



**MISKOLC MEGYEI JOGÚ VÁROS
ALPOLGÁRMESTERE**

Kvo.: 31.014/2007.

Melléklet:

- 1.sz. melléklet: 2006. évi tájékoztató**
- 2.sz. melléklet: Idegenforgalmi Alap - nyertesek listája**
- 3.sz. melléklet: Éves megjelenési lista**
- 4.sz. melléklet: A Tourinform Iroda látogatottsági adatai**
- 5.sz. melléklet: 2007. évi javaslat**

**Tájékoztató a 2006. évi idegenforgalmi feladatterv teljesítéséről
Javaslat a 2007. évi turizmus – marketing feladattervre.**

Összeállította:

Ádám Ibolya
Kulturális és Vendégforgalmi Osztály
osztályvezető

Egyeztetve:

Nyilas Ferencné
Pénzügyi és Vagyongazdálkodási Főosztály
főosztályvezető

Törvényességi véleményezésre bemutatva:

Dr. Mészáros Miklós
jegyző

Tisztelt Közgyűlés!

I. Tartalmi összefoglaló

Az elmúlt és az idei év idegenforgalmi feladatainak megfogalmazásakor, figyelembe véve a vendégforgalmi adatokat, a városba érkező turisták országcsoportonkénti megoszlását, valamint az anyagi erőforrásokat, a következő célokhoz rendelt eszközök alkalmazása kerül előtérbe:

- A tartózkodási idő meghosszabbítása. Az egynapos látogatókból vendégéjszaka eltöltésével, turisztikai szolgáltatás igénybevételével turisták váljanak.
- A város arculatának további pozitív formálása egyedi marketingeszközök alkalmazásával.
- A kulturális turizmus minőségi szolgáltatásainak további fejlesztése, a színvonal emelése.
- A szektorban érintettek között az együttműködés és a koordináció erősítése, az információk gyors és kölcsönös áramlásának biztosítása.

Az elmúlt évtizedben a társadalmi, gazdasági változásnak megfelelően nagyban változtak az utazási szokások és igények a belföldi turistáknál ugyanúgy, mint a külföldiekénél.

A napi munkában az a törekvés volt irányadó, hogy hosszú távra kiszámítható, piacvezérelt, a körülményekhez rugalmasan alkalmazkodó, átlátható tevékenység valósuljon meg.

II. Az önkormányzati stratégiához való viszonya

Miskolc Megyei Jogú Város Önkormányzata megtárgyalta és elfogadta az idegenforgalmi koncepciót, a város kulturális stratégiáját, valamint a városstratégiát. Mindhárom dokumentum Miskolc fejlődési lehetőségeként értékeli a turizmust, így az évente elkészített feladatterv a meghatározott célok elérését hivatott biztosítani.

III. Előzmény

Miskolc Megyei Jogú Város Közgyűlése X-237/23.745/2003. sz. határozatával elfogadta Miskolc város turizmusfejlesztési koncepcióját, melynek értelmében évente el kell készíteni az idegenforgalmi feladattervet, amely konkrét, operatív feladatokat tartalmaz. Jelen tájékoztató a feladatterv elvégzésével kapcsolatos főbb tevékenységeket és a 2007. évre vonatkozó javasolt feladatokat mutatja be.

IV. Várható szakmai hatások

A turizmus interszektorális jellegéből adódóan nélkülözhetetlen a stratégiai partnerekkel való hatékony együttműködés. A marketing kommunikáció szerves része a partneri együttműködés, aminek minden esetben a hatékonyságot és a költségek racionalizálását kell szolgálnia. Az elmúlt évben és az idén is folytatódik a partnerkapcsolatok és az együttműködések kiépítése, a meglévők mélyítése, különös tekintettel a fő küldő piacok külképviseleteire, a helyi vállalkozókra és a sajtókapcsolatokra.

V. Várható gazdasági hatások

A turizmus gazdasági szerepe egyre inkább előtérbe kerül. Minden megrendelés és beruházás – a multiplikátor hatásokon keresztül – tovaryűrűző hatást indít el a gazdasági rendszerben, bővülő hatást eredményezve. E bővülés nagyobb, mint az eredeti megrendelés vagy beruházás, ezért az idegenforgalmi koncepcióban, valamint a városstratégiában megfogalmazott célok teljesítése a város gazdasági teljesítőképességéhez is hozzájárul. Az operatív feladatok következetes elvégzésével az ágazati pozíció erősíthető.

VI. Kapcsolódások

A turizmus kapcsolódási pontjainak a Polgármesteri Hivatal osztályközi kommunikációjában is meg kell jelennie.

A fenntartható turizmus fejlesztése érdekében minden olyan lehetőséggel élni kell, amely elősegíti Miskolc jobb pozicionálását.

VII. Fennmaradó vitás kérdések

A vitás kérdések megbeszélésére azok a szakmai konzultációk jelentenek megoldást, amelyeket a Kulturális és Vendégforgalmi Osztály kezdeményez a turizmusban érintettek között a többszemponitű egyeztetést igénylő kérdésekben.

VIII. Javaslat a sajtó tájékoztatására

Az idegenforgalmi feladatterv összeállításánál hangsúlyosan szerepel az idegenforgalom – kultúra - városmarketing komplex megközelítése, az érintett intézményekkel, vállalkozásokkal, szakmai szervezetekkel való partnerségi együttműködés erősítése. Tekintettel arra, hogy a feladatok eredménye a látogatókat és a városlakókat egyaránt érinti, indokolt a folyamatos tájékoztatás.

Tisztelt Közgyűlés!

A leírtak alapján kérem a tájékoztató szíves tudomásulvételét, és a 2007. évre vonatkozó feladatterv elfogadását.

Fedor Vilmos

Határozati javaslat

Miskolc Megyei Jogú Város Közgyűlése megtárgyalta a „**Javaslat a 2007. évi turizmus – marketing feladattervre**” c. előterjesztést és az alábbi határozatot hozza:

Miskolc Megyei Jogú Város Közgyűlése elfogadja a 2007. évre szóló feladattervet.

Felelős: Fedor Vilmos alpolgármester

Közreműködik: Kulturális és Vendégforgalmi Osztály
Pénzügyi és Vagyongazdálkodási Főosztály

Határidő: azonnal

1. sz. melléklet

Tekintettel arra, hogy Miskolc életében is egyre fontosabb tényezővé válik a turizmus, a sikeres települési szintű turizmus menedzsment legfontosabb feladata az érdekek és igények harmonizációja, aminek során a látogatók, a számukra szolgáltatást nyújtó vállalkozások és szervezetek, az állandó lakosság, valamint az önkormányzat érdekeit és elvárásait kell egyszerre figyelembe venni és koordinálni. Az éves vendégforgalmi adatok vizsgálatakor néhányszor kritika fogalmazódott meg az önkormányzat vonatkozásában. Itt fontos megjegyezni, hogy az Önkormányzatnak nem utazási irodai tevékenységet kell végeznie, hanem az idegenforgalmi koncepció alapján elkészülő idegenforgalmi feladattervben megfogalmazott feladatokat kell minél magasabb színvonalon elvégeznie, valamint koordináló, katalizátor szerepet játszania a szolgáltatások fejlesztésében. Mivel a tevékenységek széles skálájáról van szó a városüzemeltetéstől (parkfenntartás, szemétszállítás, közlekedés) a különböző fejlesztésekig, a turizmus szempontjait minden döntésnél figyelembe kell venni. Az ezen a területen jelentkező hiányosságok folyamatos szemléletformálással alakíthatók, amelyek azonban nem szüntethetők meg egyik napról a másikra. Ugyanakkor fontos az integrált megközelítés, amely nemcsak az önkormányzat számára fogalmaz meg feladatokat és szerepeket, hanem azon vállalkozóknak és civil szervezeteknek is, amelyek tevékenyen közreműködnek a város idegenforgalmi szolgáltatóiparában.

A fenti megállapításokhoz operatív feladatként szervesen illeszkedik, hogy Miskolc Megyei Jogú Város Közgyűlése 2006-ban létrehozta az **Idegenforgalmi Alapot** azzal a céllal, hogy az idegenforgalmi adóból befolyt összeg közvetlenül a turizmusban érdekelt miskolci vállalkozásokhoz jusson vissza pályázati rendszer keretében. A költségvetésben meghatározott keretösszeg 25 millió forint volt. A döntés értelmében az Alap több mint fele pályázati önrész biztosítását támogatja, a fennmaradó összeg pályázati kiírás alapján, meghatározott célok megvalósítására fordítható. Mivel az év második felében nem került kiírásra olyan országos pályázat, amely a vállalkozói szféra számára turisztikai vonatkozásban igénybe vehető lett volna, ezért az Idegenforgalmi Bizottság javaslatára 18.000.000 Ft a költségvetés korrekációjában a következő feladatokra elkülönítésre került:

- Diósgyőri Vár információs rendszerének fejlesztése,
- hozzájárulás az Orthodox templom kertjének parkosításához,
- Lillafüreden a turistafogadás feltételeinek javítása, és esztétikus környezet kialakítása,
- a Lillafüredi Állami Erdei Vasút számára mozgáskorlátozottak utazását segítő speciális emelő berendezés beszerzéséhez való hozzájárulás,
- Miskolctapolca kulturális vonzerejének fejlesztése.

A 2006-ban először pályázható **Idegenforgalmi Alap**, melynek pályázatokra vonatkozó keretösszege 7 millió forint volt, prioritásként kezelte a több együttműködő által szervezett egyedi rendezvényeket, eredeti ötleteket, a Magyar Turizmus Zrt. által meghirdetett tematikák (aktív, lovasturizmus) figyelembe vételét, hiánypótló kiadványok megjelenítését, amelyek egy-egy térség marketingjét segítik, a vendégéjszakák növelését célzó programokat és a nemzetközi ismertséget elősegítő projecteket. A pályázatra 45 vállalkozás adta be pályázatát, döntően a következő témakörökben: kiadványok megjelenítése, a turistafogadás feltételeinek javítását célzó feladatok, turisztikai vonatkozású rendezvények szervezése és az információs táblarendszer fejlesztése.

A nyertes pályázatokról a döntést a Városfejlesztési és Idegenforgalmi Bizottság hozta meg, a szerződések megkötésére december hónapban került sor. *A nyertesek listáját a I.sz. melléklet tartalmazza.*

A turizmus területén nem készült átfogó, országos lekérdézésen alapuló kutatás az elmúlt években Miskolccal kapcsolatosan. A környező versenytársak, a várossal kapcsolatos attitűd és a kommunikáció hatékonyságának vizsgálata ezért ebben az esztendőben már időszerű volt. A Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának marketing szakirányos, negyedéves hallgatóival együttműködve készült el az a tanulmány, amely a 2007-es feladatterv összeállításához nélkülözhetetlen információkat tartalmaz. A kutatás célját tekintve két fő területre koncentrált, egyrészt versenytárselemzésre került sor Eger és Debrecen vonatkozásában, másrészt kitért az Önkormányzat osztályai közötti kommunikáció vizsgálatára, a jelenlegi kommunikációs gyakorlat értékelésére és hatékony kommunikációs eszközök feltárására.

