének és aktivitásának köszönhetően az MTÜ az idei évben kiírt egy belső irodafejlesztésről szóló pályázatot, melynek során irodánként 20-30 millió forintnyi vissza nem térítendő összeg elnyerésére van lehetőség. Az Ügynökség úgynevezett pilot projektként kiválasztott az országban 6 Tourinform irodát, melyek pályázhatnak az irodájuk belső átalakítására. A 6 iroda között szerepel a siófoki iroda is.

Az idei évben az MTÜ legfőbb célkitűzései között szerepel a **Tourinform iroda** hálózat megújítása. Nyár elején elkészült a hálózat arculati kézikönyve, melynek megfelelően több megállító táblát, állványt és promóciós anyagot is kaptunk az új arculati elemekkel ellátva. Az **arculatváltás** fontos részét képezte az irodák külső megjelenésének egységesítése is. Ennek köszönhetően a siófoki iroda is új külsőt kapott, és a belső pályázati fejlesztésnek köszönhetően 2020 nyarán már egy teljesen új belsővel várhatjuk a városba érkező turistákat.



A családok utazását az MTÜ az idei évben a már korábban említett országos **Kajla kampánnyal** is ösztönözte, melynek köszönhetően sok általános iskolás kisgyermek tért be a siófoki Tourinformba is „Kajla pecsétért”. Kajla, az utazó kutyafigura belföldi utazásra invitálja az alsó tagozatos gyerekeket, akik Kajla útlevelükbe gyűjtik különböző városok és attrakciók pecsétjeit. Természetesen a siófoki Tourinform kiemelt irodaként szintén csatlakozott a kampányhoz és pecsételő állomásként működött a nyári szezonban. A pecsétek osztása mellett pedig sikerült több helyi turisztikai szereplő figyelmét is felhívni a forgalomnövelő kampányhoz való csatlakozási lehetőségre, így Siófokon is például a Nagystrandon, a Galérius Fürdőben, az Óriáskeréken a BAHART gyerekhajóin is kedvezményeket biztosítottak a kisiskolásoknak útlevelük felmutatásával.

A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány jóvoltából a Siófoki Tourinform iroda és egyben Turisztikai Szervezet, mint kiemelt iroda kiválasztásra került, és ennek köszönhetően lehetőségünk volt két adásban is Siófok város turisztikai kínálatának bemutatására. Júliusban Siófokon járt a **Hazahúzó magazin** stábjá és L.Dézi Zoltánnal körbejárták a várost, az első adásban kajakoztak a Sión, jártak a Nagystrandon, felültek az Óriáskerékre, betértek a Tourinform irodába, kincseket találtak a BRTK Könyvtárban, kikapcsolódtak a Kálmán Imre Kulturális Központ szabadtéri programján, és gyönyörködtek a PLÁZS fehér homokján a Balatonban. A második adásban körbejárták a várost, bemutatták a Galérius fürdőt, megismerkedtek a Balatoni Hajózással, ellátogattak a Kálmán Imre Emlékházba, jártak nálunk a Tourinform irodában, a Fő téren és kirándultak egyet Törekiben, ahol megkóstolhatták az Egy Csipet Nádas ételkülönlegességeit.

4.5. Tourinform Fiókiroda

A 2017-es év tavaszán a Tourinform fiókiroda áthelyezésre került a Tesco áruház mellől jelenlegi helyére a Balatonszéplak-felsői Május 1. utcába. 2017-ben az iroda a nyári főszezonban nyitva tartott, de sajnos az iránta megmutatkozó érdeklődés elmaradt a várakozásoktól. A fiókirodát működésének két hónapja alatt nagyon kevesen keresték fel, miközben ezekben a hónapokban a főiroda havi 7-8000 fős forgalmat bonyolít le. A fiókiroda épülete a tél és a csapadékos tavaszi időszak alatt beázott, mivel a tetőt borító szigetelés az épület többszöri szállítása miatt megrongálódott. Az állagmegóvási és felújítási munkálatok elvégzésére a megfelelő vállalkozó kiválasztása, a munkálatok felmérése, kivitelezése hosszabb időt vett igénybe. Az elmúlt két évben a fiókiroda raktárként funkcionál a konténer állapota és a munkaerőhiány miatt. Siófokon a Víztoronyban található Tourinform iroda teljes mértékben kiszolgálja a városba látogató vendégek igényeit, a város méretének megfelelően pedig azt a következtetést kellett levonnunk, hogy a városban elegendő egy Tourinform iroda működtetése. A fiókirodát egy 2012-ben elnyert DDOP pályázat vállalási kötelezettsége miatt 2021 nyaráig fenn kell tartanunk. A működtetésével kapcsolatos nehézségeket természetesen a pályázat kiírói felé jeleztük a szerződés azonban a fent említett időpontig kötelez a konténer megtartására.

V. A SIÓFOKI FÜRDŐEGYLET ÉS TOURINFORM IRODA TURISZTIKAI SZEREPVÁLLALÁSAI 2019-BEN

5.1 Magyar Marketing Fesztivál (2019. január 31.)

A Magyar Marketing Fesztiválon 2019. januárjában vettünk részt a BackOfficeban dolgozó marketinges kollégákkal, amely az ország egyik legnagyobb, legrangosabb, üzleti és marketing-trendekkel, szakmai újdonságokkal foglalkozó konferenciája. Betekintést nyertünk a 2019-es trendekbe, újdonságokba, közelebb kerültünk a megoldáshoz, hogy hogyan, mivel és milyen csatornákon lehet a legjobban elérni célközönségünket. Az előadók mind a szakma legsikeresebb képviselői közül kerültek ki, előadásaik és kerekasztal-beszélgetéseik során rengeteg ötlettel gazdagodtunk a 2019-es és 2020-as év marketingstratégiáját illetően. A

kapcsolatépítésre is tökéletes rendezvényen számos kiállítóval és üzleti szempontból jelentős emberrel alapoztunk meg sikeres partneri kapcsolatokat, melyek a jövőre nézve Siófok számára nagy előnyt jelenthetnek a turizmusmarketing sikerek elérésében. Az előadások számos olyan terület fontosságára hívták fel a figyelmet, mint például az ügyfélélményteremtés stratégiája, a felhasználói szokásoknak megfelelő tartalommarketing a mai reklámzajjal teli világban, vagy az online hirdetési felületek sajátosságai. Gyakorlati tippeket és ötleteket kaptunk az influencerek, azaz a véleményvezérek egyre nagyobb véleményformáló erejéről és követőtáboruk befolyásolásáról, az Instagram, mint közösségi oldal egyre jelentősebb térhódításáról, a ma már kötelezően használandó funkcióinak használatáról, a SEO, azaz a keresőoptimalizálás megkerülhetetlenségéről, a nők döntéshozó szerepéről (akár a turizmusban is), a gasztromarketingről, a márkahűségről és általánosságban a CRM, azaz az ügyfélkapcsolat-kezelés fontosságáról.

5.2 Turizmus Gála (2019.február 1.)

Február elsején 27. alkalommal került megrendezésre a Turizmus Évadnyitó Gála, több mint 1100 meghívott részvételével zajlott a már hagyománnyá vált rendezvény. Az eseményen a Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület is részt vett. A szakma képviselőit dr. Guller Zoltán, a Magyar Turisztikai Ügynökség vezérigazgatója köszöntötte, aki felhívta a figyelmet a 2018. évi, impozáns turisztikai mutatókra. Molnár Judit, a MUISZ elnöke, Flesch Tamás, az MSZÉS elnöke és Gál Pál Zoltán, a VIMOSZ elnöke is saját területe nézőpontjából fejtette ki, milyen pozitív változások érzékelhetők az ágazatban.

5.3 Utazás Kiállítás Szakmai nap (2019. február 21.)

2019. február 21-24. között került megrendezésre a budapesti Hungexpo területén a 42. Utazás Kiállítás. Az elmúlt években Siófok a Balaton Turizmus Szövetség közös standján vett részt kiállítóként az eseményen. Az elmúlt években a turisztikai kiállítások és vásárok területén is jelentős változás volt tapasztalható. Itt is, mint ahogy a szálláskeresés és -foglalás területén is, megfigyelhető az informatika erőteljes térhódítása. Ennek megfelelően az online tájékozódás, információgyűjtés és esetleges váráslás lehetősége jelentősen lecsökkentette a hagyományos kiállítások iránt megmutatkozó keresletet. A keresletcsökkenés hatására évről-évre kevesebb kiállító jelenik meg a kínálati oldalon is, hiszen a vásárok helyett inkább az online lehetőségekre csoportosítják erőforrásaikat.

Ilyen előzmények után a Balaton Turizmus Szövetség vezetősége és tagsága azt a döntést hozta, hogy 2019-ben az egyesület közös standdal nem jelenik meg az Utazás Kiállításon. Mivel a standbérleti díjak az elmúlt években nagy mértékben megemelkedtek, önálló standon egyesületünk sem kívánt megjelenni, hiszen a jelentős anyagi ráfordítás nem hozta volna meg a várt eredményeket.

Az Utazás Kiállítás első, szakmai napján egyesületünk munkatársai látogatóként felkeresték a kiállítást az ott jelen lévő partnerekkel való kapcsolattartás és tájékozódás céljából. Partnerek által, ha nem is önálló standon, de városunk kiadványai (városkalauz, várostérkép, imázs kiadvány) eljutottak a kiállítást felkereső látogatókhoz.

5.4 Kenyai parlamenti delegáció fogadása (2019. március 30.)

2019. március 30-án az a megtiszteltetés érte városunkat, hogy ellátogatott hozzánk Justin Muturi a kenyai Nemzetgyűlés elnöke és delegációja. A parlamenti delegáció pénteken érkezett Magyarországra és a szombati napon a Balatonon az első állomásuk Siófok volt, ahol megtekintették városunk szimbólumát a Víztoronyt. Balogh Renáta a Siófoki Fürdőegylet Turisztikai Egyesület elnöke és Stadler-Szentpéteri Ildikó a Tourinform iroda vezetője fogadták a kenyai delegációt, akik pozitív élményekkel, kicsit megismerve Siófok nevezetességeit és megbizonyosodva arról, hogy itt kezdődik a Balaton hagyták el városunkat.

