

Siófok Turizmusfejlesztési Stratégiája (2025-2030)

Vezetői összefoglaló

Jelen turizmusfejlesztési stratégia több szempontból is rendhagyó, nem kész, végleges döntést igénylő fejlődési és fejlesztési irányokat kíván kijelölni, sokkal inkább közös gondolkodásra, a változó feltételekhez való alkalmazkodás képességének kifejlesztésére ösztönöz.

Az elmélet szerint a koncepció az **átfogó elgondolás**, míg a stratégia a koncepció megvalósításához szükséges **hosszú távú cselekvési terv**. **Jelen stratégia** ötvözi a koncepció, a stratégia és az operatív tervezés elemeit. Egyben hangsúlyozza azt is, hogy a gazdasági környezet bizonytalansági foka magas, az önkormányzatok pénzügyi helyzete és annak várható változásai jelenleg nem teszik lehetővé éves bontású, operatív terv szerinti fejlesztések ütemezését.

Fontosnak tartottuk, hogy e munkát olyan módszerekkel végezzük, hogy a megállapítások legalább egy részét saját kutatással támasszuk alá, még akkor is, ha e tekintetben eszközeink és eredményeink meglehetősen szerénynek bizonyultak. A jelenlegi helyzet értékeléséhez **szükséges volt a megelőző időszak turizmus fejlesztési koncepciójának** és a végrehajtás tapasztalatainak rövid elemzése, melyre szintén kísérletet tettünk és arra jutottunk, hogy **a Ferling koncepció alapvetően helyes irányokat jelölt ki Siófok turizmusa számára**.

Meggyőződésünk az is, hogy **Siófok turizmusának fejlesztése csak a Balaton turisztikai régió turizmusfejlődésével együtt vezethet eredményre**, hisz turizmusunk alapja, a Balaton és környéke, városai, települései csak a fenntarthatóság szempontjai szerint működtethetők, terhelhetők és fejleszthetők.

Siófok szerves része a régiónak, ugyanakkor sajátos helyzetben is van: **a Budapest agglomeráció közelsége** a többi településhez képest is nagyobb gazdasági, társadalmi és demográfiai kihívások elé állítja. Turisztikai és így gazdasági potenciálja pedig szinte elkerülhetetlenné teszi számára azt, hogy legalább a régió keleti részén regionális alközponttá váljon, **nem kiemelkedve a többiek közül**, hanem épp velük **közösen erősítve a regionális együttműködést**.

Az előkészítő munkák során ezért áttekintettük a régió turizmus fejlesztésére vonatkozó dokumentumokat, beleértve az országos és megyei stratégiákat is és természetesen magára a városra vonatkozó, korábbi, de még érvényes – nem csak a turizmusra vonatkozó – koncepciókat is. Ezek közül ki kell, hogy emeljük a **város jelenlegi ciklusra vonatkozó gazdasági programját és fejlesztési tervét és annak turizmusra vonatkozó fejezetét**, melyet javaslat formájában már annak tudatában fogalmaztunk meg, hogy az abban leírtak jelentik majd az alapját jelen stratégiának az általános turizmusfejlesztési célok és a fejlesztési projektek szempontjából.

A saját kutatás másik pillére a kérdőíves megkérdezés volt, melynek során négy célcsoportot választottunk alanyul: **turisták** (városlátogatók), **nyaralótulajdonosok**, állandó lakosok (**városlakók**) és **turisztikai szolgáltatók**. A kérdőíves felmérés két fő irányt követett: felmérni **a jelenlegi helyzettel való elégedettség mértékét** (célcsoportonként értelemszerűen némileg eltérő szempontok szerint) és **a változtatásra (fejlesztésekre) vonatkozó javaslatok** minél szélesebb körű összegyűjtését (ez utóbbinak is korlátot szabott sajnos a válaszadói hajlandóság relatív alacsony szintje).

A helyzetértékeléshez az alábbi összefoglalót érdemes elolvasni „a kérdőíves megkérdezés eredményeit összefoglalva megállapítható, hogy a válaszok a természetes eloszlást úgy követték, hogy **a hangsúly** (vagy középpont) inkább **a négyes értékelés felé tendált**. A turisták és nyaralótulajdonosok kevésbé, az állandó lakosok inkább voltak kritikusak válaszaikban, de ezzel együtt is megállapítható volt, hogy akut, több éves vagy akár évtizedes gondok (elhanyagolt közterületek, ismétlődő közlekedési csődhelyzetek, tartósan rossz minőségű közszolgáltatások) nincsenek a városban.”

Az egyes célcsoportok javaslataiból a fontosabbak és az ismétlődők a célcsoport kutatási eredményeinek ismertetésénél szemlézésre kerültek.

A város jövője szempontjából **kiemelt turisztikai termékfejlesztési irányokra** vonatkozó javaslat az alábbi:

- **attrakció fejlesztés,**
- **aktív-, egészség- és sportturizmus fejlesztés,**
- **kulturális és rendezvény turizmus fejlesztés,**
- **gasztronómiai turizmus fejlesztése,**
- **MICE és oktatási turizmus fejlesztés témaköreire**

E termékfejlesztési irányokra **munkacsoportokat** szerveztünk, melyek munkájába a város adott, turisztikai szakterületén tevékenykedő szakemberei felkérés alapján kapcsolódtak be, azzal a feladattal, hogy fogalmazzák meg az adott irány jövőbeli fejlesztési javaslatait.

A megfogalmazott fejlesztési javaslatok termékenként (és így munkacsoportonként is) rövidített és egyben a stratégiai célokhoz illeszthetőség szempontjából megfogalmazott módon, ugyancsak ismertetésre kerültek. Sok ötlet, javaslat, fejlesztési elképzelés érkezett, melyek megfontolásra, továbbgondolásra érdemesek.

Tekintsük hát e felsorolást úgy, mint tervezési segédletet a következő évekre, akár fejlesztési, akár pénzügyi vagy marketing tervezésről legyen szó. Egy kisebb volumenű projekt teljes megvalósításáról, vagy egy nagyobb előkészítéséről pl. megvalósíthatósági tanulmány formájában.

A stratégia végén javaslatot teszünk egy olyan mérőszám rendszer kidolgozásra, melynek segítségével – talán – elkerülhető a túlzott környezeti terhelés, a vízparti területek és a Balaton további kizsákmányolása s az a káros „túlturizmus”, amely jelenleg is sok népszerű üdülőhelyet fenyeget (**a tolerálható terhelés mértéke**).

A stratégia átfogó célja, hogy Siófok egész éves turisztikai desztinációként erősítse pozícióját és fokozza a turizmus gazdasági hatását a város életében. Ennek megvalósítása stratégiai pillérek mentén történik: a négy évszakos turisztikai kínálat fejlesztése, a rendezvény- és kulturális turizmus erősítése, a sport- és egészségtudatos életmód feltételeinek javítása, a gasztronómiai kínálat bővítése, a MICE és oktatási turizmus fejlesztése, a minőségi szolgáltatások és infrastruktúra fejlesztése, a célzott turisztikai marketing és márképítés, valamint a helyi és térségi partnerségek és együttműködések erősítése.

A stratégia eredményeként várhatóan növekszik a vendégforgalom és az átlagos tartózkodási idő, erősödik a négy évszakos turisztikai kínálat s így a helyi gazdaság és a város turisztikai

imázsa. A fejlesztések egyaránt szolgálják a látogatók élményét és a helyi lakosság életminőségének javítását.

A megfogalmazott célokkal való azonosulás kulcskérdés, ezt kell, hogy szolgálja a **hatékony kommunikáció a különböző célcsoportok irányába**, mely a térségi összefogáson alapuló **turisztikai marketing** tevékenységgel kell, hogy segítse a célok elérését. A megkérdezések és a szakértői vélemények arra mutatnak, hogy érdemes új kommunikációs csatornát nyitni (vagy a már meglévőt továbbfejleszteni) az úgynevezett „**rekreációs betelepülők**” irányába, akik az év részében már állandó lakosként tekintenek Siófokra, noha ténylegesen nem azok.

A stratégia hosszú távú víziója, hogy Siófok 2030-ra a Balaton egész évben élményt kínáló, leginnovatívabb, legvonzóbb és legélhetőbb települése legyen, ahol a vízparti üdülés, a kulturális és sportélmények, valamint a minőségi városi környezet egységes, fenntartható turisztikai kínálattá áll össze.

Itt szeretnék köszönetet mondani mindazoknak, akik aktívan részt vettek a munkacsoportok munkájában és ismeretlenül is azoknak, akik a kérdőíveket kitöltötték. Továbbá azoknak a hivatali munkatársaknak, akik szakterületük kiemelt ismerőjeként segítették ezt a munkát.

1. Bevezetés és célkitűzések

Siófok és a Balaton

Siófok a Dél-dunántúli régióban, Somogy megyében fekszik. Siófok, mint egyéb, térszerkezeti szempontból jelentős város, egyrészt a Balatoni Üdülőkörzet (agglomeráció) kiemelt települése; másrészt pedig – turisztikai funkciójából adódóan - gazdasági-technológiai magterületként is funkcionál. Elhelyezkedése, közlekedési kapcsolata igen kedvező, hiszen az M7 autópályának köszönhetően mind a főváros felől, mind Nagykanizsa irányából könnyen megközelíthető. **Országos jelentőségét a Balaton, valamint az ebből következő turisztikai funkciója adja.**

Siófok 2013-tól a Somogy megyéhez tartozó Siófoki járás székhelye és 124,66 km² nagyságú területével nemcsak a járás, hanem a Balaton déli partjának legnagyobb települése. A 20. század során határát többször kiterjesztették, így ma a déli part 70 km-es szakaszából 17 km tartozik hozzá.

Járási székhely, a siófoki járást 24 település alkotja mintegy 52 ezer fő népességgel. A járás lakosságának mintegy fele – a 2024. évi januári statisztika szerint - 24.611 fő Siófokon él. Siófokon az összes járási hatókörű igazgatási, oktatási, egészségügyi intézmény megtalálható.

A város Magyarország egyik legjelentősebb turisztikai települése. Azzá teszi jó közlekedése, kellemes fürdőzést kínáló sekély vizű partja.

A város Budapest után a legjelentősebb turisztikai központ, az ország „Nyári Fővárosa”, a Balaton idegenforgalmi központja. **Az idegenforgalmi szezonban Siófok lakossága – a becslések szerint mintegy meghétszereződik.** (Siófok város önkormányzatának az önkormányzati ciklusra vonatkozó gazdasági programjának, fejlesztési tervének meghatározása- 2025)

1.1. Regionalizmus és regionális együttműködés

A Balaton nem csupán Magyarország legnagyobb tava, hanem egy összetett turisztikai térség is, amely több megyét, számos települést és eltérő érdekeket fog össze. Éppen ezért a turizmus fejlesztése és fenntarthatósága nem valósítható meg hatékony regionális együttműködés nélkül.

1.1.1. Egységes stratégia és márkaépítés

A Balaton akkor tud versenyképes maradni a nemzetközi piacon, ha egységes turisztikai desztinációként jelenik meg. Az összehangolt marketing, közös arculat és közös fejlesztési irányok erősítik a térség pozícióját, és elkerülik, vagy legalábbis mérséklék a települések közötti versengést. A közös gondolkodás segít abban is, hogy a 4 évszakos, egész éves desztináció a Balaton érdekében a különböző turisztikai termékek összehangoltan, egymást kiegészítve és egymáshoz kapcsolódva és fenntartható módon fejlődjenek.

1.1.2. Infrastrukturális és közlekedési kapcsolatok

A turisztikai élmény nem áll meg a településhatároknál. A közlekedési hálózat, kerékpárutak, kikötők, közösségi közlekedés és digitális infrastruktúra fejlesztése (de még a szűnyogyérítés, mederkotrás, a nádasok védelme is) csak térségi szinten lehet hatékony. Az összehangolt fejlesztések javítják az elérhetőséget, csökkentik a környezeti terhelést, és növelik a vendégelégedettséget.

A Balaton déli partjának és így Siófoknak is jellemzője, hogy a települések közötti határokat csak a várostáblák jelzik, a települések egymásba olvadnak, a beépülés folyamatos, az infrastrukturális és közlekedési kapcsolatokat nem szakítják meg „településközi” övezetek. Emellett a parttól távolabbi háttértelepülés bázissal is jó az infrastrukturális összeköttetés (út, kerékpárút) – de fejlesztendő.

1.1.3. Környezetvédelem és vízminőség megőrzése

A Balaton ökológiai rendszere egységes, így a környezeti kihívások – vízminőség, partvédelem, hulladékgazdálkodás, klímaváltozás hatásai – csak közös fellépéssel kezelhetők. A fenntartható turizmus alapja a természeti értékek megőrzése, amelyhez összehangolt szabályozásra és monitorozásra van szükség. A település szintű terhelhetőségi mutatókból kiindulva kell meghatározni a teljes régió (s nemcsak a vízparti sáv) terhelhetőségi mutatórendszerét (amelyek speciális, fordított KPI-knek – Key Performance Indicators, tekinthetők). Magyarul, kulcsfontosságú teljesítménymutató – azaz a KPI – egy mérhető érték, amely megmutatja, hogy egy vállalkozás, egy település vagy akár egy régió mennyire hatékonyan éri el a céljait, vagy kerüli el a rá leselkedő veszélyeket.

1.1.4. Gazdasági stabilitás és erőforrás-megosztás

A regionális együttműködés lehetővé teszi a források hatékonyabb felhasználását, közös pályázatokat, tudásmegosztást és innovációt. Ez különösen **fontos a kisebb települések számára**, amelyek önállóan korlátozott erőforrásokkal rendelkeznek, (**Siófok nem tartozik közéjük**, de fontos, hogy tekintettel legyen az ő érdekeikre is).

1.1.5. Közösségi érdek és társadalmi fenntarthatóság

A turizmus csak akkor fenntartható hosszútávon, ha a helyi lakosság is profitál belőle, és nem érzi annak terheit aránytalanak. A térségi párbeszéd és közös döntéshozatal segít egyensúlyt teremteni a gazdasági érdekek és az élhető lakókörnyezet között (a helyi lakosság mellett az üdülőtulajdonosok és vállalkozók bevonásával).

Összességében a Balaton jövője azon múlik, hogy a térség szereplői képesek-e közösen gondolkodni és cselekedni. A regionális együttműködés nem csupán szervezési kérdés, hanem a fenntartható, versenyképes és élhető Balaton alapfeltétele. Nem véletlen, hogy a Balatonnal és a Balatoni régióval az utóbbi években foglalkozó stratégiák homlokterében – adottnak véve a táj turisztikai karakterét – a környezetvédelmi, vízminőség védelmi és a fenntartható fejlesztési kérdések álltak és állnak.

Mindezek a szempontok Siófokra fokozottan érvényesek, tekintettel arra, hogy **a város a legnagyobb vízparti lakosság számú település, a leghosszabb balatoni partszakasszal és a legnagyobb főszezoni turizmus terheléssel** – melybe az egynapos látogatás szám révén Budapest közelsége és a város megközelíthetősége nagy szerepet játszik.

1.2. Siófok turizmusának helyzetelemzése

1.2.1. Általános társadalmi- gazdasági környezet és annak turisztikai vonásai a Balatoni Üdülőkörzetben

1.2.1.1. Demográfiai adatok és trendek

A BKÜ (Balaton Kiemelt Üdülőkörzet) területét jellemző fontos demográfiai tény, hogy hosszú időtrendszen a természetes népességfogyatkozástól várható mértékben mégsem csökken az üdülőkörzet népessége. A népesség számának a várható népességcsökkenési tendenciával szemben megfigyelt változása a jellemzően pozitív vándorlási egyenleggel magyarázható. Az üdülőkörzet hivatalos létrehozásától (2000. év) áttekintve a belföldi vándorlási adatokat 23 naptári évből csupán 2006 és 2010 között, illetve 2014 évben negatív a térség teljes vándorlási egyenlege. Nincs okunk feltételezni, hogy ez a tendencia az utóbbi két esztendőben megfordult volna.

Minden további évben pozitív értékeket látunk mind lakó, mind az állandó népességre számított vándorlási index alapján, vagyis vándorlási népességnyereséggel számolhatott a térség (Siófokra ez nem vonatkozott).

A belföldi vándorlás szempontjából továbbra is kiemelten kedvezményezett térség a Balaton, azonban települési szinten jelentős differenciák tapasztalhatók a térségben. A hosszú időtávban külső és belső vándorlás során keletkező **térségi népességnyereség életkori összetétel szerint inkább az idősebbek felé mutat, vagyis öregedést fokozó hatást fejt ki.**

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet (BKÜ) állandó népessége a Balaton Fejlesztési Tanács 2023-as monitoring jelentése alapján **273 530 fő** (2010-es évek közepén ez a szám **260 000 fő** körül mozgott).

1.2.2. Turizmus, vendégforgalom a Balatonnál és Siófokon

1.2.2.1. Belföldi turizmus

A többnapos belföldi utazások kiemelt mutatói az utazás motivációja szerint az alábbi táblázatban láthatók (2023). A táblázat második oszlopában az utazással töltött idő 1000 nap mértékegységben (összesen 51.622 ezer nap) oszlik meg a különböző motivációk között, melyből több, mint 30 ezer nap az „**üdülés, szórakozás, pihenés**” motivációra jutó rész, a Balaton turisztikai régiója szempontjából meghatározó.

Ugyanakkor érzékelhetők a különbségek a lakosság gazdasági aktivitási csoportjai között az utazások számában, az utazással eltöltött idő, vagy az utazásra szánt kiadások tekintetében már csak a demográfiai helyzetből adódóan is. Az aktív keresők jelentős súlyához legközelebb a nyugdíjas korosztály áll, akiknél lényegesen, 20 százalékkal hosszabb az egy utazásra szánt idő,

az egy napra jutó kiadások pedig csak 15 százalékkal alacsonyabbak az aktív keresőkhöz képest.

Többnapos belföldi utazások kiemelt mutatói az utazás motivációja szerint 2023-ban

Motiváció	Utazások száma	Utazással töltött idő, ezer nap	Utazásra fordított kiadás	Utazások	Napok	Kiadások	Az utazás átlagos hossza	Az egy napra jutó kiadás
	ezer	ezer nap	milliárd Ft	megoszlás %				
Mindösszesen	12 827	51 622	632	100	100	100	4,0	12 243
Üdülés, szórakozás, pihenés	6 762	30 408	473	52,7	58,9	74,8	4,5	15 555
Rokonlátogatás	4 320	14 455	65	33,7	28,0	10,3	3,3	4 497
Iskolai tanulmányút, tábor	110	482	4	0,9	0,9	0,6	4,4	8 299
Egészségmegőrzés	508	2 295	46	4,0	4,4	7,3	4,5	20 044
Kulturális rendezvény, sportrendezvény	309	907	13	2,4	1,8	2,1	2,9	14 333
Hobbi jellegű munkavégzés	287	1 308	4	2,2	2,5	0,6	4,6	3 058
Aktív kikapcsolódás, sportolás	223	792	10	1,7	1,5	1,6	3,6	12 626
Egyéb	23	140	1	0,2	0,3	0,2	6,1	7 143

(Forrás: KSH Tájékoztatási Adatbázis alapján a Turisztikai fejlesztők és Tanácsadók Szövetsége - TUTSZ- szerkesztése)

A legnagyobb kereslet a szállodákra irányul, ezek fogadják az utazók és az általuk eltöltött idő egyharmadát, a bevételeknek viszont 60 százaléka itt csapódik le és természetesen itt a legmagasabb – 21 ezer forint felett – az egy napra jutó kiadás.

A panziók a forgalom 8, a bevételeknek pedig 11 százalékaival rendelkeztek és a szálláshelyek közül ezek a második legdrágábbak, közel 16 ezer forintos költséggel.

Az a tény, hogy a motivációk között kitüntetett szerepet kapott a rokonlátogatás, azzal is járt, hogy a második legtöbb időt rokon, ismerős szállásán töltötték az utazók. Itt volt egyébként a legrövidebb egy-egy utazás hossza, mindössze 3,4 nap.

A – korábban fizetővendéglátásként emlegetett – **magánszálláshelyek**, bérelt nyaralók fogadták a forgalom 6-7, a bevételeknek pedig közel 9 százalékát. Ezek 14 és fél ezer forintos napi költsége **a harmadik legmagasabb**.

Saját nyaralóba irányult a forgalom 11-15 százaléka, itt volt kiemelkedően legmagasabb az átlagos tartózkodási idő és lényegében legalacsonyabb 4,2 ezer forint az egy napra jutó kiadás.

Érdeemes röviden elemezni, hogy az ország egyes térségeiből, vármegyéiből mekkora volt a turisztikai kereslet kiáramlása. A rangsort természetesen a főváros vezeti, ezután Pest vármegye. majd ezt követően Borsod, majd Fejér vármegye következik. (a táblázat a mellékletben 2. számú táblázat). Érdekes sorrend kristályosodik ki az egy utazásra jutó összegekből. Ebből az derül ki, hogy a Tolna vármegyei utazók költik naponta a legtöbbet, 17 ezer forintot, az országos átlag 1,4-szeresét. Ugyancsak figyelemre méltó, hogy **a Balaton szempontjából (is) fontos küldő terület. Budapest** és az agglomeráció messze lemarad ebben

a tekintetben, csupán az országos átlag 87 százalékát teszi ki. Ebben szerepet játszat az, hogy a budapestiek nagyobb arányban rendelkeznek saját nyaraló ingatlannal és gyakorta ezt veszik igénybe.

Ami a többnapos belföldi utazások **úti céljait** illeti, a **turisztikai régiók** közül egyértelműen emelkedik ki a **Balaton**, ahová a több, mint 52 milliós kereslet 30 százaléka érkezik. A **Közép-Dunavidék és Észak-Magyarország** ennek a forgalomnak egyenként a felét fogadta, ezt követte a két alföldi régió és **Nyugat-Dunántúl**. **Mindössze két olyan régió van – Észak-Magyarország és Dél-Alföld –, ahonnan nem a Balaton, hanem a saját régió a fő úti cél.**

A Balaton és térsége évszázados időtávban Magyarország egyik legnépszerűbb turisztikai régiója s ennek köszönhetően a térség egyik legfontosabb gazdasági szektora a szálláshelyszolgáltatás és vendéglátás.

A legfontosabb turisztikai indikátorok szerint a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma 2010 és 2019 között mintegy 685 ezer fővel, 1,2 millióról 1,9 millió fölé növekedett a Balaton térségében. A 2019-es vendégszám több mint másfélszerese a 2010 évi gyakoriságnak. A COVID járvány okozta visszaesést követően a belföldi vendégek száma 2022-ben a meghaladta az 1,5 millió főt, több mint 71500 fővel magasabb a 2019 évi szintnél, ez az üdülőkörzet 2000 évi megalakítása óta messze a legmagasabb forgalmi adat. Ugyanakkor a külföldi vendégek száma 2022-ben mintegy 15%-kal maradt el a 2018-as és 2019-es szintektől, ez átlagosan mintegy 60 ezer fővel kisebb forgalmat jelent.

2023 év során tovább erősödött az üdülőkörzet vendégforgalma, a vendégek száma meghaladta a 1 953 000 főt. A 2023-as eredmények azt mutatják, hogy a térség vendégforgalma maga mögött hagyta a koronavírus-járvány okozta átmeneti, de súlyos veszteségeket.

A vendégszámhoz hasonlóan a térségben eltöltött vendégéjszakák országos belüli arányszáma is alátámasztja a Balaton belföldi pozícióinak erősödését. A 2010-2019 közötti időszak átlagához képest mintegy 5%-kal növekedett a Balatonnál eltöltött vendégéjszakák országos belüli részaránya.

A XXI. század első évtizede a Balaton térségében az üdülési-rekreációs célú tartózkodás időtartamának fokozatos csökkenésével járt, ugyanakkor a belföldi vendégforgalom élénkülését is eredményezte. 2010-es években a külföldi vendégek tartózkodási idejének csökkenése folytatódott, ahogyan a külföldi vendégek száma csökkent. A belföldi forgalom növekedése és a tartózkodási idő relatív stabilitása azonban lényegesen csökkentette ezt a hatást.

Ami a turisztikai szálláshelyek országos színű teljesítményét illeti, közöttük az utóbbi években **jelentős volt a magán szálláshelyek térnyerése**, ami már a kapacitás bővülés adataiban is jól tükröződik. Ma már a rendelkezésre álló szobák 40 százaléka ezekben található (2023. évi adat), s mint a továbbiakban látható, a Balaton esetében ez a szám még magasabb.

2024-ben a siófoki összes szállásférőhely kapacitás 42%-a kereskedelmi-, 58%-a magán szálláshely volt. 10 évvel korábban a kereskedelmi-magán szállás férőhely arány még 56%-44% százalék volt (a kereskedelmi szálláshelyférőhelyek száma 22%-kal csökkent, a magán szállás férőhelyek száma 38%-kal növekedett).