A Kulturális és Vendégforgalmi Osztály közgyűlés által elfogadott idegenforgalmi és városmarketing feladattervében szerepelt egy multimédiás turisztikai CD és egy turisztikai portál elkészítése. Célunk az volt, hogy kialakítsunk egy olyan elektronikus információs rendszert, mely széleskörűen segítheti a városunkat felkereső turistákat a tájékozódásban, az információszerzésben. A multimédiás CD, a portál és a rendszert kiegészítő touch-info pultok segítségével (tekintettel arra, hogy nem rendelkezik még mindenki Internet eléréssel és személyi számítógéppel) hozzájuthatnak azon szükséges információkhoz, melyek jelentősen megkönnyítik tájékozódásukat akár már elindulásuk előtt, illetve kellemesebbé teszik itt tartózkodásuk idejét.

A féléves, több munkatárs által végzett munkafolyamat eredményeként, a szektorban érdekeltekkel folyamatosan egyeztetve készült el egy egymást kiegészítő ill. egymásra épülő elektronikus információs rendszer.

Miskolc hivatalos turisztikai honlapja, a következő címeken érhető el: www.miskolctour.hu, www.miskolctour.com, www.miskolctour.eu.

A fejlesztésben az az utikonyv.hu fejlesztő cég működött közre, amely létrehozója és üzemeltetője a Magyar Turizmus Zrt., az Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság www.nordtour.hu és a Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Közművelődési és Idegenforgalmi Intézet www.kult-tura.hu oldalának is, így regionális, megyei és települési szinten organikus egységbe foglalva jelenik meg az az adatbázis, amelynek folyamatos frissítése, a naprakész információk feldolgozása egyszerűbben nyomon követhető.

A honlap elkészítésekor a külső arculatnál meghatározó volt a város által már eddig is használt arany-bíbor színek kombináció, üde látványelemekkel kombinálva.

Tartalmában nemcsak a város történelme, gazdag múltja és a tradicionális turisztikai értékek jelennek meg, hanem a kultúra, - utalva a kulturális turizmus lehetőségeire - valamint azok a szakmai információk is (törvények, stratégiák, pályázatok, hírlevelek), amelyek nagyban befolyásolják a turizmus alakulását, akár a vendégszám, akár a fejlesztések tekintetében.

Öröm számunkra, hogy mindazon cégek, amelyek a látogató szempontjából fontos és hasznos információforrások lehetnek (menetrendek, meteorológia, üzemanyagárak, útvonaltervező, árfolyamok) engedélyezték linkjük megjelentetését a portálon.

Érdekessége a lapnak, hogy annak szerkesztésébe miskolci fiatalok is bekapcsolódtak, hiszen a rendezvények menüpont alatt található az a programajánló portál, amelyet ők készítettek el referenciamunkaként, és folyamatos frissítéséről a jövőben is gondoskodni fognak. Ezzel is szeretnénk erősíteni azt a szemléletet, amely az együttgondolkodást, a civil szféra megjelenését, valamint az önkormányzat, a hivatal nyitottságát, fogadókészségét hivatott jelezni.

A project magvalósítása során igyekeztünk **integráltan** kezelni a tájékoztatás elektronikus lehetőségeit, így tartalmában és felépítésében hasonló a Miskolcot bemutató **multimédiás CD**, amely „alapanyagként” szolgált a portál létrehozásához is. Különlegessége, hogy „platform független”, azaz minden, napjainkban használt számítógépen, operációs rendszertől függetlenül futtatható. A kialakítása a napjainkban jól ismert adatbázisok alkalmazására épült, ezáltal elérve, hogy az évenként frissítésekkor nem kell drasztikus beavatkozásokat végeznünk, csupán az adatbázis file-okat kell kicserélni.

A város hat pontján található **érintőképernyős információs tornyok** tartalomfrissítése folyamatban van, szintén ennek a programnak a keretében, így az információs hálózaton ugyanazon adatok, leírások jelennek meg, ezzel is megkönnyítve a felhasználók tájékozódását, elkerülve a sokszor egymásnak ellentmondó, vagy aktualitását veszített anyagok tovább élését.

Tekintettel arra, hogy testvérvárosaink egyúttal a potenciális turisztikai küldő országokat is lefedik, a jövőbeni fejlesztési cél az angol és a német nyelvű verzió mellett a lengyel, szlovák és orosz nyelvű rész létrehozása, mindhárom információhordozón. Az osztály által szerkesztett elektronikus **hírlevél** hasznos információkat tartalmaz a szektorban érdekelt számára. Több önkormányzattól, szervezettől érkezett pozitív reagálás a havi rendszerességű hírlevélről. A tervek között szerepel, hogy a jövőben a testvérvárosi partnerek is megkapják az információkat, így idegen nyelvű változata is készül.

Vállalkozói együttműködésben valósul meg Miskolc belvárosában – először a Szinva teraszon, majd a Városház téren, a Hősök terén és a Déryné utcában – ingyenes, vezeték nélküli szélessávú internet (**WIFI**) elérését biztosító pontok létrehozása. Gazdasági és idegenforgalmi szempontból komoly előnyt jelenthet Miskolc számára a régióban ezen pontok kialakítása. Az idegenforgalmi és az üzleti célú látogatások jelentős számban átfolynak a belváros említett pontjain, így egyértelmű hatása lehet a belváros és az ott található éttermek és kávézók forgalmának növekedésére.

Az elmúlt két év folyamán számos területen erősödtek a **szakmai kapcsolatok**. A hivatalon belül az osztály naprakész kapcsolatot tart fenn az ágazat interszektorális jellegéből adódóan a Pályázati Csoporttal, a Város és- Térségfejlesztési, a Városüzemeltetési, valamint a Pénzügyi Osztállyal. Az osztályközi kommunikáció mélyülését jelzi pl. a turisztikai nagyprojektek, vagy a Kulturális Főváros pályázat kapcsán kialakult munkakapcsolat.

A külső szervezetek vonatkozásában több közös program rendezésére került sor a Megyei Önkormányzattal és a Megyei Idegenforgalmi és Közművelődési Intézettel (pl. kistérségi turisztikai előadások, információs turisztikai kártyarendszer), valamint a Regionális Marketing Igazgatósággal (pl.: Idegenforgalmi Kht., kiállítások, szakmai találkozók, sajtótájékoztatók). A fő küldő országokra koncentrálnak aktívabbá vált az együttműködés a Magyar Turizmus Rt. külképviseleteivel (Ausztria, Lengyelország, Oroszország). A kiállítások, rendezvények kapcsán együttműködési megállapodások születtek a képző intézményekkel, iskolákkal (Utazás kiállítás, workshop, városnéző programok).

A programgazdákkal, attrakciókat működtető szervezetekkel intenzívebbé vált az együttműködés (pl. Barlangfürdő, LÁÉV, Diósgyőri Vár), egy-egy rendezvény kapcsán sok segítséget nyújtottak az idegenforgalmi vállalkozások.

Az egymástól elszigetelt akciók helyett, egyre inkább előtérbe kerül a partnerségi viszony és a több szervezet együttműködésében megvalósuló projektek megvalósulása, ezzel összefüggésben az uniós források megszerzésére irányuló együttes fellépés. Ezt a törekvést erősíti, hogy alapító tagja volt az önkormányzat az **Észak-Magyarországi Idegenforgalmi és Gazdaságfejlesztési Kht**-nak, valamint a 2006-ban létrehozott **Magyarországi Történeti**

Városok Szövetségének, olyan városokkal együtt, mint Szentendre, Gyula, Pécs, Debrecen, Szombathely, Tokaj.

Az „**Év vendége**” csomagajánlat új kezdeményezés, melynek révén 3-5 napos szolgáltatás igénybevételére nyílik lehetőség, kedvezményes áron az érdeklődők számára. A projectnek köszönhetően a szolgáltatók, az önkormányzat és a rendezvényszervezők közösen tudtak dolgozni, a több nap pedig alkalmas a tartózkodási idő meghosszabbítására. A csomaghoz egységes arculat, nyereményjáték, valamint kommunikáció társul. A csomag előnye azon túlmenően, hogy konkrét, értékesíthető ajánlatokat tartalmaz az, hogy az év elején megrendezésre kerülő belföldi szakkiallításokon már olyan anyaggal tud megjelenni a város, ami túlmutat az általános városismertetőkön, ezzel is motiválva az utazni vágyó közönséget. A kezdeményezés által körvonalazódik az együttműködésre hajlandó, a közös munkát felvállaló, minőségi szolgáltatást nyújtó szolgáltatói bázis, amely alapja lehet az uniós pályázatokat lehívni képes klasztereknek, ill. helyi desztinációs menedzsment szervezetnek. A program előzményeként Miskolc is részt vett abban a Regionális Marketing Igazgatóság által kezdeményezett autós kampányban, melynek révén határállomásokon és budapesti csomópontokon olyan Észak - Magyarországra invitáló konkrét, kedvezményes árú ajánlatok jelentek meg egy kiadványban, 150 000 példányban, amelyek a régió értékeit igyekeztek bemutatni.

Sikeresek voltak azok a **szakmai rendezvények**, amelyek az osztály szervezésében valósultak meg, így a májusban megrendezett Országos Tourinform Találkozó, a világnapokhoz kötődő szakmai konferenciák, ill. az egy-egy témát több oldalról megközelítő work-shops.

A Magyar Turizmus Rt. 2005 decemberében tette közzé felhívását a soron következő Országos Tourinform Találkozásának megrendezésére. Miskolcon kívül még hat, -Tourinform irodát működtető- település, többek között a turisztikai szempontból jelentős Debrecen, Sopron és Tapolca nyújtotta be megrendezési szándékát.

A Miskolc Megyei Jogú Város Önkormányzatának Kulturális és Vendégforgalmi Osztálya által kezdeményezett, és a Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Közművelődési és Idegenforgalmi Intézettel közösen benyújtott pályázat nyerte el 2006-ban az Országos Tourinform Találkozó megrendezésének jogát. A konferenciára május 9-11. között került sor a lillafüredi Palota Szállóban.

A három napos találkozó alkalmával az ország közel 150 Tourinform irodájának vezetőin kívül a Regionális Marketing Igazgatóságok, és a Magyar Turizmus Rt. vezetőit láthatta vendégül a város. Az idegenforgalmi szakemberek a szakmai előadásokon túl megismerkedtek Miskolc turisztikai látványosságaival és kirándulást tettek Borsod-Abaúj-Zemplén megye turisták által kedvelt helyszíneire, így Zemplénbe és Tokaj-Hegyaljára.

A pályázat elnyerése azért bír nagy jelentőséggel, mert a turisztikai szakma ilyen jellegű találkozására először került sor Miskolcon és a megyében egyaránt.

