

Dunaújváros Megyei Jogú Város

Turisztikai koncepciója

2009-2014

Készítette:

Dunaújváros Megyei Jogú Város Önkormányzata és
a Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara megbízásából

Dunaújvárosi Kistérségi Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft.
Európai Információs Pont és Tourinform Dunaújváros

2009.

TARTALOMJEGYZÉK

1. Előzmények	- 4 -
1.1. A turizmus nemzetgazdasági szerepe	- 5 -
1.2. A turizmusfejlesztés szükségessége.....	- 6 -
1.3. A világ turizmusának megatrendjei és jellemzői	- 6 -
1.3.1. A világturizmus trendjei	- 6 -
1.3.2. Európa turizmusának jellemzői	- 8 -
1.3.3. Az európai utazási szokások alakulása a 90-es években	- 9 -
1.3.4. Európa turizmusának megatrendjei	- 10 -
1.4. Turizmus a Közép-Dunántúli Régióban	- 11 -
1.5. A pénzügyi válság hatása a turizmusra	- 12 -
2. Helyzetelemzés	- 13 -
2.1. Általános jellemzők	- 13 -
2.1.1. Földrajzi fekvés	- 13 -
2.1.2. Infrastruktúra	- 13 -
2.1.3. Gazdaság.....	- 15 -
2.1.4. Oktatás	- 15 -
2.1.5. Tourinform iroda.....	- 17 -
2.1.6. Helyi kapcsolatrendszer, intézményrendszer.....	- 19 -
2.2. Turisztikai kínálat	- 20 -
2.2.1. Szállás-, és vendéglátóhelyek	- 20 -
2.2.2. Utazási irodák, utazásszervezők	- 21 -
2.2.3. Sportturizmus	- 22 -
2.2.4. Látnivalók, múzeumok	- 22 -
2.2.5. Szabadidő eltöltési lehetőségek, rendezvények.....	- 23 -
2.2.6. Kulturális kínálat	- 24 -
2.2.7. Aquantis Élményfürdő és Gyógyászati Központ.....	- 26 -
2.2.8. Épített örökségünk, a szocreál	- 26 -
2.2.9. Kistérségi kitekintés	- 27 -
2.3. Turizmusmarketing	- 29 -
2.3.1. Promóciós lehetőségek	- 29 -
2.3.2. Marketingstratégiánk dióhéjban	- 30 -
2.3.3. Kiállítások, vásárok	- 34 -
2.4. Swot analízis.....	- 35 -
3. Célkitűzések, feladatok.....	- 36 -
3.1. Lehetőségek az alakuló TDM rendszerben	- 36 -
3.2. A Dunaújváros és Térsége Turisztikai Egyesület	- 38 -
3.3. Turisztikai termékfejlesztés	- 40 -
3.3.1. Városközpont-fejlesztés.....	- 41 -
3.3.2. Szocreál Tanösvény fejlesztése.....	- 42 -
3.3.3. Turisztikai programcsomagok létrehozása a város kulturális.....	- 42 -
intézményeinek és a turisztikai szolgáltatók segítségével.....	- 42 -
3.3.4. Szálláshelyek fejlesztése, új szálláshelyek létrehozása	- 43 -
3.3.5. Duna-part, és kikötőfejlesztés.....	- 43 -
3.3.6. Szalki-sziget fejlesztés.....	- 44 -
3.3.7. Uszodafejlesztés	- 45 -
3.3.8. Vidámpark fejlesztés.....	- 47 -
3.4. Szabadidőturizmus	- 47 -
3.5. Látnivalók, múzeumok	- 48 -
3.6. Rendezvények.....	- 49 -

3.7. Sport és szórakozás.....	- 49 -
3.8. Konferenciaturizmus	- 50 -
3.9. Szakmai kapcsolatrendszer.....	- 51 -
3.10. Testvérvárosi kapcsolatok.....	- 53 -
3.11. Összefoglalás	- 54 -

1. Előzmények

A Dunaújvárosi Kistérségi Turisztikai Közhasznú Non-Profit Kft. tulajdonosi köre 2008. nyarán bízta meg a Tourinform Dunaújváros irodáját is működtető céget, hogy dolgozza ki Dunaújváros Megyei Jogú Város turisztikai koncepcióját az elkövetkezendő öt évre. A felkérés előzménye az 1998-ban ugyanezen témában elkészült fejlesztési terv volt, amelynek kitűzött, jól megfogalmazott professzionális alapokon nyugvó célkitűzései még nem valósultak meg, így igyekeztünk, hogy az abban foglalt szakmai javaslatokat is figyelembe véve, megfelelően aktualizált turizmuskonceptiót tarthasson a kezében az olvasó. Célunk, hogy az aktuális fejlesztési irányokat is magában foglaló koncepció Dunaújvárost térségével együtt kezelve adjon reális javaslatot a továbblépésre, azaz a terület turizmusban betöltött szerepének további erősítését segítse elő.

A munka elvégzése során tanulmányoztuk a témában Dunaújvárosra, illetve térségére elkészített tanulmányokat és azok megvalósulását, meghatároztuk a legfontosabb szakmai kapcsolódásokat, értékeltük a turizmus jelenlegi helyzetét általánosan, és a régióban, meghatároztuk a fejlesztésre javasolt termékek körét, összeállítottuk a rövid-, közép- és hosszútávú célokat, és ezek eléréséhez szükséges feladatokat, ezek személyi- és szervezeti hátterét, valamint javaslatot tettünk a marketingeszközökre is.

Kiindulási alapként a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia, az Intercisa 2015 Távlati Településfejlesztési Koncepció és a Dunaújváros fejlesztésére vonatkozóan érvényben lévő koncepciók szolgáltak. Az Intercisa 2015 nagy örömmel stratégiaileg fejlesztendő gazdasági ágazatként jelöli meg a turizmust, ez alátámasztotta, hogy jó nyomon járunk.

Munkacsoportunk a koncepció kidolgozása során számos alapelvet vett figyelembe, amely a városi turizmus fejlesztésénél kiemelt jelentőségű. Ezek között első helyen áll az élményorientált fejlesztés, illetve kölcsönös összefüggésben kapcsolódik össze a helyi lakosság bevonása a folyamatokba a helyi értékek újra-felfedezésével. Természetesen fokozatos, fenntartható fejlesztésben gondolkodunk: ez a modern, szakmai alapokon nyugvó turizmus tervezés legalapvetőbb zsinórmértéke.

Célunk, hogy Dunaújváros a tervezett és jövőbeni fejlesztésekkel, meglévő értékeivel a magyarországi turizmus térképének érdekes, látogatásra érdemes desztinációja legyen, amely vendégszerető lakosságával, kiépített turisztikai és egyéb infrastruktúrájával vonzza a látogatókat, és az önkormányzat, a turisztikai szolgáltatók, a turisták, a helyi lakosság és a szakmai szervezetek összefogása révén tovább fejlődik.

Koncepciókat a jelenlegi munkaváltozat társadalmasítását követően Dunaújváros Megyei Jogú Város Közgyűlése elé terjesztjük, hogy a többi ágazati koncepció mellett elfoglalhassa a turizmus jelentőségéhez méltó helyét.

1.1. A turizmus nemzetgazdasági szerepe

A turizmus kétségtelenül a gazdaság egyik legfontosabb és leggyorsabban növekvő ágazata. Kedvező hatást gyakorol a fizetési mérlegre, láthatatlan exportként növeli az ország bevételét. Ez a hagyományos exportnál jóval kedvezőbb, hiszen a turista saját maga érkezik a fogyasztás helyére, nem kell csomagolni, elvinni hozzá az árut, szolgáltatást, mely jelentős költségmegtakarítást jelent, így ezen a területen 1 Ft nyereség lényegesen kisebb ráfordítással érhető el, mint a nemzetgazdaság más ágazatai esetében.

A turizmus multiplikátor hatásának köszönhetően közvetlen hatást gyakorol más szektorokra is, hiszen a turista a turisztikai termék mellett egyéb szolgáltatásokat is igénybe vesz. A turizmus, mint a többi iparág, egy térség számára pozitív és negatív hatásokat egyaránt magában foglal. Alapvető cél, hogy a negatív hatásokat csökkentsük, a pozitív hatásokat növeljük, így erősítve a fenntartható turizmust.

Pozitív hatások:

- munkahelyteremtés,
- beruházási kedv élénkülése,
- infrastruktúra - fejlesztés,
- szolgáltatói szektor erősödése,
- fogyasztói magatartásformák átalakulása,
- adóbevételek növekedése,
- elmaradott területek fejlődése,
- műemlék-védelem előtérbe kerülése,
- természeti területek védelme,
- helyi értékek, hagyományok ápolása.

Negatív hatások:

- szakképzetlen munkaerő iránti igény megnövekedhet,
- a fekete gazdaság szerepe megnövekedhet,
- erős szezonális, évszaki ingadozás,
- monokultúra kialakulása,
- természeti értékek pusztulása,
- túlzásfoltosság, levegő- zaj-, környezet szennyezés,
- giccs elszaporodása a turizmusra épülő kereskedelemben.

A tudatos turizmusfejlesztés hiányában, a spontán kialakuló, tömegszerű és ellenőrizetlen turizmus esetén a turizmus negatív hatásai felerősödnek, hosszútávon előtérbe kerülhetnek. Magyarországon a turizmus az elmúlt évtizedekben a gazdaság egyre jelentősebb ágazatává vált. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) által 2005-re összeállított Turizmus Szatellit Számla alapján a turizmus a

magyarországi GDP 5,2%-át, az ún. tovagyrűző hatásokat figyelembe véve 8,8%-át adja. Jelenleg minden nyolcadik munkahely, a tovagyrűző hatásokat figyelembe véve a munkahelyek 12,6%-a a turizmusnak köszönhető.

1.2. A turizmusfejlesztés szükségessége

A turizmus tudatos, szakmailag elfogadott elképzelések nélküli, spontán fejlődése hosszútávon a beruházások megtérülésének elmaradását, a turizmus negatív hatásainak felszínre kerülését hozza magával. A tudatos fejlesztés alapfeltételeit biztosító eszközök zöme az állam és az önkormányzatok kezében van, ezek közül a helyi eszközök az alábbiak:

- a helyi turizmuspolitika kialakítása
- a turizmuspolitikát menedzselő helyi turisztikai intézményrendszer kialakítása
- stabil és betartható jogi szabályozás helyi szinten a vállalkozások számára
- vállalkozó- és turistabarát önkormányzatok
- környezettudatos marketingszemlélet kialakítása

A tudatos fejlesztés alapja:

- a turizmus hatásainak ismerete,
- a térségbe érkező turisták szokásainak, igényeinek felmérése, ismerete,
- hosszú távú gondolkodás, melynek eszközei:
 - Hosszú távú, környezetmegóvó, marketing szemléletű turizmus politika,
 - integrált tervezés, összefüggésben a területfejlesztési elképzelésekkel,
 - ösztönzési rendszer kialakítása /pl.: adókedvezmény, idegenforgalmi adó visszaforgatása a szektorba /
 - megfelelő idegenforgalmi marketing
 - megfelelő irányító rendszer
 - monitoring

1.3. A világ turizmusának megatrendjei és jellemzői

1.3.1.A világturizmus trendjei

A World Tourism Organization, azaz a Turizmus Világszervezete 2020-ig szóló előrejelzése szerint a turizmusban a következő keresleti-kínálati tendenciák várhatók: A világturizmusban az 1995-ig jelzett évi 3,2%-os növekedési ütem helyett 1995-2020 között 4,3%-os évi átlagos növekedési ütemre lehet számítani. Ugyanakkor a nemzetközi forgalom bővülése ennél kisebb, a belföldi forgalom növekedése ennél nagyobb ütemben valósul meg.

Az előrejelzések szerint 2020-ban a nemzetközi turista érkezések száma eléri az 1,6 milliárdot, a nemzetközi turizmusból származó bevétel pedig a 2 billió USD-t.

A jelentősnek tűnő adatok ellenére a világ lakosságának mindössze 7%-a fog

külföldre utazni (figyelembe véve az évente többször utazókat illetve az egy-egy alkalommal több országot felkeresőket is). A 7% azt jelzi, hogy még mindig óriási tartalékok vannak a nemzetközi turizmus lehetséges forgalmában.

A nemzetközi forgalom növekedése a világ egyes turisztikai régiói közül Európában lesz a legalacsonyabb (3,1%) és Kelet Ázsia/Óceánia térségében a legmagasabb (7,0%). Mindez azzal magyarázható, hogy az integrációs törekvések eredményeként kialakuló Egységes Európai Piacca és az ennek következtében megszűnő országhatárok által a nemzetközi turizmus belföldivé válik, illetve hogy az európai küldő területeknek az Európán kívüli térségek iránti érdeklődése nő.

A belföldi turizmus az előrejelzések szerint tovább már nem bővül a fejlett ipari országokban, azonban jelentős fejlődésnek indul Ázsiában, Latin-Amerikában, a Közel-Keleten és Afrikában.

A világ legnagyobb fogadó országainak rangsora átrendeződik: a legtöbb turistát 2020-ban Kínában fogják regisztrálni (jelenleg Kína nincs az első 10 ország között!). Az első 10 helyen Kínát az USA, Franciaország, Spanyolország, Hong Kong, Olaszország, az Egyesült Királyság, Mexikó, Oroszország és a Cseh Köztársaság követi majd. A felsorolás érdekességét az adja, hogy azok az európai országok, amelyek tradicionálisan nagy fogadó területnek számítanak visszacsúsznak, illetve kiszorulnak az első 10 helyről.

A világ legnagyobb küldő országai között kevésbé drámai a várható változás. A jelenleg is legfontosabbnak számító Németország, Japán és az USA vezető helye továbbra is megmarad. A becsült forgalom alapján azonban Kína áll majd a negyedik helyen, és Oroszország is bekerül az első 10 ország közé.

A világturizmus forgalma 2020-ban várhatóan 76-24%-ban fog megoszlan a régiókon belüli és régiók közötti – vagy más néven nagy távolságú – utazások között. Ez utóbbi elsősorban Európában, Amerikában, a Közel-Keleten és Dél-Ázsiában lesz jelentős, míg Kelet-Ázsiában és Afrikában az adott régió belüli utazások részaránya fog emelkedni.

A külső környezetben lejátszódó globális folyamatok tendenciái alapján a turizmusban a következő változások várhatók:

A fejlett országok népessége fokozatosan „előregedik”. Egyre több idősebb korú turistára lehet számítani, akik számára speciális ajánlat alakítható ki.

Növekszik a dolgozó nők aránya, ezáltal egyben a családok egy főre jutó jövedelme, ill. annak szabadon elkölthető, turizmusra fordítható része is.

A házasságkötések időben kitolódnak, növekszik a 20-40 év közötti egyedülállók ill. gyermektelen párok aránya. Utazásaik során az aktív időtöltést keresik, szeretik a fizikai próbatételnek számító túrákat, és nem az iskolai szünetekhez igazítják szabadságukat.

A technológiai fejlődés hatására a világ „bejárható”, valójában nem létezik elérhetetlen terület. A helyfoglalási rendszerek bővülése és hozzáférhetősége lehetővé teszi, hogy az utasok maguk szervezzék útjaikat, akár otthonról is.

A jövőben az információ szerepe még inkább erősödik, ez a turizmusban a naprakész, többnyelvű, pontos tájékoztatás igényét jelenti. A növekvő szabadidő (fizetett szabadság) következtében az évi többször, rövid utazás lesz a meghatározó. Az utazások egyre kevésbé a hagyományosnak tekinthető tengerparti üdülés formájában, hanem a turisták speciális érdeklődésének megfelelően jelentkeznek.

Erősödnek a környezetvédelmi mozgalmak. Az utazási motivációk között növekszik a környezettel – természeti és kulturális környezettel – kapcsolatos indítékok aránya. Az emberek mindennapi életük során – még inkább szabadidejükben – a természethez fordulnak. A turizmusban ezáltal különös jelentőséget kap a természet és annak védelme: a tömegturizmus által eddig még nem tönkretett, eredeti természeti környezet vonzerőértéke hihetetlenül megnő. Így egyre keresettebbekké válnak a kaland-túrák, a felfedező jellegű utazások, az egészség megőrzésével vagy éppen visszaszerzésével összefüggő turisztikai termékek, s a természeti környezethez kapcsolódó kereslet mellett erősödik a kulturális értékek, a hagyományok, a „gyökerek” iránti igény is.