2010-től a vendégfogadó kapacitás (kiadható szállásférőhelyek száma), Siófokon kismértékben csökkent, de nagyjából hasonló szinten mozog.

Az összes férőhely 2010-ben 26.364 volt 2024-ben pedig 23.842, s ez a szám nagyjából a város állandó lakosság száma körül szóródik, amely 2025 január 1-én 25.043 fő volt. (Ebből adódó becslés szerint a főszezoni hétvégék **vendég száma jó idő esetén meghaladhatja a napi 100-150 ezer főt** is, ha a lakosság számhoz és a „hivatalos” vendégszámhoz még hozzávesszük a saját nyaralójukban (apartmanjaikban) tartózkodókat és a be nem jelentett vendégeket is.

A következő ábra pedig Siófok közelmúltbeli vendégforgalmát mutatja:



(Forrás: Siófok önkormányzatának a 2024-2029-es önkormányzati ciklusra vonatkozó gazdasági programja és fejlesztési terve).

Fontos hangsúlyozni a kereskedelmi szálláshely és magán szálláshely arányváltást.

A KSH adatai alapján 2024-ben összesen 3 millió vendég 8,6 millió vendégéjszakát töltött el a Balaton régió szálláshelyein (kereskedelmi- és magán szálláshelyek összesen). A vendégéjszakák száma 4%-kal haladja meg a 2023-as év hasonló időszakában mért értéket.

A siófoki önkormányzat adóhivatala által nyilvántartott - az idegenforgalmi adó-bevétel alapján számított - vendégéjszakák száma Siófokon 2024. január és december között 1 346 ezer vendégéjszaka volt. Ez meghaladta az addigi rekordév 2023-ban elért eredményét és 23,2%-kal a 2019-es évben (COVID előtti év) keletkezett.

A siófoki vendégéjszakák 61%-a kereskedelmi szálláshelyeken realizálódott, s a vendégéjszakák 67%-a belföldi vendégektől származott, a külföldi vendégéjszakák száma 4%-al régiós átlagot is meghaladóan növekedett.

Siófok legfontosabb küldő országai Németország, Csehország, Szlovákia, Lengyelország és Ausztria voltak. Jelenleg már tudható, **hogy a siófoki vendégéjszakák száma 2025-ben elérte a 1.4 milliót s ezzel a város megőrizte azt a pozícióját, hogy Budapest után a 2. legnépszerűbb magyarországi úti cél maradt 2025-ben is.**

1.2.3. Lakások és üdülők száma

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet egyik kurrens, jelentős társadalmi vitákat kiváltó, azonban a régióban kibontakozó, beruházási kedvet és gazdasági növekedést demonstráló jelensége a tóparton megvalósuló **lakás és üdülőegység építési tevékenység**, amelynek közvetett turisztikai hatása nyilvánvaló.

A BKÜ részesedése az ország teljes lakásingatlan állományának mintegy 3%-át jelenti. Az üdülőkörzet lakásállománya a térség területi változásait is figyelembe véve 2001-ben közel 105 ezer, 2010-ben 121 ezer, **2022 évben 138 511 db, minden eddigénél magasabb.**

2013-tól 2022-ig több mint 10 ezer új lakás és üdülőingatlan épült a térségben, ezek területi eloszlása azonban egyenlőtlen. Települési szinten vizsgálva az elmúlt 5 év lakás és üdülőépítkezéseit alapvetően a városok hangsúlyosak, a városokon belül is ebben az időtávban elsősorban Siófok és Keszthely dominált.

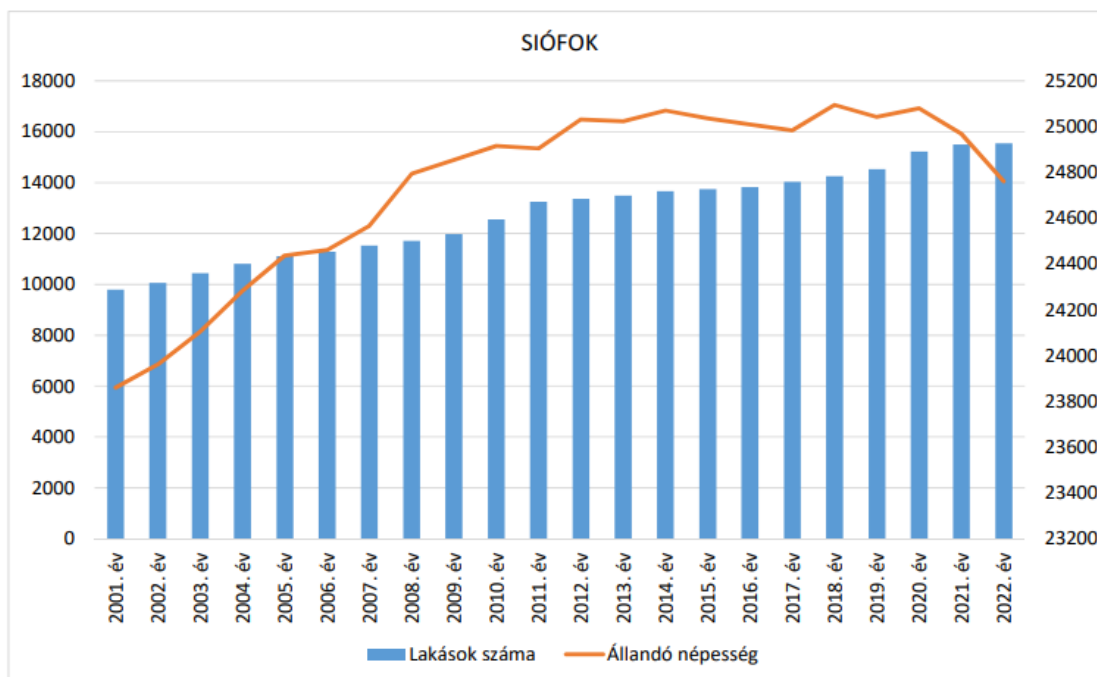
A lakásépítkezési beruházások legnagyobb nyertese Siófok városa. Siófok lakás ingatlanjainak száma 2001-ben még 10 ezer alatt alakult, 2011-ben mintegy 13 ezer, 2022-ben több mint 15 500 volt. Figyelmet érdemel, hogy miközben Siófok lakásállománya évről évre magasabb, a város az utóbbi években népességet veszít. A 2010-es évek második felében Siófok állandó népessége stabilan 25 ezer fő felett alakult. A koronavírus-járvány ideje alatt azonban jelentősen 25 ezer fő alá csökkent a népesség, 2022-ben 24 761 fő, miközben a lakásépítkezések száma folyamatosan emelkedik.

Siófok lakásingatlan számának és állandó népességének alakulása 2001 és 2022 között a következő ábrán látható. Az állandó lakosok száma átmenetileg kismértékben 25 ezer alá csökkent, de azt követően ismét 25 ezer fölé került (ugyancsak kismértékben). Figyelemre méltó, hogy a lakások (és persze üdülők) számának növekedése nem eredményezi az állandó lakosok számának növekedését.

A lakóépületek és üdülőingatlanok arányára utalhat a szezonális és állandó vízbekötésekre vonatkozó arányszám, mely a szolgáltatótól származó adatok szerint 47-53%.

A hivatalos statisztika és az ahhoz kapcsolódó kutatások nem szolgáltatnak adatokkal arra a „népességre”, amelyet jobb híján „nem állandó lakosoknak” lehetne nevezni, akik saját tulajdonú ingatlanjaikban (üdülők és apartmanok) tartózkodnak az év hosszabb-rövidebb időszakában, s életvitelük, fogyasztásuk részben az állandó lakosokéhoz, részben pedig az üdülővendégekéhez hasonló. **Őket a továbbiakban üdülőtulajdonosoknak vagy „rekreációs betelepülőknek” nevezzük.**

A két csoport között jelentős átfedés van: a hagyományos üdülők tulajdonosai késő tavasztól késő őszig általában hétvégén veszik igénybe a nyaralót, míg a – többnyire társas apartman tulajdonosok második lakásként, „kétlaki” módon, hosszabb, összefüggő időtartamban tartózkodnak a városban (home office, digitális nomádok vagy nyugdíjas életszakasz). Az utóbbi évek általános tendenciájaként a digitalizációnak köszönhető, hogy bizonyos szakmákban elválhat a munkahely és a lakóhely földrajzilag is, s ez utóbbi miért ne legyen egy üdülőhely, akár Siófok? **Ezek a jelenségek a jövőbeli turizmus fontos trendjeinek tekinthetők.**



(Forrás: A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet 2023. évre vonatkozó területi monitoring jelentése)

1.3. Korábbi stratégiák Siófok turizmusában

1.3.1. Siófok Turisztikai Koncepció (továbbiakban koncepció)

Felkérés alapján a **Ferling Kft.** készítette el a 2016-2020 közötti időszakra. Mivel ez a stratégiának is tekinthető dokumentum közvetlenül a jelenlegi előtt készült, érdemes (sőt szükséges) értékelni, hogy milyen (akkori) helyzetelemzési megállapításokból indult ki, milyen fő irányokat határozott meg és az elfogadása óta eltelt időszakban mi és hogyan valósult meg ezek közül.

Előre kell bocsátani azonban azt, hogy ennek a **konceptiónak** a megvalósítását nem lehet teljeskörűen értékelni, mivel a **tervezési időszak utolsó két évét beárnyékolta a COVID**, amely a gazdaság egészén belül a turizmust különösen súlyosan érintette.

A koncepció javára írandó a **regionális verseny és együttműködés** szükségességének hangsúlyozása (versenytárs-elemzés, Balaton Kiemelt Üdülőkörzet), és annak felismerése, hogy Siófoknak a **buli turizmust felváltó**, új identitásra van szüksége, bár az kérdéses, hogy mennyire volt általános és szándékolt a „**buli turizmus**” **fővárosává válni**.

A buli turizmus imázsától való elszakadás mellett a város, már a korábbi dokumentumokban is a **szezonálitástól való függőség** csökkentésében fogalmazott meg feladatokat, itt a **konceptió** a **szezonhosszabbítás és/vagy a négy évszakossá válás** dilemmájával szembesült, melyből az ambiciózusabb négy évszakos turizmus került ki győztesen – s tegyük hozzá, hogy helyesen, mert utóbbi magában foglalja az előbbit.

A **konceptió** úgy fogalmazott, hogy a megoldás nem a „tématengelyen, hanem az idő tengelyen van”, vagyis pl. a „téli Balaton helyett” egész éven át a **hétvégékre kell koncentrálni**, s ezzel

nyilvánvalóan a belföldi turizmus erősítésére („**ha hétvége, akkor Siófok**”, ez persze a szezonon kívüli időszakra igaz, az elő- és utószezon még fokozottabb ajánlása mellett).

A témák sem maradnak ki, a **koncepció** javasolja fentieket kiegészíteni éves vagy időszakos téma megjelöléssel (pl. „egészségturizmus éve” vagy „őszi gasztronómiai napok”). A **koncepció** a turisztikai stratégiai célok meghatározásakor a régiót (s így Siófokot első helyen) Közép-Európa **családi célterületeként** határozta meg (ezzel némileg ellenpontozva a buli turisztikai tematikát is). A fő turisztikai termékek: **kerékpáros és vízi és sportturizmus, bor és gasztronómia, támogatott belföldi és ifjúsági turizmus, egészségturizmus, kongresszusi turizmus, kulturális, valamint lovas és golfturizmus.**

Helyénvaló és egyben reális a koncepciónak a város turisztikai jövőképénél tett azon megállapítása, hogy „a fővároson kívül csak kevés település képes éven át sikeres turisztikai kínálatot nyújtani (kiemelkedő, jelentős gyógyvíz, vagy más, egyedi turisztikai attrakció megléte esetén), és Siófok nem tartozik közéjük.

Olyan utazási cél legyen tehát, amely a fent felsorolt turisztikai termékek szerint a „**4 évszak, három nemzedék elv**” jegyében komplex kínálatot fejleszt, s ezzel összhangban alakítja a város turisztikai arculatát, új kommunikációs technológiák és különböző médiatípusok használatával (a közösségi médiák azért nem kerültek kiemelésre, mert 10 évvel ezelőtt még nem lehetett előre látni azt a fejlődést és átalakulást, mely a közösségi médiák terén időközben bekövetkezett).

Konkrét fejlesztési javaslatokat is megfogalmazott a koncepció, pl.:

- **Új képzőművészeti kiállítóhely** létrehozása az egykori kenyérgyár épületének kulturális célú hasznosításával.
- A meglévő **szabadtéri színpad korszerűsítése.**
- Egy **multifunkcionális** (kongresszusi, kulturális és sport) **központ** létrehozása Siófokon.
- **A Petőfi sétány**, mint attrakció **újragondolása** (figyelem, nem megszüntetésről, teljes szakításról van szó itt sem).

Összefoglalva: Siófok város **Turizmusfejlesztési koncepciója** alapvetően helyes irányokat jelölt ki a város számára, elsősorban azért, mert **megmutatta, merre ne menjünk**, (pl. hogy a „buliturizmus” zsákutcájába nem menjünk még beljebb az ezzel kapcsolatos vállalkozói érdekeknek megfelelően). A COVID ugyanakkor leleplezte a turizmus sérülékenységét, az azóta eltelt időszak pedig a turizmus újraépítésével „rekreációjával” telt.

A **koncepció** az akkor létező és a 2005-2007-2014 közötti nemzeti fejlesztési tervek keretei között működtetett **Regionális Operatív Programok** forrásaiban látta egyes fejlesztések megvalósulásának esélyét, s nem a koncepció hibája, hogy a forrás bőség helyett az önkormányzatok egyre inkább forráshiánnyal (és elvonásokkal), a regionális szintű (és decentralizált) döntések helyett pedig egyre erőteljesebb centralizációval és sajátos forráselosztási módokkal találták (és találják) magukat szemben.

A fejlesztési javaslatok többek között fentiek miatt sem válhattak valósággá, a golfturizmussal kapcsolatos elképzelések pedig a forrásigény miatt eleve nem voltak reálisak. Néhány javaslatot azonban megörököltünk: Petőfi sétány újrapozícionálása, szabadtéri színpad új koncepciója stb.

Közben új társadalmi trendek, utazási szokások, nem várt kihívások jelentek meg.

1.3.2. Siófok településfejlesztési koncepciója és integrált településfejlesztési stratégiája

Ez a stratégia és koncepció **2021**-ben készült el. A településfejlesztési koncepció hosszú, 10 évet meghaladó időtávra foglalta rendszerbe az önkormányzat településfejlesztési szándékait.

Az alábbiakban olvasható a koncepció néhány – turizmushoz kapcsolódó – megállapítása.

„Prosperitásának megőrzése és fejlesztése érdekében Siófoknak is számos téren új pályára kell állnia. Ezek közül kiemelkedik a város gazdaságában meghatározó **turizmus fokozatos, innovatív és egyben fenntartható továbbfejlesztése**, a „buliturizmus” központjából a több évszakra kiterjedő, a meglévő adottságokra épülő családbarát, aktív, smart és természetközeli, nagyobb közösségi bevételeket és hasznokat eredményező **minőségi turizmus** irányába való elmozdítása érdekében”. A koncepció a turizmus szempontjából megismétli a turisztikai koncepcióban megfogalmazottakat. Ezek alapján a város **jövőképét** az alábbiak szerint fogalmazta meg:

„Siófok vonzó középvárosként, megtartva hagyományos, mozaikos városi karakterét, de arculatában tovább újulva, gazdaságában megerősödve magas életminőséget, lakó- és munkahelyet nyújt a helyi és térségi lakosság számára, erősíti térségközponti szerepkörét, valamint környezeti adottságait megőrizve és fenntartható módon hasznosítva, egyre magasabb színvonalú szolgáltatásaival, élénk programkínálatával és vonzó attrakcióival nemzetközi és hazai szinten kiemelkedő idegenforgalmi és rekreációs szerepet tölt be.”

A némileg általánosnak tűnő megfogalmazáson túl érdekesség, hogy a koncepcióban hangsúlyosan említik a helyi lakosság és a turisták mellett a **betelepülőket, más helyütt beköltözőket**, akik az évnél csak egy részében tartózkodnak itt.

Siófok „integráló” jellege abban áll, hogy ösztönzi a helyi lakosok és betelepülők együtt élését, erősíti Siófok-tudatukat, a város brandjével való azonosulást úgy, hogy a hátrányos társadalmi csoportok „felzárkóztatására” is figyelmet fordít.

Fontosabb márkáösszetevők: versenyképesség, attraktivitás, fenntarthatóság, élhetőség és a fent említett integráló jelleg.

A koncepció a turizmusban már akkor **érezhető munkaerőhiány** orvoslására a szakképzés fejlesztésre és a munkaerő-mobilitás elősegítésére tett javaslatot. Ugyanakkor a **turizmuson kívüli**, más iparágban történő foglalkoztatás elősegítésére is ajánlásokat fogalmaz meg, természetesen a húzóágazattól nem teljesen függetlenül (**logisztikai, kereskedelmi szolgáltatások kialakítása, ipari park kialakítása**- előbbire utólagosan a Debreceni Egyetemmel kialakított együttműködés az egészség gazdaság területén, utóbbiakra a meg nem valósult ipari park fejlesztés és a keleti városrészben még mindig hiányzó kereskedelem fejlesztés a példák, lásd később a pályázatokról szóló fejezet részt).

A koncepció a turizmus területén a **szolgáltatás - és attrakció fejlesztést** javasolja, (amivel utólag is egyetérthetünk), továbbá célként fogalmazza meg a **turisztikai szektor** minőségének és **kapacitásának növelését**.

Utóbbi, figyelembe véve a közelmúlt negatív, „partbeépítési” tendenciáinak felerősítését, nem javasolt (a „túlépítés” spontán folyamatként érvényesül, mindenképpen növeli a kapacitásokat, akár magánszálláshely értékesítés, akár pedig saját igénybevétel révén, s növeli a zsúfoltságot, tovább terheli az amúgy is elégtelen közműkapacitásokat).

S végül még egy fontos megközelítés a koncepcióból, idézet formájában:” **a policentrikus város** – mint korszerűnek tekintett városszerkezet – azt jelenti, hogy oldani kell a város egyközpontúságát, létre kell hozni az egyes városrészek alközpontjainak rendszerét. Siófok hagyományosan többközpontú. **A policentrikus város alközpontjainak**, a korábban önálló települések központjainak és az egyre népesebb üdülőterületek újonnan kialakítandó központjainak a **feladata elsősorban a környező lakosság és üdülőnépesség alapszintű ellátása**, ezzel a városközpont – és a városközpontba vezető utak – tehermentesítése”.

Ezzel a megállapítással teljes mértékben egyetérthetünk, bár nem a turisztikai stratégia hivatott ezt a problémát orvosolni. Itt kell megemlíteni azt a szakmai javaslatot, mely a policentrikusság szempontjából a **kelet-nyugati tengely megtartása mellett, inkább az észak-déli tengelyt részesítené előnyben**, vagyis a Kiliti alcentrum jellegének erősítését.

1.4. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030

Az aktuális nemzeti szintű turizmusfejlesztési stratégia (NTS2030 Turizmus2.0-Stratégia, NTS2030 Turizmus2.0-Stratégia kiegészítés) című dokumentumok először 2017-ben publikált változatában találhatóak regionális megközelítések a turizmusfejlesztésre vonatkozóan, ezért először ezt érdemes szemügyre venni. Itt **a Balaton, mint kiemelt turisztikai fejlesztési térség** szerepel (más turisztikai térségekkel együtt). Ezeknek a fejlesztési térségeknek a kijelölése (pl. Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térség, vagy a Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség) már szakít a korábbi tervezési-statisztikai régiós szemlélettel (NUTs besorolású nagyrégiók pl. Dél-Dunántúl), megítélésünk szerint némileg önkényes és nem teljes körű, de első helyen említi a Balatont, mint funkcionális (turisztikai jellegű) régiót, ami a korábbi regionális besorolásba nem volt beilleszthető.

A régióban a legnagyobb forgalom – jellemzően a **családi vízparti üdülés** termékkörében – erős szezonálitást mutat. A stratégia első publikálása idején a Balatoni desztináció élményigéreteként a „**Nyári családi vakáció**”, az ősszel és tavasszal elérhető „**Balatoni aktív kikapcsolódás**”, „**Baráti gasztronómiai élmények**”, valamint a „**Hévízi feltöltődés**” turisztikai termékeit fogalmazták meg, a korábban hagyományos turisztikai termékekre utalva.

A térség akkor megfogalmazott „**jövőbeni**” **márkapozíciója** szerint pedig **a Balaton egész éven át** változatos programokat, az egyes évszakokhoz igazodó turisztikai kínálatot ígérő desztinációvá válik.

A **jövőkép** pedig az, hogy a vendégforgalom térbeli és időbeni koncentrációja csökken, köszönhetően a 4 évszakos családi wellness-hoteleknek az infrastruktúra- (úthálózat, vasút, kerékpárutak, e-kikötők) és attrakciófejlesztésnek - így fogalmazott 2017-ben a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia. Az akkor látható „**jövőben**” a **Balaton fő turisztikai terméke továbbra is a vízparti, családi üdülés**, de a „**Balaton egész éven át**” elérhető, tartalmas kikapcsolódást kínáló desztinációvá válhat.

A Stratégia a Balaton a **Balatont célzó GINOP 1.3.4-es pályázati konstrukcióban** megvalósuló fejlesztések megvalósulásától várta a fenti célok elérését.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2021 májusában újult meg (Nemzeti **Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 2.0**) és került kiegészítésre (2023. január), s ezzel az NTS 450 oldal terjedelmű (+ 30 oldal kiegészítés) dokumentummá alakult. A megújult változat a horizontális célokra koncentrált (adatvezérelt ágazatirányítás. NTAK, fenntarthatóság, digitálisan fejlett ágazat stb.).

A Balaton, mint turisztikai régió esetében nem hozott újat, megtartotta, sőt 11 turisztikai térségre bővítette a régiók számát, melyek a 429/2020 számú kormányrendeletben kerültek nevesítésre (429/2020 /IX.14./ Korm. rendelet a turisztikai térségek meghatározásáról), míg a fejlesztések jogi keretrendszerét meghatározó 2016. évi CLVI. törvény a turisztikai fejlesztések állami feladatiról, továbbra is érvényben maradt.

Érdekesség, hogy a 429/2020-as kormányrendelet (módosításokkal hatályos 2025. 07.04-től) a rendelet 2. számú mellékletében (Kiemelt turisztikai beruházások, egyéb, kiemelt turisztikai jelentőségű állami ingatlanok) a Balatoni turisztikai térség esetében **Keszthely** (döntően a **Festetics kastély együttes és park**), **Balatonfüred (Huray villák)** és a **Szántódpusztai Majorsági Épületegyüttes** szerepel.

1.5. Balaton Térség Stratégiai Fejlesztési Programja 2021-2027 és Somogy megye Területfejlesztési Programja 2021-2027

A **stratégiai program** a 2014-ben készült **Balatoni Területfejlesztési koncepciónak** (Balaton Területfejlesztési Koncepció 2024-2030) az új tervezési periódusra felülvizsgált változata, amely 9 prioritásban fogalmazza meg a térség fejlesztési céljait, s melynek víziója, hogy legyen a régió **„a természetesség és magas életminőség egységes közép-európai mintarégiója!”** A turizmus a programban a 6. prioritásként szerepel, lásd a következő, pályázatokról szóló fejezetet.

A Somogy megyei Program turizmus számára megfogalmazott (III. számú) prioritása **Somogy megye turisztikai potenciáljának erősítése**, mely általános célokat fogalmaz meg (értelemszerűen nemcsak a Balaton szempontjából): energia hatékony szolgáltatások, versenyképesség növelése, **a turisztikai mutatók javítása** (vendégszám, vendégéjszaka szám, tartózkodási idő növelése)

1.6. Turizmus fejlesztést szolgáló térségi pályázatok

Fenti Balatoni Térségi Stratégia elkészültével összhangban került elfogadásra a 2018-tól érvényes a „Balaton kiemelt fejlesztési térség fejlesztése és pozicionálása” című pályázat (GINOP-1.3.4-17-2018-0001) **az aktív turizmus, a kulturális turizmus, egészségturizmus, családi turizmus, valamint a bor- és gasztronómiai turizmus** turisztikai termékcsoportok fejlesztésére.

Ennek folytatásaként a kormány az 1685/2022. (XII.28.) számú Kormányhatározattal fogadta el a **Balaton Kiemelt Térség Hosszú távú Fejlesztési Koncepcióját, Stratégiai és Operatív**

Programját, amelyet a Balaton Fejlesztési Tanács az 1996. évi területfejlesztésről és területrendezésről szóló törvény alapján készített és fogadott el.