A feladattervben meghatározott kiállításokon a város képviseltette magát, a budapesti Utazás Kiállításon az év turisztikai termékeként a Diósgyőri vár hangsúlyosan jelent meg, csakúgy, mint az év közben megjelentetett hirdetésekben, pr - cikkekben. *Az éves megjelenési listát a II. sz. melléklet tartalmazza* A Diósgyőri vár kapcsán fontos megemlíteni, hogy a munkatársakkal gördülékeny és hatékony együttműködés valósult meg.

Sajátos, rendhagyó rendezvény volt, az osztály ötletére megvalósult, a Vasgyár Hivatali Épületében egy hónapig tartó „**Műszakváltás**” program, amely a kulturális turizmus ipari örökséggel kapcsolatos vonatkozásait erősítette, egyben felhívta a figyelmet az ipari örökség hasznosításának egyfajta módjára.

Néhány hétre ismét megnyitotta ajtaját az egykori Diósgyőri Vasgyár patinás épülete, az I. számú Hivatalház. A valaha csak szigorú beléptetéssel, hivatalos céllal látogatható épület, a volt nagyvállalat igazgatóságának irodaszobái, tárgyalótermei – közel 120 éves történetük során – most első alkalommal, korlátozás nélkül várták az érdeklődő látogatókat. A rendezvény célja volt, hogy kiállításokkal, konferenciákkal és kulturális programokkal felhívja a figyelmet az ipartörténeti örökség fontosságára.

A szakmai programok mellett az érdeklődőket számos kiállítás, szabadidős program várta. A nagyközönség számára szervezett kulturális programok igazi csemegét jelentettek, hiszen volt kisvonatos ipari szafari, fotósok számára túra az egykori üzemekben, koncertek, irodalmi estek.

A rendezvénysorozat modell értékű volt abban a tekintetben is, hogy több mint 10 civil szervezet, az Ady Művelődési Ház, a felszámoló cég, a DAM és a Hivatal együttműködésében valósult meg.

A média érdeklődése országos szinten kiemelkedő volt, a kereskedelmi csatornák híradói többször is tudósítottak a programról, csakúgy mint a Magyar Televízió. Beigazolódott, hogy különlegességgel, egyedivel tudjuk csak elérni az országos kommunikációs eszközök tájékoztatási ingerküszöbét, így a hasonló ötletek megvalósítása a továbbiakban is eredményes lehet. A program népszerűségét az is mutatja, hogy az ország távoli pontjairól is érkeztek látogatók. A nyár folyamán a tourinformos munkatársaknál folyamatos volt az érdeklődés az ipari szafari iránt, az idegenforgalmi alapból így támogatásban is részesült a Bay-Logi pályázata, amely a túra folytatását tűzte ki célul.

A Bor és Gasztronómia Évéhez kapcsolódóan, közgyűlési határozat alapján került sor a **Miskolc Város Bora** cím adományozására. Az István nádor Borlovagrend által felügyelt borversenyen került kiválasztásra az a két bor (vörös, fehér), amely 1 500 – 1 500 palack mennyiségben áll a város rendelkezésére. Az egyedi címkével ellátott borok exkluzív ajándékként funkcionálnak. A project további fejlesztését jelenti, hogy tárgyalások kezdődtek a város pincéje és szőlője vonatkozásában is.

A rendezvények sorában a tematikus évhez illeszkedett a **Borfalu** elnevezésű rendezvény is, amely három napon keresztül Miskolc belvárosában a kulturált és minőségi borfogyasztásra helyezte a hangsúlyt.

Az **ajándéktárgyak** tekintetében is történt bővülés az elmúlt évben. A Miskolc Road – show project keretében – amely pályázati támogatásban is részesült – lehetőség nyílt arra, hogy logoval ellátott bögrék és strandlabdák, két fajta frissítőkendő valamint mini-törölközőkkel egészüljön ki a meglévő csomag. A fejlesztésnek köszönhetően három kategóriában (szóróajándékok, középkategóriás tárgyak, exkluzív ajándékok) áll rendelkezésre adható ajándéktárgy.

A **kiadványok** tekintetében – folytatva a szisztematikus felépítést a témakörök és a célcsoportok vonatkozásában - megtörtént a Miskolc Info további fejlesztése, így valóban egy turisztikai-kulturális magazint tudunk az érdeklődők részére adni. Az ismert prospektusok mellett (Miért Miskolc?, Miskolci Örökség, Miskolc Kalauz, Miskolci Nyár, Miskolci Eseménynaptár) nagyszerű a külföldiek és a belföldiek körében is a kisvasút útvonalán található, turisztikai attrakciókat bemutató prospektus, melynek mintájára a következő témákban készülnek még el kiadványok: Miskolci templomok, Miskolci Tél (újraszerkesztett változat), Miskolci programajánló (1-3-4-5-7 napos tartózkodási időre programjavaslatok).

Szerkesztés alatt van két kiadvány, melyek szintén pályázati támogatásban részesültek. A „Legszebb séták” című a miskolci legendákhoz kötődik, szövegét Csorba Piroska írja, a

„Miskolc, ahogy mi látjuk” című pedig a vándor szemével mutatja be a várost, a vándor Temesi László miskolci származású újságíró.

Aktuális igényt elégít ki a Miskolc belvárosát, Miskolctapolcát és Lillafüredet bemutató térkép. Kis méretének, többnyelvű verziójának köszönhetően a legfontosabb információkat kapják meg a turisták a megfelelő tájékozódás mellett.

Figyelembe véve, hogy a kiadványok terjesztése nemcsak kiállításokon, a Tourinform hálózatban, a szolgáltatói körben és napilapok behúzásaként történik, hanem konferenciákon is, ettől az évtől alkalmazzuk azt a turisztikai mappát, amely egyrészt maga is információhordozó, másrészt az esemény jellegének és résztvevői körének megfelelően tudjuk feltölteni egyéb kiadványainkkal.

A 205-ben készült Sas DVD-t az elmúlt évben folyamatosan láthatták a vendégek a Palota Szállóban, a Kossuth Moziban és szakmai rendezvényeken.

Tovább bővült a város **fotótára**, amelynek frissítése, folyamatos aktualizálása a különböző nyomtatott megjelenésekhez nélkülözhetetlen. A minél sokszínűbb látásmód megjelenését segítette az a **fotópályázat**, amely ebben az évben az évszakokhoz kötődően három alkalommal kerül kiírásra.

A **pályázati aktivitást** jelzi a Decentralizált Terület- és Régiófejlesztési Célelőirányzat által hirdetett pályázatok eredménye a következő témákban: információs CD, imázsfilm, tematikus kiadványok készítése (Miskolc Infó, a kisvasút útvonalán található turisztikai látványosságokat bemutató prospektus, a miskolci legendákat feldolgozó kiadvány), turisztikai információs kártyarendszer kialakítása, Tourinform Road Show projekt kidolgozása és megvalósítása, információs és orientáló táblarendszer fejlesztése. Az elnyert pályázatok a maximálisan nyerhető összeget kapták meg.

A turisták helyi információszerzésnek fő bázisa a Megyei Önkormányzattal közösen üzemeltetett **Tourinform Iroda**, amely 2004. nyarán költözött az Európa Házba. Zavartalan működtetése mindkét önkormányzat feladata. Az iroda által gyűjtött adatok, információk számos pályázathoz szükségesek. A turisták véleményével közvetlenül találkozhatnak a munkatársak, így egy-egy akció szervezésekor tapasztalataik, észrevételeik meghatározóak. Az iroda tevékenysége értékesítési feladatokkal bővült, amely már régóta jelentkező igényt elégített ki.

A munka színvonalát jelzi, hogy a negyedéves ellenőrzések alkalmával az iroda minden alkalommal maximális pontszámot ért el, amelyről a fenntartót a Magyar Turizmus Zrt. írásban is tájékoztatta. *Az iroda látogatottsági adatait a III. sz. melléklet tartalmazza.*

Összefoglalva megállapítható, hogy az idegenforgalmi feladattervben meghatározott feladatok megvalósultak, megkezdett folyamatokat sikerült tovább fejleszteni, komplex egységgé formálni, új ötletek révén pedig sikerült egy-egy egyedi akciót pozitívan kommunikálni.

Számos lehetőség kínálkozott arra, hogy konferenciákon, szakmai találkozók, előadásokon bemutathassuk Miskolc igazi értékeit. A közvetlen visszajelzések egyértelműen kedvezőek voltak.

A város jelentős, országos ill. nemzetközi rendezvényei nagyban hozzájárultak a pozitív imázs formáláshoz. Kedvező tendenciaként értékelendő, hogy érezhetően javult a turizmus szereplői között az együttműködés és a párbeszéd.

Köszönet illeti mindazokat, akik a Kulturális és Vendégforgalmi Osztály munkáját ötleteikkel és javaslataikkal segítették a projektek megvalósításában, így a turisztikai

partnerszervezeteket, a kulturális intézményeket, a turisztikai attrakció működtetőket és a turizmus területén működő vállalkozásokat, civil szervezeteket.

2.sz. melléklet

2006. évi Idegenforgalmi Alap pályázat nyertesei					
Azono- sító	Cég neve	Téma	Beruházás költisége összesen (Ft)	Igényelt támogatás (Ft)	Megítelt támogatás (Ft)
0602	Hámor Holiday Zrt.	Zárt láncú TV hálózat technikai fejlesztése	750.000	500.000	200.000
0603	Gold Park Kft.	Leporelló, szórólap, virágosítás,	560.000	392.000	200.000
0610	PRT. Kft.	Jávorkút Étterem és Panzió bejárati portál kialakítása	1.676.700	500.000	500.000
0611	City Hotel Miskolc	A City Hotel Miskolc honlapjának teljes megújítása	156.000	110.000	110.000
0613	Zenit Panzió	Prospektus, virágládák cseréje,	390.000	300.000	200.000
0614	Balogh Liget Kft.	Miskolci Tavaszi Lovas Fesztivál	2.100.000	500.000	350.000
0615	Hotel Bástya	Prospektus, virágosítás	450.000	300.000	300.000
0616	Diósgyőri Várkert Kft.	A Diósgyőri Várkert Panzió és Étterem prospektusa	265.000	200.000	200.000
0617	Szerviz Utazási Iroda	XIV. Menjünk Világgá...! Utazási Kiállítás 2007.	5.950.000	500.000	500.000
0618	Glóbusz Travel Utazási Iroda	Barangolások Észak-Magyarországon kiadvány	668.000	500.000	350.000
0619	Bay Logi Alkalmazott Kutatási Közalapítvány Logisztikai és Gyártástechnikai Intézet	„Őseink nyomában” Miskolc és környéke ipari örökségének hasznosítása a kulturális turizmusban – idegenforgalmi kiadvány	650.000	500.000	300.000
0620	Bay Logi Alkalmazott Kutatási Közalapítvány Logisztikai és Gyártástechnikai Intézet	„Vasgyári Séták” – ipari szafari a diósgyőri egykori nagyüzemek és kolóniája kultúrtörténeti értékű emlékei megtekintésére	650.000	500.000	400.000
0623	Katona Ferenc (Szentlélek-Turista Park)	Kiadványcsomag a Szentléleki Turista Parkról	585.000	450.000	250.000
0625	Hoitsy és Rieger Kft.	Kiadvány a Pisztránglepről	1.500.000	500.000	400.000
0628	Nyilas Misi Alapítvány	Bató Eszter prospektus	250.000	190.000	120.000
0630	Oszcorp Kft.	Avasi Bor Nap	387.120	387.120	150.000
0632	Trend Cafe Miskolc Kft.	Kávéházi terasz kialakítása a Győri kapui Ifi-Net Kávézó előtti területen	584.000	500.000	120.000
0633	Major és Társa Bt.	A Csabai Csülök Csárda külső arculatának megújítása parkosítással és díszkivilágítással	1.796.676	500.000	400.000
0636	Dominum Szervező Kft.	II. Miskolci Szüretfesztivál és Kézművesvásár 2007	1.020.000	500.000	150.000
0637	Fügedi Márta Népművészeti Egyesület	A Diósgyőri Kézműves Alkotóházat bemutató turisztikai prospektus elkészítése magyar és angol nyelven	189.600	132.000	100.000
0638	Fügedi Márta Népművészeti Egyesület	A Diósgyőri Kézműves Alkotóház homlokzatának díszítő festése	480.000	320.000	300.000
0639	Északkelet-Magyarország Ipartörténetének Apolásáért Alapítvány	A „Fazolák öröksége” leporelló	300.000	200.000	200.000
0640	CINEFEST Egyesület	CineFest – 4. Fialat Filmesek	650.000	500.000	200.000