5.5 Országos Városmarketing Konferencia Siófok (2019. április 15.)

A 2019-es évben Siófok volt a házigazdája az első Országos Városmarketing Díj Konferenciának, melyet a Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület és a Magyar Marketing Szövetség szervezésében tartottak meg a Hotel Yacht Wellness & Business Siófok-ban. 2018-ban a Fürdőegylet/Tourinform iroda a város- és turizmusmarketing területén végzett szakmai munkájáért elnyerte Siófok részére az idei évben ismét a Marketing Fővárosa címet,



így Siófok a házigazda szerepét tölthette be. A rendezvényre több mint száz fő érkezett az ország minden pontjáról főként megyei, városi, települési önkormányzatoktól, turisztikai, kulturális és civil szervezetektől, régiós szakmai egyesületektől. A konferencián szó esett a tervezési és kivitelezési folyamatokról, a digitális marketingről, a gamifikációról azaz a játékosításról, identitásépítésről és márkázásról is. Házigazdaként a Tourinform iroda vezetője Stadler-Szentpéteri Ildikó tartott egy átfogó előadást arról, hogy az elmúlt években milyen erős szakmai munka eredményeképpen jutottunk el a Fővárosi címig, mik voltak a mérföldkövek és mit tervez az iroda marketing kommunikáció terén az 2019-es évre. A konferenciáról minden résztvevő elismerően és pozitív élményekkel távozott, ismét bizonyítottuk, hogy Siófokon kezdődik Balaton.

5.6 Kínai delegáció fogadása (2019. április 26.)

2019. április 26-30. között hazánkban tartózkodott a kínai Shandong tartomány, Rizhao városának hét fős delegációja. Magyarországi útjuk első állomásaként április 26-án ellátogattak Siófokra. A delegáció a helyi sport és turisztikai ügyekért felelős polgármester helyettes vezetésével érkezett városunkba. Rizhao városa a tenger partján fekszik, és nagy hagyományokkal rendelkezik a vízisportok terén. A delegáció a víztoronyban tett látogatás és irodánkban történt megbeszélést követően a Siófoki Kajak-Kenu Sportegyesület bázisát látogatta meg, ahol a sportegyesület vezetőivel és edzőivel folytattak egyeztetést egy esetleges későbbi együttműködés reményében. A látogatás célja Siófok és Rizhao közötti sportra épülő turisztikai kapcsolat építése, előkészítése volt.

5.7 *Részvétel a TDM konferencián Baján (2019. május 8-10.)*

2019. május 8-10. között került megrendezésre a XXI. Országos TDM Konferencia Baján. Az esemény közel 70 turisztikai szakértő részvételével zajlott, ahol a Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület is képviselte Siófokot. A 3 napos rendezvénysorozat alatt több előadást is hallhattak a résztvevők országosan elismert turisztikai szakemberektől, valamint kerekasztal-beszélgetés keretében ötleteket és véleményeket osztottak meg egymással.

Május 8-án a best practise-ek délutánja zajlott, ahol a szervezetek megismerhették egymás jó gyakorlatait, az ötleteket és megvalósításuk tapasztalatait 4 kiemelt témában.

Május 9-én került megrendezésre a konferencia szakmai napja, hasznos és tartalmas előadásokkal, szakmai szervezetekkel történő pódiumbeszélgetéssel, ahol elsőként Baja város alpolgármestere köszöntötte a konferencia résztvevőit, majd Schäfer Andrea a Bajai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője mutatta be Baja turizmusát. Semsei Sándor - többek között - beszámolt a Szövetség elmúlt évi tevékenységéről, és hangsúlyozta a szervezetek és a TDM rendszer előtt álló feladatokat. Az MTÜ igazgatói - Juhász Szabolcs és Szabó Áron - a turizmus aktuális helyzetét elemezték, valamint az NTAK bevezetését és működtetését részletezték. Princzinger Péter, a Magyar Turisztikai Szövetség kuratóriumi elnöke a szövetség tevékenységét ismertette részletesen, bemutatva azokat az ígéretes projekteket, amelyek a közeljövőben a szakmát szolgálják majd.

Május 10-én a jövőépítés jegyében folytatódott a program. Ekkor került sor a Magyar TDM Szövetség közgyűlésére, ahol összegzésre kerültek a korábbi stratégiai workshopokon elhangzottak, meghatározták a főbb irányokat, szövetségi és szervezeti feladatokat, valamint előtérbe került a minőségmenedzsment rendszer bevezetése is.

5.8 *Országos Tourinform Találkozó Gyöngyös (2019. május 15.)*

A Siófoki Tourinform iroda is részt vett a 2019. május 15-én megrendezésre került országos Tourinform találkozón Mátraházán, ahol a Magyar Turisztikai Ügynökség bemutatta a Tourinform hálózat új arculati kézikönyvét és logóját. A marketing és az új dizájn mellett Farkas Dávid vezérigazgató-helyettes a Tourinform hálózat fontosságáról és kiemelt szerepéről, a jövőbeni változásokról tartott előadást, megismerhettük a hálózat új stratégiai pontjait, a rövid és hosszútávú célokat. Molnár Anita programigazgatótól pedig betekintést nyertünk korábbi kutatások eredményeibe, melyek a hálózat ismertségét vizsgálták. Valamint megtudtuk, hogy a NETA adatbázis milyen új formában könnyíti meg az irodák munkáját.

A Tourinform hálózat helyzet-, és jövőképe mellett Juhász Szabolcs igazgató Úr beszélt az MTÜ attrakciófejlesztési projektjeiről az egyes desztinációkban, Szabó Áron pedig bemutatta a Nemzeti Turisztikai Adat Központ működését.

A találkozón megtudtunk, hogy a Siófoki Tourinform iroda az ország 118 irodái közül Eger, Pécs, Kaposvár és Badacsonytomaj után az 5. leglátogatottabb iroda, és az egységes hálózati dizájn kialakítása során irodánk referencia irodaként vesz majd részt az átalakításokban.

5.9 Siófok a Marketing Fővárosa 2019 – MediapiacON konferencia és díjátadó

A Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület tizenkettő pályázati anyagát díjazta Városmarketing Gyémánttal a Magyar Marketing Szövetség az Országos Városmarketing pályázaton, mellyel immáron második alkalommal, 2019-ben is Siófok vihette haza a Marketing Fővárosa címet.

A pályázat célja, hogy felhívja a figyelmet a városmarketing és marketingkommunikáció fontosságára a települések életében, ezzel hozzájáruljon a szakmailag helyes gyakorlat

elterjedéséhez, és elismerje az országban kivitelezett legjobb szakmai megoldásokat. Az idei évben 123 pályázati anyag érkezett a Magyar Marketing Szövetség szakmai zsűrije elé, melyből a Fürdőegylet és a Tourinform iroda csapata 12 db nyertes pályázattal Gyémánt minősítést szerzett Siófok városának. Ezzel mindamelllett, hogy 2018 után 2019-ben is Siófok nyerte el a Marketing Fővárosa címet, az 5 éves összesítő gyémántranlistán az előkelő 2. helyre is felkerült a város.

A 12 nyertes pályázat a különleges, 2018-as jubileumi év marketingkommunikációs tevékenységét részletezte, és a győzelemben a marketingkommunikációért felelős Siófoki Fürdőegylet munkája mellett természetesen nagy szerepe volt a helyi turisztikai szereplők, civil szervezetek és intézmények munkájának is. Az elismert pályaművek között volt a III. Húsvéti Nyuladalom, az októberi Halfesztivál, a novemberi Libadalom, a Városnap és a Siófok50 Születésnap Party, valamint a Balatoni Hajózási Zrt. nagyszerű és színvonalas eseménye, a Nemzeti Regatta rendezvények marketingkommunikációja. A Siófok50 – Itt kezdődik a Balaton! külső kommunikációs megoldás és a Siófok50 jubileumi arculat is 1-1 gyémánttal gazdagította Siófok városát. A Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület belső kommunikációs megoldásait, valamint arculatának megújítását is városmarketing gyémánttal értékelte a zsűri. A városfejlesztési projektek marketing programja kategóriában gyémánt minősítést szerzett a Siófoki Jégkikötő – Téli varázslat a parton marketingkommunikációs kampánya is, a városmárka, városimázs építő nem-marketing teljesítmények között pedig a Siófok, Kálmán Imre otthona és a Gasztrofarsang – Busók a jégen! című pályázatokat is gyémánttal ismerték el. A hatalmas siófoki sikernek köszönhetően 2019-ben Somogy megye is elnyerte a Marketingaktív megye címet.

A 2018-as kemény munka ezen elismerése bizonyította, hogy az egységes, integrált marketingkommunikáció és a helyi turisztikai szereplőkkel, intézményekkel, a sok aktív civil szervezettel és a siófoki lakosokkal való együttműködés elengedhetetlen része Siófok turisztikai koncepciójának.



5.10 Erdélyi gyerekek fogadása Siófokon

2019. július 25-én a Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület egy kedves kérésnek tehetett eleget. Egyesületünk elnöke, Balogh Renáta és irodavezetőnk, Stadler-Szentpéteri Ildikó egy 87 fős erdélyi gyermekcsoportnak mutatta meg városunk legemblematisabb épületét, a Víztoronyt. A gyerekek a Dévai Szent Ferenc Alapítvány segítségével érkeztek Siófokra Bőjte Csaba testvér nagy családjából. A gyerekek nagyon élvezték a Víztoronyból a kilátást és a forgó Samsung élményközpontot. Örülünk, hogy a gyerekek pozitív élményekkel gazdagodtak városunkban!

5.11 HUNGary Fest Ungvár (2019. szeptember 6-9.)

A Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület és Tourinform iroda meghívást kapott Magyarország ungvári főkonzuljától Buhajla Józseftől a szeptember 7-8-án harmadik alkalommal megrendezett ungvári hUNGary Festre. Ukrajna siófoki tiszteletbeli konzuljának, Horváth Zoltán közbenjárásának köszönhetően lehetővé vált, hogy városunkat egy ilyen színvonalas nemzetközi eseményen képviseljük. A



hUNGary Fest egy zenés-kulturális-gasztronómiai fesztivál, melynek minden évben célja a magyar kulturális értékek megőrzése, megismertetése, illetve, hogy nemzetiségtől függetlenül mindenki számára bemutassa a magyarság egyedülálló értékeit. A kárpátaljai településen örömmel képviseltük Siófok városát, ahol a Főkonzulátus munkatársai színes programokkal vártak minket a hétvége során.

Napközben Siófokot népszerűsítettük a rendezvényen, szombat este a Főkonzulátuson egy nívós fogadásra, vasárnap este pedig Móricz Zsigmond „Nem élhetek muzsikaszó nélkül” c. színdarabjára voltunk hivatalosak a Kárpátaljai Megyei Magyar Drámai Színház előadásában. A városnézés sem maradt el, szabadidőnkben megtekintettük Ungvár nevezetességeit és felkerestük Mihajlo Kolodko szobrászművész híres minialkotásait is.

A tartalmas és élménydús hétvége során, reméljük sikerült Kárpátalján is bizonyítanunk, hogy bizony Siófokon kezdődik a Balaton.