A motivációk változásával a kínálat is módosul. A tömegturizmust kiváltó kínálatról az egyedi, speciális termékek kínálatára helyeződik a hangsúly. Ennek tükröződnie kell a kínálat fizikai megjelenésében is: pl. szálloda mérete, uniformizáltsága, a környezet zsúfoltsága, különleges értékei, stb.

Az emberek egyre többet utaznak, idegen nyelveket beszélnek, nincs szükség a csoportos utazásokra. (Speciális eseteket kivéve.) Következésképpen növekszik az egyéni forgalom aránya. Mindez azonban nem nélkülözheti az egyes helyszíneken a szakszerű vezetést, pontos tájékoztatást.

A turisták a jövőben nem passzív szemlélői a látottaknak, hanem aktív részvételre törekszenek. Mindez a turizmusban dolgozókkal szemben is új követelményeket támaszt, hiszen növeli az egy-egy témában való alapos szakismereti iránti igényt.

1.3.2. Európa turizmusának jellemzői

A WTO legfrissebb adatai szerint Európa továbbra is vezető helyet foglal el a világ teljes turisztikai forgalmában, noha köztudott, hogy a 70-es évek óta részaránya – akár a beutazók számát, akár a bevételeket vesszük figyelembe – fokozatosan csökken.

1975-ben a világ összes érkezéséből Európa 69,2%-kal részesedett, 1996-ban már „csak” 58,7%-kal. A bevételek alakulás hasonló tendenciát mutatott: 1975-ben a világ turizmusából származó bevételeinek 63,5%-át regisztrálták Európában, 1996-ban mindössze 50,8%-át.

Az okok közismertek. Újabb és újabb desztinációk kapcsolódnak be a turizmus fogadásába, a repülőjáratok behálózják az egész Földet, egyszerűbbé, könnyebbé válik az utazás. A turisták igénylik az újdonságot, az ismeretlent, így a klasszikus úticélok mellett megjelentek az egy-egy év divatirányzatának megfelelő, más kontinenseken található desztinációk is.

A felsorolt negatív jelenségek ellenére azonban napjainkban is vitathatatlan Európa vezető szerepe a turizmusban. A világ öt, legtöbb külföldi turistát fogadó országa között 1996-ban az első helyen álló Franciaország mellett további két európai ország, nevezetesen Spanyolország és Olaszország is jelen van. A nemzetközi turizmusból

származó bevételeket tekintve a világ öt, legnagyobb bevételt kimutató országa között négy európai: Spanyolország, Franciaország, Olaszország és az Egyesült Királyság. Sőt, a világ legtöbbet utazó és költő öt nemzete közül is három európai: Németország, az Egyesült Királyság és Franciaország.

1.3.3. Az európai utazási szokások alakulása a 90-es években

Az European Travel Monitor (ETM) statisztikái szerint az európaiak külföldi utazásainak növekedési üteme némiképp csökkent a 90-es évek elején. Ebben közrejátszott az Öböl-háború, a volt Jugoszlávia területén zajló háború, a repülőgép szerencsétlenségek és nem utolsósorban a főbb küldő országokban bekövetkezett gazdasági recesszió. Mindennek hatására 1994-ben mélypontra zuhant a külföldi utazások iránti érdeklődés. 1995-ben újra lassú növekedés volt tapasztalható, ami 1996-ban is folytatódott. Arra a kérdésre, hogy mindez vajon átmeneti jelenség csupán vagy tartós tendencia, az 1997-es felmérés eredménye fogja megadni a választ.

1996-ban az európai lakosság összesen 260 millió alkalommal utazott. A tradicionális desztinációk mellett újak is megjelentek. Utazásaik során összesen 2,4 milliárd éjszakát töltöttek el, ami 9,4 éjszakás átlagos tartózkodási időt jelentett.

A vezető küldő országok között az első helyen Németország áll (27%), majd az Egyesült Királyság (10%), Franciaország (6%), Hollandia (5%), Olaszország (5%), Svájc (5%) és Oroszország (5%) következik.

Az üdülések alkalmával a legfontosabb célterületek között az élen továbbra is Spanyolország (16%), Franciaország (13%) és Olaszország (10%) található. (Ezeket a desztinációkat „Sunshine Destinations”-ként emlegetik.) Összességében az európaiak utazásának döntő hányada a mediterrán térségbe irányul, tehát az újabb és újabb fogadó területek kínálatának megjelenése ellenére a tradicionális ajánlatok a legkedveltebbek. A negyedik legfontosabb üdülési desztináció a tengerentúl (10%), azon belül is elsősorban az USA és Dél-Afrika.

A rövid külföldi utazások között az előző évhez képes a 2-4 éjszakás tartózkodási idejű utak száma növekedett leginkább (+23%). A motivációk között 68%-ban a rövid vakáció, 20%-ban az üzlet és 12%-ban a rokonok, barátok meglátogatása szerepel.

Az utazások szervezettsége növekedett: az irodák (ügynökök) igénybe vételére 12%-kal több esetben kerül sor, mint 1995-ben. A közvetlen foglalások 20%-kal estek vissza. Az előzetes foglalások az üdülések esetén növekedtek, az üzleti utaknál csökkentek.

Megnövekedett a természet-orientált, az egészség-orientált és aktív időtöltéssel kombinált utazások kereslete. Külföldi üdüléseik során az európaiakat az alábbi motivációk jellemezték 1996-ban:

- 2 tengerpart, napfény 32%
- 3 városlátogatás 19%
- 4 körutazás 14%
- 5 vidéki, rekreációs üdülés 10%
- 6 sport, játék 9%
- 7 nyári hegyvidéki üdülés 6%

Az ETM megállapítása szerint 1996-ban a legfontosabb piaci szegmens a közép- és időskorú lakosság volt. A külföldre üdülni utazók átlagéletkora 41,4 év. A nők aránya

némileg csökkent (51%), s leginkább a 40-44 év közöttiek esetén. A rövid üdülések főként a 45-59 év közötti korosztályra jellemzők. Látványosan csökkent a gyermekes családok utazási hajlandósága, egyben növekedett az egyedülállóak külföldi utazásainak száma.

1.3.4. Európa turizmusának megatrendjei

A European Travel Commission (ETC), azaz az Európai Utazási Tanács kutatásai szerint a 90-es évek második felében Európa továbbra is részt vesz abban a világméretű versenyben, mely a turizusból megszerezhető jövedelmekért és az egyre magasabb minőséget, fogyasztói gondoskodást és a pénzükért megfelelő értéket kereső turistákért folyik.

A növekvő adók, szigorodó szabályozások, és a mindezek következtében emelkedő költségek a kontinens versenyhelyzetét rontják. Az árcsökkentések mérséklék a hozamot, s amennyiben ez tartósan így marad, negatívan befolyásolja a befektetéseket és a képzett munkaerő alkalmazását. A hosszú távú strukturális változások, nevezetesen a globalizációs folyamatok az európai gazdaságot a munkanélküliség növekedésével, alacsonyabb gazdasági növekedési ütemmel, következésképpen az utazásra rendelkezésre álló jövedelem mérséklődésével sújtják.

A kikötői, repülőtéri illetékek, valamint az egységes európai vízum hiánya a legfontosabb tengerentúli területekről távol tartja a potenciális érdeklődést. A közlekedési költségek csökkenése folytatódik. Az állami támogatás mérséklődése különösen a tengerentúli promóció kapcsán, valamint a disztribúciós csatornák változásai a kisvállalkozások működésére kedvezőtlenül hatnak.

A turizmus eddigi növekedési ütemének fennmaradására nincs biztosíték, azonban pozitív jelenség, hogy – elsősorban a nemzetközi utazások esetén – a költési hajlandóság magas.

A teljes utazási kiadás – különösen annak közlekedési tétele – az Európában ill. Európából történő utazások esetén gyorsabban nő, mint egyéb tételek esetén, hiszen az emberek egyre többször tesznek rövidebb utazásokat. A tengerentúli utak Európába/Európából erőteljesebben növekszenek, mint az Európán belüli intraregionális utak.

Európában a városlátogatások iránti kereslet gyorsabban nő, mint a tengerparti üdülések iránti igény. Ennek oka a kulturális jellegű rövidebb utazások kedveltté válása, valamint a konferenciák, incentive utazások, szakmai kiállítások, vásárok iránti fokozottabb igény. Ugyanakkor az üzleti utazások fajlagos kiadásai a költségekkel való hatékonyabb gazdálkodás érdekében csökkennek. Az egyén üzleti utazások aránya mérséklődik.

A téli szezonban egyre kedveltebbé válnak a napsütéses vidékekre történő utazások (tengerpart), a kulturális utazások, hajóutak. Ezek növekedési üteme magasabb, mint a téli sportutazások esetében tapasztalt változás mértéke. A szezonális a jövőben egyre inkább fontos marketing eszközzé válik, nem pedig problémaként kerül kezelésre. Ehhez azonban az állami és a magánszektor szorosabb együttműködésére van szükség. A délről északra, a keletről nyugatra, a nyugatról keletre történő utazások erőteljesebben növekszenek, mint a hagyományosnak tekinthető, északról délre történő utazások. Európában az egymás közti utazások kereslete jobban növekszik, mint az egyes országok belföldi turizmusa. A légi közlekedés szerepe – rövid és nagy távolságú utaknál egyaránt – egyre erősödik más közlekedési módokhoz képest. Emellett a vasúti közlekedés továbbra is

reneszánszát éli. Az individualizáció jegyében növekszik az egyéni szervezett utak aránya, a csoportos utak kereslete mérséklődik.

A késői foglalások a CRS rendszereknek köszönhetően növekszenek, noha elsősorban az üzleti utazók élnek ezzel a lehetőséggel. A senior turizmus és az ifjúsági turizmus minden más, életkor alapján meghatározott szegmensnél nagyobb növekedést mutat.

Összességében a kulturális jellegű rövid látogatások, a kulturális üdülések és az aktív nyári/téli üdülések iránti igény növekszik a leggyorsabban.

Az együtt utazó csoportok mérete – köztük a családoké is – csökken. Ez egyben növeli a rugalmasságot. Az ár/minőség összehasonlítás elsőrendű szemponttá válik a szálláshelyek és desztinációk megválasztásánál. A környezet minősége különösen a tengerparti és a rurális területeken lesz meghatározó. A speciális utak (hobby, kultúra, sport, stb.) iránti érdeklődés, habár jelenleg a piacon csupán kisebb részarányt képvisel, a jövőben gyors növekedésre számíthat.

A piacszegmentálás egyre pontosabb lesz: konkrétan kell meghatározni az egyes szegmensek igényeit, hogy az azokat kielégítő termékek összeálljanak. A marketing ismerete – különösen a desztináció marketingé – elengedhetetlen feltétele a piac ösztönzésének.

1.4. Turizmus a Közép-Dunántúli Régióban

A régióban Dunaújváros, Székesfehérvár, Gárdony, Tata, Várgesztes, Komárom és Veszprém a kereskedelmi szálláshelyeken legtöbb belföldi vendégéjszakát regisztráló települések. A régióban Velence, Dunaújváros, Gárdony, Veszprém és Bakonybél a magán szálláshelyeken legtöbb vendégéjszakát regisztráló települések.

A Közép-Dunántúl népszerűsége a belföldi vendégek körében jelentősen nőtt az elmúlt években. 2007-ben a régió kereskedelmi szálláshelyein a vendégéjszakák 65,9%-át adták a belföldiek, ami a teljes magyarországi kereskedelmi szálláshelyi vendégforgalomból 6,0%-os részesedést jelent. 2007-ben a belföldi vendégek száma 1,1%-kal, a vendégéjszakák száma 3,6%-kal emelkedett. Ez 237 ezer vendéget és mintegy 600 ezer vendégéjszakát jelentett. Az átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken 2,5 éjszaka volt. Továbbra is a szállodák a legnépszerűbbek a régióban (a vendégéjszakák 45%-át regisztrálják itt), ezen belül a háromcsillagos házak (a szállodai vendégéjszakák 44,6%-a) szerepe kiemelkedő.

A szállodák mellett a panziók, az üdülőházak és a turistaszállók mondhatnak jelentősebb belföldi vendégforgalmat magukénak. 2007-ben a szállodák mellett a panziók forgalma bővült, a többi kategória esetében csökkenés volt tapasztalható. A kereskedelmi szálláshelyek mellett a magán szálláshelyeken 26 256 belföldi vendéget és 101 930 vendégéjszakát regisztráltak 2007-ben. Az átlagos tartózkodási idő a magán szálláshelyeken 3,9 éjszaka volt.

A kulturális látnivalóknak, vonzerőknek köszönhetően a Közép-Dunántúl nem csak a nyári hónapokban kedvelt úti cél. Ezt támasztja alá, hogy a régióban az átlagosnál kisebb szezonális ingadozás figyelhető meg, 2007-ben a vendégéjszakák 40,8%-a realizálódott a június-augusztusi időszakban. A régió erősségei Budapest közelsége, az épített- és a természeti örökség, a kulturális adottságok és a hagyományápolás szintén vonzó a turisták számára. Jelenleg ugyanakkor a régió nem rendelkezik

megfelelő mennyiségű négycsillagos szállodával, kevés a magas minőségű szolgáltatást nyújtó szolgáltató és kevés a komplex, többnapos ajánlat.

1.5. A pénzügyi válság hatása a turizmusra

A pénzügyi válság hatását a magyarországi beutazó és belföldi turizmusra jelen pillanatban nem lehet pontosan előre jelezni, a világszerte tapasztalható gazdasági bizonytalanság, a jövedelmek csökkenése, a fogyasztás visszafogása, az emelkedő élelmiszerárak, stb. azonban az utazások elhalasztása, illetve elmaradása miatt – meghatározatlan időre – visszavethetik mind a belföldi, mind a nemzetközi keresletet.

Az amerikai ingatlan-piaci válság miatt a Turisztikai Világszervezet már 2008 első felében a korábbinál kisebb mértékű (3–4%-os) növekedést vetített előre mind a nemzetközi turistaérkezések, mind a nemzetközi turizmusból származó bevételek vonatkozásában, az elmélyülő válság azonban még óvatosabb becslést tesz szükségessé. A 2008. szeptemberi 7. Európai Turizmus Fórum kiemelten foglalkozott az európai turizmus keresletének várható alakulásával, a lassuló gazdasági növekedés hatásaival. A tagállamok tapasztalatai azt mutatják, hogy bár a turisztikai kereslet némileg megtorpanni látszik 2008-ban, a turizmus az életminőség olyan fontos elemévé vált, hogy az európai fogyasztók akár más termékekről, szolgáltatásokról való lemondás árán is igyekeznek megvalósítani utazásaikat.

A kereslet változásának ugyanakkor része, hogy növekszik a közeli országokba történő és a belföldi turizmus szerepe. A Magyar Turizmus Zrt. külképviseleinek 2008. októberi értekezlete is tárgyalta a gazdasági válság hatását. Külképviseleink arról számoltak be, hogy legfontosabb küldőpiacikon nagy a bizonytalanság mind a szabadidős, mind az üzleti turizmus tekintetében. Mivel különösen a légi forgalom érintett a magas üzemanyagárak miatt, felértékelődhet a közeli desztinációk szerepe. A diszkrecionális jövedelmek várható csökkenése elsősorban nem a nyári főutazásokat, hanem a szezonon kívüli, rövidebb utazásokat érinti majd.

A 2008 szeptemberétől kibontakozó gazdasági válság Magyarországot sem hagyja érintetlenül, a fogyasztás visszafogása, a fogyasztói bizalom megrendülése a turizmusra azonnali hatást gyakorol. A Pénzügyminisztérium 2008 októberében módosított makrogazdasági előrejelzése szerint a GDP hiánya 2008-ban 3,4%, 2009-ben 2,9% körül alakul. A bruttó hazai termék 2008-ban várhatóan 1,8%-kal bővül, amelynek háttérében az export mérsékeltebb, és a beruházások kisebb mértékű növekedése áll, miközben a lakossági fogyasztás a korábbi előrejelzésekhez hasonlóan (+1,1%) változik. A reálbér növekedése 1,2% lesz. Az októberi előrejelzés a korábbinál alacsonyabb inflációt vetít előre (2008-ban 6,4%-ot, 2009-ben 3,9%-ot). 2009-ben a háztartások fogyasztása 3,1%-kal, a reálbérek 2,7%-kal csökkennek, a beruházásoknál 0,9%-os visszaesés várható, miközben az export 3,9%-kal nő. A reálbérek csökkenése miatt a turisztikai kereslet várhatóan legfeljebb stagnálást mutat majd.