		Nközi Fesztiváljának beharangozó kiadványa			
0641	Komlóstetői Kerékpáros Sport Klub	Factory Napok 2007	1.100.000	500.000	200.000
0642	Kalandtúra Programszervező, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.	„Miskolczi percc” és a Miskolczi lángos” hagyományának újjáélesztése ill. megteremtése Miskolc belvárosában és a kiemelt turisztikai övezetekben	980.000	500.000	500.000
0644	ÉSZAKERDŐ Zrt.	A „Bükk Kapuja” közös turisztikai kiadvány	650.400	500.000	300.000
-	ÖSSZESEN	-	24.738.496	10.481.120	7.000.000

- **Összes beérkező pályázat: 45 db**
- **Támogatott pályázatok száma: 26 db**
- **Összes pályázat beruházási költsége: 45.388.446 Ft**
- **Összes igényelt támogatás: 18.137.300 Ft**
- **Támogatott pályázatok beruházási költsége: 24.738.496 Ft**

3.sz. melléklet

<i>Kiadvány neve</i>	<i>Példányszám, terjesztés</i>	<i>Megjelenés típusa (szakmai, közönség, külföld, belföld)</i>	<i>Megjelenés felülete Költsége</i>	<i>Termékkategória</i>	<i>Egyéb</i>
Irány Magyarország Háromnyelvű útikönyv Kiadó: Compalmanach Kft.	Könyvesbolt hálózat	Mind a 4 kategória	Álló 1/1 méret Színes fotókkal illusztrált 180. 000 Ft + ÁFA	Kulturális turizmus	
Szállásadók katalógusa 2006	15.000 db Belföldi szakkiállítások	Szakmai, közönség, belföld	A/5 formátum 1/1 oldal 16. 000 Ft + ÁFA	Általános Miskolc ismertető	
Magyar Hírlap B.A.Z. megyei melléklete	napilap	Szakmai cikk belföld	A/4 4 oldal színes, fotókkal illusztrálva Ingyenes	Kultúra, turizmus Téma.: Operafeszt., Fürdők, Nyári programajánló, Szinvaterasz, szobrok	Megjelent: Március 23
Turizmus Trend	5.000 db Előfizetők	Szakmai, belföld	Behúzás 165.000 Ft + ÁFA	Miskolc Info (magyar)	
Új Szó (Szlovákia)	5.000 db előfizetők	Közönség, külföld (Rimaszombat, Tornaalja, Rozsnyó, Szepsi, Kassa, Töketerebes, Újhely, Királyhelmece)	124.575 Ft + ÁFA	Miskolc Info (magyar)	Az ár tartalmazza a rakomány Pozsonyba történő szállítását is

TAI (Tourismuswirtschaft Austria & International)	12.400 példányban megjelenő hetilap, 44.600 olvasóval	szakmai, külföld	¼ méret, újságcikk 2 képpel, ingyenes (értéke: 225.000 Ft)	kulturális turizmus (Operafesztivál)	Megjelenés: 2006. 01.13.
Reise aktuell	magazin évente 3 megjelenéssel 42.800 példányban, 283.000 olvasóval	közönség, külföld	½ méret, újságcikk képpel, ingyenes (értéke: 550.000 Ft)	egészségturizmus (Barlangfürdő)	Megjelenés: Tavasz/Nyár 2006.
Népszabadság	napilap	közönség, belföld	½ méret, újságcikk képpel, ingyenes (értéke: 1.790.000 Ft)	kulturális turizmus (Operafesztivál)	Megjelenés: 2006.05.22.
Népszabadság	napilap	közönség, belföld	1/8 méret, újságcikk, ingyenes (értéke: 120.000 Ft)	kulturális turizmus (Zsongó Lillafüred)	Megjelenés: 2006.05.24.
Népszabadság	napilap	közönség, belföld	1/8 méret, újságcikk, ingyenes (értéke: 120.000 Ft)	kulturális turizmus (Kocsonyafesztivál)	Megjelenés: 2006.02.22.
Népszabadság	napilap	közönség, belföld	1/8 méret, újságcikk, ingyenes (értéke: 120.000 Ft)	kulturális turizmus (Veterán autók Miskolcon)	Megjelenés: 2006.05.02.
Népszabadság	napilap	közönség, belföld	1/8 méret, újságcikk, ingyenes (értéke: 120.000 Ft)	kulturális turizmus (Királynék tavasza)	Megjelenés: 2006.04.24.
Népszabadság	napilap	közönség, belföld	1/8 méret, újságcikk, ingyenes (értéke: 120.000 Ft)	szállás (Öreg Miskolcz)	Megjelenés: 2006.04.07.
Népszabadság	napilap	közönség, belföld	1/8 méret, újságcikk, ingyenes (értéke: 120.000 Ft)	kulturális turizmus (Színházi Világnap)	Megjelenés: 2006.03.13.
Vendégváró	On-line	közönség, belföld	Banner+PRcikk+program	Kulturális turizmus (Műszakváltás)	2006.05.01.

Vendégváró	On-line	közönség, belföld	Banner+PRcikk+program	Kulturális turizmus (Díszelgő alegységek fesztiválja)	2006.05.01.
Vendégváró	On-line	közönség, belföld	Banner+PRcikk+program	Kulturális turizmus (Diósgyőri Vár, az év turisztikai terméke)	2006.05.01.
Itthon otthon van turisztikai melléklet	Nyomtatott, mellékletként behúзва az alábbi napilapokban: Magyar nemzet, Népszava, Magyar Hírlap, Napi Gazdaság, Vasárnapi Hírek 150 Tourinform Iroda www.itthonotthonvan.hu	közönség, belföld	¼ álló 137x196 mm hirdetés (értéke: 280.000,- listaár: 2.135.000,-)	programajánló	2006.04.24.
Itthon otthon van turisztikai melléklet	Nyomtatott, mellékletként behúзва az alábbi napilapokban: Magyar nemzet, Népszava, Magyar Hírlap, Napi Gazdaság, Vasárnapi Hírek 150 Tourinform Iroda www.itthonotthonvan.hu	közönség, belföld	¼ álló 137x196 mm hirdetés (értéke: 280.000,- listaár: 2.135.000,-)	PR cikk	2006.05.29.
Discover Hungary turisztikai melléklet	Nyomtatott Le Journal Francophone de Budapest, Budapest B.J., Budapester zeitung, The Budapest Times, Riszjikij Kuriev,	közönség, külföld	¼ álló 137x196 mm hirdetés (értéke: 210.000,- listaár: 761.000,-)	programajánló	2006.04.10.

	150 Tourinform Iroda www.itthonotthonvan.hu				
Discover Hungary turisztikai melléklet	Nyomtatott Le Journal Francophone de Budapest, Budapest B.J., Budapester zeitung, The Budapest Times, Riszijskij Kuriev, 150 Tourinform Iroda www.itthonotthonvan.hu	közönség, külföld	¼ álló 137x196 mm hirdetés (értéke: 210.000,- listaár: 761.000,-)	PR cikk	2006.05.10.
www.itthonotthonvan.hu www.hungary.hu	online	Közönség, külföld, belföld	120x240 mm hirdetőcsík	Banner hirdetés	2006.07.01
Budapest Magic	nyomtatott	Közönség, külföld, belföld	2/1 hirdetés (értéke: 200.000,- listaár: 360.000,-)	PR cikk (három nyelven)	2006.05.
Magyarország	nyomtatott	Közönség, külföld, belföld	1/1 hirdetés 120x170 mm (értéke: 70.000,- listaár: 440.000,-)	Programajánló (német)	2006.
Magyarország	nyomtatott	Közönség, külföld, belföld	1/1 hirdetés 120x170 mm (értéke: 70.000,- listaár: 440.000,-)	Programajánló olasz	2006.

Hungary Info 2007 Turisztikai katalógus	Nyomtatott (20.000 db Magyar Turizmus Kártyához 15.000 MALÉV járatokon 5.000 szakmai helyek Bel-és külföldi kiállítások Tourinform irodákban Internetes áruházakban 4 internetes oldalon: Hotelinfo.hu Utisugo.hu Utazona.hu Port.hu	Közönség, szakmai, belföld, külföld	1/2 129x96 mm 84.000 + ÁFA (listaár 200.000 + ÁFA)	Háromnyelvű (H, GB, D)	Megjelenés: 2006. nov. érvényes 2007- ben
Horizon magazin	MALÉV járatain 35.000 példányban	Közönség, külföld-belföld	3 x A/4 oldalon 3 fotó + újságcikk, ingyenes (értéke: 3.960.000 Ft)	Általános Miskolc magyar-angol	Megjelenés:2006.05.
Pester Lloyd éves turisztikai különszám	20.000 példányban Hungaropress terj-ben 592 értékesítési helyen + legnagyobb szállodákban, Ausztriában a Morawa terjesztésében	Közönség külföld	A/4 oldalon 3 kép + cikk, fizetve: 140.000 Ft értéke: 240.000 Ft (listaár: 480.000 Ft+ÁFA)	Kulturális turizmus -német	Megjelenés: 2006.06.
Pester Lloyd éves turisztikai különszám	20.000 példányban Hungaropress terj-ben 592 értékesítési helyen + legnagyobb szállodákban, Ausztriában a Morawa terjesztésében	Közönség külföld	1/3 oldalon cikk + fotó ingyenes (értéke: 192.000 Ft)	Kulturális turizmus, szállások –német	Megjelenés: 2006.06.