Az Operatív Program 6. prioritása volt a turizmus („Élményt adó Balaton”) s ezen belül pedig az

- **attrakció fejlesztés,**

- **szálláshelyek és szolgáltatások fejlesztése, valamint**

- **a turisztikai menedzsment fejlesztés** (TDM-ek, vagyis Turisztikai Desztináció Menedzsment szervezetek létrehozása) volt a leghangsúlyosabb.

1.6.1. Siófok, mint a turisztikai fejlesztési pályázatok nyertese

A Terület- és Településfejlesztési Operatív programok keretében Siófok városa 2014 és 2021 közötti, valamint a 2026-ig tartó tervezési időszakokban az alábbi pályázatokon vett részt és nyert fejlesztési forrásokat.

1.6.1.1. Korábbi fejlesztések

Turisztika programnak tekinthető **a Közlekedési Operatív Programból** konzorcium formájában megvalósult **Siófok-Ságvár kerékpárút-létesítés (2015)**. A projekt keretében megvalósult kerékpárút a Balatoni körúthoz kapcsolódik, és így hozzájárul a települések, a térség turisztikai vonzerejének növekedéséhez (támogatási összeg 104.421.097 Ft).

2020-ben kezdődött el Siófok **déli városrészében a csapadékvíz-elvezetés** kiépítése, melyhez a város biztosított a beruházáshoz szükséges több mint 500 millió forintnyi önerőt és felhasználta a még 2017-ben elnyert 200 millió forintos pályázati támogatást.

Ugyancsak 2020-ben döntött a város arról, hogy, mintegy 1.8 milliárd Ft-ot meghaladó projekt keretében a Kiliti városrésztől délre egyharmadnyi támogatással **ipari parkot létesít**, melytől azonban, elsősorban a COVID-nak köszönhető pénzügyi bizonytalanság miatt a város elállt s az elnyert támogatásról (660 millió Ft) lemondott.

Részben turisztikai hatású **„Az infrastruktúra és a zöldterület felújítása, valamint gazdaságélénkítés megvalósítása Siófok Ezüstpart városrészben”** című projekt (2020), amely a Jubileum tér és környékének felújítását jelentette, többek között **a helyi termelők részére piaci terület, illetve közösségi célokat szolgáló szabadtéri színpad kialakításával** (a szerződött támogatás összege 200 millió Ft).

Nem közvetlen turisztikai hatású a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program 7. prioritásához kapcsolódó a „helyi közösségek részvételének és tudatosságának fokozása” pályázati cél keretében megvalósult **Civil Ház** (2022, szerződött támogatási összeg 140.247.403 Ft volt).

A **Strandfejlesztési program** (2022) keretében a város közel 100.000.000 Ft vissza nem térítendő pályázati forráshoz jutott (Sóstói strand, Nagystrand, Aranypart-szabadstrand, Ezüstpart-szabadstrand, Újhelyi strand és Sóstói strandok). Ezek a fejlesztések közvetlenül emelték a szolgáltatások színvonalát.

A közelmúlt alábbi pályázati fejlesztései a turizmushoz közvetlenül kapcsolódva szolgálták (illetve szolgálják majd) attrakció fejlesztés révén a város vonzerejét.

1.6.1.2. A Rózsakert és az Isztria sétány fejlesztése (TOP_PLUSZ-1.2.1-21-SO1-2022-00001, 2025)

A projekt keretében megújult Siófok város ikonikus partszakasza a **Rózsakert és az azt déli oldalról övező Isztria sétány**.

A partszakasz felújítása, a Rózsakert újjászületése – mint ahogy az a kérdőíves kutatás később ismertetésre kerülő értékeléséből kiderül – **igazi turisztikai attrakcióvá** tette a városnak ezt a részét, amelyet mindenkinek, aki Siófokon tartózkodik, látnia kell (s így a „must see”- látni kell – nem hivatalos kategóriába került). A szerződött támogatás összege 406 600 000,- Ft volt.

1.6.1.3. Siófok Orgona utcai strand fejlesztése (TOP_PLUSZ-1.1.3-21-SO1-2022-00014, 2024)

A város nyugati partszakaszán került sor az orgona utcai szabad strand fejlesztésére (Bimbó utca), amely a **természetes fürdőhelyek infrastruktúrájának fejlesztése** program keretében valósult meg. A szolgáltatás keretében egy játszótér, kettő mosdó, három öltözőhenger, egy vízibicikli kölcsönző és a bejárat melletti büfék létesítése történt meg. A szerződött támogatás összege 200 030 080,- Ft volt.

1.6.1.4. A Krúdy sétány fejlesztése (TOP_PLUSZ-1.2.1-21-SO1-2022-00009, várható befejezés 2026 ősz)

A projekt keretében megújul a Krúdy sétány a kikötőtől délre a Sió csatorna keleti partján, mintegy a Rózsakert folytatásaként. **A terület** a gépjármű forgalom kizárásával **sétánnyá** alakul, ahol a nyári hőség enyhítésére zöldszigetek kerülnek kialakításra. A sétányon egy, a Sió-csatornára néző vízi színpadhoz tartozó nézőtér kerül megépítésre. A három projekt közül ennek az összege a legmagasabb: 994.030.000,- Ft.

1.6.1.5. A Galerius élményfürdő újrainyitása (TOP_PLUSZ-6.1.3-21-SO1-Helyi- és térségi turizmusfejlesztés)

900 millió Ft támogatást nyert el Siófok a Galerius fürdő turisztikai fejlesztésére (döntően az újrainyitás műszaki feltételeinek megteremtésére). Terület-és Településfejlesztés Operatív Program keretében. A fejlesztéssel tovább javul a térség és a település versenyképessége, illetve csökken a szezonális. A nyitás várható időpontja március vége.

Összességében a Balatoni Integrációs Kft-től kapott kimutatás szerint Siófokon hazai és uniós forrásokból 2010 és 2025 között 582 db pályázat részesült összesen 67,1 MRD Ft támogatásban. Siófok városa által megvalósított, a Balaton Fejlesztési Tanács által támogatott projektek összege pedig 473,2 millió Ft volt, melyhez további, közbiztonságot szolgáló fejlesztésekre adott közel 100 millió Ft támogatás – szintén BFT – egészített ki (a támogatások részletezését a külön csatolt mellékletben találjuk).

2. Makró és trendkörnyezet

2.1. Makro- és trendkörnyezet – belföldi és nemzetközi turizmus

Az elmúlt években a turizmus globális környezete jelentősen átalakult, amit gazdasági, társadalmi és technológiai folyamatok egyaránt formálnak. A nemzetközi turizmusban erősödik a **biztonság, elérhetőség és ár-érték arány** szerepe, miközben a látogatók egyre inkább a **rövidebb, de gyakrabban ismételt utazásokat**, illetve a **tartalmas, élményalapú desztinációkat** részesítik előnyben.

Ezt erősítette az utóbbi évtizedek **mobilitási „forradalma”**, a fapados légitársaságok elterjedése, a **„shared economy”**(oszd meg másokkal is, amid van s kerül ki a közvetítőket, lásd Airbnb) jelensége és a már említett **digitalizáció**. Mindez elsősorban a **városlátogató** turizmusnak kedvez, s nem favorizálja a hagyományosan hosszabb tartózkodási időre berendezkedett üdülő jellegű célterületeket. **A Balaton és így Siófok számára tehát az új trendekhez való alkalmazkodás kulcskérdés.**

A digitalizáció felgyorsulása nyomán a döntéshozatal és az élményfogyasztás is online térben zajlik: a felhasználói értékelések, közösségi média-jelenlét és mobilbarát szolgáltatások alap követelménnyé váltak.

A nemzetközi trendekben kiemelten jelen van a **fenntartható és felelős turizmus iránti igény**. A látogatók egyre inkább keresik a természetközeli, aktív, helyi értékeket bemutató termékeket, miközben érzékenyebbek a környezeti terhelésre és a túlszűfoaltságra. Emellett megfigyelhető a **wellness-, egészség- és slow-turizmus** térnyerése, valamint a kulturális és gasztronómiai élmények felértékelődése. **Ezek a folyamatok Siófok számára lehetőséget jelentenek a szezon meghosszabbítására és a kínálat diverzifikálására.**

A belföldi turizmusban tovább erősödik a **Balaton kiemelt szerepe**, ugyanakkor a kereslet szerkezete átalakul: a fiatalabb generációk rugalmasabb, élményorientált, program gazdag tartózkodást várnak, míg a családok és idősebb korosztály a **kényelmes, biztonságos, családbarát szolgáltatásokat** részesíti előnyben. A **rövid hétvégi utazások, hosszú hétvégék** szerepe nő, ami egész éves kínálatfejlesztést tesz szükségessé.

A munka- és életmódváltozások — például a **hibrid munkavégzés elterjedése** — új piaci szegmenseket hoznak létre, mint a workation (a work – munka és a vacation - vakáció szavak összevonásából adódó kifejezés) és az év közbeni szezonon kívüli tartózkodások (digitális nomádok). Ezzel párhuzamosan nő az igény a **jó megközelíthezősége, digitális infrastruktúrára és kényelmes városi környezetre**. Siófok a budapesti agglomeráció „legnyugatibb” települése, amellyel, hogy természetesen továbbra is a Balatoni régió része, sőt kapuja.

A makro- és trendkörnyezet arra mutat, hogy a sikeres desztinációk azok lesznek, amelyek **fenntartható módon kombinálják az üdülési élményt, az aktív és kulturális programkínálatot, a minőségi szolgáltatásokat és a digitális jelenlétet.**

Siófok számára mindez egyértelmű stratégiai irányt jelöl: a klasszikus nyári üdülőprofil megtartása mellett a **négy évszakos, élményalapú, minőségvezérelt** turizmus erősítését, javítani a kevésbé zsúfolt, főszezonon kívüli kényelmes, hétvégi (turisták), vagy hosszabb idejű (rekreációs betelepülők) tartózkodás élményét.

Siófok szempontjából a makro- és trendkörnyezet azt jelzi, hogy a jövőben azok a desztinációk lesznek versenyképesek, amelyek **kiegyensúlyozott módon képesek ötvözni a vízparti üdülőprofil erősségeit a négy évszakos, minőségvezérelt, fenntartható turizmusfejlesztéssel.** A stratégiai irányok meghatározásában ezért kiemelt szerepet kap **az attrakció fejlesztés, a szezonhosszabbítás, a látogatóélmény minőségi fejlesztése és a desztináció menedzsment,** valamint a **rekreációs betelepülők**re irányuló nagyobb figyelem.

2.2. Trend- és stratégiai következtetések Siófok számára

A bemutatott nemzetközi és belföldi turisztikai trendek alapján Siófok számára egyértelműen kirajzolódik a **minőségorientált, élményközpontú és fenntartható desztináció fejlesztés szükségessége.** A szezonális csúcsidőszakokra épülő klasszikus üdülőprofil önmagában nem biztosít hosszú távú versenyképességet; a város sikerének kulcsa a **termékstruktúra sokszínűsítése,** a vállalkozói és közösségi együttműködések erősítése, valamint a **négy évszakos kínálat tudatos bővítése.**

A keresleti változások – különösen az élményorientált, rövidebb tartózkodások, illetve a hibrid munkavégzésből fakadó új utazási minták – felértékelik a **rugalmas programkínálatot, a magas színvonalú városi szolgáltatásokat és a digitális hozzáférhetőséget.** Siófok számára ez egyaránt jelent fejlesztési lehetőséget (pl. workation-barát szolgáltatások, kulturális- és rendezvény portfólió erősítése).

A fenntarthatósági és társadalmi érzékenységi trendek arra mutatnak, hogy a jövőbeli fejlesztéseknek **kiegyensúlyozott módon kell kezelniük a látogatói terhelést, a helyi életminőséget és a környezeti szempontokat.** A felelős desztináció menedzsment – különösen a látogatásmenedzsment, a közlekedési és vízpart-használati szabályozás, valamint a helyi közösségek bevonása (integráló jelleg) – a stratégia meghatározó pillérévé válik.

A fenntarthatóság témakörében lásd a „Tolerálható terhelés mértéke” című részt.

2.3. SWOT-elemzés – Siófok turizmusának stratégiai környezete

Erősségek

- Kiemelkedő természeti adottságok és vízparti elhelyezkedés, erős országos és nemzetközi márkaismertség.
 - Fejlett turisztikai infrastruktúra a főszezonban (szálláshely-kapacitás, vendéglátás, strand- és szabadidős szolgáltatások).
 - Jó közlekedési elérhetőség a fő küldő terület (Budapest) viszonylatban, de országosan is (vasút, közút), regionális központi szerep a Balaton déli partján.
 - Stabil, visszatérő vendégkör a belföldi piacon, magas ismertség a családi és nyári üdülőszegmensben.
 - Vonzó helyszín a nyugdíjas évekre.
 - Jelentős rendezvény- és esemény kínálat szezonon kívül is.
 - Erős vállalkozói jelenlét, turisztikai szolgáltatói háló és együttműködési potenciál.
-

Gyengeségek

- Erősen szezonális kereslet- és bevételszerkezet, a kapacitások alulhasznosítása az év nagy részében.
 - Csúcsidőszakban túlterhelt közterületek, közlekedés és más infrastruktúra szempontjából; időszakos „zsúfoltságélmény”.
 - A turisztikai termékstruktúra részben egyoldalú (nyári vízpart-fókusz), még mindig korlátozott négy évszakos kínálat.
 - Heterogén szolgáltatásminőség és vendégélmény, hiányos egységes desztinációs arculat.
 - A „buliváros” kép él tovább: részben már pozitív, de korlátozó.
 - Nem eléggé egységes még a városi márká kommunikáció.
 - Korlátozott digitális integráció és adatvezérelt desztináció menedzsment-gyakorlat.
 - A helyi közösség terheltsége a turisztikai csúcsidőszakban, érdek feszültségek (lásd a”Tolerálható terhelés mértéke” című részt).
-

Lehetőségek

- 4 évszakos jelenlét a kulturális, egészség-, aktív- és slow-turisztikai termékek fejlesztésével (a slow turizmus tudatos, rohanásmentes utazási forma, amely a minőségi élményekre, a helyi kultúra mélyebb megismerésére és a környezettudatosságra fókuszál. Célja a pihenés, a környezet terhelésének csökkentése, pl. vonat, kerékpár használata, és a fenntarthatóság).
- Workation, hosszabb tartózkodások és szezonon kívüli utazások bővülő piaci szegmense.
- Fenntartható és felelős turizmus iránti kereslet növekedése, zöld mobilitási és látogatásmenedzsment-megoldások bevezetése.
- Digitális turizmus, online értékesítés és adatvezérelt marketing.
- Regionális együttműködések erősítése Siófok környékén és a Balaton térségében (tematikus útvonalak, programcsomagok, összehangolt promóció, közös Balaton márká)

építés). Együttműködés a VisitBalaton365 regionális desztinációs menedzsment szervezettel.

- Minőségfejlesztési programok, szolgáltató-képzések, vendégélmény-szabványok bevezetése, vendégelégedettség mérés.

Veszélyek

- A turisztikai kereslet nemzetközi és gazdasági ingadozása, költségérzékenység növekedése.
- Fokozódó verseny hazai és külföldi desztinációkkal, erősödő minőségi elvárások.
- Környezeti terhelés, klímaváltozási kockázatok és a vízparti területek sebezhetősége (beépítése).
- A zsúfoltság és a lakossági terhelése márkarontó hatású lehet.
- Munkaerő-megtartási nehézségek a szezonális foglalkoztatási struktúrában.

Kapcsolódás a SWOT (magyarul EGYLV) - elemzéshez (összefoglaló stratégiai keret)

- **Erősségekhez kapcsolódó trendek**

A vízparti adottságok, a márkaismertség és a meglévő turisztikai infrastruktúra jól illeszkedik a természet közeli, élmény- és wellness-orientált keresleti irányokhoz, amelyek megfelelő fejlesztésekkel **a szezonhosszabbítás motorjává válhatnak.**

- **Gyengeségek és kihívások**

A szezonális terheltség, a csúcsideőszakos zsúfoltság és a termékstruktúra részleges egyoldalúsága a trendek tükrében **versenyhátrányt eredményezhet**, ha nem párosul kínálat színestéssel és minőségfejlesztéssel.

- **Lehetőségek**

A digitális turizmus, az aktív-, kulturális- és slow-turizmus, valamint a workation és az évközi utazások térnyerése **új célcsoportok és bevételi források bevonását** teszi lehetővé (Ehhez járulhat a rekreációs betelepülők szabadidős, aktív- és rendezvény turizmushoz kapcsolódó fogyasztásának ösztönzése is).

- **Veszélyek**

A beutazó turizmus sebezhetősége, a költségérzékeny kereslet és a fokozódó desztinációs verseny. Kevésbé környezettudatos fejlesztések térnyerése illetve folytatódása.

2.4. Kutatás és a kutatás módszertana

A Turizmusfejlesztési Stratégia megalapozásához végzett **primér kutatás** 4 fejezetre oszlik, a stratégia végrehajtásában érdekelt, némileg eltérő (és részben egymást is fedő) prioritásokkal rendelkező négy célcsoport alapján (a zárójelben lévő számok a kitöltések számát jelölik):

- állandó lakosok (192)
- városlátogatók (belföldi turisták) (77)
- nyaralótulajdonosok (118)
- a turizmusban érdekelt vállalkozók (60)

E célcsoportok helyzetértékelését és javaslatait kérdőíves kutatással igyekeztünk feltárni, ahol a válaszadás önkéntes alapon történt. A kérdőíveket s a kérdésekre adott válaszok teljes körét jelen stratégia melléklete tartalmazza. A kérdések nagy része (a feldolgozást segítő) az 5-ös **Likert skálán** bejelölhető válaszlehetőséget tartalmazott vagy feleletválasztós volt s a kérdéssor természetesen célcsoportonként is különbözött. A válaszolóknak ugyanakkor lehetőségük volt nyílt kérdésekre válaszolva szabadon kifejteni véleményüket és javaslatukat. Az alábbiakban célcsoportonként elemezzük a kérdőíves kutatás eredményeit.

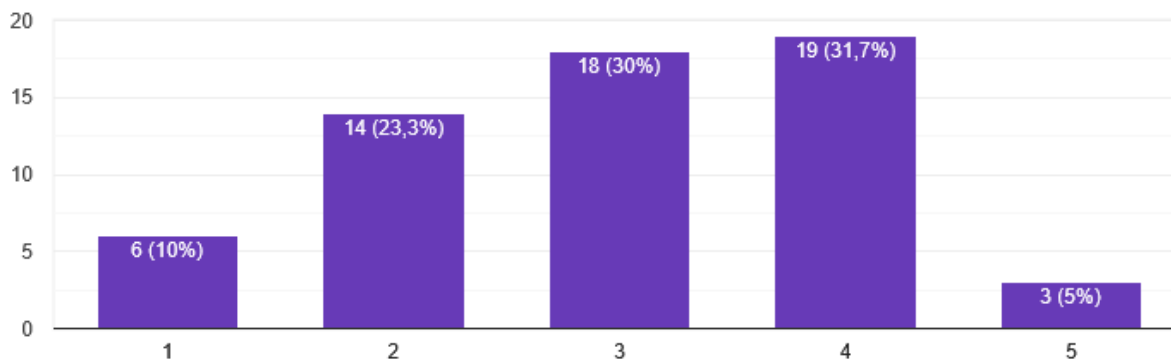
2.4.1. Szolgáltatói megkérdezés eredményei

A kérdésekre 60 megkérdezett válaszolt, közülük a legtöbben szálláshely szolgáltatók voltak. A válaszadók csaknem fele 4 évnél hosszabb, de 10 évnél rövidebb ideje tevékenykedik vállalkozóként a városban. Ugyanez az arány a csak szezonálisan működők esetében is. **A válaszolók közül 28-an gondolják úgy, hogy a turizmus üzleti környezete s maga a turizmus kiszámítható a város szempontjából.**

A helyi rendezvények gazdasági hatását illetően már „egyenletesebb” volt az eloszlás: 4-es, 3-as és 2-es osztályzatot adott a válaszadók 35, 28 és 23 %-a (a százalékok a könnyebb áttekinthetést szolgálják, annak ellenére alkalmazzuk, hogy 100-nál kisebb sokaságból nem "illik" százalékot számolni). **A visszatérő vendégek aránya közepes, s a vállalkozások által érzékelt konkurencia nyomása is közepesen erős.**

Arra a kérdésre, hogy „Mennyire érzi úgy, hogy Siófok önkormányzata támogatja a helyi turisztikai vállalkozásokat”, a válaszadók zöme a skála alsó felében adott osztályzatot (1-est, 2-est és 3-ast). Siófok városmarketing tevékenységével a válaszadók közepesen elégedettek, az egységesülő Siófok márka arculati elemeit a többség nem ismeri, és nem is használja saját üzleti kommunikációja során. Többségük szívesen használna egy **egységes városi turisztikai applikációt vendégélmény növelés és információátadás céljából** (ez egyébként a többi csoport esetében is erős támogatást kapott).

A város infrastruktúrájával (közlekedés, parkolás, közszolgáltatások) inkább elégedettek, mint nem, az arányokat az alábbi ábra mutatja (5-ös: nagyon elégedett, 1-es: egyáltalán nem elégedett):



A szezonális munkaerőhiány erősen érezhető. A jogszabályok és a szabályozási környezet közepesen támogató (s itt nem elsősorban a városi szabályokról van szó), a helyi turisztikai képzés erősítését, illetve az erre vonatkozó igényt a többség 3-as, 4-es, 5-ös osztályzattal támogatja.

Arra a kérdésre, hogy „Mennyire tartja fontosnak a helyi közösségekkel való harmonikus együttélést a turizmusban”, a válaszadók túlnyomó többsége 4-es, 5-ös osztályzatot adott.

A szolgáltatói kérdőív 4 nyílt kérdést tartalmazott:

1. Ön szerint mi lenne a kulcsa a hosszabb tartózkodási idő, magasabb vendégszám és költség elérésének Siófokon? Erre a kérdésre több, mint 50 – változó tartalmú és hosszúságú, néha egymásnak is ellentmondó – válasz érkezett, közülük néhányra itt érdemes kitérni.

- **Átfogó turisztikai stratégia**, amely a várost a nyári 2 hónapon kívüli is vonzóvá teszi a turisták számára,
- Az **éttermek, vendéglátóhelyek legyenek nyitva április 1-től október 31-ig**, ez segítené a **szézon elnyújtását**.
- A vendégek folyamatosan keresnek **játszótereket** kisgyermeknek.
- **Kevesebb új szálláshely. Túlkínálat van!**
- **Balaton** minden szezon előtti sajtóbeli”lehúzásának” ellensúlyozása. **Árvaszúnyog invázió** kezelése.
- **Több vendég jön kisállattal - kutyás strand** létesítése.
- A **Petőfi sétány**, és annak szórakoztató jellegének megtartása, fejlesztése.
- A **buliturizmus teljes felszámolása** és egy Balatonfüredéhez hasonló turisztikai stratégia kialakítása, mely a tehetősebb turistákat vonzaná.
- „**Sétálható**” **belvárosi útvonal kialakítása a „Balaton Boulevard”**: a víztoronytól egy új Kálmán Udvaron keresztül a Mártírok útján át egészen a zsilipig, majd a Rózsakertig.
- Egy **városi mobilapplikáció** bevezetése.
- Több, új attrakció, **aquapark**, vidámpark.
- stb.

2. Milyen marketingtámogatást tartana leghasznosabbnak vállalkozása számára?

- Nem marketingtámogatás kell, hanem „szűnyogrendezés”.
 - Egy oldal, ahol az összes siófoki szállásadó megtalálható képpel és elérhetőséggel.
 - Legyen végre többnyelvű önálló turisztikai honlap és applikáció.
 - Egységes digitális platform, amin egyszerűen, átláthatóan és tematikusan tud tájékozódni az érdeklődő.
- stb.