2. Helyzetelemzés

2.1. Általános jellemzők

2.1.1. Földrajzi fekvés

Dunaújváros Megyei Jogú Város Fejér megye délkeleti részén, a Mezőföldön helyezkedik el, Budapesttől délre 67 km-re, a főváros felől a 6-os főközlekedési úton, Székesfehérvár felől a 62-es autóúton közelíthető meg. A Dunaújvárosi kistérség meghatározó gazdasági, igazgatási és kulturális központja, nagy a jelentősége, hogy a város négy régió; a Közép-magyarországi, a Közép-dunántúli, a Dél-dunántúli és a Dél-alföldi régió határán fekszik.

A város három nagyobb részre tagolódik, északon a patakok szabdalta részen található az Óváros, az ún. Pentele városrész, mely évszázadok óta lakott terület, a fennsíkon épült fel az „Újváros”, az első szocialista város, majd a várostól délre jelentős véderdőkkel elhatárolva terül el a Dunai Vasmű. A Duna közel 10 km hosszan határolja a várost és szabja meg a természetes határvonalakat a keleti irányból, nyugatról pedig szelíd dombvidék övezi.

Aki Dunaújvárosban jár, megtapasztalhatja milyen sokarcú város, lakosainak lokálpatriotizmusa egy sajátos hangulatú, hatalmas zöld területekkel rendelkező, modern Duna-parti városhoz kötődik.

2.1.2. Infrastruktúra

A város működésének alapvető alkotórésze az infrastruktúra, a városi történelem és fejlődés egyben az infrastruktúra története is. A térség legfőbb erőssége a korábbi iparosításból és városiasodásból származik. Olyan műszaki/gazdasági/pénzügyi és humán infrastruktúra áll rendelkezésre, mely szakmailag erős fejlesztési programok alapja lehet. Egy modern városi település életminőségét, fejlődőképességét alapvetően határozza meg műszaki és humán infrastruktúrájának állapota is.

Dunaújváros különlegesen és tervezetten épített település, így alapinfrastruktúrájának fejlettsége kiemelkedik a magyar városok sorából. "Lakó-, illetve lakáskomfortossága" egyedülállóan kedvező. A 22 ezres lakásállományban 2,5 fő jut egy lakásra, melyek közül több mint 80% távfűtött. Magas színvonalú a víz- és gázellátottság, s a csatornázottság. Megközelíti a 100 százalékos ellátottságot a vezetékes víz, meghaladja a 93 százalékot a gáz- és szennyvízcsatorna hálózatba bekötött lakások aránya.

A városban 22 ezer lakás van, ezer körüli a szociális bérlakások száma, a családi házak aránya 20% körüli, összességében a lakások fizikai, műszaki állapota jobb az országos átlagnál.

A kedvező közúti kapcsolatok révén a város könnyen megközelíthető. Budapesttől 70 kilométerre, délre található település legfontosabb közúti kapcsolati eleme a Budapest-Pécs-Barcs közti 6. számú főútvonal. A város regionális szerepkörének bővülését a Pentele híd, valamint az M6-os és az M8-as autópálya csomópontja is elősegíti. Az M6-os autópályáról 3 csomópontból lehet a várost megközelíteni,

biztosítva ezzel a város gyors, és több-irányú elérhetőségét. A várostól délre becsatlakozó 52. számú út az Alföld irányába biztosít kapcsolatot a dunaföldvári hídon keresztül. A főútvonalak csatlakozásával másik irányban, a 8. számú főúthoz kapcsolódva Ausztria is könnyen elérhető.

A város közúthálózata, elérhetősége, az ország szívébe való elhelyezkedése és Budapesten kívül a természetes határvonalak (Duna) áttörése logisztikai és egyéb gazdasági fellendülést rejt magában. A Szalki-szigeten lévő kikötő és az iparterület közötti iparvágány csatlakozik az országos vasúthálózatához, mely az észak-déli irányú Budapest-Pusztaszabolcs-Dunaújváros villamosított vonalat jelenti. Az ipari kikötő mellett a nagy Duna-ágon kiépített személyhajó kikötővel rendelkezik.

Jelenleg a környezettudatos és olcsó szállítmányozási, közlekedési mód mind hazai, mind nemzetközi viszonylatban Dunaújváros adottságainak kihasználatlanságát mutatja. Az adottságaink megépítendő közforgalmú kikötővel együtt a nemzetközi hajójáratok kikötési lehetőségét is meg kell oldani úgy, hogy a dunaújvárosi vízi, közúti, vasúti transzfer nemzetközi méretekben is igénybe vehetővé váljon.

A tömegközlekedés tekintetében több kiemelt érelhetőséget javító új tétel is jelentkezik, mint pl. a kerékpárutak (kapcsolódva a környezetvédelemhez, egészséges életmódhoz is), a megyeszékhely vasúti „bekötésének” hiánya. Ezekkel a Budapest, Székesfehérvár, Dunaújváros háromszög képes lehet az interregionális (Duna-Tisza köze) területi felzárkóztatás országos feladataiból jelentős szerepet vállalni.

2.1.3. Gazdaság

A gazdaságföldrajzi viszonylatban is rendkívül ideális helyszínen, Magyarország geometriai középpontjához közel, a fővároshoz is közel, a nagyforgalmi főútvonalak szomszédságában - felépült város, "mint a palackból életre hívott szellem" távolodott el létrehozóinak elképzeléseitől, járt be a magyar településtörténetben páratlan utat, s vált a mezőföldi régió ipari, gazdasági, szellemi centrumává, jelentős urbanisztikai értékeket felmutató megyei jogú várossá.

A Dunai Vasmű (mai hivatalos nevén Dunafer Zrt.) a II. világháború utáni iparfejlesztési stratégia "gyermeke", a várost ma is elsősorban a szervezetileg átalakult nagyipara illetve általában az ipara élte. Az egykori vas- és acélipari óriásból alakult Dunafer-csoport termelési és értékesítési érdekeltségei európai léptékben is számottevők, hazai kooperációs irodái és termeltető egységei pedig minden régióban megtalálhatók.

A jogi személyiségű vállalkozások száma és azoknak a lakossághoz viszonyított aránya viszonylag kicsi, számuk alig több mint félezer. Az egyéni illetve jogi személyiség nélküli vállalkozások száma mintegy 3500, dinamikusan nőtt mind a társas, mind az egyéni vállalkozások száma a tercier szektorban, különösen a szállítás, a raktározás, az ingatlanforgalmazás területén.

A városban található tíz legfontosabb cég

Dunafer ZRt. és kapcsolódó vállalatai

Hankook Tire

Dunapack Rt. Dunaújvárosi Csomagolópapírgyára és Dobozüzeme

Neusiedler-Szolnok Papírgyár Rt. Dunaújvárosi Gyára

Hamburger Hungária Kft.

Ferrobeton Rt. (vasbetonelemek)

MOMERT Zrt. Elektromechanikai Rt. (mérleggyártás)

HBG-T Építőipari Kft. (magas-, mély-, vasútépítés)

Albadomu Maláta Termelő és Kereskedelmi Bt., Szalki-sziget

Linde Gáz Rt. (műszaki orvosi gázok)

DVG Dunaújvárosi Vagyonkezelő Zrt.

H+H Dunaforg Kft. (gép-, gépszerkezetgyártás)

2.1.4. Oktatás

A tény, hogy Dunaújváros iskolavárosként is funkcionál, bizonyára egyre elfogadottabb mind a közoktatásban, mind a helyi lakosok tudatában, hiszen oktatási struktúrája jelenleg is kiemelkedő helyzetben van. Az elmúlt évek során a felsőoktatási tevékenység átfogó fejlesztésével, illetve a város vonzáskörzetének kiterjesztésével számottevően megnőtt a városba érkező, tanulni kívánó fiatalok száma.

A felsőoktatás bázisa önállóvá vált a Miskolci Nehézipari Műszaki Egyetemtől, s lett Dunaújvárosi Főiskola. Az ipari háttér előnyeit élvező, 1969 óta tradicionálisan a kohó,- és gépészmérnöki szakokra épülő, műszaki szakoktató és mérnök-tanárképzés, majd a szervező szak/informatika oktatásával, a kilencvenes évek elejétől az anyagmérnöki, közgazdasági és műszaki menedzser, 2003-tól pedig a

kommunikáció és művelődésszervező alapképzési szakokkal bővült a képzési kínálat, s lett a város kiemelkedő szellemi centruma. Az iskolaváros fogalom másik értelmezése az újítás, az iskolapéldák teremtése, ez a város innovációs képességének fejlesztésére vonatkozik.

Dunaújváros fejlett közoktatási hálózatának részét képezi a teljes körű óvodai ellátás mellett az általános iskolai hálózat, ahol az általános képzés mellett alapfokú művészeti (zenei, tánc, rajz) és sportoktatás is folyik. A középiskolás korosztályt nyolc iskolában oktatják. Sok a speciális tantervű, műszaki képzést nyújtó intézmény. Egyre több a technikusképző osztály is, ahol a műszaki értelmiséggé válást alapozzák meg. Az intézmények oktatási tevékenységében a korszerű színvonalra törekvés a meghatározó elv. A több mint ötezer középiskolásból kétezren járnak be Fejér megyéből, megyén kívülről pedig hétszázan.

Középfokú oktatási intézmények

A Széchenyi István Gimnáziumban az általános tantervű képzésen túl matematika-fizika, angol, német valamint képző- és iparművészeti tagozat működik.

A Rosti Pál Gimnázium, Általános és Szakközépiskola főként a felnőttoktatás intézménye. A levelező, a közgazdasági esti, illetőleg levelező, valamint érettségi kiegészítő képzésen túl ifjúsági-sport tagozatos gimnáziumi képzést is folytat.

A Bánki Donát Gimnázium és Szakközépiskola a hagyományos gimnáziumi, továbbá acél- és fémszerkezeti szakközépiskolai képzés mellett kibocsát gépészmérnököket, fémipari minőségbiztosítási és számítástechnikai mérnököket.

A Dunaferr Szakközép- és Szakmunkásképző Iskola a műszaki és fémipari szakmák szakmunkásképzésén túl automatizálási mérnököket, épületgépész mérnököket, hegesztő mérnököket, erősáramú elektronikai mérnököket és mechatronikai mérnököket képez.

A Hild József Szakközép- és Szakmunkásképző Iskolában elsősorban építőipari és faipari szakmunkások, magasépítési mérnökök képzése folyik.

A Lorántffy Zsuzsanna Szakközép- és Szakmunkásképző Iskola egészségügyi, ruhaipari és vegyipari szakmunkásokat, középiskolai végzettségű szakembereket, valamint általános vegyészmérnököket, nehézipari környezetvédelmi mérnököket, ruhaipari mérnököket és felsőfokú képesítésű ápolókat, csecsemő- és gyermekápolókat képez.

A Rudas Közgazdasági Középiskola pénzügyi ügyintéző, banki ügyintéző/tanácsadó, általános gazdasági és statisztikai ügyintéző, európai üzleti asszisztens, mérlegképes könyvelő, külkereskedelmi ügyintéző, marketing- és reklámügyintéző, menedzserasszisztens, szállítmányozási ügyintéző, vámügyintéző, ügyvezető titkár, szerkesztőségi ügyintéző titkár, gazdasági informatikus, kiadványszerkesztő, számítástechnikai programozó, számítástechnikai szoftverüzemeltető szakembereket képez közép-, illetve felsőfokon.

A Kereskedelmi és Vendéglátóipari Középiskola képezi a kereskedelem és a vendéglátás különböző ágainak szakmunkás és középiskolai végzettségű

szakembereit, emellett felsőfokú idegenforgalmi szakmenedzsereket, idegenforgalmi technikusokat, kereskedelmi technikusokat, vendéglátó technikusokat is.

Alapfokú oktatási intézmények

Arany János Általános Iskola, Dózsa György Általános Iskola, Gárdonyi Géza Általános Iskola, Kőrösi Csoma Sándor Általános Iskola, Móra Ferenc Általános Iskola, Móricz Zsigmond Általános Iskola, Petőfi Sándor Általános Iskola, Szilágyi Erzsébet Általános Iskola, Szórád Márton Általános Iskola, Vasvári Pál Általános Iskola, Sándor Frigyes Zeneiskola, Nevelési Tanácsadó Intézet, Beszédjavító Intézet.

2.1.5. Tourinform iroda

Az 1998-ban elkészült koncepcióban foglalt javaslat alapján 2003-ban jött létre az a turisztikailag kompetens és Európai Uniók kérdéseiben is jártas házigazda szervezet, amely képes városunkat képviselni és kialakítani egy folyamatos kapcsolatrendszert a turisztikai szolgáltatók között, amely városi szóróanyagokat állít elő, kiállításokon vesz részt, programokról és egyéb országos volumenű dolgokról tájékoztatja a lakosságot és a betérő érdeklődőket. Dunaújváros Önkormányzata és a Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara közös célja eredetileg egy szervező, koordináló és információs iroda létrehozása volt, mely mára már túlmutat a tervezetteken, hiszen többek között foglalkozik az Európai Uniók ingyenes oktatástól elkezdve az Üdülési Csekk át vételén át a jegyeladásig, valamint egyfajta kiadványbázissá is vált.

A Tourinform Dunaújváros irodája Dunaújváros szívében várja tisztelt ügyfeleit. Az érdeklődők térítésmentesen kaphatnak segítséget és kiadványokat Magyarország idegenforgalmi látványosságairól: településekről, programokról, szállás-, és vendéglátóhelyekről, belföldi ajánlatokról. A Magyar Turizmus Zrt. imázs-, és régiók kiadványai több nyelven elérhetők az irodában, de szintén tevékenységi körébe tartozik könyvek, képeslapok, Ticket Express és egyéb rendezvényjegyek értékesítése, turisztatérképek valamint Hungary Card árusítása, számos országos honlap feltöltése is.

A Tourinform hálózat, így a városi iroda által használt európai szintű, folyamatosan frissülő három nyelvű (www.itthon.hu) - a Magyar Turizmus Zrt. által üzemeltetett - nemzeti turisztikai adatbázis bárki számára hasznos segítséget nyújt belföldi üdülése során.

A munkatársak a felvitt adatokat és fotókat rendszeresen ellenőrzik és frissítik, így segítve egyben a turisztikai szolgáltatókat is; a térítésmentes reklámozással a kistérség objektumai számára is lehetőség nyílik saját szolgáltatásuk megismertetésére.

Tevékenységi körébe tartozik a városi-, és térségi marketing; kistérségi és városi kiadványok, multimédiás anyagok, szóróajándékok, térképek, imázskiadvány készítése, kiállításokon való aktív részvétel, városunk aktív bemutatása belföldön és külföldön egyaránt.

2008-ban vált a Nemzeti Üdülési Szolgálat kiemelt ügyfélszolgálati pontjává, mely széles körű információ-szolgáltatást és segítségnyújtást jelent. A kistérségi elfogadóhelyeknek nem kell postaköltséget fizetniük, ha csekkjeiket elszámolásra küldik fel a központba: ezt a futárszolgálaton keresztül az iroda végzi. Az ügyfelek

részletes tájékoztatást kapnak a meghosszabbítást illetően, valamint helyben vehetik át a már hosszabbított csekket; elkerülve ezzel a hosszú sorban állást és útiköltséget, megspórolva a szabadidőt.

A nyári időszakban meghosszabbított és hétvégi nyitva tartás lehetővé teszi az ügyfelek részére a nyaralás nyugodt megtervezését is, melyhez rengeteg térítésmentes kiadványt és igénybe vehető Üdülési-csekk pályázatokat, a segítségre szoruló családoknak pedig egyéb lehetőségeket kínálnak az iroda munkatársai.

A helyi iskolák, intézmények, delegációk bizalommal fordulnak az irodához akár egy rendezvény marketingjének országos kampányáról, akár turisztikai programcsomag összeállításáról van szó. Az iroda kiadvány-háttere biztosítja azt a több ezres igényt, mely az országos és helyi ingyenes programfüzetekkel, információs anyagokkal, CD-ROM-okkal, egyéb szóróanyagokkal kapcsolatban naponta felmerül.