5.12 MTÜ Digitális Turizmus konferencia Balatonfüred (2019. október 15.)

2019. október 15-én Siófokot képviselve a Modern Vállalkozások Programjának Digitális turizmus címét viselő rendezvényén vettünk részt, ahol az ágazatot érintő legfontosabb kérdésekről esett szó. A digitalizáció egyre inkább átveszi az irányítást a turizmusban is, a szemléletmód nem áll távol a mindennapoktól, és nagy szerepe van a költségoptimalizálásban és a korszerűsítésben is, így érdemes elmélyedni a témakörben.

A délelőtti során a turisztikai szektor digitalizációja kapcsán szó esett többek között a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) működéséről, a turisztikai desztinációmenedzsment-rendszer előnyeiről, a fenntartható turizmusfejlesztésről és a versenyképességről, amelyekről olyan szakemberektől hallhattunk eszmecserét, mint például Szabó Áron, az MTÜ szálláshelyekért és vendéglátásért felelős igazgatója, Semsei Sándor, a Magyar Turisztikai Desztináció Szövetség elnöke, Rasztovcics Dávid, a Digitális Turizmus Zrt. vezérigazgatója, Czibalmos Levente, a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara - Modern Vállalkozások Programjának szakmai vezetője vagy Moncsek Zsolt, a Booking.com account managere.

Tartalmas és informatív szakmai napon vettünk részt, hogy naprakészek maradhassunk a turisztikai ágazat különböző aspektusait és újdonságait illetően, és ezt a szakmai tudást Siófok tekintetében is kamatoztathassuk.

5.13 NTAK képzés (2019. október 17.)

2019. júniusától megkezdte működését a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK). Az új digitális adatszolgáltatási rendszer fő célja, hogy valós időben legyen látható az országban található összes szálláshely forgalmi, statisztikai adata. Az NTAK működését a 2018. évi XCVII. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016. évi CLVI. törvény és kapcsolódó törvények módosításáról, a részletszabályokat pedig a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016. évi CLVI. törvény végrehajtásáról szóló 237/2018. (XII. 10.) Korm. rendelet szabályozza. Az NTAK rendszerben való adatszolgáltatás minden szállásadó számára kötelező. Az új rendszer bevezetésével minden szálláshely digitálisan, szálláshelykezelő szoftver használatával tudja teljesíteni a vendégek bejelentkezésénél előírt adatrögzítési kötelezettségét, melyhez az NTAK-kal kompatibilis szálláshelykezelő szoftver szükséges. Azon szálláshelyek, amelyek nem rendelkeznek ilyen szoftverrel, a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) kifejlesztett egy ingyenes, könnyen kezelhető programot, „Az Én Vendégházam” névvel. A program a szálláshelyek részére ingyenesen igénybe vehető és mindenben megfelel a jogszabályi előírásoknak.

A MTÜ az NTAK használatával kapcsolatos információkat és tapasztalatokat minél gyorsabban szeretné eljuttatni a szálláshelyszolgáltatókhoz, melynek közreműködésében a Tourinform hálózat munkatársaira is számít. Az MTÜ ezzel a fő céllal kis csoportos „NTAK tájékoztató és gyakorlati képzés” napokat szervezett, amelyen a siófoki Tourinform iroda munkatársai is részt vettek. A képzésen különböző témákban kaptunk részletes tájékoztatást (Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ céljai, Jogszabályi háttér az adatszolgáltatásról, Ütemterv és csatlakozás lépései, regisztráció, NTAK kompatibilis szoftverekről, Ingyenes szoftver, Tourinform irodák szerepe és feladatai) annak érdekében, hogy kollégáink a hozzánk forduló szállásadók minden felmerülő kérdésére teljeskörű választ tudjanak adni.

3.12. Turizmus Summit 2019 (október 28.)

Harmadik alkalommal került megrendezésre a Magyar Turisztikai Ügynökség szervezésében a Turizmus Summit, amelynek ezúttal a Várkert Bazár adott otthont. Siófok városát képviselve az eseményen előadásokat hallhattunk, ahol turisztikai szakemberek értékelték a magyar turizmus által elért eredményeket és a jövőbeni fejlesztési terveket.

Dr. Guller Zoltán, a Magyar Turisztikai Ügynökség vezérigazgatója köszöntötte a résztvevőket és előadásában részletesen kifejtette, hogy aranykorát éli a magyar turizmus, és soha ennyi támogatás nem állt az ágazat rendelkezésére, mint most.

A rendezvényt megtisztelte jelenlétével Orbán Viktor Magyarország miniszterelnöke, aki köszöntőjében szintén kiemelte, hogy soha nem látott fejlődés tapasztalható a magyar turizmusban, és köszönetét fejezte ki az ágazatban dolgozóknak.

Könnyid László, a Magyar Turisztikai Ügynökség turizmusstratégiai vezérigazgató-helyettese a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) működéséről és az adatbázis nyújtotta elemzési lehetőségekről beszélt.

Németh Anna, a Magyar Turisztikai Ügynökség marketing és értékesítési vezérigazgató-helyettese bemutatta Magyarország kül-, és belföldi marketingkommunikációs stratégiáját és az ehhez kapcsolódó országimázs filmeket.

A rendezvényen átadták a Pro Turismo díjat felváltó Kőrösi Csoma Sándor-díjakat, ahol a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője, Komoróczy Alíz is a díjazottak között szerepelt.

5.14 Országos Tourinform Study Tour Ráckeve (2019. október 29-30.)

A siófoki Tourinform iroda irodavezetője és front office menedzsere is részt vett október 29-30 között az országos őszi Tourinform képzés egyik állomásán, melynek helyszíne Ráckeve volt.

Az egész napos képzésen egy coach csapat segítségével különböző szituációs feladatok által tanultunk arról, hogy miként is kell kezelni a problémás ügyfeleket, milyen alapvető nehézségek, problémák merülnek fel az irodákban a munka során és ezt miként lehet a legegyszerűbben és legmegfelelőbben kezelni.

Az ügyfélkezelés mellett Molnár Anita a Tourinform Koordinációs Iroda igazgatója ismertette velünk a korábban a Tourinform irodák dolgozói körében végzett motivációs és elégedettségi kérdőív eredményeit. Beszélt a Tourinform Hálózat népszerűsítési törekvéseiről, az eddig elért eredményekről és a jövőbeni tervekről is.

A képzésen javaslatokat gyűjtöttünk arról, hogy a Magyar Turisztikai Ügynökség és az ügynökség alá tartozó Tourinform Koordinációs Iroda miként tud segíteni az irodák szakmai munkájában. Szó volt a fenntartók és az irodák kapcsolatáról, az irodák szakmai megbecsüléséről az egyes településeken, a TDM hálózat és a Tourinform Hálózat kapcsolódási pontjairól.

Kiemelt téma volt a belső kommunikáció kérdése, melynek kapcsán a Siófoki Tourinform Iroda irodavezetője Stadler-Szentpéteri Ildikó egyfajta "best practice"-ként bemutatta, hogy a szervezetünk milyen csatornákon és hogyan kommunikál városon belül a tagjaival és a lakossággal.

Szó volt a Tourinform irodák belső átalakításáról is az egységes hálózati kép elérése érdekében. 2019-ben úgynevezett pilot projekt-ként 6 kiemelt irodának lesz lehetősége előre egyeztetett látványtervek alapján belső terét megújítani MTÜ-s pályázati forrásból. A Siófoki Tourinform iroda a 6 kiválasztott irodák egyike, az egyeztetések már zajlanak és reményeink szerint 2020 tavaszától már egy megújult belsővel várhatjuk az irodába betérő vendégeket.

A második nap az irodák közötti csapatépítésről szólt, ezen a napon megismertük Ráckevét egy gyalogos városnéző séta keretén belül megnéztük a Hajómalmot, a Szerb templomot és a Tűztornyot. Ellátogattunk Etyekre a Korda Filmparkba, majd meglátogattuk a martonvásári Brunszvik kastélyt és a Beethoven Múzeumot is.

Tartalmas képzésen vagyunk túl és büszkeséggel töltött el bennünket, hogy a Hálózaton belül a Siófoki Tourinform irodát az elmúlt években elért turisztikai és marketingkommunikációs eredményei, a látogatottsági statisztikája és a hálózaton belül végzett munkája alapján egy kiemelt példaértékű irodának tekintik!

5.15 Turizmus Akadémia Siófok (2019. november 5.)

A Magyar Turisztikai Ügynökség 2019 őszén a Turisztikai Innovációs Marketing Együttműködési Alapprogram (TIMEA) keretében a hazai turizmusban érintett szervezetek és vállalkozások számára tudásmegosztó és szemléletformáló országos rendezvénysorozatot szervez.

A Turizmus Akadémia célja elsődlegesen a szenior, akadálymentes és orvosi turizmus témakörre fókuszáltnan az érintett célcsoportok igényeinek megismertetése a turisztikai szakmával, valamint a nemzetközi és hazai jó példák bemutatása.

Az eseményen a délelőtti szakmai előadásokat követően délután, a „Hogyan feleljünk meg az akadálymentes, a szenior és az orvosi turizmusban résztvevő célcsoportok igényeinek?” pódiumbeszélgetés keretében hazai jó gyakorlatok bemutatásán keresztül szolgálnak majd hasznos információkkal a résztvevő turisztikai szolgáltatóknak.

Az országos rendezvénysorozat november 5-én Siófokra is ellátogat, a Hotel Yacht Wellness & Businessbe, melyen a Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület munkatársai is részt vesznek.

5.16 TDM konferencia Körmend (2019. november 13-15.)

A Magyar TDM Szövetség 2019. november 13-15. között rendezi meg XXII. Országos TDM konferenciáját a Vasi Hegyhát-Rábamente Turisztikai Egyesület közreműködésével, Körmenden. A 3 napos rendezvényen - melynek fókuszában ezúttal a termékfejlesztés áll - neves hazai és külföldi előadókat hallhatunk (Főbb előadók: Semsei Sándor (MTDMSZ) - M.Sc. Christian Eckert (Ingolstadti Egyetem) - Eva Luckerbauer (Kelet-Stájerország)- Juhász Szabolcs (MTÜ) - dr. Princzinger Péter (MTSZA) - Szilasi László (GIRO Hungary 2020)- Boros László (Magyar Fürdőszövetség) - Kanel Judit (MABEUSZ)), study touron veszünk részt a kiemelkedően teljesítő desztinációkba, és saját élményen alapuló csoportos coachinggal segítik majd a sikeres és sikertelen fejlesztések pszichológiai hátterét. A konferencia remek lehetőséget biztosít a minőségi élményszerzésre és az egyéni, valamint

szervezeti fejlődésre. A konferencián a Siófoki Fürdőegylet munkatársai is részt vesznek, ahol a szakmai szervezetek jelentős része is képviselteti magát.