3. Milyen jellegű támogatásra lenne szüksége a vállalkozásának? (pl. felújítás, technikai fejlesztés)?

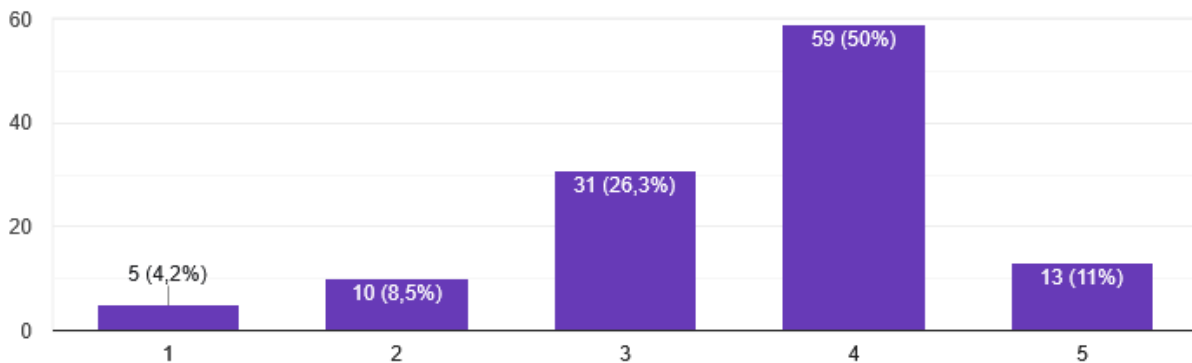
- Közterületeken “szűnyoggyűjtő” lámpák felállítása.
 - Szabadstrandi infrastruktúra fejlesztés.
 - Élelmiszerbolt a szabadi-fürdői részen.
 - Szakmai és pályázati tanácsadási támogatás.
 - Szálláshely minősítésre való felkészítés. A vendegem.hu összekapcsolása az IFA bevallással (online bevallás és adókimutatás).
- stb.

4. Hogyan látja vállalkozása jövőjét 5–10 év múlva Siófokon belül?

- Bizom abban, hogy a magánszálláshelyeknek 5-10 év múlva is lesz jövője.
 - Remélem, hogy még inkább vállalkozásbarát lesz a város.
 - Mivel a város az elmúlt 5-10 évben egyértelműen stagnált, a városvezetés az üzemeltetési feladatait minőségi módon látja el, de gyakorlatilag nincs hosszú távú, stratégiai fejlesztés, így a helyi vállalkozások sem tervezhetnek jelentős fejlesztést.
- stb.

2.4.2. Nyaralótulajdonosi megkérdezés eredményei

A kérdőív kitöltésére **118-an** vállalkoztak. Életkorukat tekintve a **többség 45 év feletti volt**, főként aranyparti (48) és ezüstparti (51) nyaralók (és persze apartmanok) tulajdonosai. A város megjelenésével és a városképpel (nem a marketing arculat szerinti városkép) való általános megelégedettségüket az alábbi ábrán láthatjuk:



Nagyjából hasonló arányokat mutattak a város (többiekétől) megkülönböztethető, marketing szemléletű arculatára vonatkozó válaszok. Az élethetőségre adott válaszok a 3-as és 4-es

osztályzat körül szóródtak erőteljesebben, a közbiztonságot a többség 4-esre értékelte, de itt magasabb volt a jeles osztályzatok aránya.

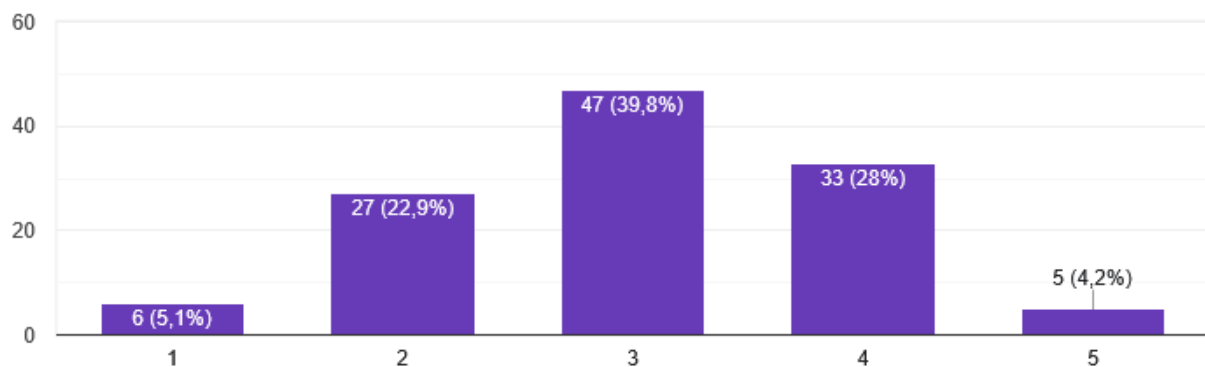
Mivel nekik Siófokon van nyaralójuk vagy itt vásároltak üdülőt, nem meglepő, hogy a „Mennyire érzi jól magát Siófokon?”kérdésre a többség (74 %) 4-es és 5-ös osztályzatot adott.

A nyaralótulajdonosok **Siófok erősségeit** hosszan sorolták (több, mint 30 különböző vonzerő), ami önmagában is beszédes. Néhány – többször is említett – erősség a teljesség igénye nélkül az **1. nyílt kérdésre** adott válaszok közül:

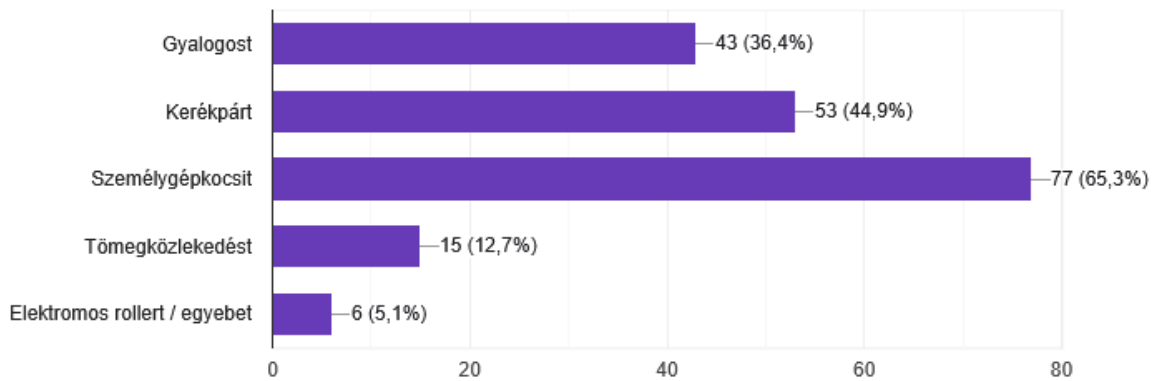
- *Könnyen elérhető, jó a közlekedés,*
- *Közel van Budapesthez,*
- *Gyerekbarát fürdőhely,*
- *Riviéra érzet, télen-nyáron élhető város,*
- *Minden korosztály számára található **program, sok lehetőség,***
- *Plázs és a kikötő,*
- ***Különleges fekvése és helyzete az egyediségekkel** (pl. víztorony, Sió-zsilipek, vízparti hangulat), stb.*

Persze nem mindenki volt elégedett, de ez volt a kisebbség, pl. volt olyan vélemény, „*hogy itt van nyaralóm, amíg el nem adom*”; „*hogy csak azért előnyös, mert könnyen elérhető*”.

A városban belüli tömegközlekedésre a többség 3-as 4-est adott. **az úthálózat és a parkolók állapotával, valamint a parkolási lehetőségekkel való elégedettséget az alábbi ábra mutatja.**



A városban való eligazodás jó osztályzatot kapott. Fontos volt rákérdezni a városban belüli közlekedési módokra (tekintettel a 17 km hosszú partszakaszra és arra, hogy a nyaralótulajdonosok többsége a városközponttól viszonylagos távolságra lakik s vannak köztük „peremvidékiek” is. Mint látható, itt több választ lehetőséget is meg lehetett jelölni).

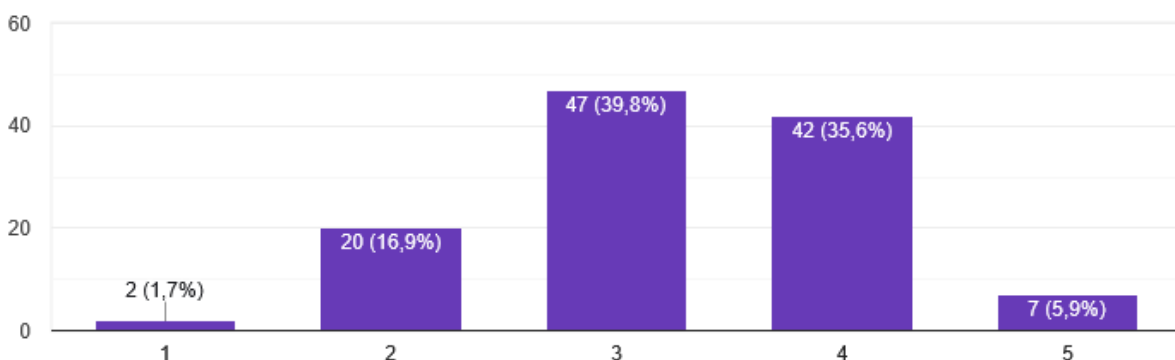


Jellemző a személygépkocsi használók magas, a tömegközlekedést használók alacsony aránya, mely a sajátos településszerkezet következménye.

A nyaralótulajdonosok közlekedéssel kapcsolatos nyílt kérdése (2. számú) az alábbi volt:” **Milyen közlekedési és infrastrukturális fejlesztést/fejlesztéseket tartana a legfontosabbnak Siófok számára?** Erre több, mint 80-an fogalmazták meg (természetesen részben átfedő javaslatokat), s ez már önmagában is a téma kiemelt voltát mutatja.

- **Várost elkerülő út a 65-ös út felé.**
 - **Szezonon kívül** nehezen lehet a siófoki vasútállomásról az Ezüstpartra **tömegközlekedéssel** eljutni. **Vonat** alig áll meg **Balatonszéplakon.**
 - **Helyi járatok bővítése idényen kívül** is, akár kisebb buszokkal.
 - **Nyilvános WC-k** a balatoni kerékpárút út mellett.
 - **A kikötő környékének autómentesítése**, további parkolók létesítése a főszezonban.
 - **Aranyparti sétány felújítása, közvilágítással való ellátása,**
 - **Szabadi-fürdőn az Állomástér utca és a 7-es út kereszteződésében lámpás forgalomirányítás** lenne szükséges.
- stb.

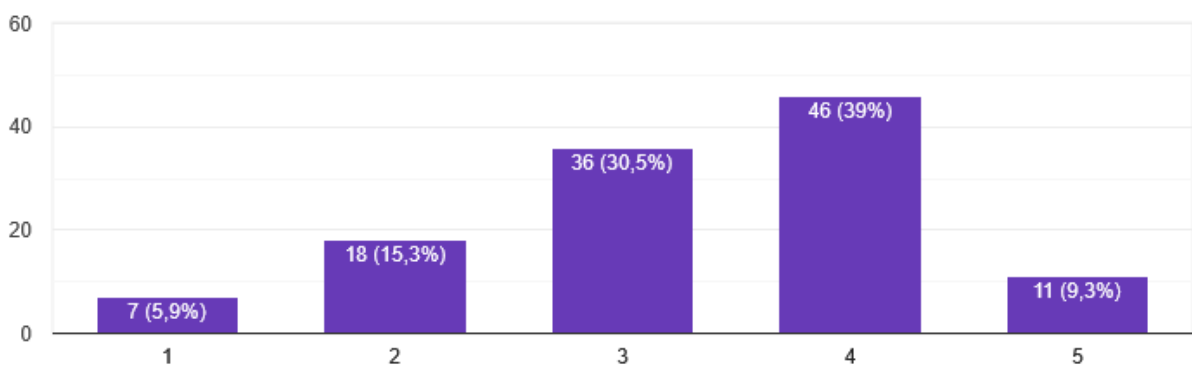
A természeti értékek megbecsülésével, a kulturális programkínálattal, a városban történő eligazodást segítő információkkal többnyire elégedettek a nyaralótulajdonosok, a történelmi és épített örökségek turisztikai hasznosítására az alábbi értékelést adták (következő ábra):



A „**Milyen programmal, látnivalóval vagy szolgáltatással tenné még vonzóbbá Siófokot?**”3-as számú nyílt kérdésre is sok javaslat érkezett, közülük néhány itt olvasható:

- Rendszeres időközönként tematikus **piaci napok** (őstermelők, kézművesek, stb.),
- Több kiállítás és városi séta,
- Több vízi program, vízi étterem,
- Vízügyi, (hajózási múzeum) létrehozása,
- Vízi vidámpark,
- Több gasztronómiai program ősztől tavaszig,
- Kutyafuttató, kutyás strand,
- Hangversenyek,
- stb.

A kérdőív tartalmazott még kérdést a város **turisztikai versenyképességére** (több. mint 70 % 3-as, 4-es osztályzatot adott), a szolgáltatások **családbarát jellegére** vonatkozóan (inkább jónak értékelték), a városi **strandok állapotával** való elégedettséget az alábbi ábra tartalmazza:



Tanulságos végig olvasni az alábbi **(4. számú) nyílt kérdésre** adott válaszokat, melyből nem vonható le általánosítható következtetés, hisz a tulajdonlás időtartama értelemszerűen változó: **„Ön szerint mennyit és miben változott Siófok turizmusa, mióta itt nyaralótulajdonos?”**

A válaszadók a sportolási lehetőségeket közepesre, **az egészségügyi szolgáltatásokat** többségében közepesre és jóra értékelték. Érdekes, hogy a bevásárlási lehetőségek nem kielégítő voltát több helyen is megfogalmazzák (pl. a javaslatok között), az összesítő értékelésben azonban a 3-as, 4-es és 5-ös osztályzat lefedi a válaszok 80 %-át, ahol a 4-es a vezető.

Hasonló a helyzet (bár nagyobb a szórás) a közszolgáltatásokkal való elégedettségénél is (szemétszállítás, közvilágítás). A **közszolgáltatások fejlesztésére vonatkozó javaslatok** közül itt most az alábbiakat emeljük ki:

- Zajvédelem a Pláznál,
- SOS egészségpontok felállítása,
- Több szemetes kihelyezése a parton (a város a turizmusból él),
- Költsünk többet az Ezüst- és Aranypartra,
- stb..

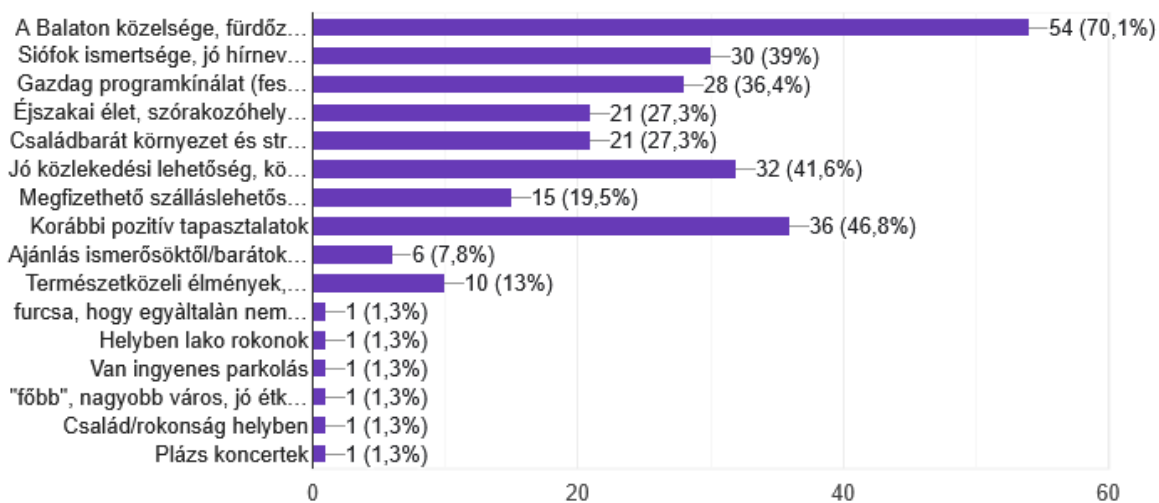
2.4.3. Városlátogatók (belföldi turisták) megkérdezésének eredményei

Sajnos a **turisták célcsoport volt a legkevésbé „aktív”** a kitöltések számát illetően (77 válaszadó), egyrészt mert a vállalkozói célcsoport más jellegű, a városlátogatókat elérni pedig

nem volt egyszerű, (különösen a külföldieket), lévén, hogy nem volt adatbázisuk. Ennek ellenére voltak érdekes megállapításaik.

A küldő terület megyei bontása nagyjából egyenlő eloszlást mutatott, **a relatív többség Budapestről** érkezett. A városképre, a város hangulatára, turisztikai arculatára vonatkozó válaszok, sőt még a főszezonon kívüli lehetőségek értékelése is a 4-es és 5-ös osztályzat révén adták a többséget, ami nyilván azt a hatást is tükrözi, hogy a válaszadó utazási döntését utólagosan is igazolni kívánja. De mindenképpen pozitívabb benyomásról adnak számot, mint a másik, a nyaralótulajdonos célcsoport.

Az utazási döntés motivációi között (strandok, ismert fürdőhely, Budapest közelsége), jó pontszámot kapott a „**korábbi pozitív tapasztalatok**” válasz, ami **a visszatérők relatív magas arányát** mutatja a kitöltők között (lásd a következő ábrát, kár, hogy a külföldiek esetében nincs ilyen összehasonlító adat).

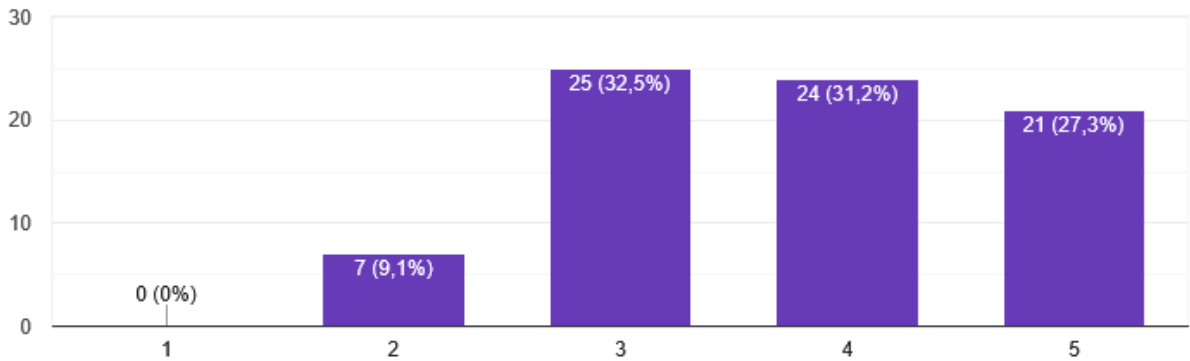


A komfort és biztonság-érzet hasonlóan pozitív értékelést kapott, mint, ahogy azt a városképre és a város – turisztikai - hangulatára vonatkozó válaszok is tükrözték.

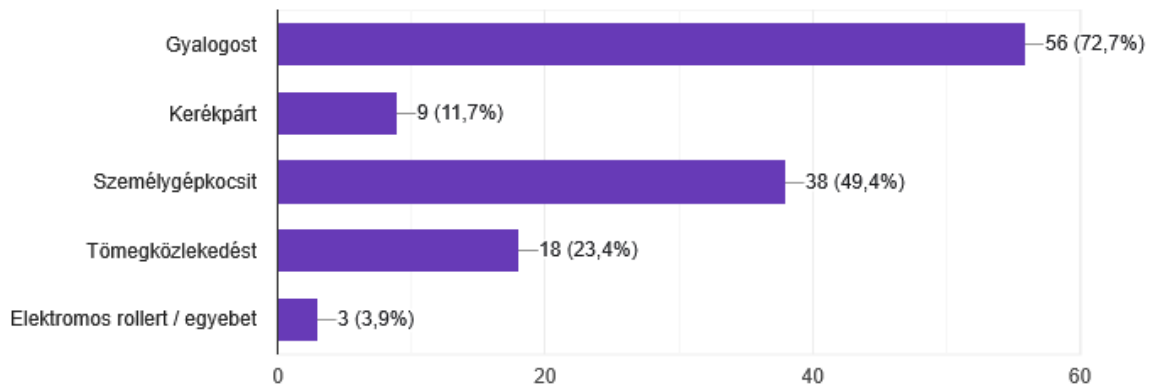
A város erősségeire (és más üdülő városoktól való megkülönböztettségére) vonatkozóan adott felsorolás (ez a nyílt kérdés részben fedi az utazási motivációkra vonatkozó megközelítést) bőséges, itt most a többször említettek és az érdekesebbeket emeljük ki (**1. számú nyílt kérdés**):

- *programok és a hangulat,*
- *sok szabad strand,*
- *rendezett, virágos környezet,*
- *úgy jó, ahogy van,*
- *Siófok szerelem volt első látásra,*
- *A part, a belváros, minden sétátávra van. Ha nyugalomra vágyunk, ha nyüzsgésre, mindent megkapunk, stb.*

A megközelíthetőségre adott értékelésre a válaszadók kétharmada 4-es és 5-ös osztályzatot adott, a **városon belüli közlekedésre** az alábbi értékelés érkezett (lásd következő ábra, 5-ös: nagyon elégedett, 1-es: egyáltalán nem elégedett):



A városon belüli közlekedés biztonságára és az akadálymentességre átlagosan 4-es, a városon belüli eligazodást segítő infrastruktúra pedig 4,5-ös értékkel kapott (itt emlékeztetnék arra, hogy itt a belföldi turisták válaszait elemezzük). A városon belül használt közlekedési módokat az alábbi ábra mutatja:



A „Milyen közlekedési és infrastrukturális fejlesztéseket tartana a legfontosabbnak Siófok számára?” Itt néhány kiemelés a teljesség igénye nélkül:

- *A szabad strandok kutyamentesítése!*
- *Az Aranyparton legalább a volt Csárdás Étteremnél is hasonló autós aluljáró a sínek alatt, mint a Vásárcsarnok felé (Vámház utca).*
- *Buszjáratok sűrítése.*
- *P+R parkolók + onnan kisbuszok.*
- *A csalódás a hajóközlekedés, mert az utolsó járat pl. Füredről korán visszajön! Legyen késői hajójárat is legalább nyáron!*
- *Több kulturált, nyilvános illemhely.*
- *Járdák szélesítése, még több gyalogos zóna, stb.*

(Itt kell megjegyezni, hogy a megkérdezettek kutyákhoz és kutyafürdetéshez való viszonyulása teljesen ambivalens és megfelel a kutyás strand létesítésére vonatkozó külön közvélemény kutatás eredményének illetve eredménytelenségének).

A **turisztikai vonatkozású kérdésekre** adott értékeléseknél (láttnivalók, zöldterületek, parkok, vízpart, programkínálat, épített örökség) a turisták inkább 5-ös osztályzatot adtak, egyedül a láttnivalók megtalálása kapott inkább 4-es osztályzatot.

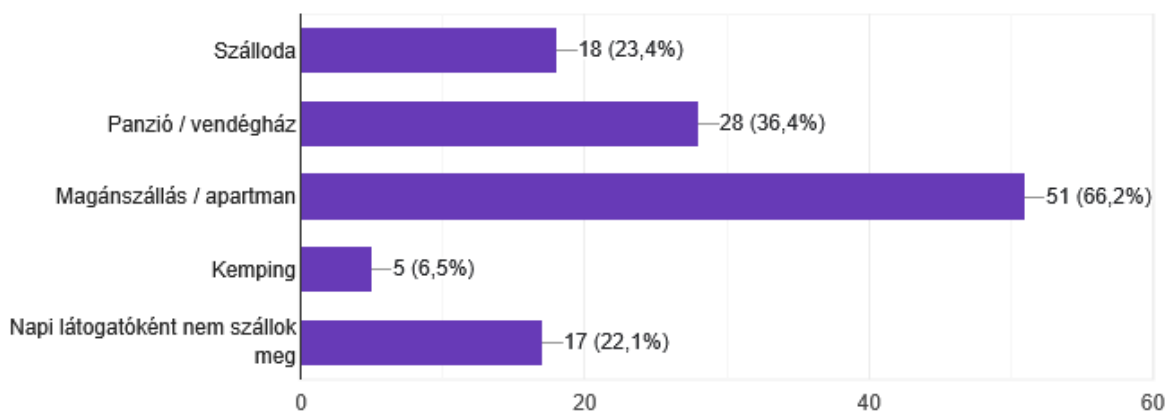
A „**Milyen típusú programok érdeklik leginkább Siófokon?**” kérdésnél több választ is meg lehetett jelölni, a válaszok többsége a **fesztiválok és koncertek** (51 válasz), **kulturális rendezvények** (49 válasz), **gasztronómiai programok** (42 válasz) iránti érdeklődést hangsúlyozta.