A Tourinform iroda által vezetett statisztikák azt mutatják, hogy Dunaújvárosnak igazi, valós jövője van azon városok között, akik számos értékes vonzerővel rendelkeznek. Az elmúlt évek tapasztalatai - a kis-, és nagy beruházások, a városi programok sokszínűsége, a sportturizmus megléte, az örökségturizmus bevezetése, az Arborétum fejlesztése, az élményfürdő létrehozása, a városi Tourinform iroda működése – mind egy-egy pozitív lépcsőfok volt, melynek számos előnye és több pénzügyi vonzata arra készíteti az itt tevékenykedő turisztikai szakembereket, hogy bizalommal legyenek a további gazdasági fejlődés és az elégedett látogatók irányába.

Egy városi arculat megteremtése annak beépítésével kezdődik a helyi lakossági köztudatba. Az élhető, szerethető város kialakítása nem csak utak fejlesztésében és megaparkok kialakításában rejlik; a városról az emberek fejében kialakult kép sokszor nem ezek függvényével kezdődik. Egy jól bevezetett logó, egy szép park és a kedves, szakmabeli kiszolgáló személyzet mind része annak a hosszú folyamatnak, melynek során az emberekben kialakult kép vonzerővé fejlődik és fizikai valósággá válik. Dunaújváros arculatát sok-sok évig az ipariság jellemezte, ami múltjának szerves részét képező, vitathatatlan tény. A település igazi képéről viszont leginkább mások adhatnak igazi véleményt. A helyi és kistérségi turisztika aktív fellendítése már nem csak vágyalom, hanem egy - a szolgáltatók között szoros együttműködés során létrejött – biztos alap, melyre lehet építeni.

Ebből a szempontból is előnynek számít, hogy az iroda fizikai kapcsolatban áll évente több ezer emberrel, akik véleményüket, tapasztalataikat, kívánságaikat, élményeiket mind megosztják a Tourinform iroda munkatársaival. A helyi ügyfélterben, a vásárokon, kiállításokon befogadott információkból következtetéseket lehet levonni: mit gondolnak a látogatók a város tisztaságáról, látnivalóiról, fogadóképességéről, stb. Szerencsére ezek a tapasztalatok 2006 óta minden kiállításon pozitív visszajelzésekben mutatkoznak; a legtöbb kívülálló érdekesnek, zöldnek, élhetőnek nevezi városunkat, ahol szép a Duna-part és rendezett a környezet. Vendégszerető, hangulatos helységnek gondolják Dunaújvárost és a legtöbben pozitívan csalódnak, vissza-visszatérnek hozzánk (a megkérdezettek csupán 6-8 %-a azonosítja iparvárosként).

A 2004 óta működő városi információs iroda, a szolgáltatók, kulturális intézmények, önkormányzat által tett lépések sikeressége az összefogásban rejlik; mindenki képes az adott funkciónak megfelelő napi marketing-, és egyéb feladatokat maximálisan

ellátni, ezáltal kiadványhoz, információhoz, fejlesztési lehetőségekhez segítve egymást.

A dunaújvárosi Tourinform iroda ezek közül a feladatok közül a TDM-nél már említett bázis-feladatot is ellátja; az iroda által megírt elő-, és további pályázatok során térségünkbe érkező anyagi támogatások turisztikai célokra történő befektetése az egész kistérség érdekévé válik a közeljövőben. A TDM szervezetek összetett feladatokat látnak el, hiszen egy egységgé fogják össze az idegenforgalmi vonatkozású vállalkozókat, intézményeket (több, mint 20 kategóriában). A turisztikai objektumok (horgászhelyek, vendéglátó-helyek, szálláshelyek, múzeumok, természeti területek, programgazdák, stb) évek óta elégedettek az iroda térítésmentes szolgáltatásaival (fotók, objektumok elhelyezése a honlapokon, kiadványok ingyenes készítése és terjesztése kiállításokon, e-mail marketing, stb.) hiszen az irodában rendszeresen ellenőrzik mindenki adatait, frissítik az eseményeket és országosan közzéteszik a szolgáltatásokat. A kiadványbázis biztosítja az ide érkezők maximális kiszolgálását, az egyre növekvő üdülési csekk elfogadóhelyi forgalom pedig ugyancsak a szolgáltatók munkáját könnyíti (a biztonságosság és ingyenesség a csekk továbbításakor, személyes hosszabbításakor történő ingyenes átvétel). A több százas e-mail címlistán szereplő érdeklődő a mai kor elvárásainak megfelelően – amennyiben nem igényli a személyes kiszolgálást – otthonról is tájékozódhat a programokról és térségünk híreiről, hiszen az iroda havi hírlevele és programajánlója ezt a feladatot teljesíti.

2.1.6. Helyi kapcsolatrendszer, intézményrendszer

Napjainkban elmondható, hogy Dunaújváros idegenforgalma és turisztikai marketingje egy kézben összpontosul: a Tourinform Irodát is működtető **Dunaújvárosi Kistérségi Turisztikai Közhasznú Non-Profit Kft.**-t bízta meg Dunaújváros Megyei Jogú Város Önkormányzata, mint többségi alapító tulajdonos a fenti feladatokkal, így e cég a városi idegenforgalmi hivatal utódja is egyben. Legutóbbi turizmusfejlesztési megmozdulásunk az idegenforgalmi adó bevezetésének teljes körű előkészítése volt. Szakmai tapasztalataink alapján ez a helyi idegenforgalomnak erősebb képviselőt tesz lehetővé, mint a más városok esetében egy fő ún. turisztikai referens köztisztviselőként történő alkalmazása. A hivatal feladatairól, tevékenységi köreiről az előző fejezetben szövegtünk.

Dunaújváros önkormányzata és közgyűlése az utóbbi években kezdett tudomást venni a turizmus gazdaságfejlesztő hatásáról, de ez még mindig nem tapasztalható dominánsan. Örömteli lenne, ha a közgyűlés bizottságai között lenne olyan, amelynek feladatkörében és gondolatosságában is erőteljesebben megjelenne a városi turizmus fejlesztése, mert jelenleg ez csak sporadikusan, az egyes bizottságok éppen aktuális döntéshozatalában kezdetleges módon nyomon követhető. Javasoljuk a turizmus megfelelő szinten történő kezelésének hangsúlyosabbá tételéhez a jelenlegi gazda szerepét ellátó „Társadalmi kapcsolatok bizottsága” feladatkörében a turizmussal kapcsolatos kérdések napirenden tartását.

Városunk turisztikai életének teljesen új, nemrég alakult, de konstruktív és hatékony civil szervezete a **Dunaújváros és Térsége Turisztikai Egyesület**, amely 2008 decemberében bontotta zászlaját. Alapítói között 21 turisztikai szolgáltatót és szakembert üdvözölhetünk, akik reményeink szerint szakértelmükkel, vendég- és városszeretettel a helyi-térségi idegenforgalom fejlődését szolgálják majd. Terveink szerint ez az egyesület lesz az alakuló Turisztikai Desztináció Menedzsment

(TDM) szervezet is, így jelentősége a térségben erőteljesen megnő.

Alapítónk, a **Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara**, illetve a **Híd Egyesület Kistérségi Idegenforgalmi Klubja** szintén elkötelezett a helyi-térségi turizmus fellendítésében.

Kiegyensúlyozott kapcsolatokat ápolunk a **kistérségi-térségi polgármesterekkel**, rendszeres párbeszédet folytatva elképzeléseikről, terveikről a turizmus területén.

Külön örömeinkre szolgál, és marketingtevékenységünket erősíti, hogy a **helyi írott és elektronikus média** kiemelt figyelmet szentel a helyi turizmussal kapcsolatos fejleményekre, eseményekre és programokra.

2.2. Turisztikai kínálat

2.2.1. Szállás-, és vendéglátóhelyek

Dunaújvárosban a szállodai ellátottság sem mennyiségében, sem összetételében nem kielégítő. Sajnos nagyon kevés szálláshely található, magasabb minőségi kategóriában pedig egy sem. A város legszínvonalasabb szálláshelye a Klub Hotel, mely a kistérség és a város egyetlen háromcsillagos szállodája. Az épületben 52 szoba található, típusukat tekintve vannak két- és háromágyas szobák, lakosztályok és apartmanok. A Klub Hotel fő profilja üzletemberek és sportolók elszállásolása. Nagy népszerűségnek örvendenek a Főiskola nemrég felújított kollégiumai is, amelyek több mint ezer fő befogadására alkalmasak. Szintén az ifjúság képviselői a leggyakoribb vendégek a Dunaferri Hotelben, a Híd Szállóban és a Sziget Fogadóban, ám gyakran szállnak meg ezeken a helyeken a városunkban dolgozó munkások is. Családi hangulatot kínál a Gólyafészek Fogadó és az Álom Szálló. Fizető vendéglátás keretén belül két cég foglalkozik lakások kiadásával; a Névery Bt. és a Komfort Apartman Bt. A Szalki-szigeti kemping jellegéből adódóan idényjellegű szálláslehetőség lenne, azonban rossz fizikai állapota, valamint a Duna vízminőségének romlása miatt bevezetett fürdési tilalom következtében elmaradó vendégkör miatt kénytelen volt bezárni kapuit. Helyzete megoldásra, maga a létesítmény, illetve a terület piaci újrapozícionálásra vár.

A vendéglátóhelyek terén már sokkal nagyobb a kínálat. A város vendéglátásának színvonala az elmúlt három évben érezhetően javult, egyre több a hangulatos, idényjelleggel teraszt üzemeltető, azaz szabadtéri étkezési lehetőséget is biztosító étterem a belvárosban. Érzékelhető a vendégkörök szerinti specializáció, az egyediségre való törekvés is, de a város exkluzív vendéglátóhelyből még hiányt szenved. A statisztikák is a kereskedelmi vendéglátóhelyek számának jelentős növekedését mutatják. Míg 1997-ben 87 darab, 2000-ben már 149 darab vendéglátóegység várja a dunaújvárosiakat és a turistákat.

Az elegánsabb éttermektől, a halászcárdán át a házas kisvendéglőig széles a paletta. A Kiskohász Étterem Dunaújváros legrégebbi éttermei közé tartozik. A néhány éve teljes felújításon átesett hely ma már exkluzív környezetben várja az elegáns vacsorák kedvelőit. A Duna-parton egyetlen étterem található, a Dunagyöngye Halászcárda. Az étteremnek országos híré a halászléje, de a halételek mellett számos magyar specialitásból is válogathatunk. Az említettek mellett Dunaújvárosban szinte minden étterem törekszik a megújulásra és az egyediségre, melyre jó példa az Aranyhordó Étterem, ahol hagyományos pentelei

ételeket is kínálnak, vagy a Pintes Pince, melynek nevéből is látszik, hogy hangulatos pincehelyiségben lehet fogyasztani. A Castellum és a Vigadó élőzenével várja a vendégeket, míg a Klub Hotelben található Házi Sárkány Étterem az élőzene mellett rendszeresen változó nemzetközi étlappal kíván a városlakók és a külföldi szállodavendégek kedvében járni. A Fészek Tanétterem az országos hírvéndéglátó-ipari képzés mellett gyakran ad otthont lakodalmaknak, akár csak a Duna Étterem. A Corso Étterem specialitása a bugaci húsgombóclevés, mely után sörök széles kínálatából választhatnak a vendégek.

A fiatalabb korosztály körében kedveltek a gyorséttermek, mint pl. a McDonald's. A mediterrán hangulatra vágyók kellemes környezetben étkezhetnek a Lille Venn Étteremben, a Gourmand Kávéházban vagy a Topo, a Diabló és az Alibi Pizzériában. Az említett éttermek mellett számos nemzet konyhájának fogásai is megtalálhatóak a városban, úgy mint pl. a mexikói, az olasz, a kínai vagy a török).

Nagy választék van kávézókból (pl. City Café, Corner Kávézó) és cukrászdákból, melyek főként a nyári teraszos időszakban népszerűek. Szintén több helyszín közül választhatnak, akik sörözni vagy borozni szeretnének, mert erre jó néhány bárban, kocsmában és pubban nyílik lehetőség Dunaújvárosban. Egyre több helyen színesítik a kínálatot koncertekkel és élő zenével, ami kellemesebbé teszi, és egyben meg is hosszabbítja a bárokban eltöltött időtartamot.

2.2.2. Utazási irodák, utazásszervezők

Dunaújvárosban a városépítés kezdeti időszakától jellemző vendégjárás nagyrészt politikai turizmus volt. A tömegesen érkező és érkezett hazai és külföldi érdeklődők itt győződhetek meg a fejlődés lendületéről. 1955-ben a Sztálinvárosi Vásár és Kiállítás a mai Vasmű út területén mutatta be a vasmű termékeit, a városépítés eredményeit. Korabeli statisztikák szerint három nap alatt 40.000 ember fordult meg a városban.

A városi tanács a vendégekkel való tervszerűbb foglalkozás céljából 1958-ban Városi Idegenforgalmi Hivatalt létesített, mely utazásszervezéssel is foglalkozott.

A rendszerváltás előtt Dunaújvárosnak és térségének turizmusa az ide látogató orosz csoportokból és a Dunai Vasműt látogató belföldi vendégekből állt. A rendszerváltást követően az addigi orosz csoportok elmaradóban voltak, így a felszabadult kapacitással valamit kezdeni kellett. Megoldásként Dunaújváros tranzitvárosi funkcióját igyekezett kihasználni az Arany Csillag Szálloda, amely az 1990-es évek elején az akkor még nem elterjedt csomagutazást értékesítette. Évek alatt sikerült egy olyan kapcsolatrendszert kiépíteniük, mely lehetővé tette a szállodai szobák értékesítését.

A '90-es évek elején nyugati csoportok számára kínált a város programcsomagokat. A sikeresen összeállított programok (székesfehérvári és budapesti városnézés, puszta program, gyógyfürdő-látogatás, stb.) biztosították a piacon való létjogosultságot. A célcsoportot a belga, angol és svéd nyugdíjasok alkották, akik igen elégedetten távoztak Dunaújvárosból. Azonban ez a kezdeményezés sajnos rövid életű volt az Arany Csillag Szálloda 1994-es privatizációjának köszönhetően.

Jelenleg a dunaújvárosi utazási irodák nem szerveznek önállóan utakat, nem foglalkoznak beutaztatással, kizárólag a nagyobb utazási irodák ajánlatait közvetítik utazási ügynökségként.

A városban hét utazási iroda tevékenykedik, mindegyik a belvárosban található, és az ügyfélforgalom megoszlása kiegyenlített közöttük. Kínálati szempontból is közel

azonos a felhozatal, hiszen mindegyik irodából a világ szinte minden országába lehet utakat foglalni.

Dunaújvárosban működő utazási ügynökségek:

Boszporusz
Celtic
Echo
Hellas Travel
Ibusz
Neckerman
Quaestor

2.2.3. Sportturizmus

Dunaújvárosban a sport a '90-e évek végén élte fénykorát, amikor a Dunaferre még több forrást biztosított a sport támogatására. Ebben az időszakban volt olyan év, amikor bajnokok sorát ontotta a város csapatsportokban: női és férfi kézilabda, jégkorong, futball, röplabda, vízilabda. Kiemelkedő volt a női kézilabdások 1999-es Bajnokok Ligája győzelme, amit azóta sem tudott egy magyar csapat sem megismételni. Ezekben az években több ezren látogatták csapataink mérkőzését, és az ellenfelek szurkolóin kívül a dunaújvárosi csapatnak is érkeztek szurkolói más városokból. Az öbölben megrendezett rangos motorcsónakversenyek szintén rendkívül sok nézőt vonzottak. Ezek a látogatók nem csak a sportesemények bevételeit gyarapították, hanem a környező üzletek, vendéglátóhelyek is gyakran növelhették bevételeiket a Dunaújvárosba érkező drukkerok jóvoltából.

A csapatsportágakon kívül több olyan sportág van a városban, amelyben nemzetközi versenyeknek ad otthont városunk; pl. úszás, karate. Ilyenkor a szintén sok vendég érkezik a városba, akik alkalmanként több éjszakát is eltöltenek itt.