TAI (Tourismuswirtschaft Austria & International)	12.400 példányban megjelenő hetilap, 44.600 olvasóval	szakmai, külföld	1/32 méret, újságcikk , ingyenes (értéke: 35.000 Ft)	kulturális turizmus (Nemzetközi Dixieland Fesztivál)	Megjelenés: 2006. 06. 16.
Kisalföld Sopron	15.000 Sopron és környékén, megyei napilap	Közönség, belföld	1/6 oldalon, színes, 4 fotó + cikk 150.720 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 07.05.
www.kisalfold.hu	Napi 6000 látogató	Közönség, belföld	120 x 240 banner 43.200 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 07.04-10.
Corvinus Rádió Sopron	Győr-M-S megye, Vas megye, Csallóköz, Burgenland 24 órás sugárzás	Közönség, belföld, külföld	17 x 20 mp. Reklámszpot 70.560 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 07. 4-7.
Kecskeméti Lapok	25.000 Bács-Kiskun megye	Közönség, belföld	A/4 + címlapon 1/2 oldal, színes, 4 fotó + cikk 204.000 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 08.10.
Petőfi Népe, Kecskemét	40.500 Bács-Kiskun megye	Közönség, belföld	1/8 oldal, színes, 2 fotó + cikk 165.600 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 08.10.
Gong Rádió Kecskemét	Duna-Tisza köze, 2 millió hallgató	Közönség, belföld	12 x 20 mp. Reklámszpot 99.600 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 08.09-11.
Pécsi Hírek	Pécs városi közéleti hetilap	Közönség, belföld	A/3 oldal, színes, 6 fotó + cikk 356.400 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 09.21.
Rádió 1, Pécs	Pécs és környéke	Közönség, belföld	4 x 30 mp. Reklámszpot 46.560 Ft	Általános Miskolc	Megjelenés: 2006. 09.19-20.
ots/APA Osztrák Hírügynökség online szolgáltatásában	480 szerkesztőség és 22.000 felhasználó	Szakma., külföld	A/4 oldal ingyenes	Általános Miskolc - német	Megjelenés: 2006. 06.14.
www.chessbase.hu	online	Közönség, külföld	15 fotó + cikk ingyenes	Lékó-Karpov Sakktorna kapcsán, általános Miskolc -angol	Megjelenés: 2006. 09.

www.euroastra.hu	online	Közönség, belföld	7 fotó + cikk ingyenes	ÉMRMI Study Tour kapcsán, általános Miskolc + Miskolc	Megjelenés: 2006. 10.31.,11.01.
Blaguss Magazin	Ausztria és Mo. között közlekedő nemzetközi autóbuszjáratok	Közönség, külföld, belföld	6 oldal 150.000+Áfa	Magyar-német nyelvű, turisztikai magazin- városlátogatás	Általános városismertetés, Téli Fesztivál, Operafesztivál, Barlangfürdő
Irány Magyarország 2007. katalógus Fesztiválnaptár 2007. www.iranymagyarorszag.hu	Bel-és külföldi kiállítások Tourinform irodákban	Közönség, szakmai, belföld, külföld	1/1 240.000 Ft	Magyar –német-angol	Általános városismertetés képekkel Fesztiválnaptárban nagyrendezvények Interneten 20 db kép

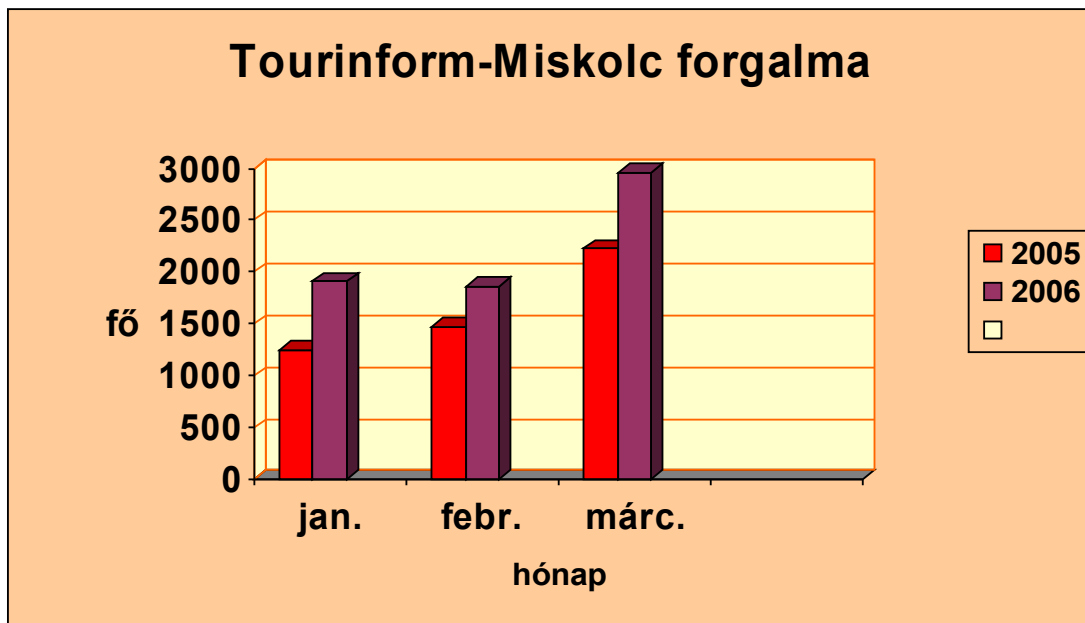
<i>Kiadvány neve</i>	<i>Példányszám, terjesztés</i>	<i>Megjelenés típusa (szakmai, közönség, külföld, belföld)</i>	<i>Megjelenés felülete Költsége</i>	<i>Termékkategória</i>	<i>Egyéb</i>
B.A.Z. megyei Telefonkönyv	Előfizetői lista alapján	Közönségtájékoztatás, belföld	171.072.-	Általános tájékoztató	
Miskolci Kisokos	Miskolci háztartásoknak	Közönségtájékoztatás, belföld	2+2 old. 156.000.-	Általános tájékoztató	Gratis-B.A.Z. megyei Kisokos
Látnivalók B.A.Z. Megyében	Könyvesbolti hálózat	Szakmai, belföld	címlap + 1/1 oldal 360.000.-	Turisztikai kiadvány, úti könyv	
Turizmus Trend on-line hírlevél	Internetes címlista alapján	Szakmai, belföld	Díjmentes Hírközlés átlagban 15-20 mondat terjedelemben	Turisztikai információk, aktuális hírek	

A Tourinform-Miskolc közönségszolgálati iroda (3525 Miskolc, Városház tér 13.) **2006. I. negyedév** vendégforgalmának értékelése. A személyes, telefonos, faxon, e-mailen érkező belföldi és külföldi érdeklődők számát irodánk napi lebontásban tartja nyilván. 2005. január hónapban az összes megkeresések száma 1246 volt, ami a 2006-os év januári forgalmához képest 659-el több. A személyes érdeklődők száma 912 fő volt, 1/6-része külföldről érkezett. 2006. februárjában a tavalyi év azonos időszakához képest is növekedés tapasztalható minden területen. A forgalomban 21%-os növekedés volt az előző évhez képest. A legnagyobb vendég-forgalmat márciusban tapasztaltuk az irodában, ez betudható annak, hogy ebben a hónapban értékesítettük a Jégkorong Világbajnokságra a jegyeket.

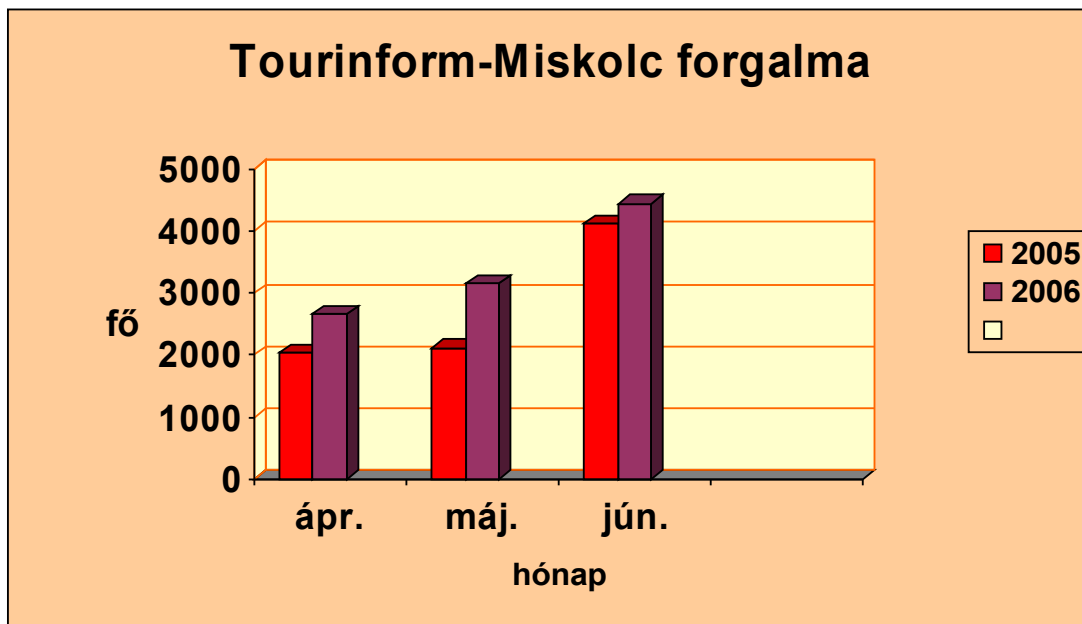
A külföldi vendégek száma a duplájára nőtt az első negyedévben a tavalyi év azonos hónapjaihoz képest. A napi átlagos turistaszám 55 főről 75 főre nőtt.

Az első negyedévben a legtöbb az írásos megkeresés (e-mail, fax, levél) az év többi hónapjaihoz képest, mivel azok, akik a nyári szabadságot a Borsod-Abaúj-Zemplén megyébe és Miskolcra tervezik, ilyenkor szerzik be a prospektusokat.