5.17 Országos Tourinform Találkozó Budapest (2019. november 21.)

2019. november 21-én kerül megrendezésre a budapesti Országos Tourinform Találkozó, melyen természetesen a siófoki Tourinform iroda is részt vesz. Az előzetes programterv szerint, Könyvid László, a Magyar Turisztikai Ügynökség turizmus-stratégiai vezérigazgató-helyettese köszönti a résztvevőket. Molnár Anita, az MTÜ programigazgatója, tart tájékoztatást az arculatváltással kapcsolatban. Váradi Zsuzsa, az MTÜ kutatási igazgatója, beszámol a Tourinform irodák belföldi ismertségkutatásának eredményeiről. Baranyay Tamás, az MTÜ digitális területi vezetője, a turizmus digitalizációjáról és a Tourinform irodák ebben való szerepéről beszél. A délután folyamán Szabó Áron, az MTÜ igazgatója, tájékoztatást tart a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központtól és a Tourinform irodák szerepéről. Molnár Anita, az MTÜ programigazgatója, ismerteti az új névhasználati szerződést és kézikönyvet. Juhász Szabolcs, az MTÜ igazgatója, tájékoztatást tart a turisztikai desztinációk pozicionálása című projektekről és a desztinációkban zajló fejlesztésekről.

A találkozón előreláthatólag is sok hasznos és új, a jövőt érintő kérdéssről lesz szó, ezért mindenképpen fontosnak tartjuk, hogy elsőkézből értesüljünk az információkról és részt vegyünk az eseményen.

5.18 NTAK Roadshow Siófok (2019. november 27.)

A Magyar Turisztikai Ügynökség az idei évben indította útjára a turizmus legjelentősebb és legátfogóbb informatikai fejlesztését, a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központot. Az MTÜ kiemelt feladata, hogy széles körben segítsen értelmezni a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központtal kapcsolatos jogszabályokat, illetve tájékoztatást nyújtson a rendszer technikai részleteivel kapcsolatban, ennek érdekében egy országos edukációs roadshowt indítottak, melynek egyik állomása Siófok lesz.

A Magyar Turisztikai Ügynökség 2019. november 27-én Siófokon rendezi meg a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központtal kapcsolatos szakmai fórumot, amelyet a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Modern Vállalkozások Programmal közös szervezésben valósít meg. Az esemény célja, hogy az NTAK legfontosabb szakmai üzeneteit átadja a szálláshelyszolgáltatók számára. A Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület munkatársai is részt vesznek a tájékoztató képzésen, hogy minél szélesebb körű tájékoztatást tudjanak nyújtani az érdeklődők számára.

Megtisztelő számunkra, hogy a Magyar Turisztikai Ügynökség rendezvénysorozatának egyik helyszínéül Siófokot választotta.

5.19 Nyitott Balaton kampányok (tavasz, ősz)



A Balatoni Turizmus Szövetség tagszervezeteinek, azok szolgáltató partnereinek és a szövetség munkatársainak, aktív munkájának eredményeként már hat sikeres akciót tudhat a régió maga mögött. A

program alapvető célja továbbra is megmutatni, hogy a Balaton Régió nem csak a nyári, fürdőzésre alkalmas időszakban jelenthet vonzó úti célt a turisták számára, hanem tavasszal és ősszel is képes olyan kínálatot biztosítani, amiért érdemes ideutazni. A Siófoki Fürdőegylet - Turisztikai Egyesület is abban látja a lehetőséget, hogy a jól ismert nyári kínálat mellett elsősorban a belföldi piacon, majd később külföldön is az egész éven át élvezhető turisztikai desztináció szerepét töltsse be Siófok, hiszen erre mind a szálláshely kapacitás, mind a szolgáltatói kör alkalmas.

A kampány eddigi eredményei:

- A kreatív PR megjelenéseknek köszönhetően több sajtómegjelenést sikerült generálni az akciónak, így több száz cikk és interjú született, hírportálokon, TV-ben, újságokban és magazinokban
- A projekt szépsége, hogy a balatoni szolgáltatók nem külső segítséget várnak, hanem saját maguk próbának tenni a turizmus fejlesztéséért
- Tavasszal több, mint 500 szolgáltató, ősszel pedig közel 300-an csatlakoztak kezdeményezéshez
- Mindkét alkalommal több, mint 200 program valósult meg a Balaton régióban
- Elindult egy olyan kezdeményezés, ami az egész országot megmozgatta
- Óriási médiavisszhangot kapott a Balaton fagyijának megválasztása is
- A kommunikációs kampány megvalósításában támogatóink voltak: We Love Balaton, MTÜ., MÁV Start Zrt., Port.hu,

A **tavaszi kampányhoz** (2019. április 19. – június 10.) Siófokon is számos szolgáltató csatlakozott különböző **kedvezményekkel**. Ebben az időszakban nyolc hétvégén át nívós rendezvények kerültek megrendezésre: Húsvéti Nyuladalom, a Tojás- és Nyúlfutam, Majális (több rendezvény: Siófoki Szabadtéri Vendéglátók és Kézművesek Egyesülete, Siófoki Állatvédő Alapítvány, Siófoki Íjász- és Szabadidő Egyesület) **Sóstói tekergő** – kerékpártúra, (az Egyesület szervezésében) Strand Szezonyító, Városi Gyereknapi és Ezer Lámpás Éjszakája, Nemzeti Regatta, Pünkösdi Fesztivál. A siófoki programokat természetesen a saját felületeink mellett a nyitottbalaton.hu weboldalon is népszerűsítették.

Az **őszi kampány** során (2019. szeptember 6. - november 10.) a Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület öt hétvégén **borkereső játékot** szervezett. A város számos pontján különböző időpontokban borítékok kerültek elrejtésre, melyek megtalálása után a nyerteseket ajándécsomaggal vártuk a Tourinform irodába. Az őszi kampány ideje alatt került megrendezésre a Sör és Csülök Fesztivál és a Halfesztivál, valamint a több százakat megmozgató Tökös futás is. A rendezvények természetesen az őszi időszakban is megjelentek a nyitottbalaton.hu oldalon.

5.20 Siófok2020 Munkacsoport

A Képviselő - Testület által 2016-ban 179/2016 (V.26.) sz. határozattal elfogadásra került a FERLING Kft. és a Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület által közösen kidolgozott Siófok város középtávú turisztikai koncepciója Itt kezdődik a Balaton címmel és a „Ha

hétvége, akkor Siófok” szlogennel. A koncepció gerincét a Siófok 2020 Turizmusfejlesztési Program adja.

A Siófok 2020 Turizmusfejlesztési Program célja, hogy összefogja a város idegenforgalmi programjait, átláthatóvá tegye a programok szervezésének, értékelésének rendszerét, támogatási lehetőséget biztosítson a programgazdák tágabb körének, kijelölje az éves célokat, tematikákat, összeállítsa az éves programnaplót és egységes médiafelületet biztosítson az eseményeknek. A Program céljainak megvalósítására irányuló operatív tevékenységek koordinációját a munkacsoport látja el.

A programot koordináló Siófok2020 munkacsoport a mai napig aktívan végzi munkáját a 10 főből álló tagjaival. A munkacsoport vezetője az idei évtől a Balaton-parti Fenntartó és Hasznosító Kft. ügyvezető igazgatója. A munkacsoport tagjai egyeztetett időpontokban munkamegbeszélést tartanak. A munkacsoport tagjai: Siófok Város Önkormányzata Idegenforgalmi és Rendészeti Bizottságának elnöke, Siófok Város Önkormányzata sajtóreferense, a Kálmán Imre Kulturális Központ igazgatója, a Balatoni Hajózási Zrt. értékesítési és forgalmi igazgatója, a Siófoki Fürdőegylet Turisztikai Egyesület elnöke, a PLÁZS képviselője, a Tourinform iroda vezetője, a Balaton-parti Kft. ügyvezető igazgatója és marketing vezetője, valamint a Hotel Azúr értékesítési és marketing igazgatója.

A munkacsoport megbeszéléseken a 2019-es évben is a tagok beszámolnak tevékenységükről, marketing és turisztikai fejlesztési ötleteket osztanak meg egymással, értékelik a nyári szezont, és egyeztetnek a város programkínálatát illetően.

5.21 Siófok imázs vizsgálat – kérdőíves kutatás

Siófok város középtávú turisztikai koncepciójának gerincét a Siófok 2020 Turizmusfejlesztési Program adja, amely 2020-ig van érvényben, ezért az Egyesület elkészített egy kérdőívet a célul kitűzött siófoki imázsváltás sikerének mérése céljából. A kvantitatív kutatás során kíváncsiak vagyunk arra, hogy Siófok város célcsoportjának mi a benyomása a városról, mi az, amin változtatnának, mit hiányolnak, mit szeretnek, mit fejlesztenének, honnan tájékozódnak a városi programokról stb. A kérdőívet a www.surveymonkey.com felületen publikáltuk, ahol magyarul, angolul és németül tettük azt elérhetővé a kitöltők számára. Az év során több online megosztással ösztönöztük a kitöltést közösségi oldalainkon, valamint a Tourinform irodába betérő vendégeket is megkérjük, hogy várakozásuk során az irodában elérhető tableten segítsék munkánkat a kitöltéssel, hogy minél reprezentatívabb legyen az elemzéskor a végeredmény.

A kérdőív töltetését június végén kezdtük el, jelenleg közel 1700-an töltötték ki. A kutatás 2020 év elején zárul célunk pedig az, hogy a kérdőívből megismert adatokból és benyomásokból összegzett és szakmailag elemzett információ rávilágítson az erősségekre és a gyengeségekre, és ezáltal egy minél sikeresebb következő turisztikai koncepció alapjául szolgáljon.

Természetesen a kvantitatív kutatásunkat további kutatások követnek majd különböző célcsoportok irányába, és a probléma komplexitásának okán tervben van a kvalitatív kutatások sorozata is fókuszcsoporthoz interjúk és mélyinterjúk alkalmazásával.

A legfőbb cél pedig annak megválaszolása, hogy a tudatos városmarketing kommunikációval, melyet 2016 óta végez a város a Fürdőegylet szakmai kivitelezésével, milyen irányba

alakította Siófok város imázsát, és hogy valóban jó irányba tartunk-e a Siófok brand megalkotásához.

VI. A TOURINFORM IRODA ÉS AZ EGYESÜLET VÁROSMARKETING TEVÉKENYSÉGE 2019-BEN

Siófok Város Önkormányzata 2017-ben a 179/2016. (V.26.) számú Képviselő Testületi határozatával hosszú távú koncepciót fogadott el a város turisztikai marketingjére.” Itt kezdődik a Balaton” címmel. A koncepció gerincét a Siófok 2020 Turizmusfejlesztési Program adja. A Fürdőegylet és a Tourinform iroda szakmai segítségével év elején elkészült Siófok város 2019. évi marketing stratégiája, valamint költség-, és ütemterve.