Napjainkban egyre több csapatnak kell a Dunaferre támogatása nélkül, más szponzorokkal terveznie a költségvetését. Van olyan csapat, amelynek ezt sikerült végrehajtania, és sajnos olyan is van, amely megszűnt, vagy alacsonyabb színvonalú bajnokságban kényszerült indulni. Ez a hanyatlás sajnos Dunaújváros sportturizmusát is érzékenyen érinti, hiszen kevesebb külföldi csapat és kevesebb vendégszurkoló érkezik városunkba, amely több gazdasági szektor bevételeit is érinti.

A versenysportokon kívül sok szabadidős vagy amatőr szintű sport is nagy tábornak örvend. Az első osztályú csapatsportágaink mellett megtalálhatóak az alacsonyabb bajnokságokban induló jégkorong-, kosárlabda- és kézilabdacsapatok is, és egyre népszerűbb pl a sárkányhajó vagy az amerikai futball. Ezek népszerűségével egyenesen arányosan növekedhet a versenyekre városunkba látogatók száma is. Hagyományá vált már a Dunaújvárosi Négypróba és a Steelball utcai kosárlabdabajnokság megrendezése is, amelyeken megkötések nélkül bárki próbára teheti sportos kvalitását.

2.2.4. Látnivalók, múzeumok

Dunaújvárosi Szoborpark

Az 1970-es évek elejétől fokozatosan kiépülő, botanikájában megtervezett Szoborpark, 58 nagyméretű műalkotással jött létre a város egyik legszebb részén. Az építészek, művészek és művészetszervezők arra irányították a figyelmet, hogy a

gyár, a Dunai Vasmű lehetne a bázis, ahol az itt termelt anyagban, a vasban, acélban való újfajta művészi gondolkodás otthonra találhat. A műveket a Duna-parton felállították, majd ezzel párhuzamosan megindult a Duna-parti tereprendezés, fásítás és növénytelepítés. A művésztelepen 1974 és 1993 között 44 művész vett részt pályázat (esetenként meghívás) alapján. 1983-tól a telep nemzetközivé vált.

Gyártörténeti Gyűjtemény - Dunai Vasmű
Ipartörténeti skanzen és szabadtéri kiállítás 1920-1980 között, valamint a gyár technológiája 1950-től a napjainkig.

Helytörténeti Gyűjtemény
Az Intercisa Múzeum Dunaújváros és környékének régészeti, történeti és néprajzi emlékegyűjtő, őrzi, s mutatja be állandó és időszakos kiállításain.

Kovácsműzeum
A magánműzeumban megtekinthetünk többek között 200 évnél régebbi eszközöket: üllőszerszámokat, sínhúzó kemencét, udvari fűrőgépet. A múzeum jelenleg nem fogad látogatókat.

Móder Zenélő Szoborpark Múzeum
A világ egyetlen, olyan múzeuma, ahol a különleges ötdimenziós acélszobrok egyben hangszerként is funkcionálnak.

Papírgyár Üzemtörténeti Gyűjteménye
A kiállításon megtekinthetők a papírmerítő-műhely, szabadtéri gépkiallítás, i.e.105-től napjainkig. Jelenleg nem fogad látogatókat.

Római Kori Kőtár és Fürdő.
Az ókori katonai tábor, Intercisa „Castellumának” központja látogatható. Itt került elő a kivételes Mithrasz-tábla is, a Romkertben minden évben visszatérő rendezvények várják a közönséget.

2.2.5. Szabadidő eltöltési lehetőségek, rendezvények

Dunaújvárosban és a környékén számtalan lehetőség kínálkozik a helyi lakosok és a látogatók számára, hogy a szabadidejüket aktívan, illetve pihenéssel, rekreációval tölthessék el. Új színfolt a szabadidős palettán a nagyközönség előtt nemrégiben megnyitott élményfürdő, mely a családoknak, baráti társaságoknak, valamint a gyógyulni vágyóknak is egyaránt nyújt szolgáltatásokat. A város adottságainak köszönhetően a helyi lakosok életében a Duna-part, mint kedvelt szabadidős helyszín jelenik meg. Alakultak itt már sportegyesületek, szakkörök, baráti társaságok azonos témában, de általánosságban elmondható, hogy mindenki szívesen keresi fel egy délutáni sétára, sportolásra.

Sportlétesítmények – futball stadion, tornacsarnok, jégcsarnok, labdacsarnok, atlétika csarnok – áll az aktív sportok szerelmeseinek rendelkezésére, de a nagyközönség körében is közkedvelt a például a szabadkorcsolyázás. Aki pedig az extrém sportok iránt érdeklődik, azoknak a Kisapostagi repülőtér kínál izgalmas programokat, mint például az ejtőernyőzés, tandemugrás, vagy a sétarepülés. A kihasználatlan adottságaink között szerepel a Duna és az aktív turizmusban rejlő lehetőségek, mellyel egy újabb picit szegmens megszólítására nyílna lehetőség. Kiemelt szerepet kaphatna a dunai személyi hajózás is egy újracsatlakozás

következtében, azonban ezek esetében még alapvető infrastrukturális hiányosságok mutatkoznak.

A városban és környéken egész évben rendezvények zajlanak, kora tavasztól késő ősziig izgalmas szabadtéri helyszíneken is várják az érdeklődőket, például a Petőfi ligetben és a garázssoron. Igazi büszkeségünk, hogy számos rendezvényünk egyedi és dunaújvárosi kezdeményezésből alakult ki, például az Adventi Randevű, Parázs-Varázs, Ötpróba.

A dunaújvárosi rendezvények tér-idő hatóköre

Hónap	Rendezvény	Időtartam	Alkalmom	Hatóköre
március	Tavaszi Expo	3 nap	11 éve	országos
április	Dunaújvárosi Fotóbiennálé	1 hónap	2 éve	országos
április	Divat,- és Sporttánc Bajnokságok	4 nap	16 éve	nemzetközi
április	Arany Üst úszóverseny	3 nap	30 éve	nemzetközi
május	Majális	1 nap		térségi, helyi
május	Európa Filmhét	1 hét	3 éve	térségi, helyi
május	Európa Nap	1 nap	6 éve	térségi, helyi
május	Főiskolai Napok	2-3 nap		országos
május	Újvárosi Próbák – Bringatúra	1 nap	25 éve	térségi, helyi
május	Családi hétvége, Parázs-Varázs	3 nap	6 éve	országos
június	Petőfi Művészeti Liget	3 hónap	6 éve	térségi, helyi
június	Újvárosi Próbák – Vizes próba	1 nap		helyi
június	Steelball utcai kosárlabda bajnokság	1 nap	16 éve	helyi
június	Vasas Nap	1 nap		térségi, helyi
augusztus	Augusztális	3 nap		térségi, helyi
szeptember	Újvárosi Próbák – Gyaloglás	1 nap		helyi
szeptember	Újvárosi Próbák – Futás	1 nap		helyi
október	Újvárosi Próbák – Ügyességi próba	1 nap		helyi
október	Éremgyűjtő Találkozó	1 nap	13 éve	nemzetközi
december	Adventi Randevű	12 nap	6 éve	térségi, helyi
egész évben	Nyílt Mah-jong Bajnokságok	3-4 nap	4 éve	nemzetközi

A kulturált szabadidő eltöltésére a rendezvényeken kívül is több lehetőség is van, a Bartók Kamaraszínház és Művészetek Háza (amely otthont ad a Táncszínháznak is), a Kortárs Művészeti Intézet (ahol a kortárs képzőművészet bemutatásán túl fontos cél a művészekkel való együttműködés), a Munkás Művelődési Központ, az Intercisa Múzeum (amely nemcsak az egyik leggazdagabb római kori anyaggal rendelkezik, hanem tevékeny részt vállal a szakmai ismeretterjesztés és a hagyományörző foglalkozások szervezésével), könyvtárak, művészeti galériák, mozi, szórakozóhelyek állnak az itt élők rendelkezésére.

2.2.6. Kulturális kínálat

Dunaújvárosban számos lehetőség kínálkozik a kulturális kikapcsolódásra:

Az Intercisa Múzeum Dunaújváros és környékének régészeti, történeti és néprajzi emlékegyet gyűjti, őrzi, s mutatja be állandó és időszakos kiállításain, emellett a római kori Kőtárnak és a Fürdőnek is gondozója.

A Bartók Kamaraszínház és Művészetek Háza önálló és koprodukciós bemutatók nagyszerű sorát hozta létre. Számtalan, kiemelkedő színművész és rendező

visszatérő munkálkodása jellemzi ma is a működését. A saját társulat mellett a színház önálló tánctagozattal is rendelkezik Dunaújvárosi Bartók Táncszínház néven.

A Kortárs Művészeti Intézetben az időszak kiállítások és egyéb közművelődési programok mellett a saját gyűjtemény gondozása is folyamatos. Az intézmény tervei között első helyen áll az időszak kiállítások szervezése, a kilencvenes évek művészetére koncentráció műgyűjtés, a hatékony kutatómunka és az ehhez kapcsolódó konferenciák, publikációk, valamint a kortárs társ művészeteket bemutató kísérő rendezvények.

A Munkásművelődési Központ (MMK) a kisközösségi művelődési formák megvalósításának színtere. Az intézmény létrejötte óta támogatója az amatőr művészeknek, művészeti mozgalmaknak. Majd valamennyi szakmai területen - mozgás, zene, irodalom, képzőművészet, fotó - nívós szinten biztosítja az amatőrök, együttesek működését. Részt vállal a gyermekek és a fiatalok hasznos időtöltésének kialakításában, közreműködik az iskolarendszeren kívüli oktatás, ismeretterjesztés, szabadidős sport szervezésében. Dunaújváros és a kistérség lakosságának a művészeti alkotócsoportok, hobbikörök, ismereteket közvetítő tanfolyamok nyújtanak változatos és színvonalas programkínálatot. Az alkotó művelődési közösségek közül kiemelkedő az ötvenöt éves Dunaújvárosi Vasas Táncgyűttes tevékenysége. Rendszeresen a fotókiállítások, de bemutatkozási lehetőséget kapnak az amatőr festő-, képző-, népi- és iparművészek is.

A *József Attila Könyvtár* általános gyűjtőkörű, nyilvános könyvtár. Gyűjteményük közel kétszáz ezer dokumentumot tartalmaz. Az állomány 98 %-a jelenleg könyv, emellett rendelkeznek térképekkel és CD-vel is. Jelentős nagyságú a folyóirat-állományuk is, közel 300 féle napilap, folyóirat és egyéb időszak kiadvány található könyvtáraikban. Gyűjteményük kialakításakor törekcszenek arra, hogy széleskörű választékot tudjanak nyújtani a kikapcsolódni, tanulni, tájékozódni vágyó látogatóinknak mind a szépirodalom, mind a szak- és ismeretterjesztő irodalom területén. A könyvtár hagyományos szolgáltatásai mellett ma már a fénymásolás, a számítógéphasználat, a CD-használat, az internethozzáférés és a nyomtatási lehetőség is látogatóik rendelkezésére áll.

A *Dózsa Mozicentrum* 520 férőhelyes nagyteremmel és 49 fős kamarateremmel rendelkező filmszínház. A kínálatban a legújabb premierok mellett a művészfilmek rajongói is találnak kedvükre való alkotást, melyek Dolby Digital hangrendszernek köszönhetően még fokozottabb élményt nyújtanak a mozgóképek szerelmeseinek. A Mozicentrum a filmek mellett gyakran ad otthont különböző koncerteknek és előadásoknak is.

A fenti intézmények mellett számos kulturális illetve művészeti alapítvány és csoport működik a városban, melyek közül a legjelentősebbek a Dunaújvárosi Vasas Táncgyűttes, a Bartók Táncszínház, a Vegyeskar, a Viadana Kamarakórus, a Főiskola Női Kara és a különböző divattánc-csoportok.

2.2.7. Aquantis Élményfürdő és Gyógyászati Központ

2006-ban vette kezdetét a nagyszabású beruházás, mely mintegy 3,4 milliárd forintból jött létre. 2009. február 2-án terheléses próbaüzemmel nyitott az új komplexum, melynek keretében a városi nyugdíjasok és diákok térítésmentesen fürdőzhetnek, később a hétvégéken korlátozott nyitvatartási időben kedvezményes belépőjegyekkel a nagyközönség is belekóstolhatott a helyi élménybe.

Az AQUANTIS Wellness- és Gyógyászati Központ Élményfürdőben két szinten 9 kül,- és beltéri medencével, változatos élményelemekkel, csúszdákkal, gyermekpancsolókkal várják a vendégeket. Külön érdekesség a barlangmedence, a bármedence, valamint az, hogy a belső nagymedencéből ki lehet úszni, ahol szintén kellemes élmények: sodrófolyosó, pezsgőágyak, további hát- és vízszugármasszázs szolgálja a feltöltődést.

A Római fürdő szaunavilága finn- és infrasaunákkal, gőz- és aromakabinokkal, merülőmedencével, jakuzzival és Kneipp taposóval várja az egészségtudatos vendégeket.

A különlegességet kedvelőknek pedig a szaunamesterek változatos és hangulatos szauna-ceremóniákkal kedveskednek. A fürdő második emeletén kapott helyet, egy közel 1000 m² területen a nyugat-európai színvonalú akadálymentesített gyógyászati központ, ahol a balneo-, hidroterápiás és fizioterápiás kezelések mellett gyógytornák bőséges tárháza várja a beutalóval érkező betegeket.

Az új élményfürdő tovább erősíti a térség szolgáltatásait, hiszen méretéből és szolgáltatásainak színvonalából adódóan egyaránt képes kiszolgálni nemcsak Dunaújváros, hanem az egész régió gyógyulni és kikapcsolódni vágyó közönségét is, megcélözva ezzel egy újabb turisztikai piacot. Az új vonzerővel gazdagodva Dunaújváros megerősítheti pozícióját a hazai piacon, s remélhetőleg több napos tartózkodásra tudja a régióba invitálni a vendégeket.

2.2.8. Épített örökségünk, a szocreál

Dunaújváros megépítése az első ötéves terv súlypontja volt, természetes hát, hogy az egész magyar szocreál korszakot a legösszefogottabban, legjellemzőbb módon képes bemutatni.

Az immár közel félévszázados építészeti örökség a magyar építészettörténet egészének is fontos alkotó eleme: a város központjának 1956 előtt megvalósult része mintegy élő szabadtéri múzeum, az országban egyedülállóan átfogó képet nyújt e kor építészeti, képzőművészeti törekvéseiről.

Dunaújvárosban már lassan egy évtizede megszületett az ötlet az Építészeti Tanút létrehozására, majd az NKÖM támogatása nagy segítséget nyújtott a terv kivitelezéséhez.

A Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának a „Kulturális utak a közös európai és/vagy magyar örökséghez kapcsolódó, turisztikai projektek támogatása 2003.” című pályázatát beadva a Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht. szervezésében 2004 júniusában létrejött a Dunaújvárosi Építészeti Emlékek Tanútja. A projekt megvalósításával, az épületek megjelölésével egy olyan tanösvény

született meg, amely bővíti Dunaújváros turisztikai kínálatát, és ezáltal látogatottabbá teheti a várost.

A projekt első lépésében, - a meglévő ismeretek szerint - a tanút tervezésénél több szempontot vizsgáltak meg, melyek alapján kialakult a végleges útvonalterv. A szempontok között szerepelt az útvonalon található látványosságok különlegessége, változatossága, valamint azok fellelhetősége. A megjelölt épületek 3 építészeti korszakot (1. szocreál; modern; 2. szocreál) ölelnek fel. A városban nagyon jól nyomon követhetők az '50-es évektől kezdődően a '80 évekig bezáródóan létező építészeti stílusok. A város épületein – információk szerint – szinte az összes XX. század második felében alkotó jelentős építész dolgozott. Az úton végighaladva a látogató a régebbi stílusoktól eljuthat egészen a modernkori építészetig. Az összeállításnál figyelembe vették az egyes épületek különlegességeit is az egyes stílusokon belül, így alakult ki a fent említett állomáshely száma. Az útvonalat „megtöri” egy Duna-parti kitekintés, melynél a szemlélő tökéletes rálátást nyer a római városrész és a modernkori városrész különbözőségeire.

A tanút minden látogató számára kellemes és hasznos kikapcsolódási lehetőséget kínál egy belvárosi séta során, a kialakítása óta évről-évre egyre ismertebbé és látogatottabbá válik. Az érdeklődők között az építészek és szakmai érdeklődők mellett számtalanszor érkeznek olyan az emberek a városba, akik az 50-es években még a saját maguk segédkeztek a városépítésben.