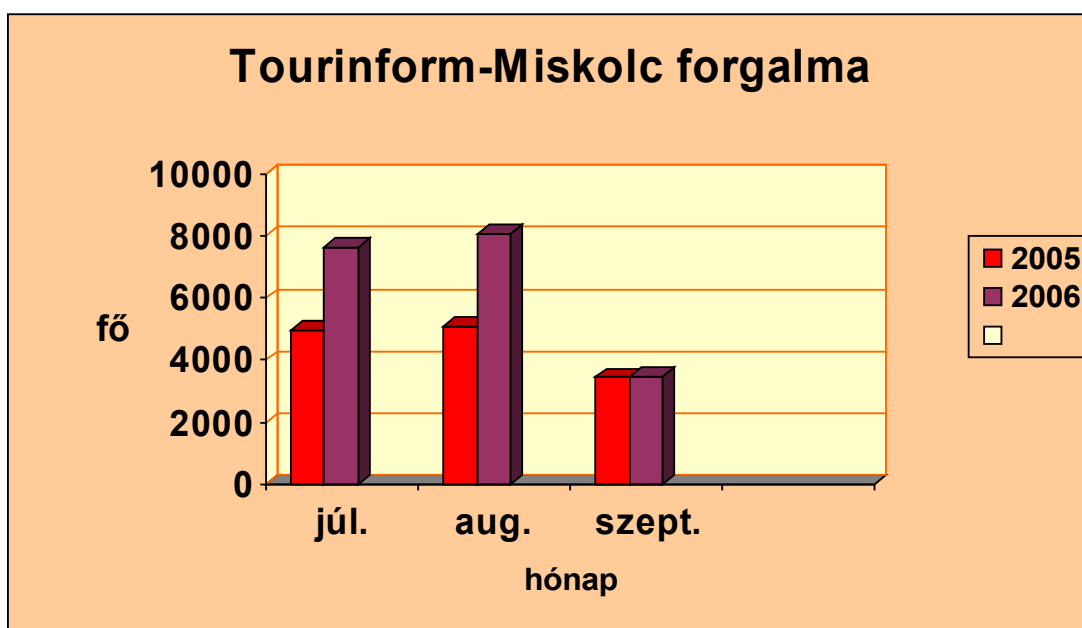
A legnagyobb számban a rendezvénynaptárak, szállaskatalógusok fogytak, nagyon hasznos és kedvelt a „Zakatol a vonat...” kiadvány, a Várfesztivál prospektus ill. igen népszerűek a Magyar Turizmus Zrt. új kiadványai: Családi üdülés, Senior üdülés, Ifjúsági üdülés, Gyógyfürdők és a különböző térképek.



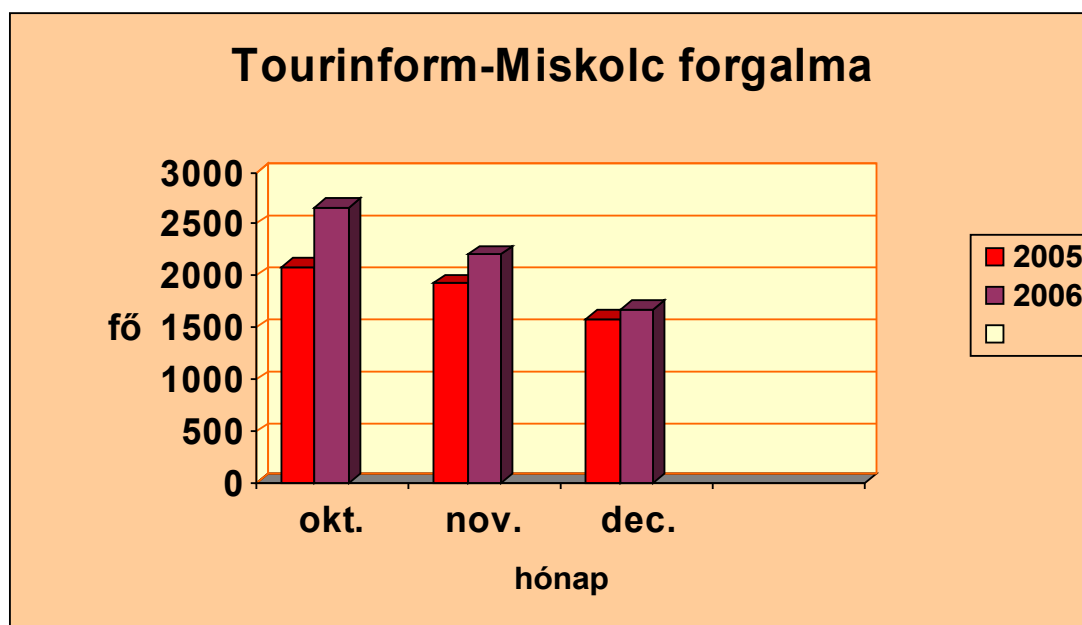
2006. II. negyedévében is majd minden területen emelkedés tapasztalható a 2005-ös év azonos időszakához képest. Az összforgalomban 19%-os emelkedést tapasztaltunk. A három hónap alatt 6185 személyes érdeklődő fordult meg az irodában 7%-kal többen, mint a tavalyi évben. 2005-ben az összes érdeklődő 29%-a érkezett külföldről, addig 2006-ban ez az érték elmaradt a tavalyitól, 22%. A legnagyobb vendégforgalmat a nyár első hónapjában, júniusban tapasztaltuk az irodában, június 15-től hosszított nyitva tartással működött az iroda. A napi átlagos forgalom 2005-ben 103 fő volt, idén ez az érték 19%-kal emelkedett 128 főre.



2006. III. negyedévében is majd minden területen emelkedés tapasztalható a 2005-ös év azonos időszakához képest. Az összforgalomban 29%-os emelkedést tapasztaltunk. A három hónap alatt 13.220 személyes érdeklődő fordult meg az irodában 22%-kal többen, mint a tavalyi évben. 2005-ben az összes érdeklődő 25%-a érkezett külföldről, addig 2006-ban ez az érték 30%. A legnagyobb vendégforgalmat augusztusban tapasztaltuk az irodában, június 15-től szeptember 15-ig hosszított nyitva tartással működött az iroda. A napi átlagos forgalom 2005. III. negyedévében 147 fő volt, idén ez az érték 29%-kal emelkedett 208 főre.



A **IV. negyedévben** is majd minden területen emelkedés tapasztalható a 2005-ös év azonos időszakához képest. Az összforgalomban 14%-os emelkedést tapasztaltunk. A három hónap alatt 3.409 személyes érdeklődő fordult meg az irodában 10%-kal többen, mint a tavalyi évben. 2005-ben az összes érdeklődő 16%-a érkezett külföldről, addig 2006-ban ez az érték 28%. A legnagyobb vendégforgalmat októberben tapasztaltuk az irodában. A napi átlagos forgalom 2005. IV. negyedévben 33 fő volt, idén ez az érték 29%-kal emelkedett 37 főre.



A Tourinform-Miskolc közönségszolgálati iroda látogatottsági adatai 2006. január- december hónapokban.

2006.	személyes	telefonos	írásos
Január	912	760	233
Február	961	632	270
Március	1.469	1.192	296
I. negyedév össz.	3.342	2.584	799
Április	1.537	841	270
Május	1.691	1.104	362
Június	2.957	1.139	336
II. negyedév össz.	6.185	3.084	968
Július	5.570	1.724	349
Augusztus	5.479	2.245	327
Szeptember	2.171	1.046	263
III. negyedév össz.	13.220	5.015	939
Október	1.463	890	307
November	1.068	822	315
December	878	583	212
IV. negyedév	3.409	2.295	834
Összesen:	26.156	12.978	3.540

Az iroda forgalom emelkedését a tavalyi azonos időszakhoz képest az alábbi táblázat is nagyon jól szemlélteti.

	2005.	2006.	Növekedés előző évhez képest	Növekedés %-ban
január	1.246	1.905	659	35
február	1.469	1.863	394	21
március	2.225	2.957	732	25
I. negyedév össz.	4.940	6.725	1.785	27
április	2.038	2.648	610	23
május	2.121	3.157	1036	33
június	4.110	4.432	322	7
II. negyedév össz.	8.269	10.237	1.968	19
Július	4.965	7.643	2.678	35
augusztus	5.107	8.051	2.944	37
Szeptember	3.460	3.480	20	1
III. negyedév	13.532	19.174	5.642	29
Október	2.084	2.660	576	22
November	1.929	2.205	276	13
December	1.582	1.673	91	5
IV. negyedév	5.595	6.538	943	14
Összesen:	32.336	42.674	10.338	24

5.sz. melléklet

Miskolc pozicionálása kapcsán foglalkozni kell azokkal a makro környezeti tényezőkkel, amelyek befolyásolják az országot, ezen belül a város turizmusát is. A belföldi turizmus tekintetében nagy lehetőséget jelent az EU források bővülése, amely kedvezően befolyásolhatja az infrastruktúra színvonalát, ennek következtében a kínálatot. A csomagajánlatok térnyerését erősíti, hogy 2007-ben az ünnepek következtében a hétköznapokra eső munkaszüneti napok száma nő, így összesen 9 hosszú hétvége lesz az évben. Az ajánlatok összeállításánál érdemes arra figyelni, hogy egyre népszerűbbek a rövid utazások, az üdülési csekk felhasználása bővülő tendenciát mutat mind a felhasználók, mind a beváltóhelyek tekintetében, témakörét tekintve pedig egyre kedveltebbek az egészségturisztikai ill. wellness szolgáltatások.

Ugyanakkor kedvezőtlen a lakosság jövedelmi viszonyainak átstrukturálódása és a területet érintő ÁFA változás, amely áremelést indukált. Valószínűsíthető a külföldi utazások preferálása a lakosság körében az ár-érték arány következtében.

A beutazó turizmus tekintetében előnyként értelmezhető Románia és Bulgária uniós csatlakozása, hiszen az utazási feltételek javultak, az átjárhatóság könnyebbé vált. Európában továbbra is népszerűek az évenkénti főutazáson kívül a rövidebb (3-4 napos) utazások 3-4 alkalommal. A terméktípus meghatározás vonatkozásában a városnak érdemes a kulturális turizmus adta lehetőségekre koncentrálni, így a nemzetközi vonzerőt jelentő, többnapos, egyedi értéket képviselő események komplex kínálatként való megjelenítését kell hangsúlyozni a marketing eszközök változatos alkalmazásával. Fontos, hogy ne elszórta, több kisebb rendezvény, hanem a versenyképes, a marketing zaj ingerküszöbét átlépni képes rendezvények emblémázása történjen meg. Erre alkalmas lehet a Téli Fesztivál, a Bartók+... Nemzetközi Operafesztivál, a Diósgyőri Várfesztivál. Nemzetközi ismertsége, résztvevői köre, tovagyűrűző hatása miatt turisztikai szempontból érdemes figyelni a Fiala Filmek Nemzetközi Fesztiváljára.

A turisztikai desztinációk között a versenyhelyzet kiéleződik, a kínálati oldal egyre jobb minőségű, integrált termékekkel jelenik meg a piacon. Az árérzékenység, az érdeklődési kör, a média által közvetített országgép, a gazdasági helyzet és a közbiztonságról alkotott információk együttesen hatnak az utazók döntéseire.

A 2007. évi feladatterv kidolgozásánál figyelembe vettük az elmúlt időszak tapasztalatait, a Miskolci Egyetem Marketing Tanirodaja által végzett országos kutatás eredményeit, a közelmúltban elfogadott tervezési dokumentumokat, így az Észak-magyarországi régió Turizmusfejlesztési Konceptióját, valamint a Regionális Operatív Programhoz kapcsolódó tanulmányt.