A 2019-es év marketing stratégiájának megalkotása során figyelembe vettük a 2019-es év várható turisztikai és marketing trendjeit, a 2030-ig szóló Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiát, illetve a Siófok2020 Turizmusfejlesztési Programban megfogalmazottakat, valamint a 2018-as év tapasztalatait.

A 2018-as jubileumi évben a Siófok50 koncepció állt a marketingkommunikációs stratégia középpontjában, 2019-ben ezt a szerepet az **élményígéret**ek vették át.

Siófok város marketing stratégiájának alapját a fent említett stratégiák mellett a turisztikai- és marketing trendek adják.

A **2019-es évben a turisztikai trendek** közül kiemelendő településmarketing szempontból a személyre szabott szolgáltatások térnyerése, mint trend, az idei évben nagy hangsúlyt kap a tartalom, az utazók igényei megváltoztak, egyedi élményeket keresnek, az információkat minél gyorsabban kívánják birtokolni, a kínálat komplexitása okán viszont könnyen és gyorsan kezelhető eszközöket, kommunikációs csatornákat kell választani. Statisztikai kalkulációk alapján 2020-ra a millennial (Y generáció) korosztály teszi majd ki az utazók csaknem felét. A kommunikációs csatornák megválasztása során tehát nagy hangsúlyt kellett fektetni Siófok esetében is az X és a Z generáció mellett az Y generációra, mivel ez a generáció egyre markánsabb vásárlóerőt jelent a turizmusban.

Az előrejelzések szerint nagyobb hangsúlyt kell fektetni az business utazásokra is, hiszen az üzleti utazások száma és hossza évről évre nő. 2019-ben újabb technológiai megoldások látnak napvilágot és tovább bővül a digitális eszközök köre. Az utazói élmények tökéletesítéséhez pedig elkerülhetetlenek a technológia fejlesztések a turizmus terén.

Nemzetközileg is az egyik legmarkánsabb trend, hogy az okosvárosok turizmusa fejlődik a legdinamikusabban.

A **2019-es évi marketing trendek** közül kiemelendő az online marketing térnyerése, a közösségi oldalak hódítása (facebook, Instagram, YouTube stb.) Elengedhetetlen az online felületeken történő megjelenés, hiszen a keresőoptimalizálás, a közösségi oldalakon történő hirdetések vásárlása, Google ads, videós hirdetések nélkül már nem érhető el a város potenciális célközönsége sem. A Z generáció is kezd felnőni dolgozó, kereső, fizetőképes fogyasztókként kell rájuk tekinteni, tehát a jövőre nézve elengedhetetlen ennek a

generációnak a megcélzása. Nagyon fontos elemmé vált a tartalom az online marketing világában, az élményígéreték kommunikálása, a sztorik megosztása.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési stratégia és Marketingstratégia, valamint Siófok város Turizmusfejlesztési Konceptiója alapján 2019-ben a kiemelt turisztikai termékek a rendezvényturizmus, aktív- és sport turizmus, családbarát turizmus, gasztroturizmus, kulturális turizmus.

A város célközönségét különböző csatornákon különböző élményígéretekkel kívánjuk az idei évben is elérni. Siófok marketingkommunikációjának sikerességét a megfelelő szegmentációban látjuk. A város célközönségének meghatározásakor azt a fő szempontot vettük figyelembe, hogy kik azok, akiknek az érdeklődését a legnagyobb valószínűséggel fel tudjuk kelteni, akik úgy érzik, épp azt találják Siófokon, amire vágnak, és akik megfelelő anyagiakkal is rendelkeznek ahhoz, hogy vágyaikat kielégítsék. A három terület közös halmaza az a csoport, akik képesek a térség szolgáltatásait megfizetni, így a vállalkozóknak és a helyi önkormányzatnak hosszú távon a kiegyensúlyozott működést biztosítani. Azaz a legfontosabb szereplői a marketingtevékenységnek.

Siófok státuszát annak köszönheti, hogy nagyon széles kínálatot tud bemutatni, így széles tömegek számára vonzó. Meglátásunk szerint a belföldi viszonylatban a bérből- és fizetésből élő rétegekre számíthat továbbra is Siófok a legnagyobb számban. Siófok célközönsége az átlagos jövedelemmel rendelkezők, az aktív korúak, erős minőségi elvárással rendelkezők. Az utazási döntéseket jobbra a hölgyek hozzák meg. A legújabb felmérések szerint a párkapcsolatok 88%-ában a nők döntenek az úti célról, viszont 93%-ban a férfiak finanszírozzák az utazást. Mivel a kommunikációs és fogyasztási szempontból más az egyes életstílusokat képviselő csoportok megoszlási aránya a férfiak és a nők között, ezért erre is figyelni kell a kommunikációnál és az üzenet tartalmának meghatározásánál. A célcsoportok kiválasztása esetében természetesen fontos információ a lakóhely szerinti utazási aktivitás is. A belföldi turizmus esetén a budapestiek utaznak a legtöbbet, a bevételek legnagyobb része a Balatonnál a fővárosiak után a dunántúli lakosoktól származik.

A külföldi kommunikációt a Magyar Turisztikai Ügynökség végzi, de bizonyos piacok elérése érdekében (osztrák) egyes kommunikációs csatornákon keresztül a külföldi turistákat is megcélizzuk.

Tehát az idei évben is egy részletesen kidolgozott és szakmailag megalapozott marketingkommunikációs stratégiával rendelkezik a város.

A nyomtatott hirdetési felületek kiválasztásánál több szempontot vett figyelembe a Siófoki Fürdőegylet szakmai csapata. Az egyik legfontosabb szempont az volt, hogy a turizmusfejlesztési stratégia üzenete, miszerint „itt kezdődik a Balaton!”, mindenkire eljusson. Országos napilapokban, heti- és havi megjelenésű szakmai és szórakoztató magazinokban, információs programfüzetekben, célpiacot említve például osztrák utazási magazinokban és a WizzAir fedélzeti magazinjában is találkozhatunk idén Siófok attrakcióival és rendezvényeivel. A nyomtatott megjelenések közé tartoznak a városi kiadványok is, melyeket az Egyesület szerkeszt, és külföldre, illetve az ország különböző pontjaira eljuttat.

6.1 TV/Rádió

Nagy hangsúly került az idei évben a televíziós és rádiós megjelenésekre, hiszen ezen a két csatornán keresztül érhető el a város célközönségének legszélesebb köre. Országos és regionális csatornákon komplett sugárzási terv alapján célcsoport és fogyasztási szokás specifikusan kerülnek adásba a városról készült televíziós és rádiós spotok.

Ezek középpontjában a rendezvénykommunikáció áll, így minden nagy városi rendezvényről készített az Egyesület 20 másodperces TV spotot az előző évek filmanyagából, melyek a rendezvények sajátos hangulatával, valamint a nagyobb fellépők népszerűségére alapozva hivatottak felhívni a figyelmet a siófoki programlehetőségekre. A rádió spotok szintén 20 másodpercben hívják fel a figyelmet az adott siófoki rendezvényre és annak különlegességeire.

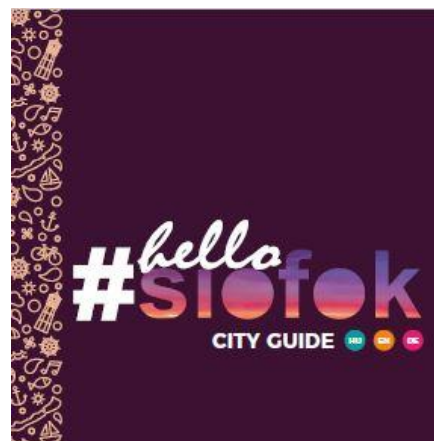
A legfőbb cél, hogy Siófokot megfelelően pozícionálva minél költséghatékonyabb legyen az elérés és azokat a potenciális látogatókat érjük el, akiknek valós szándékuk, hogy Siófokra látogassanak, és ezzel bevételt generáljanak a város turisztikai ágazatának.

6.2 Nyomtatott kiadványok

A város nyomtatott kiadványait évtizedek óta a Tourinform iroda, illetve az Egyesület készíti. Az idei évben a kiemelt turisztikai termékek köré építve készítettük el a nyomtatott kiadványokat is.

Városkalauz

A Városkalauz irodánk legfontosabb kiadványa, már több mint két évtizede jelenik meg évente friss tartalommal. A kiadvány külső megjelenése az évtizedek során jelentős változásokon ment keresztül, az aktuális trendeknek megfelelően. A 2019. évi kiadvány a már megszokott módon, három nyelven (magyar, angol, német) tartalmazza az információkat. A kiadvány első részében a városról, a nevezetességekről és a rendezvényekről található leírás, a füzet második felében pedig a kereskedelmi- és magán szálláshelyek, vendéglátóegységek és turisztikai szolgáltatók információit találja az érdeklődő. A még pontosabb tájékozódást a kiadvány végén elhelyezett várostérkép segíti. A kiadvány évek óta nagy népszerűségnek örvend, a Tourinform irodán kívül a városi szolgáltatóknál, szálláshelyeken, a Balaton környéki Tourinform irodákban és az ország nagyobb városainak információs irodáiban is megtalálhatók.



Infocard

Az Infocardok, az erre a célra készített speciális információs táblákon találhatóak Siófok 25 pontján. A vonzó megjelenésű, névjegykártya méretű információs kártyákon nemcsak siófoki, hanem a turisták körében népszerű,



környékbeli szolgáltatók hirdetései is megtalálhatóak. A táblákat a Tourinform iroda munkatársai a nyári szezonban hetente, az év többi részében kéthetente, jelentős fogyás esetén igény szerint töltik. Az elmúlt évben összesen több mint 200 ezer kártya készült a különféle szolgáltatók részére, s a kártyák nagy része már el is fogyott. Az új kártyák frissített grafikával jelennek meg az előszezon kezdetére.

Kerékpáros térkép

A Siófok környékének és a kelet-balatoni térség kerékpározási lehetőségeit tartalmazó térkép 2017 óta szolgálja a kerékpárosokat. A kiadvány 2019-ben az elmúlt évek gyakorlatának megfelelően három nyelven kerül az érdeklődők kezébe. Az idei év újdonsága, hogy a térképes felület egy teljesen új, a hazai térképészetben nagy múlttal rendelkező cég által készített, professzionális munka. A kiadvány túraútvonal javaslatokat, illetve a Balaton keleti medencéje körül futó Balatoni Bringakörút szakaszát is tartalmazza.