A „**Milyen programmal, láttnivalóval vagy szolgáltatással tenné még vonzóbbá Siófokot a turisták számára?**” Néhányat kiemelünk (2. számú nyílt kérdés):

- **Több színházi előadás** nyáron, a **szabadtéri színpadon**,
- **Gyermek találkozók, székoriúk találkozója**, „**hatvan éve itt nyaraltam**” **találkozó pl.**,
- **Több ingyenes zenei program**, pl. **aki 1-2 hétre eljön, és itt költi el a pénzét, kapjon ajándék napijegyet (a strandra), stb.**

A turisztikai szolgáltatásokra is rákérdeztünk a kutatás során: a szálláshelyekkel való elégedettség inkább 4-es, a vendéglátóhelyek kínálatával és a szórakozási lehetőségekkel, a fesztiválokkal és zenei koncertekkel való elégedettség inkább 5-ös, a standok állapotára, a szolgáltatások családbarát jellegére és ár-érték arányára vonatkozó elégedettség pedig inkább 4-es osztályzatot kapott.

A „**Milyen típusú szálláshelyet vesz/vett igénybe Siófokon?**” kérdésre adott válaszokat a következő ábra mutatja:



A „**Milyen szórakozási lehetőséget hiányol leginkább Siófokon?**” kérdésre adott válaszok közül néhány kiemelt javaslat:

- Az **idősebb generációnak** szóló **zenés- táncos helyek hiányoznak**,
- **Kaszinó**,
- **Kertmozi**,
- **Táncos, élőzenés helyek**,
- **Város történeti/balaton múzeum, stb.**

Az egyéb szolgáltatások értékelésnél az egészségügyi szolgáltatásokhoz való hozzáféréstől 65 % tudomással bírt, a sportolási lehetőségek (edzőtermek és sportpályák), a hivatali ügyintézés inkább 4-es, a mindennapi bevásárlási lehetőségek pedig inkább 5-ös osztályzatot kaptak.

„Ön szerint milyen általános szolgáltatás fejlesztésére lenne legnagyobb szükség Siófokon?” nyílt kérdésre adott válaszok közül néhány:

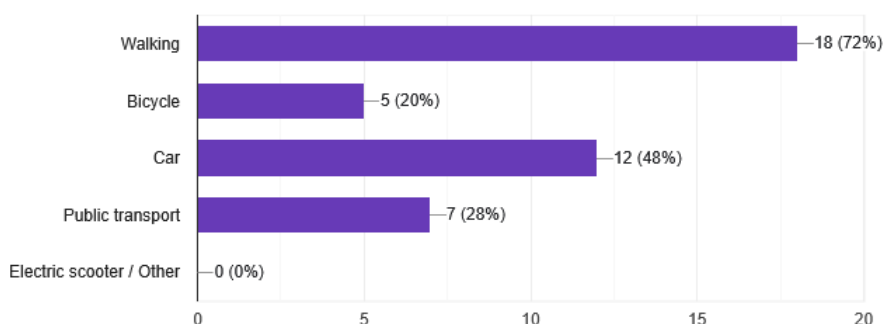
- Balaton-parti *fitness/sportos "játsszótér"*.
- *Bevásárló központ a város keleti felére.*
- *Télen is nyitva tartó* tiszta, nyilvános *illemhelyek* a parton és *büfék*, ahol esetleg egy forró teát, vagy forralt bort lehet kapni.
- *Turisztikai applikáció.*
- *Turisztikai információs iroda a strandok közelében, stb.*

2.4.4. A városlátogató külföldi turisták megkérdezésének eredményei

A külföldi turisták kérdőív kitöltési hajlandósága jelentősen elmaradt a többi célcsoporthoz képest (25 kitöltés), ezért válaszaik a legkevésbé reprezentatívak. A válaszadók nemzetiségi megoszlása: Lengyelország (9 kitöltés), Németország (6 kitöltés), Finnország, Hollandia 2-2 kitöltés, 1-1 fő pedig Ausztriából, Libanonból, Írországból és Belgiumból válaszolt. Az élmény és város arculat kérdésre 4-5 osztályzatot adtak, a megkülönböztethetőségre átlagosan 4-est, ami külföldiek esetében nem rossz. Az utazási döntésük motivációi között (ahol több lehetőség is választható volt), a **vízparti üdülés volt az első helyen** (18 választás), **másodikon az éjszakai élet** (12 választás), majd **harmadikon a gazdag programkínálat** szerepelt. Azzal összhangban, hogy a kérdőívet többségében fiatalok, vagy a fiatalabb generációhoz tartozók töltötték ki, ez nem meglepő.

A közbiztonságra és a városi közlekedésbiztonságra 4-es, a helyi tömegközlekedésre inkább 3/4-es osztályzatot adtak. A parkolási lehetőségek inkább 4-es, az eligazodást segítő táblák pedig inkább 5-ös értékelést kaptak.

A „Milyen közlekedési módot használ leggyakrabban Siófokon belül?” kérdésre az alábbi táblázat szerint érkeztek a válaszok (sorrendben gyalog, kerékpárral, gépkocsival, tömegközlekedéssel, egyéb eszközzel):



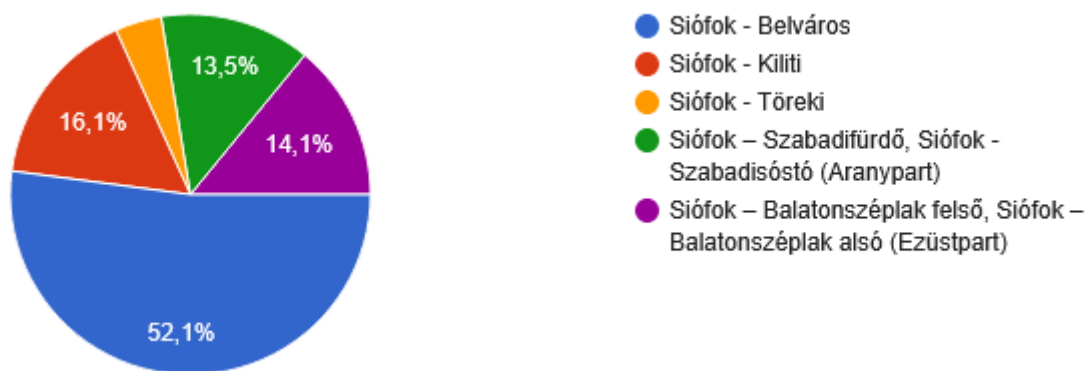
A szálláshelyek színvonalával való elégedettségi szint 4-es, a vendéglátóhelyekre, **szórakozási lehetőségekre vonatkozó elégedettség inkább 5-ös osztályzatot kapott**. A strandok állapota inkább 4-es, a bevásárlási lehetőségek is inkább 4-es osztályzatot kapott, míg a sportolási lehetőségek pedig inkább 5-öst.

A külföldiek a nekik feltett nyílt kérdésekre általában nem válaszoltak.

2.4.5. Az állandó lakosok megkérdezésének eredményei

Mint az várható volt, ebben a célcsoportból érkezett a legtöbb válasz (192). Az állandó lakások és lakosok, valamint az üdülők és üdülőtulajdonosok vélelmezett arányát tükrözi a válaszadók szempontjából városrészenként a következő ábra.

Ezzel persze nem állítjuk, hogy a minta teljes reprezentativitást mutat, hisz az állandó lakosok számához viszonyítva a minta nagysága elenyésző, de mint a többi célcsoport esetében, itt is azt gondoljuk, hogy akit a téma érdekelt, az szívesen válaszolt és mondott véleményt, ezért azt érdemes figyelembe venni és felhasználni (a területi felosztás itt azonos a nyaralótulajdonosi megkérdezésnél alkalmazott felosztással).



A válaszadók kormegoszlása nem tér el jelentősen a többi célcsoportétól, a 35 év feletti válaszadók jelentik a többséget (kivéve a külföldi turistákat). A város külső megjelenésével való elégedettség szintje kritikusabb a többi célcsoportéhoz képest (a többi célcsoport értelemszerűen nem tartalmazza a szolgáltatói, vállalkozói megkérdezést, ahol inkább alkalmaztuk a szakmai megközelítést).

Ugyanez érvényes a másoktól való megkülönböztethetőség (sajátos arculat) szempontjából adott értékelésre is (az állandó lakosok nézőpontja természetesen eltér a turistákétól, így az összehasonlításokat- ahol ez egyáltalán lehetséges – fenntartásokkal kell kezelni).

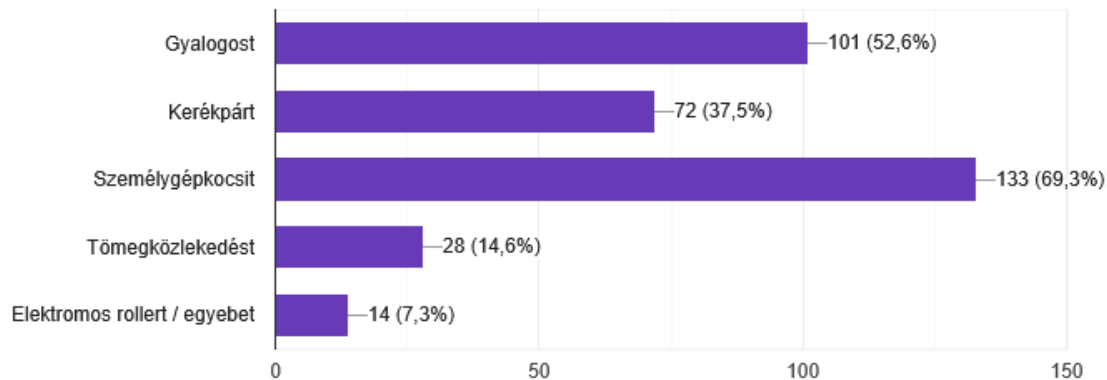
Az élıhetőségre vonatkozó válaszok a közepesnél kissé jobb osztályzatot adtak a városnak. **Az állandó lakos-specifikus kérdésekre adott válaszok között a munkalehetőségek értékelése közepes**, illetve közepesnél kissé rosszabb átlagot mutat (az éves és nyilván nem szezonális munkalehetőségeket figyelembe véve).

A közbiztonság helyzetére, a város szellemiségével való azonosulásra, a komfortosság érzésére, a városon belüli „navigációra” és a város megközelíthetőségére vonatkozó válaszok átlagosan 4-es (az utóbbi esetében 4-esnél jobb) értékelést mutatnak, míg a **városi tömegközlekedésre, a közlekedés biztonságára, az úthálózat és a parkolók állapotára, a parkolási lehetőségekre** vonatkozó válaszok ennél valamivel rosszabb átlagos osztályzatot kaptak.

Az állandó lakos válaszolók közül 133-an válaszoltak arra a nyílt kérdésre, amely a város erősségeire vonatkozott, itt természetesen jelentős az átfedés a többi célcsoporttal. Néhány

kiemelés itt olvasható a gyakoribb válaszok közül: ' *Egyedülálló, több kilométeres szabad strand, sekély és nem iszapos partszakasz, kórház, bevásárló központ, a nyári főváros pezsgő élete, rendezett város, gondozott parkok, kertek, sokszínű nyári programok stb.*

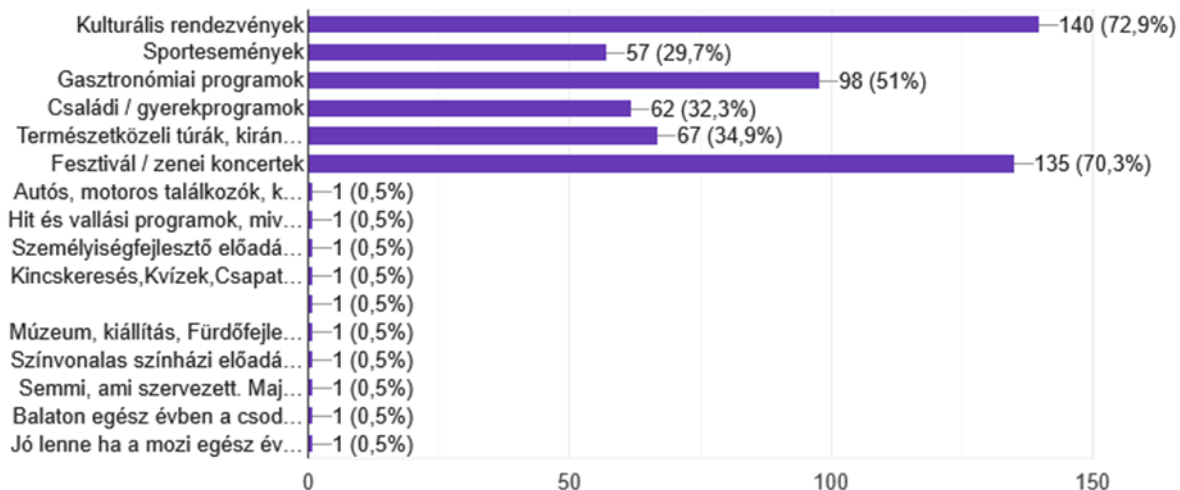
A „Milyen közlekedési módot használ leggyakrabban Siófokon belül?” kérdésre adott válaszokat az alábbi ábra mutatja.



A közlekedési és egyéb infrastruktúra fejlesztésre vonatkozó javaslatok (nyílt kérdés) közül néhány jellemző válasz itt olvasható:

- **kerékpárutak, ingyenes parkolók a város szélén,**
- **Kiliti elkerülő út,**
- **gyalogos híd az új zsilipen,**
- **több játszótér,**
- **az Aranypart esti kivilágítása,**
- **a parton zuhanyzók kiépítése,**
- **okos zebrák jók, még több kellene,**
- **iskolabuszok a gyerekeknek,**
- **a Mártírok útja és Indóház utca sarkán körforgalomra lenne szükség,**
- **faültetés a lakosokkal közösen,**
- **déli elkerülő út építése, stb.**

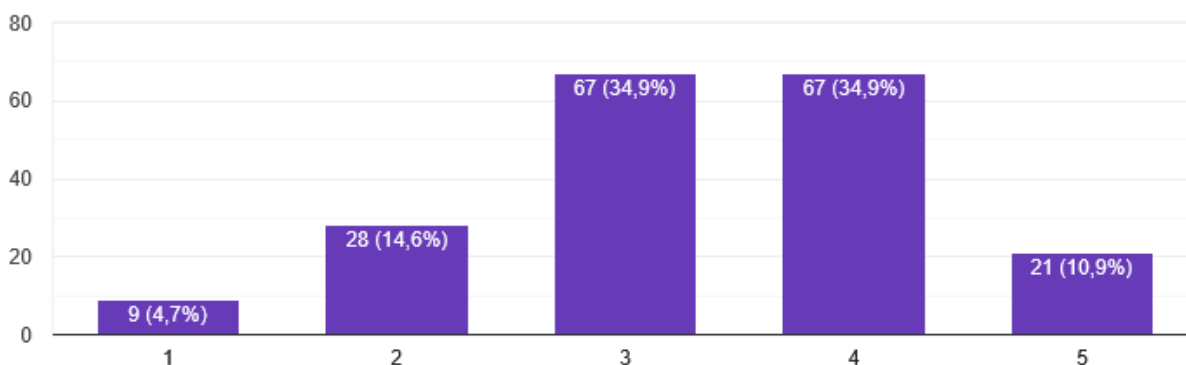
A látnivalók, zöldfelületek, a programkínálat 4-es osztályzatot, az épített örökség értékelése pedig átlagosan 3-ast. A „Milyen típusú programok érdeklik leginkább Siófokon?” kérdésre adott válaszok megoszlását a következő ábra mutatja:



A városlakók **3. nyílt kérdése** az volt, hogy **„Milyen programmal, látnivalóval vagy szolgáltatással tenné még vonzóbbá Siófokot?”** Itt olvashatunk néhány választ turisztikai megfontolásra: *„múzeumok (helytörténet, hajózás, vízgazdálkodás, halászat, élővilág), képtár, a Sió csatorna és a Sió part hasznosítása, vízi vidám park, négy évszakos vidámpark, Aranykagyló fesztivál újra, régiós bormustra szeptemberben (Kőröshegytől Világosig), az első Balaton-átúszások emlékére nyíltvízi úszóversenyek rendezése, képzőművész alkotó táborok szervezése, Balatoni akvárium létesítése, stb.*

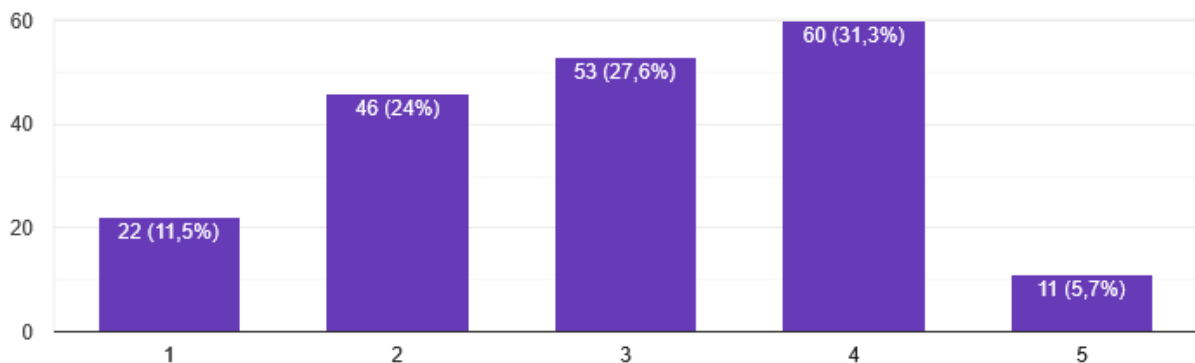
A turisztikai alap szolgáltatások közül a vendéglátás lehet az, melyről – igénybevétel okán – a helyi lakosság is véleményt alkothat, értékelésük 4-es, ugyancsak ez vonatkozik a városi programkínálatra (fesztiválok, zenei koncertek), ahol szintén 4-es az értékelés, a város szórakozóhelyeit illetően (bárok, klubok) az értékelés átlaga közepes.

A **„Mennyire elégedett a városi strandok állapotával, szolgáltatásaival?”** kérdésre adott válaszok megoszlását az alábbi ábra mutatja:

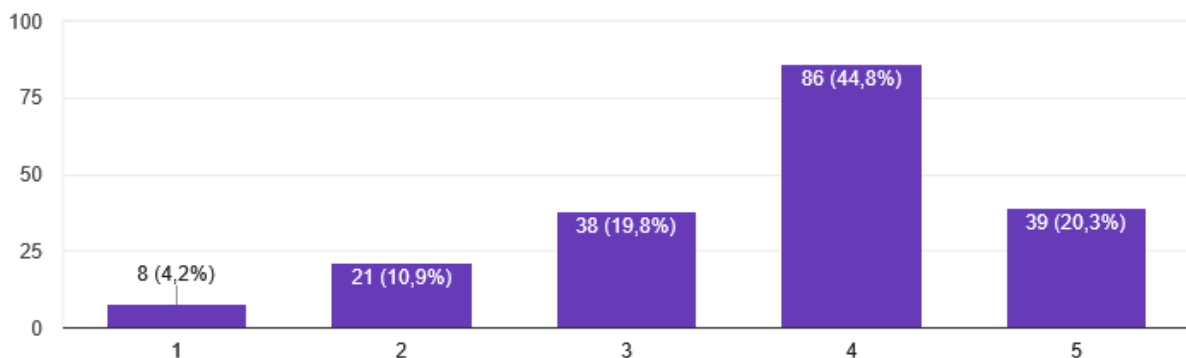


A város versenyképességére adott osztályzat közepes átlagú. **„A milyen szórakozási lehetőséget hiányol Siófokon?”** kérdésre adott válaszok közül még nem említett javaslat: *„A középosztály számára, polgári színvonalú vendéglők (bárok), vízi játszótér, Sió parti vendéglátóhely vízre épített terasszal, bowling pálya, hagyományok bálja a füredi Anna bál mintájára, komoly zenei programok, stb.*

Az egyéb, általános ellátáshoz kapcsolódó szolgáltatások közül az egészségügyi ellátásra vonatkozó értékeléseket az alábbi ábra mutatja (5-ös: nagyon elégedett, 1-es: egyáltalán nem elégedett):



A nevelési-oktatási intézmények (óvoda, iskola) elérhetőségével és minőségével kapcsolatos értékelés 3-as és 4-es osztályzatok között helyezkedik el, a sportolási lehetőségek inkább közepes osztályzatot kaptak, a bevásárlás és az üzletek kínálata az állandó lakosok szerint jó, a családbarát jelleg is 4-es osztályzatot kapott, a városi közösségi szolgáltatások (közvilágítás, hulladékszállítás, stb.) színvonalát pedig az alábbi ábra szerint értékelték:



Az „**Ön szerint milyen általános szolgáltatás fejlesztésére lenne legnagyobb szükség Siófokon?**” kérdésre adott javaslatok közül itt csak néhányat említünk: *„egészségügy, szociális lakások, kevesebb fűnyírás a köztereken (az 1-2 cm-es kiégett fűvet nem kell nyírni), termelői piac, idősek ellátása (alkony gazdaság és idősek otthoni gondozása), parkoló automaták korszerűsítése: 3 nyelvű menü és kártyával való fizetési lehetőség,*

A kérdőíves megkérdezés eredményeit összefoglalva megállapítható, hogy a válaszok a természetes eloszlást úgy követték, hogy a hangsúly (vagy középpont) inkább a négyes értékelés felé tendált. A turisták és nyaralótulajdonosok kevésbé, az állandó lakosok inkább voltak kritikusak válaszaikban, de ezzel együtt is megállapítható volt, hogy akut, több éves vagy akár évtizedes gondok (elhanyagolt közterületek, ismétlődő közlekedési csődhelyzetek, tartósan rossz minőségű közszolgáltatások) nincsenek a városban.

A javaslatokat (vannak köztük indokoltak és jók) pedig érdemes megfontolni és a rendelkezésre álló források szempontjából pedig hosszabb időtávra rangsorolni, nyilván a megfogalmazott **stratégiai irányokhoz** illesztve őket.

A kérdőíves megkérdezés nyílt kérdései közvetlenül (**Előnyök**), vagy közvetetten (**Gyengeségek, Fejlesztési javaslatok**) kapcsolódott a SWOT analízishez. A válaszok többségükben visszaigazolták az előzetes analízisben megfogalmazottakat. **Hangsúlyozottabb volt a vízhez kapcsolódó attrakciók szerepe** (vízi vidámpark, vízi színpad, vízre települő étterem), a **közép korosztályos generációk számára** rendelkezésre álló **kínálati elemek gyengesége** (szórakozási és sportolási lehetőségek), a könnyebb műfajokon túlmutató kulturális események és rendezvények iránti igény, a **helytörténettel, helyi értékekkel** (vízügyi, halászati, helyi turizmus történet) való foglalkozás.

Kevésbé volt hangsúlyos (vagy ismert) a digitális turizmus (digitális nomádok) szerepe, de szinte **minden csoport helyeselte a városi szintű turisztikai applikáció kifejlesztését.**

3. A város stratégiai céljai

Siófok város önkormányzatának az önkormányzati ciklusra vonatkozó gazdasági programjának, fejlesztési tervének meghatározása – 2025

3.1. Siófok Város gazdasági programjának megvalósítása érdekében kitűzött célok

A legfontosabb hosszú távú fejlesztési irányok a jövőképpen megfogalmazottak szerint az alábbiak:

1. Versenyképes, fenntartható, több lábon álló, kis- és középvállalkozásokra alapozott helyi gazdaság erősödjön a foglalkoztatottak megtartásával és bővítésével, a szezonális oldásával:
 - Gazdaságfejlesztés infrastrukturális feltételeinek javítása
 - Gazdasági versenyképesség javítását célzó intézkedések
 - Gazdaság diverzifikálása térségi együttműködésben a mezőgazdasági termelés ösztönzésével
2. A város hatékonyan használja ki idegenforgalmi és rekreációs potenciálját:
 - Balaton parti területek minőségi és sokoldalú fejlesztése (Petőfi sétány, kikötő, strandfejlesztések, vendéglátás)
 - A sportolás és az egészséges életmód feltételeinek biztosítása a helyi lakosság és a városba látogatók számára
 - A kulturális és programkínálat bővítése, fejlesztése
 - Turisztikai marketing és térségi együttműködések, a háttértelepülések, településrészek bevonása az idegenforgalomba
3. A lakosság életminősége javuljon, a műszaki és humán infrastrukturális feltételek, ellátórendszerek megfelelő minőségben és kínálattal elégítsék ki a helyiek és a turisták igényeit:
 - Vonalas infrastruktúra hálózat fejlesztése
 - Energiahatékonyság javítása, megújuló energia hasznosítása
 - Városi igényeknek megfelelő, fenntartható közlekedésfejlesztés
 - Humán infrastruktúra minőségi fejlesztése

4. A város népességnövekedése mellett a helyi társadalom kohéziója és identitása erősödjön:
- A civil szféra működési feltételeinek javítása
 - Siófoki identitás erősítése
 - Társadalmi kohézió, a leszakadó csoportok támogatása

3.2. Az adópolitika célkitűzései

Arra tekintettel, hogy a város adóbevételeinek egy jelentős része közvetve vagy közvetlenül a turizmusból származik, fenntartható növelésük stratégiai kérdés, ezért a város adópolitikája szervesen kapcsolódik a turizmus és a turisztikai bevételek alakulásához.