A tipikus épületek még a filmrendezők fantáziáját is beindították, hiszen a város „legrégebbi” utcáin forgatták a „Csocsó, avagy éljen május 1-je!” című kedvelt magyar filmet. Az évente megrendezésre kerülő országos Kulturális Örökségnapoknak köszönhetően szélesebb közönségnek is prezentálható a tanösvény. A „szocreál évében” az országos plakátok főfotójává választották, valamint a rendezvénynyitó sajtótájékoztatón az országos média előtt kapott lehetőséget a bemutatkozásra.

Jelen állapotok szerint a tanösvény önmagában nem indukál olyan nagyságrendű látogatószámot, melyről elmondható lenne, hogy egyedüli vonzerőértékkel bírna, az érdeklődők általában „kiegészítő látnivalóként” tartják számon és járják be az útvonalat. Nagy mértékben változtatna ezen a kialakult helyzeten, ha egy különálló többnyelvű weboldal is szolgálná a tájékoztatást, a legtöbb országos ismertségű attrakcióhoz hasonlóan. Az általános tapasztalat szerint sajnos a helybeli lakosok sem igazán büszkék a helyi értékekre, s szinte már észre sem veszik, hogy milyen különleges adottságokkal rendelkezik városunk.

A szocreál örökségünk híre már a tengerentúlra is eljutott, hiszen a tanúton végigsétálva az érdeklődők megismerkedhetnek a neves tervezők által megálmodott és kivitelezett építészeti remekművekkel, a szocialista-realista építészeti stílusú belvárossal, és bepillantást nyerhetnek Dunaújváros múltjába, jelenébe, és jövőjébe is.

2.2.9. Kistérségi kitekintés

Dunaújváros kistérségébe a következő települések tartoznak: Baracs, Daruszentmiklós, Előszállás, Kisapostag, Mezőfalva, Nagykarácsony, Nagyvenyim és Rácalmás.

Dunaújváros és térségének gazdasága az országos átlagnál fejlettebb, növekedési

üteme és a beruházások alakulása alapján a dinamikusan fejlődő térségekhez tartozik. Ezt igazolja a régióban az országos szintnél magasabb arányban történt külföldi tőkebefektetés is.

Dunaújváros térsége természeti vonzerőkben gazdag: a Duna-part szépsége, érintetlensége vonzó, de ilyen szép folyóparti látvány Magyarország, de a Közép-Dunántúli Régió és a megye területén is számos található. Rontja a vonzerőt az is, hogy a vízparti szabadidő-eltöltés legfontosabb eleme, a fürdőzés, a Duna szennyezettsége miatt nem javasolható. A vízisportok és a horgászat motiválta vendégeket jelenleg nem várják megfelelő szolgáltatások, kereskedelmi szálláshelyek is csak elvétve.

Értékes a Mezőföld népi kulturális öröksége, de ennek bemutatása ma igen szerény mértékű, csakúgy, mint a borászati, horgász, vadász és lovas hagyományoké.

A szervezettség és a kiemelkedő (húzó) vonzerő hiánya, valamint a lehetőségek jelenlegi kiaknázatlansága a térséget egyelőre csak a környező városok, de főképp Dunaújváros lakóinak szemében tette vonzóvá: kedvelt hétvégi nyaraló- és üdülőterületek jöttek létre a Duna mentén. A kistérség vendégforgalma jellemzően látogató és üdülturizmus (víkendturizmus).

A vízközei turizmus megvalósításához a Duna mentén található kistérségek összefogása szükséges. Erre alapozva olyan turisztikai termékeket kell kifejleszteni, hogy a több napig való itt tartózkodás is jellemző legyen. Ennek megfelelően a falusi turizmusban jelentős fejlődését kell megvalósítani. A falusi turizmus továbbfejlesztését szolgálja a turisztikai programok kistérségű szinten vagy azon is túlnyúló összehangolása, mivel elmondható, hogy a kistérség nem rendelkezik olyan turisztikai vonzerővel, ami a térségben magától jelentős turisztikai forgalmat lenne képes előidézni.

Térség turisztikai fejlesztése szempontjából jelentős előrelépést biztosít az infrastruktúra fejlődése, nevezetesen az M6-os autópálya, a Duna-híd majd a későbbiekben megvalósuló M8-as gyorsforgalmi út kiépítése, amellyel lehetőség nyílik térségünk bekapcsolására Magyarország turisztikai vérkeringésbe. Konferencia és üzleti turizmus térhódítása lehetővé tenné kistérségünk szélesebb körű megismerését, és gazdasági fejlődését. Szerencsére mostanára már több település önkormányzata és szolgáltatója felismerte a turizmusban rejlő lehetőségeket.

Idegenforgalmi szempontból a kistérségi települések közül kiemelkedik Rácalmás, ahova egyre nagyobb létszámban érkeznek a nemrégiben megvalósult ökoturisztikai beruházások következtében az ökoturisták, kedvelt kirándulócélpontjuk a Rácalmási-szigetek és az Ökoturisztikai Központ. A felújított Jankovich Kúria több rendezvénynek, esküvőnek, konferenciának ad otthont, és a közelmúltban wellness részleggel is bővült az épület szállodarésze. A település sokat áldoz infrastrukturális fejlesztésekre, amelyekhez uniós forrásokat is elnyert. Rácalmáson rendszeresen megrendezik a mára már országos hírűvé vált Tökfesztivált is.

Szintén országos hírű Nagykarácsony, ahol a Mikulás magyar képviselője lakik a Mikulásházban. A település a Karácsonyi időszakban rendelkezik sok látogatóval, akik találkozhatnak a Mikulással. A Karácsonyi Posta is a településen működik, ide érkeznek a gyerekek Mikulásához írt levelei. A Mikulásházat minden évben valamilyen új szolgáltatással bővítik, így már lehetőség van szarvasok simogatására is.

Kisapostagon főleg a yachtozás szerelmeseit várják, akik rendezett kikötői szolgáltatásokat vehetnek igénybe. A kikötőhöz természetesen szálláshely és étterem is tartozik, ahol az év minden szakában festői környezetben lehet eltölteni a szabadidőt.

A többi kistérségi település sajnos nem rendelkezik egyedi vonzerővel vagy attrakcióval, de akik csak egy kellemes kirándulásra vágnak, azok minden községben találnak gyönyörű tájat vagy templomot, és mindenhol hagyományá vált a falunapok megrendezése is.

2.3. Turizmusmarketing

2.3.1. Promóciós lehetőségek

A belföldi turisták a nyaralás helyszínét, az úticélt a nemzetközi szokásokhoz képest igen rövid idővel az utazás előtt választják ki: 43%-uk az utazás időpontját megelőzően három hónappal, 31%-uk egy hónappal, 15%-uk két héttel, s 11%-uk mindössze pár nappal előbb dönt. Ezek a tények határozzák meg a lehetséges promóciós eszközök kiválasztását. Térségünk esetében az alábbi promóciós eszközök igénybe vétele lehet indokolt.

- Részvétel nemzetközi, országos, regionális turisztikai kiállításokon, vásárokon, workshopokon. Ezek lehetőséget nyújtanak a szakmával való találkozásra, kapcsolattartásra; valamint a potenciális turisták közvetlen elérésére. A Közép-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság által lehetőség nyílik minden olyan szakvásáron való részvételre, melyen az RMI is képviselteti magát.
- A Tourinform országos irodahálózat nyújtotta lehetőségek kiaknázása. (Magyar Turizmus Zrt. akcióiba való bekapcsolódás, kiadványok országos terítése, stb.)
- Megjelenés a médiában: szaklapok, kiadványok, útikönyvek, televíziós műsorok, rádióműsorok, stb.
- Internetes lehetőségek: a Dunaújvárosi Önkormányzat és a Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara által működtetett, kistérségi feladatokat ellátó Tourinform Irodában a Magyar Turizmus Zrt. NETA turisztikai információs program segítségével lehetőség nyílik egy valóban naprakész és teljes körű információs bázis kiépítésére és Interneten való megjelentetésére.
- Emellett célszerű lenne a kaposvári honlapon a térséggel kapcsolatos turisztikai – kulturális információs linket létrehozni, mely leírással, képekkel, látványosan tájékoztatná az érdeklődőket. További linkek létrehozásával direkt foglalási lehetőséget lehetne biztosítani – társfinanszírozással – a kaposvári és környékbeli szálláshelyek és kapcsolódó szolgáltatók számára.

Magyar Turizmus Zrt. akcióiban részvételi lehetőségek:

- Tematikus évek
- Torkos Csütörtök

- Télen itthon akció
- Virágos Magyarországért Program
- Sportnagyköveti Program
- Belföldi és külföldi kiállítások és vásárok
- Kiadványoknak
- Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NETA)
- További szakmai rendezvények

Promóciós anyagok és lehetőségek, melyek előállításához a szakmai potenciál a városi idegenforgalmi hivatalban adottak, csupán finanszírozás kérdése a megvalósításuk:

- városmarketing film Dunaújvárosról
- PR, újságírói tanulmányutak
- Kiadványok, szóróanyagok (tematikus kiadványok, szálláskatalógus, vendéglátóhelyek katalógusa, több nyelven is)
- Vendégszeretet ösztönzése

2.3.2. Marketingstratégiánk dióhéjban

A marketing stratégia lényege, hogy meghatározzuk, a jelenlegi helyzetünk és a külső tendenciák figyelembe vételével hova kívánunk eljutni. Célunk az, hogy a megvalósuló turisztikai termékfejlesztések nyomán a város nemcsak egyedi kínálatával, hanem annak megjelenítésével is megkülönböztethető legyen az ország más régióitól, településeitől. Elkerülhetetlen azonban, hogy a fejlesztések során a pozitív hatások mellett negatív hatások is érik az adott területet. E negatív hatások kivédésének, illetve csökkentésének egyedüli módja az azokra való felkészülés, azaz első lépésként meg kell határoznunk azokat a tényezőket, melyek a kijelölt fejlesztések következtében kedvezően vagy kedvezőtlenül hathatnak a tágran értelmezett környezetre.

Pozitív hatások:

- környezeti jellegűek: a természet és épített környezet jobb megismerése, védelme, tisztelete, műemlékvédelem
- gazdasági jellegűek: egyéni és közösségi jövedelmek növekedése, új munkalehetőségek és munkahelyek teremtése, általános gazdasági élénkülés (multiplikátor hatás), módosuló gazdasági szerkezet, devizabevételek növekedése, általánosan javuló infrastruktúra, az eddig egyáltalán nem vagy csak alacsony határfokkal működtetett erőforrások ésszerűbb kihasználása
- társadalmi jellegűek: elvándorlások megállítása, életszínvonal növekedése, kulturális örökségek, értékek védelme, tradíciók újjáélesztése, másság iránti nyitottság, tolerancia, közösségi érzés erősödése, kreativitás kibontakoztatásának új lehetőségei

Negatív hatások

- környezeti jellegűek: víz-, levegő, talajszennyezés, zajártalom, vizuális károk (pl. környezetbe nem illő épületek)
- gazdasági jellegűek: potenciális gazdasági haszon hiánya (pl. nem helybeliek, esetenként külföldiek tulajdonában vannak, illetve működnek a turisztikai létesítmények), túlzottan nagy importszükséglet
- társadalmi jellegűek: adott területen a jövedelem-differenciálódás a helybeliek között társadalmi feszültségeket is gerjeszthet, a nem helybeli munkaerő alkalmazása ellentéteket eredményezhet, kultúra kommercializálódása, deviáns viselkedési formák elterjedése (kábitószer, alkohol, prostitúció, bűnözés), a tömeges forgalom okozta zsúfoltság a helyiek számára kényelmetlenségeket okozhat.

Küldetésünket a fenti fő célkitűzések figyelembevételével az alábbiakban fogalmazhatjuk meg:

Dunaújváros a jövőben sajátos arculattal rendelkező, érdekes, figyelemfelkeltő és vonzó desztinációként jelenjen meg Magyarország turisztikai kínálatában.

- Dunaújváros arculatát leginkább az alábbiakkal lehet jellemezni:
- Dunaújváros, az ország egyik legzöldebb települése
- Dunaújváros, ahol a régmúlt és a római korok emlékei várnak
- Dunaújváros, az iskola- és sportváros
- Dunaújváros, kulturális élmények és fesztiválok helyszíne

A stratégia megvalósításának eszköze a marketing mix, melynek kidolgozása természetesen külön munkaanyagot igényel. Jelen koncepció csupán ajánlást tehet a (ki)fejlesztendő turisztikai termékekre, hiszen azok végleges összeállítása a vállalkozók feladata. Ugyancsak a vállalkozóktól függ, milyen áron kínálják termékeiket, így a koncepció csak ajánlást fogalmazhat meg a követendő árpolitikára vonatkozóan. A konkrét disztribúciós csatornák kiválasztása sem lehet a város feladata.

A kommunikációs- és promóciós mix kidolgozása ugyanakkor részletes, konkrét lépéseket tartalmaz Dunaújváros imázsának megismertetéséhez.

Javaslat értékesítési csatornákra:

- Belföldi csatornák: természetjáró egyesületek, klubok, ifjúsági szervezetek (cserkész, úttörő, egyéb), nyugdíjas klubok, egyesületek, egyházi iskolák, ifjúsági körök, szakmai szervezetek, ifjúsági turizmussal foglalkozó hazai utazási irodák,
- Külföldi csatornák: szakmai szervezetek, társaságok, egyesületek (mint belföldön), ifjúsági és nyugdíjas szervezetek, túraszervezők.

- Egyéb csatornák: Országos szövetségek, határon túli magyar szervezetek, testvérvárosok, testvérmegyék túraszervezői és civil szervezetei, a városban tevékenykedő civil szervezetek bel- és külföldi partnerei.

Kommunikációs mix

A kommunikációs mix helyes megválasztása a kulcsa a marketing terv sikerének.

A kommunikációs mix legfontosabb elemei:

- reklám
- eladás-ösztönzés (Sales Promotion)
- közönség-kapcsolat (Public Relation: PR)
- **Reklám**

Feladata, hogy reklámeszközökkel a reklámhordozókon keresztül felhívja a figyelmet, fenntartsa az érdeklődést, segítsen a kívánságok létrehozásában és cselekvésre ösztönözzön. Az eszközök között egyaránt helye van a nyomtatott kiadványoknak és az élőszónak is. Természetesen minden reklámeszköznek a széles körben megvitatott és elfogadott új imázst tükröző szlogennel és színekkel kell megjelennie.

A reklámeszközök között a legújabb technikai eszközöket (CD-ROM, Internet) feltétlenül minél nagyobb arányban kell igénybe venni. Dunaújváros ebből a szempontból kimondottan élen jár: 2007-ben ugyanis elkészült a Dunaújvárosi városmarketing CD-ROM, amely angol és német nyelven is megfelelő promóciós eszköznek bizonyult.

Javasolt eszközök:

- nyomtatott:
prospektus, brosúra, poszter, képeslap, matrica, hirdetőtábla, információs tábla, hirdetések
- sugárzott
rádió, televízió, kábeltévék, körzeti stúdiók
- audiovizuális anyagok: videofilmek (több nyelven)
- CD-ROM, Internet (Multimédiás eszközök)

➤ **Sales Promotion**

A Sales Promotion-re mindig az eladás helyén kerül sor, irányulhat a fogyasztók felé, az újságírók felé és a közvélemény-formálók felé.

Javasolt eszközök:

- nyeremények, versenyek, vetélkedők: saját szervezés szellemi és ügyességi játékok és felajánlások (pl. kereskedelmi rádiók, tévék, nemzetközi, országos és helyi jelentőségű kulturális és sportesemények rendezési jogának megszerzése esetén szponzori feladatok vállalása).

- riportok, cikkek megjelentetése: napilapokban, azok különböző mellékleteiben és magazinokban
- Újságíróknak: study tour-ok szervezése, eladási versenyek, tréningek
- Közvélemény-formálók esetén: sajtótájékoztatók, sajtóutak turisztikai szaklapok munkatársai számára, napilapok, magazinok munkatársai számára, szaklapokkal való állandó kapcsolattartás (Turizmus Panoráma Bulletin, Napi Turizmus, Turizmus Trend, GSZT, TTG, Vendégfogadás), megyei és helyi lapok folyamatos informálása (cikkek, interjúk, riportok, tudósítások, felhívások)

➤ **Public Relation – közönségkapcsolatok**

A Public Relation legfontosabb célja a bizalomkeltés. Középpontjában a település unikális termékkínálata, hírneve áll.