Éves rendezvénynaptár Siófok 2019

Az éves rendezvénynaptár a városkalauz utáni második legfontosabb kiadványa irodánkunk, hiszen összefoglalva tartalmazza a 2019. évben Siófokon megrendezésre kerülő legfontosabb programokat. A városkalauzzal együtt ezt a kiadványt nemcsak a város határain belül terjesztjük, hanem a balatoni és az ország számos Tourinform irodájában egyaránt.



Siófok online rendezvénynaptár 2019

Siófok online rendezvénynaptára széleskörűen tartalmazza a városban megrendezésre kerülő programokat. Az online naptár jellegéből adódóan folyamatosan frissíthető, így mindig naprakészen áll az érdeklődők rendelkezésére. A naptár az irodánk által kezelt weboldalon érhető el.

Siófok imázs kiadvány 2019

A Siófokot bemutató, invitatív, imázs kiadványt 2019-ben is megjelentette irodánk, a 2018-ban bevezetett elegáns külső megújításával. A kiadvány külön füzetben, frissített képanyaggal, magyar és angol nyelven érhető el.



Siófok várostérkép 2019

A városba érkező turisták számára alapvető jelentőséggel bír a részletes várostérkép. A kiadvány 30.000 példányban kerül kibocsátásra, és irodánkunkon, illetve a környékbéli Tourinform és utazási irodákon kívül sok szálláshelyen és városi szolgáltatóknál is elérhető.



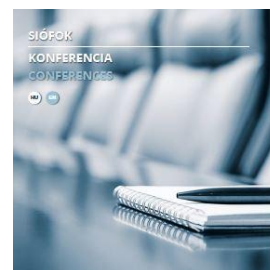
Fedezd fel Siófok környékét! kiadvány

A kiadvány hiánypótló jelentőségű, mivel legutóbb 2015-ben adott ki irodánk hasonló füzetet. A Siófok környékének 11 települését bemutató kalauz felvonultatja a térség jelentősebb látnivalóit, a települések rövid történetét, ezzel is segítve a városunkba érkező turisták szabadidejének minél tartalmasabb eltöltését. A kiadvány egy füzetben belül magyar, angol és német nyelven tájékoztatja olvasóit.



Konferencia kiadvány

2019-ben első alkalommal jelent meg Siófok konferenciaszállodáit bemutató, kétnyelvű (magyar, angol) kiadvány. A konferenciaturizmus jelentős súllyal bír városunk turisztikai kínálatában, a konferenciák megszervezésének segítése céljából adtuk ki hiánypótló füzetünket.



Siófok Városkönyv

Siófok várossá avatásának 50. évfordulója tiszteletére 2018 novemberében jelent meg irodánk munkatársai által szerkesztett Városkönyv. A kiadvány szerkesztésekor a vonzó, elegáns megjelenés mellett a rendelkezésre álló oldalszám adta keret figyelembevételével a minél tartalmasabb ismeretanyag átadását tartottuk szem előtt. A könyv bőséges képanyaggal mutatja be a város történetét, díszpolgárait, épített, természeti és kulturális örökségeit, intézményeit és testvérvárosi kapcsolatait.



6.3 Nyomtatott sajtó megjelenések (fizetett, ingyenes)

A nyomtatott hirdetési felületek kiválasztásánál több szempontot vett figyelembe a Siófoki Fürdőegylet szakmai csapata. Az egyik legfontosabb szempont az volt, hogy a turizmusfejlesztési stratégia üzenete, miszerint „itt kezdődik a Balaton!”, mindenkihez eljusson. Országos napilapokban, heti- és havi megjelenésű szakmai és szórakoztató magazinokban, információs programfüzetekben, célpiacot említve például osztrák utazási magazinokban és a WizzAir fedélzeti magazinjában is találkozhatunk idén Siófok attrakcióival és rendezvényeivel.

A 2019-es évben négy megjelenést vásároltunk a Glamour magazinban, melynek célcsoportja a 18-39 éves nők, hiszen a turisztikai trendek azt mutatják, hogy az utazási döntési folyamat során a nők vannak vezető helyzetben. Az országos terjesztésű havi magazin 77.000 példányban jelenik meg. A nyári családi élményekre, az őszi gasztróélményekre és a téli programokra hívtuk fel az olvasók figyelmét.

A Vitorlázás magazin szintén országos terjesztésű, kéthavonta megjelenő magazin, melyből 6000 példány jelenik meg, és ezen felül a Balatoni Hajózási Zrt. vitorlaskikötő-hely bérlőinek

ajándék előfizetés is jár belőle, így a Balatonnál pihenőket szándékoztuk megcélózni, hogy a régióon belül is Siófokot válasszák aktív pihenésük úti céljaként. A három vásárolt megjelenésben a tavaszi, -nyáreleji, nyári és őszi aktív és családi programokra helyeztük a hangsúlyt.

Ehhez a megjelenéshez csomagajánlatként lehetőségünk nyílt a Like Balaton idei négy példányában kedvezményesen is megjeleneni, amelyből 80-80.000 db jutott ki az újságosstandokra. Az ingyenesen elérhető magazinban a városi kis-, közepes és nagy rendezvényeket népszerűsítettük kreatív programajánló formájában.

A programajánlóknak történő megjelenés kiemelten fontos a rendezvénykommunikációt tekintve, így az ingyenes Budapesten és a Balaton körül megjelenő INFOpont Magazinban és FunZine magazinban is vásároltunk megjelenést. Az INFOpontban 8 db kreatív jelenik meg 2019-ben az aktuális városi rendezvényekről, a 180.000 példányszámmal megjelenő Funzine-ban pedig 5 alkalommal jelent meg Siófok rendezvénykreatívval vagy összefoglaló programajánló kreatívval.

Az évente egyszer (tavasszal) megjelenő Fesztiválkatalógusban a nyári programokkal és élményekkel jelent meg a város.

Természetesen a siófoki és környéki lakosok tájékoztatása és figyelemfelkeltése is fontos szempont volt, így a Szuperinfóban 24 megjelenésre kötöttünk megállapodást a nagyrendezvények részletes programjának népszerűsítése érdekében.

A külföldi vendégek tájékoztatása is fontos szempont volt az idei marketingkommunikációban is, így egy osztrák turisztikai magazinban (Reisen magazin) és a WizzAir fedélzeti magazinjában is vásároltunk megjelenést. Előbbiben a március-áprilisi számban 2 oldalas PR és kreatív hirdetést vásároltunk, melyet egy 4 oldalas szerkesztőségi anyaggal egészítették ki. A szeptember-októberi számban a gasztró-, családi és kulturális turizmust erősítettük az osztrák célcsoport előtt. A WizzAir magazinja 144 desztináció között, 44 országban, 600 útvonalon elérhető, ahol fizetőképessé, ABC1 célcsoportot ér el, az utazók átlagéletkora pedig 36 év. Így ebben a magazinban két megjelenést is kapott Siófok: tavasszal és nyár végén. Rendezvényeket, programlehetőségeket és siófoki élményeket kommunikáltunk a PR cikkekben.

Siófok városmarketingjének erősítéseként turisztikai szakmai magazinokban is megjelent a város. A Turizmus.com Magazin, a Pont Itt Magazin a Mediapiac magazin megfelelő célcsoporttal rendelkezik Siófok marketingkommunikációs kampányainak népszerűsítésére.

Szakmai kapcsolatainknak és eddigi tevékenységünknek köszönhetően 2019-ben is lehetőségünk nyílt ingyenes megjelenésekre. A KutyaBarát magazinban 3 oldal jelent meg Siófokról, mellyel egy egyre gyarapodó célcsoportot, a kiskedvencekkel utazókat tudtunk megcélózni. Természetesen az ingyenesen, országosan elérhető programajánlóknak is megjelentünk, úgy, mint a PestiMűsor Fesztiválkalauz 2019-ben, a Fesztiválok 2019-ben és a Partlapban, melyekben rendezvényeket jelentettünk meg az egész év során. Havi megjelenési lehetőséget kaptunk a Balatoni Futárban, ahol a régióban elérhető embereket céloztuk meg programlehetőségekkel képes PR cikkek formájában. A Rally magazinban rendszeresen megjelenik Siófok rendezvénykreatívokkal. A Siófoki Hírekben két oldalon turisztikai cikkekkel jelent meg Siófok. Alkalmi megjelenések között szerepelt a Meglepetés adventről szóló számában tervezett megjelenésünk, a Színes2Hetes tv újságbéli megjelenésünk, valamint a Tour de Balaton kiadványában megjelenő kreatívunk.

6.4 *Online megjelenések*

Az idei évi turisztikai és marketing trendeknek megfelelően a kommunikáció tervezésénél az egyik legnagyobb hangsúlyt az online felületek kapták. Nagymértékben támaszkodtunk az online marketing adta lehetőségekre, azon belül is a social media nyújtotta előnyökre, ahol a Facebook oldalunk és Instagram oldalunk az integrált kommunikáció jegyében a Hello Siófok nevet viselik, Facebook oldalunk közel 40.000 követővel, Instagram oldalunk több mint 30.000 követővel rendelkezik.

Ehhez a kommunikációhoz illeszkedik a város 2018-ban megújított hivatalos turisztikai weboldala, a www.hellosiofok.hu, az ehhez kapcsolódó telefonos alkalmazás. A digitális felület nagy előnye az egyénre szabhatóság, a gyorsan kezelhető eszközök és a rugalmasság, amely mind tökéletes alapot nyújt a városi rendezvények népszerűsítésére, illetve Siófok imázsának és attrakcióinak széles körben történő kommunikációjára.

Természetesen nemcsak a városi saját, hanem fizetett egyéb online oldalakon is. A hetente megjelenő PR cikkek a város célcsoportjának fogyasztási szokásai alapján válogatott felületeken kerülnek megjelenítésre, melyeket rendszeresen átvesznek vezető országos hírportálok is. Mind a saját, mind a fizetett oldalakon történő megjelenést tekintve a legfőbb cél a minőségi tartalom megosztása, hiszen nagyon fontos elemmé vált a tartalom az online marketing világában, középpontba került az élményígéret kommunikálása, a sztorik megosztása. Kiemelt figyelmet kapnak tehát idén a Siófokról megjelenő szöveges, képi és videós tartalmak is, melyek szintén előre meghatározott stratégia mentén készülnek az év során.

Siófok imázsépítésének és rendezvénypromóciójának céljából tehát online PR cikkek, képes ajánlók és a közösségi oldalakon különböző médiavásárlások erősítik a város brandjét a stratégiában meghatározott kiemelt turisztikai termékek mentén.

A közösségi média oldalakon (Facebook és Instagram) különböző városi eseményeket, PR cikkek és videók hirdetésével segítettük elő, hogy az organikus megjelenésen túl minél több felhasználóhoz eljusson az információ.