Az önkormányzat az adóztatást úgy kívánja kialakítani, hogy az stabilitás, állandóság mellett, folyamatosan az önkormányzat biztos bevételi forrását jelentse.

Jelentős elvonások terhelik a helyhatóságokat, gondolunk itt a szolidaritási hozzájárulásra, illetve a Versenyképes Járások Programra, valamint az államkinestári rendszer bevezetésére. Az elmúlt időszakban – bár keveset beszélünk róla - kiesett a helyi infrastruktúra fejlesztését szolgáló gépjárműadó is a költségvetési kiadások finanszírozásából. A Versenyképes Járások Program pénzügyi alapjait többek között a helyi iparűzési adó többletből képzik.

Siófok városában jelen pillanatban a helyi adókról szóló 1990. évi C. törvény felhatalmazása alapján az alábbi adónemek, kerületek bevezetésre:

- **Helyi iparűzési adó**
- **Építményadó**
- **Idegenforgalmi adó**

A három helyi adónem közül az idegenforgalmi adó teljes mértékben, a helyi iparűzési adó és az ingatlanadó pedig részben a város turizmusból származó bevételeihez tartozik (turisztikai vállalkozások helyi iparűzési adója), amely kiegészül azon vállalkozások adójával, akik Siófokon és a város vonzáskörzetében közvetett módon kapcsolódnak a turizmushoz (kiskereskedelem, üzemanyag ellátás-forgalmazás, közmű szolgáltatás, tömegközlekedés, pénzügyi szolgáltatások stb.).

A **helyi iparűzési adó** volumene 2024-ben 3.385 ezer Ft, **az építményadóé** pedig 1.667 ezer Ft volt.

Az iparűzési adó mértéke az adóalap 2 %-a, az építményadó pedig övezetenként differenciált, jellemzően partközelségben magasabb („panoráma” adó), de minden övezetben kedvezőbb a lakás céljára szóló ingatlanokra egy bizonyos terület nagyságig.

3.2.1. Idegenforgalmi adó

Az adó alapja a megkezdett vendégéjszakák száma, Siófok város közigazgatási területén 2023. január 1-jétől 2026 január 1-ig az adó mértéke személyenként és vendégéjszakánként **550,- Ft** volt.

Siófokon 2026. január 1-jétől az adó mértéke személyenként és vendégéjszakánként **750 Ft-ra** emelkedett (**Balatonfüred, Balatonalmádi 750-750 Ft, Gyenesdiás 710 Ft, Tihany pedig 800 Ft-os** mértékű idegenforgalmi adót alkalmaz).

A **2024. év 874.365 adóköteles vendégéjszakából kiindulva** az adónem emelése 750 Ft/fő/vendégéjszaka adómérték esetén **174.873.000 Ft** többletbevételt jelent városnak 2026-ban és az összes idegenforgalmi adóbevétel így **655.774 ezer Ft** lesz. (Már tudható, hogy a 2025 évi vendégéjszakák száma meghaladja a 2024 évit, ezért a 2026-os idegenforgalmi adóbevétel várhatóan eléri vagy megközelíti a **700.000 ezer Ft**-ot).

Érdeemes kitérni itt arra, hogy ha 2024 évben **1.346.102** volt – az azóta már meghaladott – **vendégéjszaka szám**, s ebből a fenti **874.365** volt adóköteles (a különbség több mint 30 %, a teljes vendégéjszaka számra számítva), akkor ez a **fiatalabb korosztály markáns jelenléte utal** (hangsúlyozva ebben a családi turizmus szerepét is).

3.3. Siófok város turizmusfejlesztési és városmarketing programja

A város jelen önkormányzati ciklusra vonatkozó gazdaságfejlesztési programjában lényeges a turizmussal foglalkozó rész. Az alábbiakban a programból átvett részek már eleve úgy kerültek 2025-ben megfogalmazásra, hogy azok a leendő (vagyis a jelenlegi) turizmus fejlesztési stratégia alapját alkothassák. **Megnyugtató, hogy a kérdőíves kutatás utólag is alátámasztotta a fő irányok helyességét.**

3.3.1. Turizmusfejlesztés meghatározó sarokpontjai Siófokon 2025-2030 időszakban

3.3.1.1. Általános turizmusfejlesztési célok

- **Balaton, mint desztináció méltó helyet foglal el a nemzetközi és hazai turizmusban**, együttműködve a térség meghatározó szereplőivel (kapcsolódás szakpolitikákhoz, szakmai szervezetekhez, Magyar Turisztikai Ügynökség, VisitHungary, VisitBalaton365, Balatoni Szövetség, Balaton Fejlesztési Tanács, Balatoni Integrációs KHT, Balatoni Turizmus Szövetség, stb.). **Újrapiócionálása nem szükséges.**
- **Siófok vezető turisztikai szerepének erősítése** a Balaton régióban és országosan.
- **Siófok, mint turisztikai célterület nemzetközi turisztikai ismertségének növelése.**
- **4 évszakos Balaton koncepció továbbfejlesztése** és érvényesítése Siófok város turisztikai kínálatában, egész éves attrakciók bővítése.
- **Élményközpontú, egyedi, színvonalas turisztikai kínálat** elemek fejlesztésének elősegítése és támogatása, a kereslet-kínálati egyensúly megteremtése a különböző motivációjú látogatói vagy rekreációs csoportok un. perszónák között (családosok, szórakozni vágyó fiatalabb korosztály, kulturális turisták, aktív turisták, középkorosztály, rekreációs betelepülők, nyugdíjasok).
- A „**buliturizmus**” **negatív hatásainak további csökkentése**, megtartva ennek a célcsoportnak szóló kínálat értékeit, elmozdulás a minőségi szórakozás irányába (más korosztályok esetében is).
- **Városmarketing és kommunikációs tevékenység kiterjesztése minden célcsoportra** (lakosság, turisták, üdülőtulajdonosok, diákok, ideértve egy új célcsoportot, a

felsőoktatásban résztvevőket is) a megfelelő kommunikációs csatornák használata, újak bevezetése. Törekvés **a lakosok, az üdülőtulajdonosok és a turisták érdekei közti egyensúly megteremtésére.**

- **Aktív turizmus, egészség turizmus, sportturizmus fejlesztése.**
- **„Okos város / a zöld város”** megoldások bevezetése és alkalmazása, a fenntarthatósági szempontjainak figyelembevétele a turizmusfejlesztésben (lásd az Oktatás a turizmusban és a „Tolerálható terhelés mértéke” című fejezeteket).
- **Siófok, mint „egészséges, környezettudatos, biztonságos úti cél”,** magas hazai és nemzetközi megbecsültséggel.

3.3.1.2. Közvetlen turizmusfejlesztési célok

- **Helyi turisztikai szolgáltatókkal való kapcsolattartás erősítése,** szolgáltatói láncok kialakulásának támogatása **a háttértelepülések attrakciókínálatának beépítésével** és a különböző városi szolgáltatók termékeinek, kínálatának összekapcsolásával – közös marketingtámogatással. Ezzel elősegíthető a költségi hajlandóság növelése, a tartózkodási idő hosszabbítása is.
- **Lakosság és helyi civil szervezetek bevonása a turizmusfejlesztésbe,** helyi kezdeményezések megvalósíthatóságának vizsgálata és támogatása.
- **Helyi értékek** eddigieknél is átgondoltabb beépítése a siófoki turisztikai kínálatba - turisták és az üdülőtulajdonosok/ városlakók tájékoztatása Siófok természeti, kulturális, gasztronómiai és egyéb értékeiről.
- **Városi kulturális és szabadidős rendezvények színvonalának további fejlesztése, új helyszínek bevonása,** a kulturális kínálat szerkezetének átalakítása a változó fogyasztói és szolgáltatói igények szerint.

3.3.1.3. Konkrét fejlesztési projektek és célok:

- **Galérius fürdő újranyitása,** megújított szolgáltatáskínálattal és működtetése a későbbiekben úgy is, mint egészség turisztikai akció helyszín.
- **Krúdy-sétány megújítása** projekt kivitelezése és átadása majd üzemeltetése (pl. vízi színpad).
- **Sió-csatorna bekapcsolása** a város turisztikai és egész éves szolgáltatáskínálatába (sport és aktív turizmus, helyi sportéletben betöltött szerep növelése, Krúdy-sétány projekt kapcsán funkcióváltozás, a Sió csatorna, mint egyedi attrakció).
- **Debreceni Egyetem Siófok Campus elindulása – helyi konferencia / MICE turizmus** fellendülése és ehhez kapcsolódó városi szolgáltatás kínálat bővítése. A campus a turisztikai szektor munkaerőigényének magasabb színvonalú kiszolgálását eredményezi.
- **Petőfi sétány rehabilitációja,** hosszú távú koncepciójának kialakítása a turisztikai szempontokra figyelemmel.
- **Kálmán Imre sétány rehabilitációja,** hosszú távú koncepciójának kialakítása
- **Kálmán Imre Művelődési Központ** épületegyüttesének felújítása, funkciójának bővítése, kulturális, konferencia és egyéb rendezvényhelyszínként.

- **Kálmán Imre Szabadtéri Színpad hasznosításának újragondolása**, nyitott rendezvénytérre alakítása és bekapcsolása a városi rendezvények helyszínek közé.
- **Siófoki Látogatóközpont** létrehozása révén:
 - önkormányzati tulajdonú ingatlanhasznosítási lehetőség
 - egész éves nagyszabású attrakció létrehozása
 - többféle hiánypótló „múzeum” és látogatótér kialakítása több korosztálynak, modern technikák alkalmazásával
 - **Hajózás, vízügyi és halászati hagyományokat feldolgozó kiállítás.**
 - **Turizmustörténeti és vendéglátás történeti kiállítás**
 - **Balaton történeti kiállítás** (természet, kultúra, történelem).
- **Sport és Szabadidőpark** tervének megvalósíthatóságának vizsgálata (a Sió csatorna és 65-ös út közötti területen Kiliti felé), melyet befolyásol és feltételez a tervezett uszoda megépülése.
- **Digitális megoldások** alkalmazása a turizmus és városmarketing területén – pl. az elavult „Városkártya” rendszer helyett egy integrált, digitális alapú „SiófOKOS (vagy SiófokON) kedvezményrendszert is tartalmazó „applikáció” kialakítása célsoportra szabva (pl. lakos, üdülőtulajdonos, turista).
- **Siófok 60** – Siófok várossá válásának 60. évfordulós programsorozata (2028).
- **A Balatoni bringakörút és a városon belüli kerékpárutak összekötése egy csomópont** révén, a **városon belüli kerékpáros közlekedésre** pedig javasolt **konceptiót** készíteni, jelen stratégia időszaka alatt.
- **A siófok arculat frissítés a trendek és a vezető turisztikai szerep alapján** folyamatos, követő feladatként.

3.3.1.4. Turizmusfejlesztési stratégiai célként megfogalmazható, javasolt, számszerűsíthető turisztikai céljaink

- **átlagos tartózkodási idő növelése**, közelítése a régiós átlag felé
- **turisztikai bevételek növelése** (közvetlen és közvetett), a város szempontjából értelmezhető turisztikai bevételek (idegenforgalmi adó, iparűzési adó, építményadó) révén,
- **a turisztikai bevételek arányában a városmarketingre és turisztikai rendezvényekre fordítható források növelése.**

Látható, hogy a vendégszám szám növelése nem szerepel közvetlenül a számszerűsíthető célok között, a turisztikai bevételek növelése viszont igen, ezen belül az adóbevételek is nőhetnek az átlagos tartózkodási idő növelésével, a napi átlagos költség emelkedésével és a szezonon kívüli vendégforgalom növekedésével.

Ha ez utóbbi a vendégszám és vendégéjszaka szám szezonon kívüli növekedésével jár együtt, az egyenletesebb és kiegyensúlyozottabb igénybevételt, jobb kapacitás kihasználást, kedvezőbb foglalkoztatási és munkaerő piaci környezetet jelent.

A tervezési időszak végére kialakuló, kívánatos helyzetképet jellemző mutatók 2030-ra (KPI-k, vagyis Key Performance Indicators – kulcsfontosságú mutatószámok) az alábbiak:
Turisztikai és gazdasági:

- éves vendégéjszaka szám 1,6 millió
- szezonon kívüli vendégéjszaka szám növekedés +15%
- átlagos tartózkodási idő növekedése +0,5 nap
- turizmushoz köthető bevételek növekedése +20%.

Digitális:

- TikTok követő +50%
- Reels átlag nézettség 20–50K
- Google keresések Siófokra: +20%
- Más, a közösségi média fejlődéséből adódó, ma még nem ismert mutatószámok

Az éves vendégéjszaka szám 2025-ben 1.415.048, szezonon (június, július, augusztus) kívüli vendégéjszaka szám pedig 458.550 volt. Elérendő cél, hogy a szezonon kívüli vendégéjszakák nagyobb mértékben (15%-kal) növekedjenek, mint a főszezoniak (10-12%), ahol nem éves növekedési ütemről, hanem időszakiról van szó.

A város szempontjából értelmezhető turisztikai bevételeket már nehezebb becsülni, az idegenforgalmi adó turisztikai kapcsolódása egyértelmű, az iparüzési és ingatlanadó csak becsülhető (a DRV Zrt. által megadott adat, pl. az állandó és időszaki bekötés szám aránya segíthet).

Javasolt egy olyan számítási modell kidolgozása, amely a város közvetlen és közvetett turizmusból származó bevételeit veszi számba fentiek mellett, a parkolási és közterület foglalási díjakkal bezárólag (2025-ben a város parkolási díjbevétele 306 millió Ft volt, ebből 55 millió Ft a szezonon kívüli időszakra jutott, a turizmusnak köszönhető parkolási díjbevétel kb. 210 millió Ft, miközben a szezonon kívüli hónapok – októbertől áprilisig – díjbevételi átlaga 8 millió Ft körül mozgott).

4. Turisztikai termékcsoporthok

A város jövője szempontjából kiemelt turisztikai termékfejlesztési irányokra, vagyis az

- **attrakció fejlesztés,**
- **aktív-, egészség- és sportturizmus fejlesztés,**
- **kulturális és rendezvény turizmus fejlesztés,**
- **gasztronómiai turizmus fejlesztése,**
- **MICE és oktatási turizmus fejlesztés témaköreire**

munkacsoportokat szerveztünk, melyek munkájába a város adott, turisztikai szakterületén tevékenykedő szakemberei felkérés alapján kapcsolódtak be, azzal a feladattal, hogy fogalmazzák meg az adott irány jövőbeli fejlesztési javaslatait.

Külön munkacsoport alakult a civil szervezetek javaslatainak összegyűjtésére és egyéni javaslatok megfogalmazására is volt mód, sőt arra is, hogy a különböző termékek közötti szinergikus (egymást erősítő) hatásokat elemezzék, így biztosítva az átjárást és együttműködést a különböző termékek között.

A munkacsoportoktól beérkező anyagok és javaslatok lényegi ismertetésére az alábbiakban kerül sor, **esetenként és kérésre feltüntetve az ötletadó szervezet nevét is.**

4.1. Turisztikai attrakciók munkacsoport anyaga

A munkacsoport fő feladata a fő termékcsoporthoz és az alap attrakciók (vízparti nyaralás, természet, mint vonzerő, hajózás, stb.) helyzetének elemzése és a rájuk vonatkozó fejlesztések megfogalmazása volt.

Javaslatok, fejlesztési lehetőségek

- **Siófok „üzenete”**: Siófok **fürdőváros, élményközpont**, családbarát, 4 évszakos,
- Szolgáltatók összefogása szolgáltatási **csomagok kialakítására, hirdetésére** és értékesítésre,
- **Kiemelt attrakciók** (pl. víztorony) népszerűsítése,
- **Minőségi**, a színvonalas események „szűrt” közönséget is hoznak – ne csak „Buli városként” gondoljanak Siófokra.
- **Szezonon kívüli** időszakokban még több szolgáltató bevonásával új gasztronómiai események, speciális étteremi kínálatbővítés, téli programok színesítése, és aktivitások pl.: **gasztrókomp, „Kóstold Körbe Siófokot”**,
- **Téli hajós programok a BAHART** szervezésében; **Mikuláshajó, Fénykomp** (Szántód-Tihany viszonylatban, mint környékbeli attrakció),
- **Jégpálya**, szalmalabirintus, csúszkapálya, óriáskerék és dodzsem a Nagystrandon a **Balaton parti Kft.** szervezésében.

Konkrét célok és eredmények 2026-2030 időszakra vonatkozóan

- **Siófok** kiemelt látnivalóinak, létesítményeinek hangsúlyosabb kommunikációja (Rózsakert, Galerius Élmény Fürdő, Krúdy sétány - folyamatban).
- **Új vonzerők fejlesztések révén történő kialakítása: Víziszínpad** (folyamatban), **Siózsilip-hajózási látogatóközpont**, vízi attrakciók a Nagystrandon (pl. óriáscsúzda), Víztoronyban (újra) étterem.
- **Fiatalok számára vonzóbb programok**, aktívabb online jelenlét feltételeinek biztosítása, minőségi szórakozási helyszínek, szórakozóhelyek kialakítása, **Petőfi sétány, mint turisztikai attrakció újragondolása**, nagyobb nyitottság a Balaton felé (folyamatban).
- **Ikonikus értékek** - Siófok város jelene a múltjára épített elemekre alapozhat (érdekességek, személyek egykori jelenlétének, tevékenységének katalógusa, helyszínekkel pl.: Krúdy Gyula, Latabárok, Feleki Kamill, Varga Imre. Jókai Mór hétköznapi Siófokon).

A **Turisztikai attrakciók munkacsoport** fejlesztési javaslatai közül kiemelendő a **Siózsilip látogatóközpont** létrehozására irányuló javaslat, mely a gazdasági program turisztikai fejezetében is szerepel a **Konkrét fejlesztési projektek és célok** alfejezetben „**Siófoki látogatóközpont**” cím alatt.

4.2. Aktív-, sport és egészségturizmus munkacsoport anyaga

4.2.1. Aktív-, sport és vízpart turizmus

A sport, az aktív és egészséges (stressz mentes) életmód jelentősége és az iránta való igény egyre inkább **felértékelődik** mind a lakosság, mind pedig a látogatók körében, nem beszélve a „rekreációs” betelepülőkről, akiknek ez az itt tartózkodásuk fő motívuma.

A hobbi sportolók száma évről-évre nő hazánkban. Egyre több turista a sportolási és aktív lehetőségeket keresve választja meg a desztinációját.

Siófok rendkívül sok vízi és szárazföldi sport programot tud kínálni, ha azok koncepcionálisan jól átgondoltak és megfelelően időzítettek. A sportturizmus ösztönzésével jól tudjuk támogatni a 4 évszakos balatoni város elképzelést is. (A munkacsoport jól kidolgozott speciális SWOT analízis is mellékelt).

SWOT analízis a sport és vízparti turizmus területén:

Előnyeink, erősségeink

- Növekvő érdeklődés az egészséges életmód, a fenntartható környezet iránt
- Meglévő és működő kalandpark (hashtegg)
- Vízisport lehetőségek a Balatonon és a Sión
- Sió és Balaton part kerékpározásra, túrázásra, futásra egyaránt alkalmas
- A Balaton és a Sió csatorna madarászoknak, horgászoknak gazdag lelőhely
- Siófoki kiindulóponttal a somogyi dombság gazdag erdei útvonalakban kerékpárosoknak, gyalogos túrázóknak
- Lovas sport fejlődése, a lovagláshoz kapcsolódó hagyományok életre hívása erősödik
- 17 km-es tópart szakasz a vízparti aktivitások számára

Hátrányok, gyengeségek

- városi sport koncepció hiánya (elkészítése folyamatban)
- nincs olyan egészségközpont, ahol több szolgáltatás igénybe vehető
- hiányos a tájékoztatás az ideérkező vendégek részére a sportolási lehetőségekről
- infrastrukturális hiányok pl. rekortan futópálya, uszoda, kispályás foci pálya
- kerékpárutak, tanösvények, turista útvonalak egy része elhanyagolt
- közösségi sportrendezvények száma kevés (pl. BUÉK Siófok)
- kevés a tematikus, sport vagy egészségturisztikai rendezvény az őszi-téli hónapokban
- a turizmus jelenleg erősen szezonális (nyári hónapok)
- hiányos a program kínálat az esőnapokra, vagy hűvös, hideg időben

Lehetőségek, fejlesztési javaslatok

- létesítményi infrastruktúra, illetve annak fejlesztése (városi sportcsarnok, atlétikai központ, uszoda, futópálya, petang pályák, stb.)
- meglévő fitness parkok karbantartása, állagmegőrzése, fejlesztése
- Sportjelleg erősítése és sportinfrastruktúra fejlesztés a strandfejlesztésben (Ezüstpart-szabadstrand)
- egészségturisztikai tematikus hétvégék szervezése (mozgás programok minden korosztály számára, táplálkozási workshopok, helyi alapanyagokra épülő, egészséges étel főzési bemutató- (lásd még a gasztronómiai termékfejlesztésnél)
- családi egészségnap helyi termelőkkel
- interaktív, edukáció gyermekek részére az egészséges életmódról
- iskolai tömegsport integrálása a város életébe
- több napos sportrendezvények szervezése őszi, téli, tavaszi hónapokban, amely a vendégéjszakák számának növekedésével is jár (túrák, futóversenyek, vízisport rendezvények, tenisz kupák – nagyobb városi és országos vállalatok és vállalkozások nevével fémjelezve)
- küzdősport egyesületek és rendezvényeik támogatása (folyamatban)
- szárazföldi és vízisport rendezvények összekapcsolása (Siófoki Duathlon)
- siófoki identitás erősítése a sporton keresztül is
- siófoki születésű élsportolók, „híres” (eredményes) sportemberek bevonása a városi sportéletbe és városmarketingbe (folyamatban)
- szállodák, vendéglátóegységek promóciós támogatása a rendezvények idejére
- állandó vagy időszakos gasztropontok kialakítása pl. kerékpárutak mentén
- Sió zsilipre szervezett sportesemények pl. rajt vagy célállomás, frissítő pont
- a környező települések bevonása a sport turizmusba (túraútvonalak Siófoki kiindulóponttal és érkezéssel) (folyamatban)
- Javaslat összeállítása a legaktívabb magyar város cím elnyeréséhez
- egy olyan szlogen megalkotása, amely turistáknak, nyaralótulajdonosoknak egyaránt azt üzeni, hogy Siófokon az egészségtudatos, aktív életmódot folytató célcsoportokat tárt karokkal várják a helyiek, mert ők maguk is ilyenek. pl. „Siófok- aktívan egész évben”, „Földön, vízen, Siófokon”
- „Aktív Siófok digitális élménykártya”, mint a város integrált, digitális alapú, kedvezményrendszert is tartalmazó, turisztikai applikációjának része (folyamatban)
- **Nemzetközi Egészségnapokhoz** kapcsolódó turisztikai programok szervezése, mint turisztikai vonzerő növelés
Egészség Világnapja (április 7.) 2027-től
Mozgás Világnapja (május 10.) 2027-től
Táplálkozási Világnap (október 16.) már 2026-ban

4.2.2. Egészségturizmus

A négy évszakos egészségturizmus jelentősége és a medical wellness (Thetis tanulmány alapján)

A „**medical wellness**” magyarul leginkább orvosi wellness, gyógyászati wellness vagy prevenció (megelőző) egészségturizmus néven ismert.

A klasszikus balatoni nyári szezon mellett egyre nagyobb igény mutatkozik a testi-lelki megújulást szolgáló szolgáltatásokra. és ahogy az előző fejezetében is olvashattuk: az egészséges (stressz mentes) életmód jelentősége és az iránta való igény egyre inkább felértékelődik **A megelőző egészségturizmus program a fürdők, szálláshelyek, orvosi rendelők, és lakossági központok együttműködésén alapul.** Ez lehetővé teszi, hogy a Balaton déli partja ne csupán nyáron, hanem tavasztól télig is vonzó célpont legyen a déli part településeinek együttműködése révén.

Egy sikeres, négy évszakos megelőző egészségturisztikai koncepció jó példája lehet a térségi együttműködésnek, tehát nem egyetlen városra, hanem a teljes déli partra épülne: Siófok, Zamárdi, Balatonföldvár, Balatonlelle, Fonyód és más települések hálózatos formában kapcsolódhatnak be úgy, hogy minden település a saját adottságaihoz igazíthatja az egészségturisztikai kínálatot.