Elemi: a település imázsa és az azt megjelenítő szlogen, valamint kapcsolattartás a külföldi és hazai külső partnereivel, a területén működő vállalkozókkal, az ott élő lakossággal. A kommunikációs-mix minden eleménél megkülönböztetett figyelmet kell fordítani az emberekkel való bánásmódra, s ez a követelmény még fokozottabban jelentkezik a turizmus terén. Hasonló figyelmet érdemel az a tény is, hogy az általunk felsorolt feladatok egyike sem történik magától, ezek megvalósításán folyamatosan dolgozni, azokat szervezni kell.

Javasolt eszközök:

1. Testvérkapcsolatok kihasználása nem csupán politikai/kulturális céllal

- vetélkedők szervezése: helyismereti vetélkedők, élménybeszámolók: "Egy hétvégém

Dunaújvárosban....."

- közös rendezvények: kultúra, oktatás, sport, környezetvédelem, régészet, stb.

2. Kapcsolattartás a vállalkozókkal (közvetlenül ill. szakmai szervezeteiken keresztül)

- elképzeléseket megismertetni, elfogadtatni
- ezek megvalósítására ösztönözni
- akciók szervezése, pl.: "Az év legjobb étterme/ panziója/szolgáltatója" cím elnyerésére, "Helyi gasztronómiai specialitások az étlapon/itallapon", "Korszerű táplálkozás kínálata az étlapon"

3. Kapcsolattartás a lakossággal

- Lakosság megmozgatására
 - információ-gyűjtés (tevékenységek, értékek, lehetőségek)
 - fotó-pályázat: felhasználható képeslaphoz, prospektushoz, albumhoz
 - turisztikai ötletbörze: „Hogyan csalogatná a városba a turistákat?"
 - környezet szépítése, rendezése (virágosítás, faültetés, stb.)

- szellemi vetélkedők
- Pályázatok kiírása diákok számára
 - Tudományos diákköri (TDK) munkák, szakdolgozatok készítésére megadott témákban, versenyek, vetélkedők kiírása

2.3.3. Kiállítások, vásárok

Dunaújváros a turisztikai kiállításoknak és vásároknak köszönhetően számos városban és országban bemutatkozhatott már. A kiállításokon való részvételt javarészt a Tourinform iroda koordinálja, és képviseli a várost ezen rendezvényeken.

Dunaújváros már évek óta rendszeresen jelen van a Budapesti Nemzetközi Utazás Kiállításon és Vásáron valamint a Dunaújvárosi Expon, de már több alkalommal ismerhették meg városunk nevezetességeit külföldön is; pl. Linzben, Brüsszelben vagy Ungváron. Ilyenkor a személyes kontaktusnak köszönhetően sokkal mélyebb benyomást lehet gyakorolni a városunk iránt érdeklődőre, mintha csupán pl. az interneten olvasna városunkról és maradandóbbak lesznek számára az elhangzott információk. A kiállításokra minden alkalommal komoly installációval és új kiadványokkal készül a Tourinform, amely növeli a megjelenés sikerét. A stand egységes megjelenése közvetlenebb formában tudja közvetíteni a város imázsát, és általa hitelesebb képet kap Dunaújvárosról a kiállításra kilátogató. Annak is külön gesztusértéke van, ha külföldön a helyiek anyanyelvén, vagy egy másik közös nyelven mutatjuk be városunk értékeit. A maradandó élményt fokozzák a várossal kapcsolatos ismeretterjesztő totók kitöltéséért járó apró ajándékok, melyek marketing eszközként funkcionálnak.

Sajnos a kiállításokon való rendszeres személyes részvétel azonban rendkívül idő- és költségigényes, ezért csak a különböző szempontok alapján kiemeltnek tekinthető kiállításokon érdemes résztvenni. Kiegészítő lehetőség, amikor egy-egy kiállításon csak kiadványokkal képviseljük Dunaújvárost, amelyekben minden szükséges elérhetőség és forrás megtalálható a további információk beszerzéséhez.

A turisztikai jellegű kiállításokon kívül más jellegű rendezvényeken is megismerkedhettek az érdeklődők városunkkal. A 2008-as budapesti City Invest-en gazdasági és befektetői szempontból hallhattak a jelenlévők előadást Dunaújvárosról.

Összességében a kiállításokon való részvétel rendkívül hasznosnak bizonyul, mert olyanoknak is felkelti az érdeklődését városunk iránt, akik lehet, hogy nem terveztek dunaújvárosi látogatást, ám egy ilyen találkozás után kedvet kapnak.

2.4. Swot analízis

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Értékes természeti,- és épített környezet (szocreál belváros, Duna-part, sziget) ➤ Központi elhelyezkedés ➤ Római kori leletek, múzeum ➤ Jó elérhetőség, úthálózat ➤ Kerékpárút-hálózat ➤ M6 kiépült autópálya, M8 készülóban, Pentele híd ➤ Gazdasági, társadalmi és közigazgatási szerepek erősek ➤ Felsőoktatási,- kutatási központ szerep ➤ Kultúra, művészeti élet, ismétlődő rendezvények ➤ Dunaújváros és Térsége Turisztikai Egyesület megalakulása, munkássága ➤ Alakuló összefogás turisztikai szolgáltatók között ➤ Tourinform Dunaújváros elismertsége országos szakmai körökben 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Komplex turisztikai termék hiánya ➤ Közintézmények romló állapota ➤ Lehetséges turisztikai objektumok kihasználatlansága ➤ Alacsony tőkeáramlás ➤ Rendelkezésre álló szálláskapacitás ➤ Gyenge együttműködés a szervezetek között ➤ Tranzit szerep, nem konkrét úti cél ➤ Alacsony tartózkodási idő és fajlagos költés ➤ Kihaszánlatlan Duna menti fekvés ➤ Környezet nem kielégítő tisztasága ➤ Kimondott „városközpont” hiánya ➤ Iparváros jelleg ➤ Duna-part kihasználatlansága, építési tilalom ➤ Belvárosi parkolási állapotok ➤ Erdei tornapálya lepusztult ➤ Korlátozott a sportlétesítmények tömegsport-használati lehetősége ➤ Testvérvárosi kapcsolatok kihasználatlansága ➤ Hiányzó táblarendszer ➤ Dunaferr Zrt. vendégfogadási hajlandósága minimális, nem fejleszhető terméké
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Egyedi turisztikai attrakciók kialakítása ➤ Az uniós pályázati lehetőségek, TDM ➤ Az idegenforgalmi infrastruktúra javítása ➤ Pozitív imázs erősítése ➤ Térségi együttműködés javítása a turizmusban ➤ Vízi turizmus, aktív turizmus lehetőségei ➤ Egészségturisztikai alternatívák az élményfürdővel ➤ Dunai hajózási kikötővé válás ➤ Kemping felújítása ➤ Városmarketing film készítése 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ M8-as közlekedésfejlesztés elhúzóódása, összehangolatlan fejlesztések ➤ Erősödő verseny a városok között ➤ Az épített környezet és a meglévő attrakciók elhanyagolása ➤ Csökkenő lakosság szám, agglomeráció elvonó hatása ➤ Környezetszennyezés fokozódása az ipari tevékenységgel ➤ Szakmai kérdésekben is a politika dönt ➤ A környező kistérségek turisztikai szívó hatása ➤ Belföldi diszkrecionális jövedelmek nem emelkednek ➤ Passzivitás ➤ Ipari helyzettől való függés

3. Célkitűzések, feladatok

3.1. Lehetőségek az alakuló TDM rendszerben

A magyarországi turizmus fejlődésének egyik fő problémája, hogy hiányzik a fogadóterületek turizmusának fejlesztéséért és menedzsmentjéért egyértelmű kompetenciákkal, szakismerettel és megfelelő finanszírozással rendelkező, összehangolt szervezeti rendszer. A desztináció, azaz a turisztikai fogadótérsegen (a turista számára utazási célterületen) alapuló, decentralizált szervezeti rendszer kialakítása nélkülözhetetlen a fenntartható és versenyképes magyar turizmus megteremtéséhez. Kialakításának három fő feltétele a professzionalizmus, a partnerség és a pénz.

A turisztikai desztináció menedzsment (TDM) a világ, és főleg a turizmus azon kevés rendszerei közé tartozik, mely az abban megjelenő összes szereplő számára kedvező, mindegyikük érdekeit szolgálja, és a szektor fejlődését eredményezheti.

Megkönnyíti a turista dolgát, hiszen a nap 24 órájában elérhető számára minden információ a kiválasztott úti célról, és a helyi szolgáltatókról. Segíti a turisztikai szolgáltatók munkáját, hiszen összefogással magasabb szintre tudják fejleszteni kínálatukat, melynek forgalom- és gazdaságélénkítő hatása kedvezően befolyásolja a szektor jövőjét. A térség is nyer vele, hiszen a TDM segítségével egyedivé, megkülönböztethetővé és azonnal beazonosíthatóvá válik, vagyis létrejön egy márka. A helyi szintű fejlesztések pedig összeadódva az egész ország turizmusának fejlődését eredményezhetik, mely remélhetőleg a GDP-ben is megjelenik. Azonban a turizmus fejlődésének fényes jövőjéig még hosszú az út, sok a feladat, de világosan láthatóak a kitörési lehetőségek, a célok, melyek eléréséhez a desztináció menedzsment lehet az egyik kulcs.

A TDM szemlélet annak a belátásán alapul, hogy a szakma főszereplője a turista, aki az állandó környezetétől ideiglenesen eltávozott ember, de a szükségleteit csaknem teljes egészében magával hordozza. Ha azt akarjuk elérni, hogy jól érezze magát nálunk, akkor gondolnunk kell azok kielégítésére.

A hazai turisztikai célterületek lényegét tekintve a turisztikai döntésekért vívott nemzetközi versenyben az ismert nemzetközi turisztikai desztinációkkal állnak közvetlen ár-, minőség- információ- és turisztikai marketingversenyben. A magyar turisztikai desztinációk közép- és hosszú távon a „desztinációk nemzetközi versenyében” csak akkor képesek tartósan sikeresek és eredményesek lenni, ha a ma még jórészt csak marketing- és információs tevékenységeket ellátó turisztikai szervezetekből professzionális TDM szervezetek által irányított, stratégiaileg menedzselt és vezetett versenyegységeké válnak. A fentieket is szem előtt tartva a TDM rendszer megvalósítása a magyarországi turizmus versenyképességének növeléséhez és fenntartható működési feltételeinek megteremtéséhez elodázhatatlan.

Az országos lefedettség, a fenntarthatóság és a hatékony térségi együttműködés biztosítása érdekében javasolt a települések közötti TDM szervezetek létrehozása. Az alulról építkező regionális TDM szervezeti rendszer legalsó szintjét a **települések, illetve a települések közötti együttműködések** jelentik, a rendszer kiépítését tehát itt kell elkezdeni. A TDM rendszer felállítása mérföldkő lesz a turisztikai intézményrendszer átalakításában. A folyamat eredményeként ugyanis olyan

turisztikai desztináció-menedzsment szervezeteket, illetve a térségi turisztikai szereplőket összekapcsoló hálózatokat alakítanak ki, melyek alulról felfelé építkezve, az önkormányzat, a turizmusban érdekelt vállalkozások, a lakosság, valamint szakmai és civil szervezetek önkéntességén alapuló egységként működnek, és a marketingen, illetve az információszolgáltatáson túl a termékfejlesztés és az adott térség összes turisztikával kapcsolatos szakmai és menedzsmentfeladatait ellátják. Kezdetben egy régióban 20-30 helyi, 3-5 térségi és egy regionális TDM szervezetet lehetne létrehozni. A dunaújvárosi térségi TDM hálózatba több szolgáltatási szférából is bevonásra kerülnének helyi szereplők: önkormányzatok, szálláshelyek, éttermek, kistérségi és turisztikai szakértők, a főiskola, művelődési intézmények, múzeum és különböző szakmai szervezetek. Kezdeti előnyt jelenthet, hogy a kialakítandó hálózat szereplői jól ismerik egymást, korábban is volt már példa szakmai együttműködésre, és ez kedvező hatásként lerövidítheti és leegyszerűsítheti a hálózatépítés folyamatát.

A TDM-ek az Új Magyarország Fejlesztési Terv turisztikai pályázatán juthatnak forrásokhoz beruházási terveik megvalósításához. A projektek az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Alap társfinanszírozásával valósulhatnak meg. TDM célokra 2007. és 2013. között 13,07 milliárd forint áll rendelkezésre a regionális akciótervekben.

A TDM modellben megkövetelt alapelvek egyidejűleg két szervezet létrehozását igénylik. A partnerséget leginkább egy demokratikus **egyesület** keretében lehet megvalósítani, ami már meg is alakult Dunaújváros és Térsége Turisztikai Egyesület néven. A professzionalizmus viszont egy **felkészült munkaszervezetet** követel meg, amely több formát is ölthet, de legkézenfekvőbb a Tourinform Iroda szerepvállalása szakmai munkaszervezetként és infrastrukturális bázisként, mely jellegéből adódóan közvetlen kapcsolattal bír a Magyar Turizmus Zrt.-vel és a térségi turisztikai szolgáltatókkal. **A döntéshozó és a munkaszervezet együtt** jelenti a TDMSz-t.

A helyi szintű DMSZ-ek alapvető célja, hogy a turizmus környezeti tényezőinek, kínálati oldalának és a már meglévő turisztikai keresletnek a felmérése és a piaci trendek ismerete alapján a helyi turizmus egész rendszerét tervezzék, fejlesszék és működtessék, annak érdekében, hogy a látogatónak/turistának tökéletes utazási élményben lehessen része. A látogatókkal közvetlenül csak a helyi szintű DMSZ van kapcsolatban, ezért kiemelt feladata azok tájékoztatása, mindennemű szükségletük kielégítése, panaszaik kezelése.

A tájékoztatási feladat kiterjed a helyi turisztikai kínálat teljes palettájára (programkínálat, látnivalók, közlekedés, vásárlási lehetőségek, orvosi ellátás, egyéb helyi tudnivalók, stb.) A látogatóknak bármilyen egyéb kérdésben való maradéktalan segítése, panaszaik kezelése teljes körűen ellátandó feladat. Ezt a feladatot a gyakorlatban rendszerint a szervezet munkaszervezete által működtetett turisztikai információs iroda látja el. A TDM-rendszerben tehát a helyi szintű TDMSZ-ek alapvetően a település(ek)ért mint „termékért” felelnek, ezért ezek a szervezetek alkotják a TDM-struktúra alapját, bázisát.

A Tourinform iroda mint munkaszervezet fő fejlesztési célként tűzi ki többek között a helyi desztináció megismertetését, gazdasági fejlődését, fellendülését, és az alapvető szemléletváltást. Fő szempontok közé sorolható a turisztikai objektumok fejlesztése, a felfedezetlen értékeink megújítása, melyhez elengedhetetlenek a pályázati források és az idegenforgalmi adóbevételből származó, visszaforgatható pénzforrás. A Tourinform célja megismertetni először országos, majd európai

viszonylatban is térségünket, és ezt csak egy szakmailag helytálló, falusi, és szocreál értékeket egyaránt bemutató desztináció létrehozásával lehet.

A fő hangsúlyt inkább a jelenkor kihívásaira és a modernizálásra fektetjük és a teljes integrált látogatómenedzsment rendszer kiépítésre szorul. Térségünk még nem rendelkezik egységes turisztikai információkat tartalmazó táblákkal, érintőképernyős info-pontokkal, interaktív webportállal, melyeket elsődleges fontosságúnak tartunk. Ezeket a táblákat a település határán és központjában elhelyeznénk. Az M6-os autópálya mellé a kistérségbe bevezető invitáló táblákat raknánk ki. Kezdeményeznénk a minőség alapján kialakított védjegyek egységes elhelyezését a szálláshelyek, éttermek közelében.