A városi nagyrendezvények kommunikációját a Google Ads kereső-, display-, YouTube-, és Gmail kampányaival is erősítettük, hogy a közösségi felületeket nem használókat is tájékoztassuk az online világban.

Négy weboldalon (szeretlekmagyarorszag.hu, noizz.hu, blikk.hu és blikkruzs.blikk.hu) az elfogadott marketingkommunikációs stratégia alapján bannerkampányok és natív traffic kampányok futottak a lehető legjobb elérések érdekében.

Mindezek mellett ingyenes programajánló oldalakon (utazitthon.hu, szallas.hu, findfest.hu) szerepeltek a város nagy- és kisrendezvényei.

Az online eredmények monitorálására a Mediatookit online médiafigyelő programot alkalmaztuk.

Természetesen az online kampány és hirdetésstratégia eredményességét is figyelemmel kísértük az év során melynek elkészítettük az elemzését 2019 október végéig terjedő időszakra, melyet az **1. számú melléklet** tartalmaz.

6.5 *Imázsvideók, fotók készítése*

Siófok kiemelt turisztikai termékeiből 2019-ben élményigéreteket kommunikált az Egyesület, melyek részei lettek az online és az offline kommunikációnknak is. Számos PR cikk, fotó és videó spot készült és készül az év során egy-egy kiragadott történetből vagy hangulatból, melyeket elsősorban a hellosiofok.hu és a Hello Siófok facebook oldalakról indítunk útjára. Fontosnak tartottuk, hogy a legtöbb esetben emberek is szerepeljenek a kampányban, hiszen a történeteket a résztvevők teszik igazán könnyen átélhető élménnyé. A szereplők által életre keltett képeknek köszönhetően a városba látogatást tervező turistát invitáljuk Siófokra az egyes élmények átélésére. A képek, kisvideók és az írásban megelevenített élmények valódi történeteket mesélnek majd el, melyek segítségével az utazni készülők már a döntési folyamat során könnyedén



átérezhetik, milyen lehet egy hosszú séta a Balaton partján, egy sétahajózás a naplementében, egy koncert a Nyuladalom rendezvényen, vagy megélni egy csodálatos előadást a Színparton, elfogyasztani egy frissen sült keszeget a Halfesztiválon, vagyis egyszóval megtapasztalni azt az élményt amiért Siófokon kezdődik a Balaton!

A „Siófoki Élményigéreteket” kampány részeként 60 db 10-20 másodperces élményvideó és rengeteg élményfotó készül az év során, melyek célzottan az aktív és sport-, a gasztro-, a rendezvény-, a kulturális és a családbarát turizmus termékeket hivatottak népszerűsíteni, hiszen továbbra is a minőségi turizmus fejlesztése a cél, illetve az, hogy Siófok egyre szélesebb körben és egyre nyomatékosabban legyen ismert családbarát úti célként.

Mindemellett a Siófoki Fürdőegylet létrehozott egy online rovatot is „Ezerarcú Siófok!?” címmel, melyet eleinte írott tartalommal működtettünk, az idei évben viszont már az interjúk során készített videóanyaggal tettük fogyaszthatóbbá és népszerűbbé. A helyi turisztikai szereplőket, attrakciókat, vendéglátóhelyeket bemutató sorozatunk célja, hogy közönségünk közelebbről is megismerkedhessen a siófoki szolgáltatókkal, motivációikkal, filozófiájukkal és jövőbeli terveikkel. Az idei évben készült interjú a hagyományos magyar étkekben jeles családi étteremmel, a János Vendéglő tulajdonosával, a kutya- és gyermekbarát specialty kávézó, a Maran Café tulajdonosaival, valamint a szobáit tekintve valóban „ezerarcú” Janus Boutique Hotel tulajdonosával is.

6.6 *Konferenciák*

A 2019-as évben is kifejezetten fontosnak véltük a konferenciákon való részvételt, hogy a város turizmusán, marketingkommunikációján dolgozók naprakész tudással rendelkezzenek az aktuális és jövőbeli trendek terén, és ezt a tudást Siófok város turisztikai termékeinek fejlesztésére, a város népszerűsítésére fordíthassák. Ennek érdekében vettünk részt a MINK 4.0 Workshopon, ahol a Magyar Instagram Körkép 4.0 kutatás eredményeinek és az

Instagram legfrissebb híreinek ismertetése zajlott. Megismertük az Instagram legfrissebb funkcióit és újdonságait, hogy mennyit és milyen irányba változott a platform és a felhasználók, hogy reagáltak ezekre az újdonságokra. A legújabb kutatások alapján ismertették a főbb trendeket, és azt, hogy az Instagram, hogyan segíti az üzleti kommunikációt. Praktikus tippeket és tanácsokat kaphattunk ahhoz, hogy Siófok város Instagram profilja még népszerűbb legyen. Ennek érdekében bemutatták, hogy az egyre nagyobb népszerűségnek örvendő Stories-ra, hogyan reagálnak a magyar felhasználók, hogy hogyan tudjuk összhangban működtetni az Instagram oldalt más social média felületekkel, valamint azt, hogy milyen hirdetési lehetőségeket nyújt nekünk az Instagram. Fontos számunkra az Instagram felület nyújtotta lehetőségek naprakész ismerete, hiszen egy folyamatosan fejlődő és sok szempontból ígéretes felületről van szó, ahol a Hello Siófok oldal is nagy népszerűségnek örvend (több mint 30.000 követő).

Hetedik alkalommal kerül megrendezésre az ország egyik legnagyobb és legrangosabb marketing trendekkel és szakmai újdonságokkal foglalkozó konferenciája, a VII. Magyar Marketing Fesztivál. Itt megismerhetjük majd a 2020-as év marketing újdonságait, változásait, azt, hogy mi az, amivel 2020-ban is el lehet érni a célközönség ingerküszöbét, milyen kommunikációs módszerek, csatornák és eszközök a leghatékonyabbak, melyek a jövőbeni stratégia mozgatórugóit alkotják majd. Több mint 25 top előadó, több mint 25 exkluzív szakmai előadás, ahol saját szakmájuk legsikeresebb képviselőitől hallhatunk előadásokat. Az előadások számos olyan területet érintenek majd, amelyek felhívják a figyelmünket több tényezőre is, melyeket a munkánk során nap, mint nap használunk. Többek között az Instagram marketing jelentőségére, hatékony megoldásokkal, tippekkel a követőgyűjtését és aktivizálást illetően; a márkaépítés fontosságára, a rendelkezésre álló eszközök és lehetőségek tekintetében; a Google Ads leghatékonyabb optimalizálási módszereire és a legújabb trendekre, azokra a hatékony stratégiákra és technikákra, amelyekkel valóban célt érnek Facebook hirdetéseink; bemutatják, hogy mik a tartalom alapú kommunikáció új szempontjai, melyek azok a tudatos tartalomfejlesztési eszközök, amivel minőségi lesz a tartalom és kitűnik a médiazajból; milyen hatékony eszközök javasoltak az online marketing stratégia tervezéséhez és mik működnek a leghatékonyabban a stratégiában való gondolkodásra nagy hangsúlyt fektetve. Emellett természetesen az offline marketing eszközök sem elhanyagolhatók, melynek fontosságát statisztikai adatokkal, tapasztalatokkal és esettanulmányokkal mutatják be. Sikersztorikon keresztül kerülnek ismertetésre a hatékony, jól optimalizált közösségi média marketinggel elérhető eredmények, és a keresőoptimalizálási (SEO) trendek, melyek a következő években is támogatják az üzletfejlesztést és figyelmeztetnek az ebben rejlő veszélyekre is.

Úgy gondoljuk, hogy a mai világban a marketing trendek az átlagnál is gyorsabban változnak, és az ilyen konferenciákon való részvétel elengedhetetlen eszköze a folyamatos fejlődésnek, szakmai felkészültségnek, és a sikeres innovációnak, amely Siófok számára rengeteg előnnyel jár mind rövid, mind hosszútávon.

Ezen konferenciák során a marketing és a kommunikációs szakma legjelesebb képviselői megerősítik bennünk azt a gondolatot, hogy 2020-ban is egyre nagyobb hangsúlyt kell fektetnünk a digitális marketingre. A közösségi média elengedhetetlen csatornája a

marketingkommunikációnak, a Facebook, az Instagram és a YouTube kikerülhetetlen eszközei az eredményes munkának, ahogyan a Google széles termékkínálatát is kifejezetten érdemes hasznosítani, hiszen a 2019-es trendek is azt mutatják, hogy ezekben van a siker kulcsa.

6.7 Siófok rendezvényeinek kommunikációja

A 2019-es évben a **városi nagyrendezvények** mellett az **intézmények** (Kálmán Imre Kulturális Központ, BRTK Könyvtár, Kálmán Imre Emlékház, Galerius Élményfürdő és Wellness Központ, SzínPart), a **civil szervezetek** (Nők Együtt Egyesület, Siófoki Állatvédő Alapítvány, Siófoki Szabadidő és Íjász Egyesület, Kilitért Egyesület, Sóstóért Alapítvány) és **sportegyesületek** (Balatuning Egyesület, Siófoki Kajak-Kenu Egyesület, Siófoki Kite-osok Polgárjogi Társaság) programjai is népszerűsítésre kerültek a városi hivatalos turisztikai oldalán (www.hellosiofok.hu) közösségi média oldalainak valamelyikén (Hello Siófok) illetve az online rendezvénynaptárban.

A városi nagy- és kisrendezvények kommunikációja minden esetben számos **ATL és BTL eszköz** ötvözetével lett támogatva. **Online** (mind a fizetett, a saját, és a szerzett média) felületeinken egy hónappal az esemény előtt megkezdtük a kommunikációt. Létrehoztuk az eseményeket a Hello Siófok facebook oldalhoz rendelve, elkészítettük a grafikát a weboldalra, a közösségi média felületeire, rendszeres bejegyzéseket készítettünk, a programok véglegesítése után elkészült a Siófoki Hírekben található programajánló kreatív is, valamint az esemény nyomtatott grafikája. A rendezvények, események kommunikációs kampányai során folyamatosan készítettük a beszámolókat, fényképeket osztottunk meg. Természetesen nem maradt el az események utáni utókommunikációs munka sem.

Ingyenes és fizetett programajánló oldalakon is naprakész információt szolgáltatunk.