- Siófok: fürdő, szakmai háttér (pl. Galerius fürdő, Debreceni Egyetem kampusz együttműködésével, stb.), a teljesség igénye nélkül:
- Zamárdi: családi medical wellness üdülés,
- Balatonföldvár: idősek rehabilitációja,
- Balatonlelle: ifjúsági prevenció és sport-rehabilitáció,
- Fonyód: természetes életmód és termálvízhez kötődő fejlesztések.

Közösségi és gazdasági hatások: A program célja nem csupán az egészségmegőrzés, hanem új munkahelyek és vállalkozási lehetőségek teremtése. A helyi szolgáltatók – masszőrök, gyógytornászok, természetgyógyászok, vendéglátók – bevonásával erősíthető a helyi gazdaság, miközben a lakosság egészségtudatossága is fejlődik. A Balaton régió (Siófok központtal) ezzel az iránnyal a **négy évszakos életminőség** szimbólumává válhat.

A 2027-es „Egészségturizmus Éve” program: A hálózat minden nevesített településen megvalósulhatna egy-egy egészség (prevenció) rendezvény, kiállítás vagy tanácsadó nap. A program lehetőleg egységes kommunikációval és turisztikai kampánnyal valósulhat meg (lásd még egészség, mozgás és táplálkozás világnapja)

4.2.3. Siófok Pro'menád (JungCo – Trade House javaslata)

A Siófok Pro'menád egy olyan, 2027-től induló 3 éves sportturisztikai és kommunikációs program javaslat, melynek eredményeként egyre nagyobb hangsúlyt kapna az, hogy Siófok **célzottan vonzza a sportrendezvényeket, fesztiválokat, konferenciákat, edzőtáborokat** nemcsak a sport, de az egészség, a tudatos táplálkozás, a mentális, fizikai egyensúly témakörében is.

1. év: a deck, a 0. kiinduló pont a promenádon: **multifunkcionális közösségi tér**, sportplacc, ahol sport, edzés, aktivitás zajlik, s amely egyben nyitott színpad is, és sportversenyek befutója, startja. A **deck** lehetne az „Egészségturizmus éve Siófokon 2027 központi helyszíne.

2. év: az épület: látványos, egyszerű szerkezetű, megújuló energiákkal táplált modern, friss épület, mely nyitott közösségi tér, a sport, az aktivitás, az egészség, a wellbeing, az értékes és **a tartalmas feltöltődés szimbóluma egyben**. Nem sportcsarnok, fenntartása nem önkormányzati, hanem piaci alapú.

A **3. évtől** nemcsak lokálisan, hanem a **város több pontján** megjelenik a sport és a turizmus, a gasztronómia, az egészség ezen új komplex profilja, s a pontokat promenád köti össze, melynek egy szakasza lehetne a **„nappali” Petőfi sétány is**.

4.3. Kulturális és rendezvényturizmus

4.3.1. A BRTK Könyvtár és Kálmán Imre Emlékház javaslatai

4.3.1.1. Kálmán Imre egykori szülőháza, a Kálmán Imre Emlékház, mint attrakció

A **Kálmán Imre Emlékház és gyűjteménye** nemcsak Siófokon, de országosan is **egyedülálló attrakció**, mely a híres zeneszerző személyes használati tárgyait és korabeli nyomtatványokat, kottákat, műsorfüzeteket, plakátokat, szobrokat, festményeket és operett-történeti relikviát tartalmaz.

A pinceszint rendbetétele után további kiállítóhelyként üzemelhetne, vagy azt bérbe adva kulturális célokra is használható lehetne vendéglátóhelyként, bejárást közvetlenül a sétányról biztosítva (kultkocsmá), segítve ezzel a Kálmán Imre sétány szerepének újragondolását.

Siófoknak jelenleg nincs más múzeuma, ezért nagyon fontos feladata a városnak a **Kálmán Imre Emlékház népszerűsítése országos szinten**, a város kulturális turisztikai kínálatába való fokozottabb integrálása (már jelenleg is tematikus városi séták állomása, kiindulópontja), a városban ápoltt Kálmán Imre kultusz megújításának részeként (interaktivitás, fiatalabb korosztályok megszólítása).

Hosszú távú terv még a múzeum **interaktív lehetőségekkel** való kiegészítése, gyermekek számára **múzeumi játékok** készíttetése. Minden korosztályt meg kell tudni szólítani, ezzel is tovább vinni Kálmán Imre nevét.

Itt is meg kell említeni, hogy a város kiállítási helyszínek szempontjából szűkös kínálattal bír. A város számára megfelelő **kiállítóhely** kialakítása is szükséges lenne, hiszen jelenleg a Kálmán Imre Emlékház emeleti galériája mellett csak a KIMK emeleti galériája szolgál időszakos kiállítások helyszínéül (kiállító hely létesítésével kapcsolatos további javaslatokat lásd később).

4.3.1.2. Víztorony, mint a város jelképe és attrakció

A Víztorony legfelső szintjén **egy várostörténeti kiállítás** található, a falon látható képek mutatják a múltat (idővonal), s ha a képek alatt a látogatók kinéznek az ablakon, láthatják, hogy most mi található ugyanott.

Ebből kiindulva készült el az **Időutazó térkép** elnevezésű alkalmazás, amely továbbfejlesztve tökéletes alap lehet minden városi sétához (lásd később).

Középtávú tervük a 2025-ben először megrendezett „**teraszkoncert**” program továbbfejlesztése, sorozatban történő megvalósítása.

Terv ugyanezen **emelet látogatóknak történő megnyitása**, így a látogatók erről a szintről is megcsodálhatnak a város azon felét, amit a kis rögtönzött színpadról is láthatnak az előadók.

Mint valamennyi kiállítóhelyen, a kiállítások interaktívvá tétele és több nyelven történő bemutatása itt is fontos (folyamatban).

4.3.1.3. Helytörténet

A városi könyvtárban (**Regionális Kutatóintézet és Könyvtár**) nagyon aktív és sikeres a gyermekkönyvtári munka. Ennek kapcsán felmerült a keszthelyi Festetics Kastélynál látogatható történelmi játszóház mintájára egy **Siófoki helyismereti játszóház** létrehozása, amely a 4 évszakos, családokra alapozó, kulturális turizmus keretében kínálna „szórakozva tanító” programokat.

Már a korábbi munkacsoporti javaslatokban is felmerült **az önálló és állandó helytörténeti múzeum** létesítése, esetlegesen más helyi hagyományok (pl. halászat, hajózás) bemutatásával kombinálva.

4.3.2. A Kálmán Imre Művelődési Központ javaslatai 2026-2030

4.3.2.1. Kálmán Imre Művelődési Központ

A város kulturális fellegvára a turizmus szempontjából is a **Kálmán Imre Művelődési központ**, bár az épület jelenleg kétségtelenül egy másik kor szellemét és képét idézi. Az épület külső-belső felújítását a rendelkezésre álló források függvényében jelen stratégia időszaka alatt – lépésről-lépésre – meg kell valósítani. Nélkülözhetetlen többek között a fűtés-hűtés rendszer rekonstrukciója és egy energiatakarékos napelem-rendszer megépítése a tetőn.

4.3.2.2. Kálmán Imre Szabadtéri Színpad

A patinás üdülőhely karakterhez jól illeszkedett egykoron a Balaton mellett a **szabadtéri színpadok rendszere**, azonban időközben megváltoztak a kultúra fogyasztási szokások és Siófokon is jelentős versenytársai támadtak (esti koncertek szempontjából pl. a Plázs vagy a városközponti rendezvény helyszín).

Nemcsak külső megjelenésében, infrastruktúrájában, de szellemiségében is meg kell újulnia, melyre vonatkozóan számos javaslat született. Pl. a **Turizmusfejlesztés meghatározó sarokpontjai Siófokon 2025-2030 időszakban/Általános turizmusfejlesztési célok című** fejezetben olvashattuk, hogy megfontolandó nyitott rendezvénytérre alakítása és fokozottabb bekapcsolása a városi rendezvények helyszínei közé, akár úgy is, hogy megtartja hagyományos esti előadásokra szakosodott szerepkörét, napközben pedig (lásd pl. a **Siófok Pro'mená**d javaslatát az egészségturisztikai részben) **multifunkcionális közösségi térként** működhetne.

„Közösségi célokat szolgáló szabadtéri színpad” kialakítás került sor pályázati forrásból a város széplaki részén, a Jubileum téren, melynek alkalmankénti igénybevételének megszervezése, vagy a rendezvény térhez kapcsolódó funkció megtalálása szintén a közeljövő feladatai közé tartozik.

A szabadtéri színpad és a szabadtéri rendezvények (pl. fesztiválok) kapcsán **javaslatot fogalmaztak meg mobil színpad és színpadtechnika beszerzésére**, melynek megtérülése biztosított a bérleti díjak megtakarításából, s melyeket alkalmanként változó helyszínekre is lehet telepíteni (Jubileum tér, hajóállomás).

4.3.2.3. Fesztiválok

A **kulturális események, attrakciók, fesztiválok** célja, hogy a mindennapi szürkeséget megtörje, színeket, élményeket hozzon az emberek életébe; különös jelentőséggel bírnak azonban a turizmus szempontjából. Hagyományossá válva nemcsak a helyiek és az amúgy is itt tartózkodók számára adnak egyedi élményt, de **külön utazási motivációt is jelentenek**.

Siófok számára fontos tehát, hogy a fesztiválok ne a főszezon időszakában, hanem lehetőleg a 4 évszakos Balaton jegyében kerüljenek megrendezésre (Húsvéti Nyuladalom, Pünkösdi – nyári - szezonnyitó, Halfesztivál, Advent és Téli Varázs Siófokon). **Az önálló vonzerővé váló, sikeres fesztiválok összenőhetnek a város arculatával.**

A fesztiválok köre is változik (Siófokon volt már Aranykagyló fesztivál, Tojás fesztivál is), a jelenlegi fesztivál kínálat megtartásával azonban érdemes lenne egyet kiválasztva, azt önálló márkává alakítani, pl. **Halfesztivál Siófokon**, a miskolci Kocsonya Fesztivál mintájára.

Az egykori **Stefánia Fesztivál** számos nagyszerű programmal, elsősorban eleganciát sugárzó üzenetén keresztül szólította meg a polgári rétegeket, fiatalokat, családokat. Ennek a fesztiválnak a felélesztésére érdemes újabb kísérletet tenni (megcélózva pl. a tehetősebb, nyaralóval rendelkező „rekreációs betelepülőket”, a múlt századelőt idéző, nosztalgia iránt fogékony, igényes kultúra fogyasztóit, valódi ösztömvészeti jelleggel – villa látogatások, vitorlázás, tenisz versenyek, rendezvények a kikötőben, együttműködve a BAHART-tal és a Debreceni Egyetem Siófok Campusával, hisz **Stefánia hercegnő** nevéhez fűződik a magyar védőnői szolgálat kialakítása is.

A Helyi Érték Egyesület programjavaslatának, a siófoki **Pünkösdi Rózsaünnepnek**, mint a nyári szezonnyitó kísérő rendezvényének a városi attrakcióvá előlépett **Rózsakert adhatna méltó helyszínt.**

4.3.2.4. Siófok, mint bejárható kulturális útvonalak hálózata (Kultúrséta Siófokon)

A javaslat a **Kálmán Imre Emlékház** által már jelenleg is szervezett kulturális városi séták újragondolását és újraszervezését célozza.

A **kulturális útvonal** egyes pontjainál lenne egy-egy ízléses és főleg egységes megjelenésű megálló tábla, mely jelzi majd az állomás sorszámát, nevét, egy nagyon rövid ismertetőt a megállóhelyhez kapcsolódó kulturális vonatkozásokról, valamint egy QR kód, mely a könyvtár honlapjára visz, ahol az aktuális pontról bővebb ismertető is olvasható, képi és hanganyaggal is alátámasztva. (Ez egyben része lenne **az integrált, digitális alapú „SiófOKOS** (vagy

SiófokON) kedvezményrendszert is tartalmazó **applikációnak**, melyre már fogalmaztunk meg javaslatot jelen stratégiában).

A megállító tábla egyben utalna a következő megállóra s így az útvonal önállóan is és bármikor végigjárható, az érdeklődőnek nem kell feltétlenül megvárnia a „hivatalos” vezetés időpontját (**önjáró kultúrséta**), utóbbi rendszerét természetesen továbbra is javasoljuk fenntartani. (Itt kell megemlíteni, hogy tematikus és kultúrtörténet sétákra a **Helyi Érték Egyesület** is fogalmazott meg javaslatokat).

Egy javasolt útvonal és témái álljanak itt példaként:

1. Víztorony – az építmény, a Széchenyi-szobor, Varga Imre. 2. A volt „Kis Fogas” épülete. 3. Jókai villa, Művészeti Iskola, Bartók-szobor. 4. Krúdy villa. 5. Jókai park, Jókai szobor. 6. Volt Sió-, és Hullám Szállók 7. Tanhoffer villa. 8. Vitéz panzió és híres vendégei. 9. Hozbor vendéglő (a későbbi Csárdás) és híres vendégei. 10. Zenepavilon – Kálmán Imre. 11. Szapudi-asztal.

4.3.2.5. Siófok a képzőművészetben, a képzőművészet Siófokon (Képzőművészet és kiállítások

A javaslat a képzőművészeti kiállítóterek szempontjából úgy értékeli, hogy a meglévő kiállítóterek (Kálmán Imre Művelődési Központ, Kálmán Imre Emlékház) felújítása elengedhetetlen, jelenlegi állapotuk vállalhatatlan s ez egybecseng az intézmények által megfogalmazottakkal (lásd a **Regionális Kutatóintézet és Könyvtár és Kálmán Imre Művelődési Központ** című fejezeteknél leírtakat).

A város képzőművészeti értekeinek méltó bemutatásra szükséges lenne egy White Cube jellegű, galériatér követelményeinek megfelelő kiállítótér létrehozása (a "White Cube" kifejezés magyarul szó szerint **fehér kockát** jelent, de a művészeti szaknyelvben a **semleges, fehér falú, mesterséges megvilágítású kiállítótérre** utal. Ez a modernista galériatér-ideológia, amely elszigeteli a műtárgyat a külvilágtól, hogy a hangsúly kizárólag az alkotásra kerüljön). E célra megfelelne pl. az önkormányzat Vitorlás utcai ingatlana megfelelő szintű felújítással (esetleg bővítéssel).

Az előkészítő munkálatok 2026-ban már folytatódhatnak **a városi képzőművészeti gyűjtemény katalógizálásával és kutatásával**, mely kiegészülhetne más, nem városi tulajdonú képzőművészeti gyűjtemények feltérképezésével is.

Siófok testvérvárosi kapcsolatai a közelmúltban megújultak, így néhány, földrajzilag közel fekvő testvérváros esetében ugyancsak javasolt annak vizsgálata, hogy van-e fogadókészség siófoki (balatoni) képzőművészek ottani bemutatkozására és viszont.

4.3.2.6. Új kulturális helyszínek megvalósítása (Siókör javaslata alapján) rekultiváció révén (ReKULT)

A siófoki (belvárosi) volt Vízmű telep rekultivációja

A volt **Vízmű** alapvetően ismeretterjesztő, ipartörténeti, helytörténeti funkciói mellett, a vízmű működését, a víz útját mutathatná be látogatóközpont formájában.

Ugyancsak e rekultiváció révén nagy hangsúlyt kaphatna a **vízgazdálkodás, a 180 éves balatoni hajózás, a zsilip, a Sió és a Balaton szabályozása, a halászat** modern, digitális múzeum kialakításával, mely egyben a volt Beszédes József múzeum anyagának rekonstrukcióját, „hazahozatalt” is jelentené.

A földalatti ülepítő terek „rekultiváció” révén akár oktatási, akár zenei rendezvényeket is képesek lennének befogadni.

Kulturális és információs bázis, zöld találkozási és smart city pont, mely fontos eleme lenne Siófok kulturális kínálatának és egyben régió jelentőségű vonzerő. A projekt jelentős forrásigényű, regionális összefogást és társfinanszírozást igényel (DRV Zrt.), ezért javasolt a hosszú távú (15-20 éves) célok között szerepeltetni és az egyeztetéseket megkezdeni.

4.3.2.7. Helyi értékek megóvása és turisztikai hasznosítása (Helyi Érték Egyesület javaslataiból)

Erősíteni szükséges a „Helyi védelem” alá tartozó épített környezetre vonatkozó szabályozást, hogy legalább azok a villák, ikonikus épületek ne tűnjenek el, amik még megvannak. (Itt kell említést tenni arról, hogy jelenleg már folyamatban van a **helyi védettség kritériumainak felülvizsgálata**).

A Helyi Érték Egyesület tervezi helytörténeti kiadványok megjelentetését, de emellett szükségesnek tartaná egy **helytörténeti múzeum** létesítését is, ahol a város, a térség, a Balaton történelmével (többek között a Balatoni hajózás történetével) ismerkedhetnének meg az itt élő gyerekek, felnőttek és az ide látogató vendégek.

A Beszédes József Vízgazdálkodási Múzeum bezárása és elbontása óta több terv is született a megvalósításra, de sajnos eddig nem sikerült egyik elképzelést sem realizálni.

Fentiekre vonatkozóan szinte minden munkacsoport megfogalmazta javaslatát, ezért **egy, látogatóközpont funkcióval kombinált helytörténeti kiállítás projekt koncepciójának kidolgozása jelen stratégia időszaka alatt meg kell, hogy történjen** s a források függvényében az előzetes tervezési folyamat is megindulhatna.

Egy másik, a **Helyi Érték Egyesület által** már több éve kidolgozott elképzelés egy **Operett sétány megvalósítására** vonatkozna. Az elképzelés szerint a Zenepavilonnál található Kálmán Imre szobortól kiindulva kezdődne a sétány a katolikus templom mögötti sétányon a Hock János köz felé. A sétány megőrökíti azon művészek nevét, akik **Siófok városától Kálmán Imre plakett díjazásban részesültek**. Ezt a virtuális sétát költségkímélés szempontjából inkább digitalizálnánk, már csak a zenéhez való kötődés miatt is (lásd digitális, integrált, városi applikáció).

Siófokért emléksétány elindítása: az emléksétányt a Jókai parkban található utak mentén lehetne kialakítani úgy, hogy az a későbbi évek során folyamatosan bővíthető legyen olyan személyiségek domborműveivel, vagy mellszobraival, akik Siófok településfejlesztéséért, kultúrájáért, ismertségéért, sportjáért az elmúlt évszázadokban-évtizedekben sokat tettek és jelentőset alkottak (pl. Glatz Henrik, Ertl Jenő, Flament Lajos).

Az emléksétányhoz kapcsolható javaslat, hogy a város költségvetésében **legalább kétevente különítsünk el 10 millió Ft-ot köztéri szobrok felállítására**, ez a rendelkezésre álló források függvényében, támogatható.

4.3.2.8. Siófok turizmusa és a zenei élet

4.3.2.8.1. Hangverseny helyszínek

Jelenleg **nincs** megfelelő akusztikával rendelkező hangversenyterme Siófoknak. Akusztikailag megfelelő termek, amik más funkcióval rendelkeznek a Siófoki Önkormányzat **Házasságkötő terme**, illetve az **Egyetem díszterme**. Ezért kellene feltérképezni a lehetőségeket, hogy Siófok is egy patinás **hangversenyteremmel** bővüljön a következő években.

4.4. Vendéglátás és gasztroturizmus

A gasztronómiai vagy gasztroturizmus területén Siófok már tett lépéseket, közéjük tartozik az őszi és tavaszi **GasztroFok**. A város üdülő jellegén túl a továbbfejlődéshez szükséges további speciális elhelyezkedésen túl ehhez szükséges azon speciális, csak Siófokon és térségében elérhető **kínálati elemek feltérképezése**, felépítése és markáns marketingje, s amelyek miatt eljönnek Siófokra akár hétköznap egy vacsorára, még a környező, nagyobb városokból is (pl. Székesfehérvár, Veszprém).

A GasztroFok hétvégékre részben sikerült bevonni nagy siófoki szállodákat, de ennek sikere nagyban az adott szállodai menedzsment jóindulatától, illetve a személyes kapcsolatoktól függ jelenleg.

Ugyanakkor a jelenlegi városmarketing potenciálnál nagyságrenddel nagyobb vendég-elérést produkálhatnánk, főként a főszezonon kívüli időszakban, ha sikerülne **a nagyobb siófoki szállodák marketing tevékenységét jobban összehangolni**. Egyértelmű és sürgető prioritás időjárásálló turisztikai termékek fejlesztése, melyek közt egyik első helyen szerepel a **gasztronómia**.

4.4.1. Siófok, a korzók városa

Siófok egyedisége, hogy a leghosszabb vízparti területtel bír a Balaton parti települések között, **az összes balatoni korzó mintegy ötöde itt található**, ami jól kommunikálható „Siófok a korzók városa, illetve Siófok, a Balaton korzózóváros” szlogenekkel (a korzó és a promenád, mint látható, több javaslatban is felbukkan).

Legjobban egy minden évszakban megrendezett **Siófoki (Gasztro-) Korzók Hétvégéje** típusú **rendezvényel** lehetne ezt az adottságot hatékonyabban kihasználni a siófoki Nagystranddal és annak kezelőjével, a Balaton-parti Kft-vel megvalósított stratégiai együttműködés alapján (lásd még Petőfi sétány újragondolása).

Szintén egyedi adottság és máig kihasználatlan, hogy itt van a **BAHART téli kikötője**, vagyis csak Siófokon vannak télen is hajók a Balatonnál, amit akár egy jól kommunikálható (gasztro) rendezvényel is a városmarketing részévé és arculati elemévé lehetne tenni a BAHART-tal, mint stratégiai partnerrel közösen (ilyenre már van példa, ha nem is közvetlenül gasztronómiai szempontból, pl. **Mikulás hajó**).

4.4.2. A siófoki street food kínálat fejlesztése

Ma szinte kizárólag a pizza-hamburger-gírosz vonal képviseli ezt a szegmenst városszerte, miközben már a jelentősebb vidéki városokban is egyre erősebb a street food kínálat. **Tópartról lévén szó, vendég szempontból elvárható lenne pl. akár több, kifejezetten halas, illetve tenger gyümölcseit is kínáló street food hely, egy olyan gasztro hagyományokkal rendelkező településen, mint Siófok.**

Az egész éves minőségi vendéglátás **kiemelten fontos célcsoportja a lakóparkok polgársága (rekreációs betelepülők)** lenne, akiket célzottan kell megszólítani. A GasztroFokban jelenleg résztvevő szolgáltatók szerint elsősorban nem a siófokiak tartják el ma a nívósabb helyeket a városban, hanem sokkal inkább a lakóparkokban élők és a nyaralók.

4.4.3. Kiemelt stratégiai projektek a vendéglátás területén

4.4.3.1. Egy balatoni régiós piac kialakítása Siófokon

Jelenleg nincs modern, mai európai igényeknek megfelelő régiós termékpiac sehol az országban. **A siófoki lehetne tehát az első modern, igazán európai megjelenésű termelői piac.** A fővároshoz közeli elhelyezkedés stratégiaileg indokolja, hogy itt legyen **a balatoni és Balaton környéki termékek referencia piaca,** s egyben Siófok régiós vezető szerepének markáns jelképe lehetne. Megvalósítására **tervpályázatot** lenne érdemes kiírni. Működtetésében pedig a **Siófoki Szakképzési Centrum** és a **Balatoni Kör** lehetne a szakmai háttér garanciája.

4.4.3.2. Babra megy

Siófok első prémium közönséget megszólító, **privát parti jellegű gasztro fesztiválja a töreki babra,** mint helyi alapanyagra építve. **Helyszín:** stílszerűen Törekiben, az Egy csipet nádasban, **Időpont:** május, június első fele vagy szeptember, október eleje. **Résztvevők:** a térség legkiválóbb séfjei és vendéglátóhelyei mutatnák be az alkalomra és elsősorban a töreki babra komponált ételeiket.

4.4.3.3. A siófoki civil szervezetektől érkezett javaslatok is részben a helyi termékek témaköréhez kapcsolhatók az alábbiak szerint.

A **helyi őstermelők (kézművesek stb.)** termékeinek propagálása, bemutatkozási és értékesítési helyszín biztosításával (s ez egyben turisztikai vonzerővé is válhat), akár változó helyszín kijelölésével.

Javasolt a néhány éve a balatonszéplak-felsői állomásnál lévő **Jubileumi tér** funkciójának e szempontból történő újragondolása. Kulturális helyszínként vagy pl. **csere-bere pontként** is szóba jöhetne (lásd a szabadtéri színpadnál leírtakat).