Célok, amelyek a feladatok meghatározását determinálták:

- A tartózkodási idő meghosszabbítása. A vendégéjszakák számának növelése. Az egynapos látogatókból vendégéjszaka eltöltésével, turisztikai szolgáltatás igénybevételével turisták váljanak.
- A szektorban érintettek között az együttműködés és a koordináció erősítése, az információk gyors és kölcsönös áramlásának biztosítása, a desztinációs–menedzsment szemlélet erősítése.
- A szolgáltató szervezet filozófiájának erősítése, azaz a tevékenységek, akciók partnerségben valósulnak meg, annak érdekében, hogy Miskolc jól azonosítható

legyen vendégszeretetéről, a vendég igényeinek, elvárásainak való megfelelés a szektorban érdekelték alapértéke kell, hogy legyen.

A tervek megfogalmazásakor szükséges áttekinteni az eddigi rendszert, melyek azok a területek, amelyek korrekcióra, fejlesztésre, vagy éppen törlésre kell, hogy kerüljenek. A következőkben összegezzük azokat az **alappeladatokat**, amelyeket a továbblépéshez el kell végezni:

1. A városnak legyen „gazdája”. Rendszeresen visszatérő panasz a turisták részéről a frekvenciált területek elhanyagolt, szemetes, nem megfelelően gondozott volta. Az érintettekkel rendszeressé kell tenni az időszakosan ismétlődő bejárásokat, melyek után a szükséges munkákat el kell végezni, azokat át kell venni, ezáltal elkerülhető, hogy csak a helyzetfelmérés történik meg, a végrehajtás pedig nem.
2. Az alapinfrastruktúra folyamatos karbantartása és ütemezett fejlesztése.
3. Miskolc belső kommunikációjának lehetőségei, egymáshoz kapcsolódásuk (helyi média, Kommunikációs Kht, iskolák, intézmények).
4. A hivatalon belüli kommunikációs rendszer kidolgozása, amely a turizmust, mint átfogó szektort érinti:
 - Kulturális és Vendégforgalmi Osztály (turizmus, marketing, kultúra)
 - Hatósági Osztály (ellenőrzések, panaszkezelés)
 - Adó Osztály (ellenőrzések, idegenforgalmi adó)
 - Polgármesteri Kabinet (rendezvényszervezés, protokoll)
 - Építési- Környezetvédelmi és Településfejlesztési Főosztály (stratégiák, beruházások, engedélyek)

Az elérendő célokhoz rendelt eszközrendszer:

A célok megvalósításához elengedhetetlen ismerni azt a piacot, amelyen a város, mint termék megjelenik, így a versenytársak mellett a célcsoportok meghatározása is indokolt.

Miskolc vendégforgalmi adataiban a belföldi turizmus lényegesen nagyobb számot mutat, mint a külföldi, bár az elmúlt év mutatói, a KSH gyorsjelentése alapján, kedvezőbb irányba billentik a mérleget. Továbbra sem hanyagolható el a hazai közönség fokozott figyelemfelkeltése (különös tekintettel az üdülési csekk térnyerésére), ugyanakkor a külföldi potenciális piacok céltudatos, stratégiailag jól felépített, következetes marketingakciókkal való célzása a fejlődés szempontjából nélkülözhetetlen.

Célcsoport és termék szerinti szegmentáció:

Korcsoport	téma	időtartam
<ul style="list-style-type: none"> • Kisgyermekes családok • „Üres fészek” korosztály (felnőtt, gyermektelen saját egzisztenciával) • Fiatalok (20-30 évesek) 	<ul style="list-style-type: none"> • Természetjárás és egészséges életmód (barlangok, Bükk, Barlangfürdő) • Örökség (múzeumok, templomok, Diósgyőri vár, ipartörténet) • Kulturális turizmus (rendezvények) 	<ul style="list-style-type: none"> • Csillagtúra, amelynek Miskolc a központja • Hosszú hétvégék

A szegmentáció mind a belföldi, mind a külföldi turistákra alkalmazható, különbséget az üzenetek megfogalmazásakor kell tennünk, így a Magyar Turizmus Zrt. kutatásaira alapozva figyelembe kell venni a külföldiek Magyarországgal kapcsolatos attitűdjét és igényeit, a saját nyelvén és gondolkodásmódján keresztül szükséges meghatároznunk azt a módszert, amely utazásra készíthető.

Az elkövetkezendő időszakban, figyelembe véve a közlekedésföldrajzi helyzetet, az utazási szokásokat és az eddigi tapasztalatokat, valamint a 2010-es Európa Kulturális Fővárosa projektet, a következő országok piacain indokolt Miskolc jelenléte: Szlovákia, Lengyelország, Csehország, Németország, Ausztria, Oroszország.

A folyamatos és strukturált marketingmunka azért is fontos, mert Pécs, mint leendő Kulturális Főváros, offenzívába kezd, mind a hazai, mind a külföldi piacon. Kiemelt hazai célterületei között szerepelnek a volt pályázó városok, ami esetünkben jelentős versenyt jelent. Hasonló a helyzet a nemzetközi piacokon, hiszen a cseh, német és osztrák vendégek mindkét város számára célpiacot jelentenek.

Az Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatósággal kötendő együttműködési megállapodás keretében Miskolc a következő **szakkiállításokon** vesz részt:

Belföld:

- Pécsi Utazási Börze – március 9-11.
- Debreceni Utazás Vásár – március 22-24.
- Budapesti Utazás Kiállítás – március 29 - április 1.
- „Menjünk világgá...” Miskolci Utazás Kiállítás – április 12–14.
- Veszprém Megyei Utazás Kiállítás (a régiónk díszvendég) – április 14-15.

Külföld:

- Ferien – Ausztria (Bécs) – január 11-14.
- Turisztikai Szakkiállítás – Kassa – január 24-26.
- ITB – Németország (Berlin) – március 7-11.
- MITT – Oroszország (Moszkva) – március 21-24.
- Silesia Tour 2007. – Lengyelország (Katowice) – március 30 - április 1.

Az idén első alkalommal, a hagyományos imázs megjelenés mellett, kiemelt figyelmet fordítunk a szolgáltatói oldal részvételére, így bevonásukkal konkrét ajánlatok is megjelennek a standokon, programcsomagok értékesítésére és népszerűsítésére is mód nyílik. A vállalkozói oldal részvételét jelzi az is, hogy a budapesti kiállításon az informátori tevékenységet a Vendégforgalmi Osztály munkatársai mellett, a város meghatározó turisztikai szakemberei látják majd el, ezzel is emelve az információszoolgáltatás színvonalát.

A közös részvétel a hazai vonatkozású Miskolc road-show és a Közép-Európai (Tarnow, Varsó, Pozsony, Prága, Bécs), workshopokkal összekötött bemutatkozás során is folytatódik. Ez utóbbi kapcsán megjegyzendő, hogy minta értékű együttműködésben valósul meg az Ady Művelődési Központ, a Megyei Idegenforgalmi Intézet, a TUI Utazási Iroda, a Szerviz Utazási Iroda és a Kulturális és Vendégforgalmi Osztály közreműködésével.

A szakmai kapcsolatok elmélyülését jelzi, hogy az RMI koordinálásával megvalósuló, a külképviseletek vezetőinek szervezett szakmai study-tourok helyszíne lesz Eger mellett Miskolc is.

A szakmai programokban kiemelt szerephez jutnak a külképviseletek, ezért a Magyar Turizmus Zrt. Hálózati Igazgatóságával a már meglévő kapcsolatok további mélyítése szükséges.

Az elmúlt év folyamán létrehozott **turisztikai portál** népszerűsítése és folyamatos fejlesztése elengedhetetlenül szükséges ahhoz, hogy a város tartani tudja versenyhelyzetét. Az utazások jelentős részét önállóan, internetes tájékozódás útján szervezik a turisták, ezért a naprakész információk és a minél teljesebb szolgáltatási háttér biztosítása nagyban hozzájárulhat az utazási aktivitáshoz. A csere bannerek, a vírusmarketing és az interaktív játékok viszonylag szerény ráfordítással jelentős eredményeket hozhatnak. A portál használhatóságához hozzájárul új nyelvi verziók (lengyel, szlovák és orosz) kidolgozása és a professzionális térképes kereső létrehozása. Hasonlóan a WIFI kiépítéséhez, partnert keresünk PDA (hordozható információs rendszer) alkalmazásához. Szolgáltatói oldalról felmerült igény a hirdetési lehetőség, ezért kidolgozás alatt van a tarifa táblázat, amely az egyes megjelenési formákhoz kapcsolódik.

A saját információs bázis mellett szükséges feltérképezni azt is, hogy mely portálokon jelenik meg Miskolc, mint potenciális úti cél. Ezek információ és fotóanyagának frissítése szintén indokolt, hiszen a pontatlan tájékoztatás többet árt, mint használ.

A **kiadványok** vonatkozásában az eddigi rendszer alkalmazása és szükség esetén utánnomása történik meg. Az elmúlt évek innovatív kezdeményezései révén sikerült kialakítani azt a csomagot, amely praktikus alkalmazható kiállításokon, konferenciákon és egyéb rendezvényeken. A tartalmukban és megjelenésükben is megújult prospektusok tematizált formában, többféle korcsoportnak adnak hasznos és élményszerű információkat az érdeklődőknek.

Az elindított kártya rendszer mellett, jelentős igény mutatkozik a miskolci képeslapok iránt, ezért ezek készítése szóló- és leporello formában is indokolt.

A **hirdetések** esetében általános irány a nagyközönség elérése, a hatékonyság érdekében megjelentetésük időben és helyben koncentráltan kell, hogy megtörténjen. Az általános, informatív tartalom mellett nélkülözhetetlen a konkrét ajánlatok bemutatása. A nyomtatott és elektronikus felületek vásárlása mellett, meghatározó a személyes kapcsolatok révén létrejövő csere-információ, különös tekintettel az on-line médiumok jelentőségére. Ennek kapcsán megjegyzendő, hogy elengedhetetlen egy évente elkészülő, megtervezett médiaterv kidolgozása, elfogadása és végrehajtása. Amennyiben a tervnek csak egyes elemei kerülnek végrehajtásra, akkor a kommunikáció hatékonysága csökken, viszont az egy fő eléréséhez szükséges költségek tekintetében a költséghányad növekedni fog.

Az „**Év vendége**” csomagajánlat az első lépés volt az önkormányzat és a szolgáltatói oldal értékesítésen alapuló együttműködésének. A tapasztalatok értékelése után a program nemzetközi kiterjesztése az év meghatározó célfeladata.

A **Tourinform iroda** továbbra is a turisták információszerzésének egyik meghatározó eleme. Tekintettel arra, hogy belvárosi, műemléki épületben kapott helyet, bizonyos arculati elemek használata (világítótábla) nem megengedett, ezért cégér elhelyezését javasoljuk a bejáratnál, ezzel is megkönnyítve a turisták tájékozódását. Az iroda feladatai ebben az évben tovább bővülnek a belvárosi, gyalogos, garantált idegenvezetéssel. A program azontúl, hogy bevételi forrás, egy régóta jelentkező igényt elégít ki. Meghatározott minimum létszám alapján, a hét kijelölt időpontjaira lehet majd jelentkezni az érdeklődőknek, részvételi díj befizetésével. A hagyományos információs csatornák mellett, a project megvalósításában számítunk a szolgáltatók aktív közreműködésére is.