Televíziós és rádió kampányokat is lebonyolítottunk országos és regionális csatornákon, 20 másodperces spotokkal harangoztuk be az adott rendezvényt az elmúlt évek anyagait felhasználva, regionális rádióban rendszeres programajánló formájában is megjelentünk. **Nyomtatott szóróanyagokkal** is támogattuk a kommunikációt. Az események programplakátja több méretben is terjesztésre került: Tourinformban, szállodákban, infocard pontokon, szállodákban szobákba bekészítve A5 méretben, egyoldalas formában; nagy forgalmú szolgáltatóknál, szállodákban A/4 méretben; Tourinformban, kulcsos hirdetőtáblákon, egyéb jelentős forgalmú szolgáltatóknál A/3 méretben; citylight plakátként a rendelkezésre bocsátott városi felületeken (1170x1710 – 2db, 850x1400 – 4db); és **óriásplakát** formájában a szerződések szerint.

Nyomtatott sajtó megjelenéseinkkel is a rendezvényeket támogattuk. Programkreatívak jelentek meg az esemény előtt 2 és 3 héttel a Szuperinfóban; a Siófoki Hírek programajánló füzetében 4 oldalon mindig a nagyrendezvényeket és az őket támogató kisebb eseményeket kommunikáltuk.

A Kálmán Imre Kulturális Központ, BRTK Könyvtár, Kálmán Imre Emlékház, önkormányzati hivatal, SzínPart eseményeit helyi és regionális szinten támogattuk

marketingkommunikációs tevékenységünkkel. Idetartoztak a bérletes előadások, a kisebb és nagyobb programok, nyári programsorozatok is.

A civil egyesületekkel és egyéb turisztikai szereplőkkel ápoltt jó kapcsolatnak köszönhetően összehangoltan kezeltük az általuk megálmodott és megvalósított események, illetve a nagyrendezvények kommunikációját.

Az online és az offline marketing egyaránt fontos volt a kijelölt célcsoport elérése szempontjából, de az online felületek sokkal nagyobb hangsúlyt kaptak a korábbi évekhez képest. A célcsoporton belül (gyerekes családok, fiatal felnőttek) a helyi és környékbeli lakosság és a turisták elérésére is törekedett az egyesület.

6.8 Instagram szelfi keret, Siófok promóciós ajándéktárgyak

Az Instagram keret a jubileumi év után át matricázásra került. Új dizájn készült a kerethez. A város rendezvényeinek ideje alatt a látogatók a kerettel készíthették el közös fotóikat, melyekkel utána a közösségi oldalakra feltöltve tovább és még szélesebb körben népszerűsítették Siófokot, a rendezvényeket és nem utolsósorban a Hello Siófok Instagram oldalt is.

A város egységes arculatához és az integrált marketingkommunikációhoz igazodva elkészültek a következő promóciós eszközök: nyakba akasztható kulcstartó, hűtőmágnes, kulcstartó, jegyzetfüzet, színes ceruza, memória kártya, bögre, toll, baseball sapka, esernyő, papírtáska, strandtáska, napszemüveg, kulacs, strandlabda. Az ajándéktárgyak mindegyikén megjelenik a „Siófok – Itt kezdődik a Balaton!” logó. A promóciós eszközök kiállításokon, kitelepüléseken, delegációk, csoportok fogadásakor kerülnek kiosztásra. Természetesen a mennyiségnek megfelelően minden önkormányzati intézmény részesül a promóciós eszközökből.

Egyesületi marketingkommunikáció

6.9 Egyesületi belső kommunikáció

A Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület fő feladata a turisztikában érdekelt vállalkozások, szolgáltatók tevékenységének összehangolása, támogatása, érdekképviselete és turisztikai termékfejlesztés annak érdekében, hogy a Siófokra érkező turisták száma emelkedjen, minél többen értesüljenek a város adta lehetőségekről és az idelátogatókat színvonalas attrakciók várják. Egyesületünk tagokat toboroz a siófoki turisztikai és közéletből, akiknek különböző szolgáltatásokat, megjelenési lehetőséget és egyéb marketing segítséget biztosít a város általunk szerkesztett hivatalos turisztikai weboldalán, fizetett nyomtatott és online sajtóban, illetve saját szerkesztésű városi kiadványainkban is megjelentetjük vállalkozásukat, és természetesen szerzett médiamegjelenésekben is felhívjuk rájuk a figyelmet. Belső és közérdekű információkat, best practice jellegű és egyéb segítő tanácsainkat Facebook csoportunkban, oldalunkon és hírlevélben osztjuk meg velük.

Egyesületünk tagsága a siófoki és környékbeli turizmus stakeholdereiből tevődik össze. Tagjaink között megtalálhatóak kereskedelmi és magánszálláshelyek, civil szervezetek,

egyesületek, önkormányzati és gazdasági szervezetek, éttermek, szórakozóhelyek, cukrászdák, kávézók, pékségek, büfék, termelők, kézművesek, vásári kitelepülők, egészségügyi szolgáltatók, utazási irodák és egyéb turizmushoz kapcsolódó és nem kapcsolódó szolgáltatók. Természetesen nemcsak a tagdíjat fizető helyi szereplőkkel működünk együtt, hiszen TDM szervezetként és a városmarketing stratégia felelőseként nekünk is érdekünk, hogy a siófokra látogatók minél szélesebb körben tájékozódjanak a helyi és környékbeli lehetőségekről az itt töltött idejük alatt.

Az fő marketingkommunikációs csatornánk az online felületek, hiszen rugalmasságuk és gyorsaságuk miatt itt lehet a leghatékonyabban kommunikálni egy meghatározott célcsoporttal, illetve a web 2.0 és azon belül is a közösségi média interaktivitása miatt is alkalmas a céljaink elérésére. Tagságunk számára létrehoztunk egy **„Siófoki Fürdőegylet Tagsága” Facebook zárt csoportot**, ahol folyamatosan osztjuk meg velük a számukra releváns információkat a helyi történésekről, pályázati lehetőségekről, meghirdetett szakmai konferenciákról, regionális lehetőségekről, illetve gyakran szakmai tippekkel is ellátjuk őket, amellyel turisztikai szereplőként előnyökhöz juthatnak. Mindezen gyakorlatias információk mellett a felületen tevékenységünkről is beszámolunk, hiszen a belső kommunikációnk fontos része az egyesületi PR is, hogy érezzék, van létjogosultsága munkaszervezetünknek, és valóban előnyökhöz jutnak a tagságunkkal. Mindemellett folyamatosan hírt adunk tagjaink sikereiről is: egy-egy sikeres pályázatukról, szakmai díjaikról, szerzett megjelenéseikről a sajtóban, illetve az általuk szervezett eseményekről, rendezvényekről. Utóbbiakról kiemelten fontosnak tartjuk, hogy mi is beszámoljunk, hiszen mi fogjuk össze a siófoki és környéki turizmusban érdekelt szereplőket, így közöttük gyakorlatilag egyesületünk jelenti a legfőbb kommunikációs csatornát. A 2018-as évben a Facebook csoport mellett létrehoztunk egy **Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület Facebook oldalt** is, hogy ne csak tagságunkhoz szóljunk, hanem egy szélesebb közönséget érjünk el. Ez az oldal új tagok bevonására is alkalmas, illetve a helyi érdekeltek, a lakosság is megismerheti tevékenységünket, és nem utolsó sorban még szélesebb körben tudjuk összefogni az embereket. Hatékony kommunikációs csatornánk **hírlevélszolgáltatásunk**, melynek van kifejezetten tagságunknak szóló része is.

Belső kommunikációnk fontos része az együttműködésekre való felhívás. Számos programot támogatunk meg hirdetéssel, illetve direkt felhívásokkal, hogy a szerényebb kapcsolati rendszerrel rendelkező szervezeteket segítsük a támogatók gyűjtésében. Számtalan helyieknek szóló verseny, tombola, bál és egyéb esemény pénzügyi és ajándékokkal történő támogatásában vállaltunk szerepet közvetítőként, illetve marketingkommunikációt tekintve közvetlen támogatóként is.

Tagjaink számára emellett évente **közgyűlést** is szervezünk, ahol aktív tagjaink szavazati joggal élhetnek, illetve felszólalhatnak és véleményt nyilváníthatnak működésünk kapcsán és egyéb javaslatokat tehetnek, kérdéseket tehetnek fel a turizmust és az egyesületet érintő ügyek kapcsán.

Belső kommunikációnk eredményességét bizonyítja folyamatosan növekvő taglétszámunk, és a segítségért vagy akár támogatással hozzánk forduló vállalkozások, önkormányzati és civil

szervezetek száma is. Egyesületünk saját PR-jának nagy szerepe van abban, hogy a releváns közönség találkozzon tevékenységünkkel, és elismerje munkánkat, ezért rendszeresen indulunk szakmailag jelentős pályázatokon, és nyíltan kommunikáljuk szerepünket Siófok városmarketinggel összefüggő sikereiben is.

6.10 Egyesületi rendezvények 2019

Sóstói Tekergő

A 2019-es év egyik kiemelt terméke az aktív turizmus, melynek kapcsán megszületett a 'Siófok Aktívan' éves kampány. A kampány célja, hogy egész éven át különböző sportokkal ismerkedjenek meg a városba érkező vendégek és a helyi lakosok. Több helyi egyesület segítségével (Balatuning Egyesület Siófoki Kajak-Kenu Egyesület, Siófoki Kite-osk Polgárjogi Társaság) kialakult a kampány 12 eseménye, mely számos sportformát népszerűsít. A kampány első állomása a Sóstói tekergő kerekpáros túra, mely 2019. május 11-én került megrendezésre. A 27 km-es túra első állomása, a balatonvilágosi magaspart után egyesületünk egyik partneréhez a Hedon sörfőzdéhez látogattak el a résztvevők. A sörfőzés rejtjelmeinek megismerése után a sóstói halastó és az egyesület másik partnere, a Vízükör Étterem látta vendégül a tekerőket.

VII. ÖSSZEGZÉS

A Siófoki Fürdőegylet – Turisztikai Egyesület és a Tourinform iroda a fent beszámoltak alapján igen intenzív turisztikai résztvevője a városnak és a korábbi évekhez hasonlóan minden évben munkaszervezetével igyekszik a maximális teljesítmény elérésére. A jövőben is szeretnénk minél több szakmai programon részt venni, egy nagyon erős kapcsolatot kialakítani a Magyar Turisztikai Ügynökséggel, a jó kapcsolatot fenntartani az Egyesület tagságával, szeretnénk szakmai támogatást nyújtani az Önkormányzat részére, összefogni a civil szervezeteket, képviselni a vállalkozói szféra érdekeit, minél professzionálisabban végezni a város marketingkommunikációját annak érdekében, hogy az elkövetkezendő években is magabiztosan kijelenthessük, hogy Itt kezdődik a Balaton.

Kérem az előterjesztésben foglaltak elfogadását és munkánk támogatását.

Kelt: Siófok, 2019. november 05.



Balogh Renáta
elnök