Másrészt a **városkörnyéki helyszínek, kirándulóhelyek, vonzerők, ideértve a gasztronómiai és borturisztikai kínálatot is** (Töreki, Sió-völgye és mások) bekapcsolása Siófok turisztikai kínálatába (rossz idő esetére) s az ezeket programozott módon bemutató túraútvonalak kialakítása, melyre az alábbi tematikus út szolgálhat jó példaként:

„Egész nap a Sió völgyében” útvonal:

Sió parti kerékpárút - Siójut faluház (néprajzi és a Katica Bábcsoport gyűjteménye), - Mile borászat, - Deák Bárdos Pince, - Siójuti horgászto (Tengerszem), - a világ első köztéri Kossuth szobra (Siómaros), - Zsiga Gyula néprajzi gyűjteménye, - Grund Bistro & Pub, - "Szabadi arcai" Helytörténeti kiállítás megtekintése a Petőfi Sándor Művelődési Házban, - Magna Hungária jurta és íjász udvar felkeresése, - Öreghegyi lovarda és helyi borok kóstolása a "Vitoroktól", - Külsőhegyi Halzóna horgászto felkeresése, - Papp Pince borkóstolás, - Pusztatorony, az Ósi falu templomának romjai között gyönyörködhetünk a panorámában- Sanyi Sarok étterem.

4.5. Konferencia turizmus, oktatási (edukációs) turizmus, turizmus és oktatás Siófokon (az oktatási munkacsoport anyaga)

4.5.1. A 4 évszakos turizmus fontos turisztikai terméke a **rendezvény és konferencia** (kongresszusi) **turizmus**, vagy MICE turizmus. ahol a rendezvény nem saját programszervezést (pl. Halfesztivál, vagy Téli Varázs) jelent, hanem üzletszerűen szervezett rendezvényeket, eseményeket.

Ez a turizmus jellemzően szezon kiegyenlítő hatású, ezért jól illeszkedik a város és a régió 4 évszakos törekvéseihez. Üzleti alapon szervezik PCO-k (Professional Congress Organizers, profi kongresszus szervezők). Fontos, infrastrukturális feltétel egy, legalább 1000 fős rendezvényhelyszín megléte. Mivel Siófokon nincs ilyen, ezért kisebb volumenű **vállalati tréningek, tanfolyamok, továbbképzések**, sőt, a Debreceni Egyetem belépésével szakmai és oktatási konferenciák szervezésére érdemes a városnak ajánlatot tenni a meglévő rendezvény helyszínek (KIMK, Civil Ház, Kiss Szilárd Sportcsarnok, Debreceni Egyetem) és szálláshely szolgáltatók (döntően szállodák), valamint egyéb, kísérő programok gazdái közötti koordinációval és marketinggel.

4.5.2. Oktatás és turizmus

Siófok arculata erős üdülővárosként és fesztiválvárosként, de kevésbé látható az **„oktatás és a turizmus” összekapcsolása** szempontjából. Az itt működő oktatási intézmények és a városi intézmények eddiginél szorosabb együttműködése révén azonban erősödhet Siófok **„diákváros”** jellege (oktatási intézmények és turisztikai szereplők tervszerű együttműködése, testvérvárosi kapcsolatok kihasználása révén megvalósuló „cserediák” programok, stb.).

Fontos az oktatásban már meglévő **gasztronómiai és kulturális potenciált** (Balatoni Kulináris Műhely Ágazati Képzőközpont, Siófoki Művészeti Iskola) még fokozottabban beépíteni és hasznosítani a város rendezvénykínálatában és kommunikációjában.

Néhány, az oktatáshoz is kapcsolható programjavaslat:

- **Diákestek és Mesterestek**, az előbbi a Szakképzési Centrum, a Tankerületi Központ, zeneiskola és egyetemi hallgatók előadásaira épülne, melyet a diákok által készített vacsora színesítene.
- Utóbbiakon pedig neves színészek, zenészek, előadóművészek lépnének fel diákmenü kísérettel (**Siófoki Vacsoraszínház**; Teátrum kávéház)
- Középkisiskolások és **egyetemi hallgatók számára** tanévzáró (2027-től, május) és tanévnyitó (ráhangoló) közösségi rendezvény (2027-től szeptember), **Siófoki Diák Regatta sárkányhajó verseny** (a Debreceni Egyetem javaslata alapján).

- **Siófok, mint tanuló város.** A tanuló város ötvözi a formális oktatást (iskolák, szakképzés, egyetem), a nem formális tanulást (tanfolyamok, közösségi képzések) és az informális tanulást (fesztiválok, kulturális programok, közösségi klubok). A turizmushoz kapcsolhatja a tanuló várost pl. **az idegen nyelv oktatásában, vagy nyári egyetemek szervezésében** rejlő lehetőség (Siófok a nyár fővárosa, ahol a tanulásban nincs nyári szünet, lásd: **Debreceni Nyári Egyetem**).

5. Marketing-, márka- és kommunikációs stratégia

5.1. Kommunikáció

Napjainkra a települések is olyan termékké váltak, amit érdemes tudatos marketinggel népszerűsíteni. Ehhez sajátos arculatot, imázst tudatosan kell kialakítaniuk magukról. Ezenkívül az önkormányzati kommunikáció egyik fontos eszköze a település fejlesztésének, amelynek segítségével bővíthetők a gazdaság beruházásokhoz szükséges források, turisztikai célterület esetén (mint Siófok) pedig a turizmusból származó bevételek növelése és a helyi lakosság életminőségének javítása. Az önkormányzati kommunikáció a helyi szervezetekkel és a lakossággal (ideértve a csak időszakosan a városban tartózkodókat is) való közvetlen párbeszédén keresztül valósul meg.

A tudatos és sikeres városmarketing és turizmusfejlesztés alapja, hogy illeszkedjen az adott desztináció fejlesztési terveihez, ágazati stratégiáihoz és legyen a városnak turizmusfejlesztési célokat, irányokat lefektető dokumentuma. Siófok város új turizmusfejlesztési és városmarketing stratégiája a képviselő-testület vonatkozó döntése értelmében készült el a 2026-2030. időtávra összhangban a meglévő ágazati stratégiákkal, szakmai programokkal és a képviselő-testület által 2025-ben elfogadott Siófok város gazdaságfejlesztési programjával.

5.2. Imázs, arculat

Siófok pozíciója országosan és a Balaton térségében is egyedülálló. **„Kapunvárosként” – „Siófok, itt kezdődik a Balaton!”** – országosan ismert és erős márkaigérettel rendelkezik, amely egyszerre jelöl földrajzi belépési pontot és élménykezdetet.

A város élményközpontú karaktere aktív, pezsgő atmoszférát kínál, miközben tudatosan család- és seniorbarát marad. Mindezt a „négy évszakos desztináció” szemlélet teszi teljessé: az „Egész évben Siófok!” hosszútávú irány, mely stratégiai alappillérként határozza meg a város kommunikációját és fejlesztési irányait.

Tavasszal a megújulás, a sport, a természet és a kultúra kerül előtérbe; nyáron a vízhez kötődő élmények, fesztiválok és a családi nyaralás dominálnak; ősszel a gasztronómia, a bor, a slow turizmus és a wellness kap hangsúlyt; télen pedig a pihenés, a kulturális programok és az aktív kikapcsolódás kínál alternatív élményeket. A **célcsoportokra** szabott arculati hangsúlyok tovább erősítik a márka hitelességét.

A város jövőbeli arculatával kapcsolatosan nem cél annak újra pozicionálása, hanem a meglévő értékek újraértelmezése (jó példa erre a Petőfi sétány szerepének újra gondolása). Ennek része a szezonális, „nyári bulivárosként” élő kép árnyalása, valamint az érzelmi és élményalapú márkaépítés megerősítése. **Siófoknak nem új identitásra, hanem mélyebb, sokrétűbb**

üzenet közvetítésére van szüksége, amely egyszerre tud szólani a különböző célcsoportokhoz.

5.3. Vízió 2030-ig:

Siófok 2030-ra a Balaton egész évben élményt kínáló, leginnovatívabb, legvonzóbb és legélhetőbb települése legyen – ahol a város szellemisége egyszerre fiatalos, kulturális, gasztro-orientált és családbarát.

A következő évek kommunikációs és marketingstratégiájának fókuszai, pillérei néhány konkrét példával alátámasztva:

Turisztikai trendek, melyek napjainkban meghatározzák az utazási motivációt.

- Utazók az *élménygazdag, rövid utakra* fókuszálnak
- Nő a *wellness és gasztroturizmus* jelentősége.
- A fiatalok körében az *élményérték és Instagram-potenciál* dönt, influenszerek és tartalomgyártók tematikus bevonása fontos.
- A belföldi turizmust erősíti az árérzékenység → *kedvezményes csomagok* fontosak.
- **A digitális jelenlét** már elsődleges; a közösségi médiában a TikTok és Reels vezet.

A „**Makró és trendkörnyezet**” című részében bemutatott SWOT analízisben kiemelt erősségek és gyengeségek meghatározóak a város kommunikációs stratégiájának alakításához és a megfelelő irányú marketingpozicionáláshoz a következő években

A vízió három pillére:

- 1) **Élhetőség** – egy modern, környezettudatos, kellemes, szép és biztonságos város, ahol jó élni és ahová jó megérkezni.
- 2) **Élmény** – ikonikus, emlékezetes élmények, amelyek versenytársak fölé emelik Siófokot.
- 3) **Egész éves jelenlét** – tavaszi, őszi és téli márkatartalmak folyamatos építése, a nyár minőségi és tartalmi feltöltése.

Vízióhoz kapcsolódó kommunikációs célok:

- A városkép pozitív érzelmeket váltson ki (napfény, életöröm, mediterrán hangulat).
- Fiatalos, modern, pezsgő, de minőségi imázst formáljon.
- A lakosság büszke legyen a városára → „Siófoki identitás” erősödjön.
- Hosszú távon a „nyár fővárosából a „**Balaton élmény-fővárosává**” váljon.

5.4. Fő piaci szegmensek

- **Fiataloknak:** trendi, vibráló, sportos, social-first város
- **Családoknak:** biztonságos, aktív, sokszínű élményközpont.
- **Senior korosztály számára Siófok nyugodt, igényes és biztonságos desztinációként** jelenik meg, az egészség, a kultúra és a kényelmes kikapcsolódás üzeneteire építve (egészségturizmus). Ide számítanak még a „rekreációs betelepülők”, „kétlakiak”.
- **Wellness közönségnek:** nyugalom és minőség.

- **Külföldieknek:** ikonikus magyarországi, Balaton-parti üdülőhely, magyar mediterrán életérzéssel
- **Intézményi és céges szektornak:** konferencia és rendezvényhelyszín.

Fenténél részletesebb, de azt részben átfedő piaci szegmentálást mutat a **VisitBalaton 365** (jelenleg készülő) regionális marketing stratégiája, melyet az alábbi táblázatban láthatunk (kiegészítve az évszak, termék és csatorna „kiosztással”).

Perszóna-aktiválási mátrix (évszak, termék, csatorna)

Perszóna	Évszak-fókusz	Kulcsélmény / Turisztikai termék	Elsődleges csatornák	Fő üzeneti irány
Vizpart-fókuszú, „networkingelve nyaraló”	Nyár, Ősz	Fesztiválturizmus, közösségi élmények	TikTok, Instagram, YouTube Shorts	„Itt az ideje, hogy átéljed a nyári igazi balatoni pillanatait.”
Ritka látogató, gyógyfürdő/wellness-fókuszú	Ősz, Tél	Wellness, gyógyturizmus, gasztro-pihenés	Facebook, Google, női magazinok	„Itt az ideje, hogy feltöltődj a Balaton nyugalalmában.”
Élménykereső, többarcú Balaton-fókuszú	Egész év	Gasztro, aktív, kulturális és fesztiválprogramok	Instagram, TikTok, VisitBalaton365.hu	„Itt az ideje, hogy megismerd a Balaton ezer arcát.”
Családi nyaralóval rendelkező	Tavaszi, Nyár	Családi és közösségi turizmus, helyi programok	Facebook, eDM, helyi csoportok	„Itt az ideje, hogy új emlékeket gyűjtssetek ott, ahol mindig otthon vagytok.”
Kulturális élménykereső	Tavaszi, Ősz, Tél	Kulturális és gasztroesemények, városlátogatás	Facebook, PR, hírlevél, Instagram	„Itt az ideje, hogy felfedezd a Balaton történeteit.”
Sportos, aktív felfedező	Tavaszi, Nyár, Ősz	Aktív és sportturizmus, természetjárás	Instagram, YouTube, outdoor portálok	„Itt az ideje, hogy újra felfedezd a Balatont mozgásban.”
Exkluzív élménykereső	Ősz, Tél, Tavasz	Prémium gasztro, wellness, slow luxury	Instagram, lifestyle magazinok, PR	„Itt az ideje, hogy megpihenj a Balaton elegáns oldalán.”

(Forrás VisitBalaton 365 Célcsoportok és perszónák, prezentáció- 2026)

5.5. Siófok város kommunikációs és marketing stratégiájának fő pillérei a 2026-2030 időszakra:

1) Négyévszagos turizmus fejlesztése

- **Tavaszi:** wellness, sport rendezvények, aktív turizmus, kül- és beltéri attrakciók
- **Nyári:** víz(part)i élmények, szabadidő, szórakozás és kultúra
- **Őszi:** gasztro- és bor rendezvények, kulturális programok, lakosság bevonása
- **Téli:** adventi hangulat, jégpálya, karácsonyi fények
- **Egész éves:** kulturális események, természeti értékek, épített örökség
- Fontos az együttműködés erősítése a turisztikai szereplők között, helyi, térségi és regionális szinten (élménycsomagok, programcsomagok, közös promóciók)

2) Digitális dominancia

- TikTok fókusz: trend-alapú városi tartalmak
- Tematikus Reels sorozatok: „Siófok 15 másodpercben”
- Helyi partnerekkel közös kampányok
- Profik által gyártott videóanyagok, influenszerek (arcok) bevonása ügyelve a hitelességre és célcsoport azonosságra

3) Arculati egységesítés

- Siófok-vizualizáció: modern logó, színpaletta, melynek bevezetése javasolt 2027-28-ban
- Egységes fotó- és videóstílus
- Arculati könyv helyi vállalkozóknak
- A város arculatának „látható” elemei (logó, szimbólum, jelszó) az arculattal szerves egységben egészüljenek ki az arculatot hangsúlyozó **zenei motívummal** (esetleg a **város himnuszával**), **melyre pályázat kiírása javasolt.**

4) Élmenyközpontú fejlesztések

- tematikus séták (gasztro, történelmi, street art)
- „Siófok Pass” városi kedvezménykártya rendszer (mint a turisztikai applikáció része) kialakítása, lakosság és turisták egyidejű bevonása és kiszolgálása
- új fotópontok, installációk, új egész éves attrakció fejlesztés („Siófok letters”, fénykapu, látogatóközpont)
- kulturális élménykapcsolások, helyi értékalapú élmény átadása és beépítése az alap turisztikai termékekbe

Siófok 2026-2030 között akkor lesz igazán sikeres desztináció, lakóhely és úticél, ha:

- **egységes márkát** épít (új modernvárosi arculat, brandbook, tipográfiai és vizuális rendszer, hivatalos fotó- és videóbank létrehozása. A város, mint karakter jelenjen meg a teljes kommunikációs folyamatban és csatornákon: fiatalos, vendégszerető, modern, kreatív, élménygazdag)
- videó- és **élményalapú kommunikációt** használ (Minden kommunikációban a „megélt pillanat” domináljon, ne a szolgáltatás. (Reels/TikTok, drónvideók, autentikus emberi pillanatok, hiteles emberek bevonása a kommunikációba)
- **négyévszakos városi stratégiát** követ (négy tematikus vizuális világ, elkülönült szezonok kommunikálása, egyedi, de mégis a közös célt szolgáló üzenetekkel, képi és témavilággal. Fontos, hogy összehangolt legyen a kommunikáció és a pozícionálás a régiós elvekkkel és marketingkommunikációval)
- **Social-first szemlélet:** a kommunikáció a közösségi platformokra optimalizálva készül, trend-alapú tartalomgyártással (a fiatal célcsoportot TikTokon, a családokat Facebookon, a cégeket LinkedInen éri el és folyamatos, látványos digitális jelenlétet tart fenn)
- Hatékonyan **vonja be a helyi lakosságot**, vállalkozásokat a kommunikációba és a város imázsának kialakításába, formálásába (A cél az, hogy igaznak érezzék a helyiek, hogy **Siófokon jó lenni, pihenni és élni is!** pl.: „Siófoki Arcok” portrészorozat print/online, helyi vállalkozók és vállalkozások bemutatása, közösségi tartalomkampányok fiataloknak fiatalokkal (#MySiófok), kölcsönös interaktív kommunikáció kiépítése és fenntartása /hírlevél, közmeghallgatás, tájékoztató fórumok, edukációs események/)
- kommunikációs és marketingstratégiája szorosan összehangolt és illeszkedik a régiós és országos stratégiákhoz

6. Fenntartható és felelős turizmus

6.1. A tolerálható terhelés mértéke

Az üdülőterületek – így a Balaton térsége – fenntarthatóságának egyik kulcsfogalma a **tolerálható terhelés mértéke**, más néven „eltartó képesség” (angolul carrying capacity). Ez azt a látogatói és használati szintet jelenti, amely mellett a természeti környezet, az infrastruktúra és a helyi közösség még nem szenved tartós vagy visszafordíthatatlan károsodást. (Kérdés, hogy Siófok esetében az un. „rekreációs betelepülők” melyik csoportba tartozzanak? Megítélésünk szerint mindkettőbe lehet szerepük).

A tolerálható terhelés nem egyetlen fix szám, hanem több dimenzióban (sőt esetleg városrészenként is) értelmezhető határérték. Az alábbiakban egy ilyen, a terhelés mértékét mérő mutatószám rendszer kialakítására teszünk kísérletet. A mutatószám rendszer kialakításához szükséges szempontrendszer összeállításában segítség Siófok város települési környezetvédelmi programjának megújítása (2023-2028) című tanulmány.

6.1.1. A tolerálható terhelés típusai

6.1.1.1. Ökológiai eltartó képesség, mint fenntarthatósági mutató (objektív mérőszámok)

Az a látogatószám vagy használati intenzitás, amely mellett:

- nem romlik tartósan a vízminőség,
- nem nő kritikus szint fölé a tápanyagterhelés,
- nem károsodik a parti élővilág,
- nem csökken a biológiai diverzitás.

6.1.1.2. Infrastrukturális eltartó képesség

Az a használati szint, amely mellett:

- a közlekedési rendszer nem telítődik elviselhetetlen mértékűre,
- a szennyvíz- és hulladékrendszer fennakadások nélkül biztonságosan működik,
- az ivóvíz- és energiaellátás stabil marad,
- nem alakul ki túlszűfoltosság a közterületeken.

6.1.1.3. Társadalmi (szociális) eltartó képesség (nagyraoszt szubjektív, csak kutatással feltárható)

Az a határ, amelynél:

- a helyi lakosság még elfogadhatónak érzi a turizmus jelenlétét a nyári csúcsok idején is,
- nem romlik jelentősen az életminőség,
- nem növekszenek túlzottan az ingatlanárak (s ezzel a bérleti díjak) vagy az idényjellegű zsűfoltosság.

6.1.1.4. Gazdasági eltartó képesség

Az a szint, ahol:

- a turizmus bevétele arányban áll a fenntartási költségekkel, (önkormányzati szinten mérhető, regionális szinten legfeljebb becsülhető),
- nem alakul ki túlzott, egyoldalú gazdasági függőség,
- a helyi vállalkozások fenntarthatóan működnek.

6.1.2. Milyen mutatókkal mérhető?

6.1.2.1. Környezeti mutatók

- vízminőségi paraméterek (foszfor-, nitrogénszint, algásodás mértéke- A Közép-Dunántúli Vízügyi Igazgatóság Balatoni Szakasz mérnöksége által monitorozott paraméterek)
- minősítés (pl. strandok minősítése)
- part menti beépítettség aránya
- zöldfelület/fő arány
- hulladék mennyisége turista/fő

6.1.2.2. Infrastrukturális mutatók

- napi látogatószám vs. strandkapacitás (a jelenlegi „strand kapacitása” a városnak 85.116 fő, a napi látogatószám valószínűleg ezen a határon belül mozog)
- parkolóhelyek telítettsége
- csúcsidőszaki közlekedési torlódások
- szennyvíztisztító telepek kihasználtsága (%)

6.1.2.3. Társadalmi mutatók

- lakossági elégedettségi felmérések (lásd jelen stratégia kérdőíves kutatását)
- turista/lakos arány (pl. nyári csúcsidőben), **Siófok esetében ez legalább 4 az 1-hez.**
- második (üdülők, apartmanok) otthonok aránya (erre sajnos nincs megbízható adat)
- zajterhelési szintek

6.1.2.4. Gazdasági mutatók

- egy turistára jutó turisztikai bevétel
- szezonális index
- turizmusból élők aránya a népességben

6.2. Hogyan határozható meg a „tolerálható” szint egy üdülő város, mint Siófok, esetében (hangsúlyozva a regionális kitétséget)?

A fenntarthatóság szempontjából akkor beszélhetünk tolerálható terhelésről, ha:

- nincs tartós vízminőség-romlás (ehhez hozzá kell venni a vízmennyiség „romlást” is, amikor a tó „élvezeti értéke” a túl alacsony vízszint miatt csökken)
- az infrastruktúra kihasználtsága nem haladja meg **tartósan** a 80–85%-ot, (az ivóvíz ellátás esetében ez már ma is 90% a csúcsidőszaki napokon!)
- a lakossági elégedettség nem csökken kritikus szint alá (pl. a turisták tömeges elmaradása miatt)
- a természeti regeneráció üteme meghaladja a használatból eredő károsodást.

Fontos, hogy a határértékek **dinamikusak**: klímaváltozás, vízszintingadozás, infrastrukturális fejlesztések vagy a turizmus szerkezetének változása mind módosíthatják őket.

6.3. A turizmus és a természetes környezet

Átfogó cél, hogy a természeti értékeink megőrzése mellett egy fenntartható és alacsony terhelésű turizmust fejlesszünk.

A turisták okozta környezetterhelés (hulladék, zaj, túlhasználát), a főszezoni hétvégéken tapasztalható **túlturizmus (overtourism)** és a rekreáció befolyásolja a város zöldfelületeinek állapotát, azon belül kifejezetten a zöldterületek (közparkok, közkertek, strandok) hosszú távú kezelését.

Fontos figyelemmel kísérjük a látogatók magatartásmintáit, fontos, hogy forgalmas közterületeink és parkjaink állapota mindig kell, hogy mutasson valami újat és látványosat (pl. egynyári és kétnyári virágagyak váltakozása, új fajták használata, többszintes növényállományok alkalmazása)

Szembe kell néznünk a klímaváltozás negatív következményeivel, ami perzselő hóhullámokat, aszályos időszakokat hoz magával. A városi hőszigetelés mérséklésének csökkentése érdekében koros fáink állapotának védelme és újabb egyedek ültetése kiemelt figyelmet kell, hogy kapjon. Amellett, hogy egy árnyas parkban vagy fasor alatt kellemesebb sétálni és pozitív hatásait élvezni, a fák, mint élő anyagok, ciklikus változásaikkal eltérő környezeti élményt nyújtanak (4 évszakos turizmus).

Olyan egymásra épülő ökológiai folyosók kialakítása és fenntartása a hosszú távú megoldás, ami a város élhetőségét javítja ezzel csökkentve a szélsőségesé váló hatások mértékét. **Sokoldalúan használható köztereket** kell, létrehozunk (át kell, hogy gondoljuk pl., hogy a rövidre nyírt gyepfelület, ami a vízigényes kultúra, a jövőben fenntartható-e a mai formában. A sűrű növényzet fedi a talajt, magas szerves anyag tartalmat ad és tartja a nedvességet. A növényvel nem fedett részeket talajtakaróval kell védenünk. A burkolati részeket előtérbe helyeztük és használjuk a vízáteresztő burkolatokat, melyek az esővíz megtartása végett ez a továbbiakban is kiemelt szerepet kell, hogy kapjanak).

Környezettudatos látogatói kultúrát kell erősítenünk, környezettudatos szolgáltatói magatartás ösztönzése mellett. A helyi termékek és szolgáltatókat támogatása fontos. Ugyancsak a kerékpáros, gyalogos infrastruktúra fejlesztése, (elektromos járműhasználat ösztönzése, a helyi tömegközlekedés szempontjából is, gyalogos városi séták, túrák alkalmazása, tudatos forgalomcsökkentés, autómentesítés).