A belvárosban közlekedő **gumikerekes kisvonat** kedvelt színtöltője lett Miskolcnak. Az üzemeltetővel történt egyeztetés alapján az előszezonban, féláron kínáljuk az óvodáknak és az iskoláknak az utazási lehetőséget. Ezzel is szeretnénk elősegíteni, hogy már gyerekkorban

alakuljon ki egy erős kötődés a városhoz, ismerjék meg környezetük szépségeit és értékeit. A vendégbarát magatartás így egyre fiatalabb korban beépül a viselkedés kultúrába.

Támogatjuk egy olyan **iskolai mintaprojekt** kidolgozását és alkalmazását, amely az oktatási program része lehet. Az országban eseti jelleggel már vannak olyan kezdeményezések, amelyek élményszerűen dolgozzák fel az információkat, ezek helyi viszonyokra történő adaptálása nagyban hozzájárul a belső kommunikáció erősítéséhez.

A Miskolci Egyetem Marketing Intézete által kezdeményezett **Virtuális TanRt.** a turizmus területén dolgozni kívánó fiatalok esetében jelent olyan együttműködési lehetőséget, amely mindkét fél számára jelentős előnyökkel jár, többek között a gyakornoki, a kutatási és az információs vonatkozásait tekintve.

A vállalkozói szféra számára szeretnénk segítséget nyújtani azzal az **előadássorozattal**, amely segíti a vendéggel való bánásmód elsajátítását. Témái a borkultúrát, a gasztronómiát éppúgy érintik, mint a konfliktuskezelést, vagy a marketingeszközök hatékony alkalmazását. A Magyar Turizmus Zrt. A „Hónap küldő országa” mintájára folytatja tájékoztató tevékenységét a „Hónap témája” címmel, melynek együttműködés formájában helyi bemutatását is kezdeményezzük, annak érdekében, hogy a szakma minél szélesebb körű, naprakész információk révén tájékozódhasson az aktualitásokról.

A szakmai kapcsolatok alakulására befolyással van, hogy a város milyen szakmai szervezetekben vállal tagságot. A nemzetközi jelenlét érdekében javasoljuk, hogy Miskolc adja be jelentkezését az **Európai Városok Turisztikai Szövetségébe**, amelynek tagsági kritériumait – szállásférőhely, lakosságszám, épített és természeti örökség, történelmi múlt, tömegeket megmozgató kulturális események – városunk teljesíti. A későbbiek során lehetőség nyílik „Az Év Európai Turisztikai Városa” és „Az Év Európai Városi Turisztikai Szervezete” pályázaton való részvételre is.

Figyelemmel kísérjük azokat a lehetőségeket, amelyek révén kiadványaink, reklámfilmjeink pályázatokon, versenyeken tudnak szerepelni, ezzel is erősítve a kommunikációs lehetőségeket.

A marketing új vonala, a városok **márkázása**, amellyel kapcsolatosan Miskolcnak el kell kezdenie ezzel összefüggésben **koncepció készítését**, a szisztéma kialakítását, a rendszer felépítését, a rendelkezésre álló források függvényében, ütemezett végrehajtással. A márkázás hozzásegíti a városokat ahhoz, hogy megfelelő fejlődési pályára álljanak. Ugyanis csak a megfelelően márkázott városok képesek vonzani és megtartani a lakosokat, turistákat, illetve a vállalkozásokat, tágabb értelemben a befektetéseket.

A sikeresen márkázott városok jellemzői, hogy érdekes történelemmel rendelkeznek, ahol a változásokat, a fejlődést felkarolták. Jó kapcsolat alakult ki a városvezetés és a város lakói között, a kialakított márkák élvezik a helybeliek bizalmát és támogatását. Rendelkeznek a megfelelő funkcionalitással és hozzáadott értékkel. Erősségeik földrajzi, kereskedelmi, ipari, gazdasági múltjukból erednek, amiket kiegészítenek a kultúra, attrakciók, és az emberek magatartásában kifejezésre juttatott megkülönböztető márkázási tevékenységük.

A **márkázási kommunikációs stratégia alapvető célja**, hogy egy tudatos, szervezett folyamat eredményeként építse a terület egyedi arculatát, azonosságát, identitását, pozitív irányba fejlessze, adott esetben megváltoztassa a jelenleg sztereotípiákon alapuló imázst.

A kínálati kompetencia fejlesztésére építhető a kommunikációs/PR/marketing tevékenység, melynek kulcseleme a City Identity-ben (CI) fogalmazódik meg, s a városról alkotott imázsban tükröződik.

A CI építésének három eleme van, melyek a következők:

- A **City Design** a szimbólumok, a formai arculati elemek egymásra épülő rendszere, mely egységes, összhangot mutató, vonzó vizuális megjelenítést (tradicionális és újszerű elemek esztétikus elegyítése) kell eredményezzen.
- A **City Behavior** a régiót, települést valamilyen szerepben megjelenítő, képviselő személyek, a lakosság szűkebb-tágabb körének viselkedése, magatartása egymás között és a régió kívüli közvélemények irányába. Itt a lakosság turistákkal, látogatókkal szembeni vendégszeretete, nyelvismerete, nyitottsága, a megye, és a város vállalkozásainak üzleti kulturáltsága, magatartása, a vezető politikai, társadalmi személyiségek magatartás-jellemzői, viselkedése egyaránt beletartozik.
- A **City Communication** azon közvetlen kommunikációs eszközök szisztematikus alkalmazása, melyek együttesen fejtik ki információs és befolyásoló hatásukat (üzenet, jelzők, ...).

Az ún. nem eredendően kommunikációs eszközök, termékek, személyek, létesítmények, szolgáltatások szintén fontos üzenetet hordoznak városunkról.

Az alábbiak kiegészítendők a márkához tartozó szolgáltatások, egyéb elemek rendszerével:

- **Névhasználat - márkanev:** egy város nevét márkanevnek kell tekinteni, azaz csak minőségi (nem feltétlenül drága!) szolgáltatások, tárgyak, vállalkozások kaphassák meg a Miskolc név használatának, a városhoz kapcsolódó szimbólumrendszer alkalmazásának jogát.
- **Minősítési rendszer:** Egy városi minősítési rendszer kialakítása az éttermek, szálláshelyek, turisztikai attrakciók vonatkozásában. A rendszer egy független minőségi besorolást biztosít az attrakciók üzemeltetőinek, azonos elvek, elbírálási rendszer alapján.
 - A minősítési rendszernek két fő célja van:
 - Biztosítsa a látogatóknak, hogy megkülönböztethetőek legyenek azok az attrakcióhelyszínek, látogatóközpontok, éttermek, szálláshelyek, amelyek a megkívánt minőséget nyújtják a szolgáltatások és az erőforrások területén.
 - Segítsen az attrakció üzemeltetőjének hatékonyabban reklámozni magát azzal, hogy biztosít egy hivatalos, független elismerést az attrakcióról.
 - A rendszer előnyei az üzemeltetők számára:
 - A minősítési besorolás egy **biztosíték** a látogatók számára, hogy egy ellenőrzött szolgáltatású helyszínre lépnek be. A garantált minőségű szolgáltatási kör biztosításának előnye az üzemeltető számára a forgalom növekedésében, összetételének javulásában mutatkozik meg.
 - A minőségi besorolású helyszín díjmentesen **megjelenik a város információs rendszerében.**
 - A minőségi besoroláshoz kapcsolódóan **promóciós segédanyagok** is járnak (ablakmatrica, poszter, bizonyítvány stb.), amelyek hasznos reklámtárgyakként funkcionálnak.

Nemcsak a város, hanem a régió turizmusának fejlesztése is csak egy jól működő, jól együttműködő rendszerben lehetséges. Az együttműködés mind területi, mind pedig turisztikai termékek vonatkozásában szükséges. A szervezeti, együttműködési rendszer alapját a **desztináció-menedzsment (DM)** különböző szintjeinek, az adott terület marketingjét koordináló szervezetek összehangolt tevékenység lehetősége adja. Tekintettel arra, hogy a régió turizmusfejlesztési koncepciójában Miskolc és térsége az egyik prioritási terület,

szükséges létrehozni egy modell értékű rendszert, melyben a hivatali felelős osztály meghatározó szerepet játszik emberi és anyagi erőforrásait, valamint szervezeti felállását tekintve is.

A rendszer megismertetése érdekében meg kell szervezni a szakértői workshopokat, szakmai egyeztető fórumokat, prezentációkat és módszertani tréningeket, a következő témakörökben:

- A DM kapcsolata a nemzeti és a regionális turisztikai stratégiákhoz ill. azok prioritásaihoz.
- A modell bemutatása, helyének definiálása a jelenlegi turisztikai szervezeti rendszerben.
- A modell indoklása, az előnyök, lehetőségek bemutatása, a résztvevő szereplők hatásköreinek, feladatainak meghatározása és a közöttük fennálló kapcsolatrendszeri háló főbb irányainak a kijelölése.
- Operatív módszertan, eljárásrend kidolgozása, plasztikus esettanulmányok bemutatása.

A DM javasolt feladatai:

Termékfejlesztés:

- a versenytársaktól jól megkülönböztethető kínálati profil kialakítása,
- termékfejlesztési koncepció és stratégia kialakítása,
- innovatív szemlélet elterjesztése a marketing, az attrakciók és az értékesítés területén.

Térségi szintű turisztikai promóció:

- a térségre jellemző egységes arculat kialakítása illeszkedve a régiós stratégiához,
- egységes informatikai bázison alapuló információszolgáltatás és értékesítés.

A turisztikai vállalkozások versenyképességéhez való hozzájárulás:

- információszolgáltatás,
- pályázati tanácsadás,
- projekt menedzselés.

Tourinform Iroda működtetése.

Miskolc és térsége desztináció-menedzsment szervezet lehetséges **finanszírozási forrásai:**

- önkormányzatok hozzájárulásai,
- turisztikai vállalkozások hozzájárulásai,
- ROP,
- tagdíjak,
- turisztikai szolgáltatások értékesítése,
- idegenforgalmi adó visszaforgatása.

A szervezeti rendszer szorosan kell, hogy kapcsolódjon és ösztönözze a vállalkozások, közvetlen piaci szereplők **klaszter** típusú együttműködését. A klaszter keretet ad a kooperációnak, a turizmusfejlesztés, a turisztikai innovációk fő mozgatói a közös érdekek mentén. Az **Idegenforgalmi Alap** jó lehetőség arra, hogy ezt a folyamatot ösztönözze, így a támogatások pontszerű eredményei helyett törekedni kell az érdemi hatást elérni kívánó térségileg integrált programok támogatására. A pályázati kiírás előkészítésénél - a Városfejlesztési és Turisztikai Bizottsággal egyeztetve - célszerű preferálni az együttműködést, az egyediséget, valamint az idegenforgalmi adó befizetési intenzitást.