A nyári kiemelt hónapokban a frekvenciát turisztikai körzetekben gyakornokokat foglalkoztatnánk. A konferenciákon és utazás kiállításokon való megjelenés gazdagítása érdekében szemléltető eszközöket gyártatnánk: pl. roll up, showscreen, X banner, L banner, projektor. A későbbiekben további - ma még ritkaságszámba menő - fejlesztések felé is nyitottan közelítünk (pl. e-guide, virtuális idegenvezetés)

A TDM-nek köszönhetően Dunaújváros egységes idegenforgalmi marketingre épülne, mely a desztinációról szóló kiadványokon, prospektusokon, marketingeszközökön is nyomon követhető lenne. A térségbe érkezők a helyi nevezetességeket bemutató információs táblák segítségével tájékozódhatnak, a központban pedig érintőképernyős infopontokat helyeznénk el. Ezek akkor is naprakész adatokat tartalmaznának a látogatók számára, amikor a Tourinform iroda épp zárva van. Idővel kialakításra kerülne egy központi elektronikus adatbázis és webportál, melyen keresztül a térségbe látogató turisták közvetlenül juthatnának információhoz és turisztikai szolgáltatásokhoz.

A hálózatépítést és szervezettefejlesztést folyamatos feladatul tűzzük ki, hiszen a térség turisztikai fejlődése a gazdasági szektor előrelépését is jelenti, melynek következtében új szereplők jelenhetnek meg a piacon.

3.2. A Dunaújváros és Térsége Turisztikai Egyesület

A Dunaújvárosi és Adonyi kistérség helyi turisztikai desztináció menedzsment szervezet létrehozása a térség - korábban szervezetlen - idegenforgalmi életében új lehetőségeket és távlatokat jelent. A dunaújvárosi Tourinform iroda, mely a TDM szervezet tervezett munkaszervezete, már évekre visszamenően végzi azon feladatok zömét, melyet a most kilátásba helyezett új turizmusirányítási rendszer előirányoz számára. A TDM szervezet a térségben meglévő turisztikai potenciál növelését, a turisztikai szolgáltatók összefogását és fenntartható turizmusfejlesztést tűzte ki céljául. Az összefogás és együttes fellépés, illetve az összehangolt marketing-tevékenység a hosszútávú jövőben lehetővé teszi a térség idegenforgalmának fellendítését, egységes turisztikai megjelenést, és akár befektetés-ösztönzés által újabb turisztikai termékek kifejlesztését, a meglévőkön kívül. Szakmai célkitűzésünk, hogy a térségi idegenforgalomnak legyen képzett, hozzáértő gazdája a megalakuló turisztikai egyesület és a Tourinform iroda személyében, és ez a vállalkozók, az önkormányzatok és egyéb idegenforgalmi szolgáltatók megelégedésére szolgáljon, a partnerség és az alulról építkezés szellemében.

Az ehhez szükséges szakmai együttgondolkodás kialakításában már hatékonyan jár el a munkaszervezet, mert a helyi szolgáltatók a TDM szervezet létrehozásának tervét is üdvözölték, melynek eredményeképp a 2008. december 9-én megtartott alakuló ülésén zászlót bontott a Dunaújváros és Térsége Turisztikai Egyesület.

Az egyesületet 21 alapító tag jegyzi, akik mind az idegenforgalomban tevékenykednek, szolgáltatóként vagy turisztikai szakemberként. Az Egyesület ügyintéző szerve az öttagú Elnökség. Az Elnökséget a Közgyűlés 3 évre választja. Az egyesület felügyelő bizottságában hárman foglalnak helyet. A választásnál fő szempont volt, hogy mindegyik kistérségből és mindegyik szakmai ágazatból kerüljenek ki tisztségviselők. A Egyesület rendes tagsága mellett lehetőség van pártoló taggá válni. Pártoló tag lehet bárki, aki adományaival, támogatásával segíti az Egyesület munkáját, de abban tagként nem kíván részt venni.

Az alapítók úgy vélik, az idegenforgalom helyi-térségi gazdasági szereplőinek fórumot kell biztosítani a vélemény-és tapasztalatcserére, esetleges együttes fellépésre, melynek a megalakult turisztikai egyesület kiváló keretet biztosít majd, és ezáltal Dunaújváros és térségének idegenforgalma is szebb jövő elé tekinthet. Városunkat sajnós előszeretettel bélyegzik meg iparvárosként, idegenforgalmunkról tudomást se véve. Az egyesület az összefogás teremtő erejében bízva turisztikai pályázatokon való részvétel általi fejlődést céloz meg, melyhez fontos az elszórtan létező erőforrások összehangolása.

Az egyesületet széles társadalmi bázisra kívánják helyezni az alapítók, így szeretnék tagként üdvözölni bármely olyan vállalkozást vagy természetes személyt, aki akár érintőlegesen is, de a város vagy a térség idegenfogalmában résztvevő. Az egyesület politikai tevékenységet semmilyen formában nem folytat, az alapítók kifejezett szándéka szerint kizárólag szakmai alapokon nyugszik majd. A szakmai szerveződés aktív munkáját a bírósági bejegyzést követően kezdi meg, konkrét szakmai tervek összeállításával és a turisztikai desztinációs menedzsment pályázatokról szóló tájékoztatóval.

A Dunaújváros és Térsége Turisztikai Egyesület feladatai

Az egyesület alapszabálya szerint:

„Az Egyesület fő céljai és feladatai különösen:

Ösztönzi Dunaújváros és környéke idegenforgalmi kínálatának feltárását, a látnivalók számbavételét, a vendéglátóhelyek feltérképezését, rendezvények szervezését.

Az Egyesület - lehetőségeihez mérten - segítséget kíván nyújtani a város és a környék természeti értékeinek megóvásához és az épített környezet turisztikai szempontból jelentős létesítményeinek hasznosításához, megőrzéséhez és térségi marketingjéhez.

Közreműködés az országos és helyi szervekkel Dunaújváros és környéke turizmusfejlesztésének ügyében. Kiemelt együttműködés a Tourinform Dunaújváros irodájával mint helyi és térségi idegenforgalmi szervezettel.

Ösztönzi Dunaújváros és környékét bemutató kiadványok megjelentetését, terjesztését, turisztikai marketingjét. Az Egyesület a fenti pontokban meghatározott célok megvalósítása érdekében részben kulturális és részben pedig a kulturális örökség megóvása érdekében kifejtett tevékenységet végez.

Folyamatos szakmai kapcsolattartás a turisztikai szolgáltatókkal, szakmai szervezetekkel, intézményekkel a helyi és térségi idegenforgalom élénkítése érdekében, e gazdasági szereplők tevékenységének szakmai összehangolása, összefogása

A város és térsége turisztikai tevékenységének fejlesztése, vendégéjszakák számának növelése, turisztikai termékfejlesztés ösztönzése, minőségi és fenntartható turizmus fejlesztése.

Hatékony érdekképviselő ellátása helyi, regionális és országos szinten

Turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezeti feladatok ellátása

Ösztönzi a tagok szakmai képzését és nyelvtudásának emelését a turisztikai szolgáltatások színvonalának emelése érdekében, tanulmányutakat szervez.”

A szervezet hosszú távú fenntarthatóságát a bevezetett idegenforgalmi adóbevétellel, és pályázati forrásokkal oldaná meg az Egyesület. A TDM szervezet tagjai az alapszabályban meghatározott mértékű tagdíjat is fizetnének, mely ugyan a tagok számára nem jelentene megterhelést, azonban a minimálisnál valamivel több bevételi forrást biztosítana. Fontos szempont, hogy a szervezet alapjait jelentik a jó partnerségi viszonyok is; a térségen belüli eddigi – már javában működő – együttműködési megállapodások ehhez hasznos segítséget nyújtanak. A fenntarthatóság szemszögéből elengedhetetlen a szakmai egyetértés, mely az évek során kialakult és egyre erősödő tendenciát mutat.

3.3. Turisztikai termékfejlesztés

A termékfejlesztés a TDM egyik alapvető húzóeleme, melynek létrehozásához elengedhetetlen a résztvevő partnerek (vállalkozások, szakmai szervezetek, intézmények, stb.) együttműködése és a már hosszú ideje jól működő városi kapcsolatrendszer.

Turisztikai termékek létrehozásánál városunk esetében nagyon fontos, nem elhanyagolható szempont a komplexitás – azaz az összetettség. A már meglévő, de fejlesztésre váró illetve a jó állapotban lévő, de még fejleszthető termékeink igen sajátosak. A jól kidolgozott és bevezetett egységek segítséget nyújtanának abban, hogy – ipari jellegűnkől eltekintve - versenyképesek legyünk a turisztikai piac egy részén, mégpedig egy egyedi szegmensén. Ez a feltételezés annak tudható be, hogy városunk sok sajátos, más városokban nem található attrakcióval rendelkezik, melyek mások számára is elérhetővé tehetőek. A mai trendek és a turizmus területén is észrevehető globalizáció miatt az emberek érdeklődési köre kiszélesedett; az utazók ingerküszöbét már nem nagyon lehet mivel átlépni. A cél a megfelelő kombináció eltalálása: olyan termékek létrehozása, ahol nincs minden egy helyen, de mégis érdemes arra, hogy a látogatók felfedezzék.

A Szocreál Tanösvény, a Nemzetközi Szoborpark, az egységes, múltat idéző városkép, az itt működő kortárs művészeti-, színház és sportélet, a Szalki-sziget mind egy-egy speciális példák arra, hogy Dunaújvárosban a szabadidő eltöltéséhez minden réteg megtalálhatja a neki megfelelő célt.

A komplex termékek létrehozásához ugyan lényegesen több idő kell a látványos eredmény eléréséhez, de ha a befektetés megtérül, az mindenképpen kis desztinációnk széles körben való megismertetését és bevezetését szolgálja majd a turisztikai piacon. A fejlesztéseknél a legfontosabb szempont a fenntarthatóság, mely városunk esetében – figyelembe véve az eddigi ipari és gazdasági beépítettséget - halmozottan érvényes.

A megfelelő termékek bevezetése során fontos előny lehet a város számára a szezonális hatás kiegyenlítése, mely azoknál a településeknél lényeges, akik nem sorolhatják magukat a turisták által aktívan látogatottak közé, de mégis specifikus látóivalókkal rendelkeznek.

A mai statisztikák azt mutatják, hogy a városlátogató turizmus egyre elterjedtebb formája lesz a kikapcsolódásnak. Dunaújváros versenyképessége a termékek létrehozásával nagymértékben javulhat, viszont a termékek létrehozása vagy fejlesztése utáni alapvető lépés a folyamatos jelenlét; a környezet megóvásával együtt a látogatószám növelése és a turisztikai piac egy speciális részén való fennmaradás.

3.3.1. Városközpont-fejlesztés

2011 utolsó negyedévére valósulhat meg az Európai Unió forrásból támogatott városfejlesztési program Dunaújvárosban. A beruházás több ütemben számos területet érint majd, melynek hatására többek között megújul a Vasmű út és Dózsa György út sarkán régóta hasznosításra váró Irodaház épülete (szállodával, mélygarázzsal), a Városháza tér egésze valamint kiépülhet a Duna-partra vezető sétány is, játszótérrel illetve sporttérrel. A közel 1.3 milliárdos fejlesztéseknek komplex hatásai lesznek a jövőre nézve: egyszerre értékmegőrzés, rehabilitáció, növeli a foglalkoztatottságot és a gazdasági funkciók terén is jelentőséget kap, illetve megnyilvánul majd Dunaújváros arculatának külső megítélésében.

A projekten belül előreláthatólag létrehozott új termékekre égető szükség van mind a turisztikai piacon mind pedig gazdasági téren: a szálláshelyteremtés évek óta fennálló probléma: az ide látogató sportolók, építészek, városlátogatók, versenyzők elszállásolása és „ittmarasztalása” az eddigiek során nagy gondot okozott. Az új fejlesztések által a hozzánk érkezőknek többnapos tartózkodásra is lesz lehetőségük, ezáltal nagyobb forgalmat generálva a turisztikai szolgáltatók részére.

A mélygarázs építése megoldaná - a már így is jelentkező, de a fejlesztések folyamán még szükségesebbé váló - parkolási gondokat a belvárosban, ugyanakkor az itt parkoló autók látványa nem lenne zavaró tényező sem a városlátogatók sem a lakosok számára.

A sétány megépülése után megszűnhet a város féloldalas jellege és a vízpart felé nyitva lesz az út mindenki számára – nem kell majd a levezető utcákat használni ahhoz, hogy a látogatók lejussanak a város egyik legszebb részére.

3.3.2. Szocreál Tanösvény fejlesztése

Az Építészeti Emlékek Tanútja vagy közismertebb nevén a Szocreál Tanösvény népszerűsége folyamatosan nő; egyre nagyobb érdeklődést élvez országos és nemzetközi tekintetben is. A nyugdíjas csoportokon és iskolákon át a külföldi építészekig minden réteg érdekesnek találta városunk sajátos szocialista-realista stílusú egységes belvárosát arra, hogy megtekintse. A 33 állomásos séta alkalmával a látogatók betekintést nyerhetnek Dunaújváros múltjába és jelenébe; nem is kifejezetten az épületek hangulata, hanem az ezek láttán felidézett emlékeik hatására.

A tanösvény fejlesztése is tulajdonképpen ebben rejlik: végigvezetni a látogatókat egy múltbeli ösvényen, mely teli van régi tárgyakkal, épületekkel, mozaikokkal.

Az állomásokon való idegenvezetés biztosítása mellett olyan termékké fejleszthető az ösvény, mely minden látogató számára igazi élmény forrása lehet a jövőben. A városi séta helyett vagy kiegészítésként „Trabantos” idegenvezetést kínálnánk az ide térőknek, amit kisebb – az egyes korosztályoknak megfelelő – múltbeli kincskereső játékokkal tennénk emlékezetesebbé (pl.: a megfelelő épület megtalálásakor egy korabeli tárgy vezetné tovább a játékosá vált látogatót egészen a városi Tourinform irodáig). Az idegenvezetést a helyi Tourinform iroda munkatársai végeznék, illetve nagyobb csoportlétszám és több külföldi megkeresés során is tudnák biztosítani a tanösvény csoportok általi körbejárhatóságát.

Az ösvény táblarendszere 2004-ben lett kialakítva, ami egészen apró fejlesztésre szorul (egy-két tábla visszaszerelése jelenti csupán a feladatot). A táblákon megtalálhatók az egyes korszakok valamint az épülettel kapcsolatos információk is.

A szolgáltatók között kiépített háló segítségével nyereségmentesen múzeum-belépőt, 50 filléres fagyalt-kupont, retro ajándékokat, stb. nyerhetnének a résztvevők, ami egyben egy komplex turisztikai programcsomag összeállításához is megfelelő alapként szolgálna. Minden korosztálynak nagyszerű szabadidő-eltöltési lehetőség, melynek kiinduló pontja lehet akár a Bartók Színház, végcélja pedig a múltat idéző mozaikos Élményfürdő. A termék promóciója a már jól működő Tourinform irodai hálózaton keresztül történhet, és csupán szoros szolgáltatói együttműködést igényel (további marketing-költségekre nincs szükség, hiszen a Tourinform iroda saját honlapján a tanösvényről több nyelvű információ áll rendelkezésre, ami szükség szerint bővíthető, illetve ezzel kapcsolatban létezik már szóróanyag).

3.3.3. Turisztikai programcsomagok létrehozása a város kulturális intézményeinek és a turisztikai szolgáltatók segítségével

A programcsomagok a már említett városlátogató sétákból építkeznének. A séta vagy autós vezetés annak megfelelően rövidíthető vagy hosszabbítható, amilyen a látogatók összetétele, de alkalmazkodhat az időjáráshoz vagy a szezonhoz is (a késői szezonban a hosszabb séta helyett színházi előadás, hangulatos ebéd, római fürdőzési élmény várná az ide látogatókat, főszezonban horgászati lehetőség, koncertlátogatás, stb. egészítené ki a sétát.).

A csomagok összeállítása a helyi szolgáltatók, kulturális intézmények bevonásával történhet, akiknek szintén érdeke a látogatószám növelése és ezáltal ismertségük növelése is. A korosztálynak megfelelően a diák, nyugdíjas és családi csomagokat

természetesen az igényeknek megfelelően lehet kialakítani, illetve más igényeket is előzetesen felmérni (pl.: „Szalki-sziget csomag” a diákoknak, „Szocreál csomag” az idősebb korosztálynak, vagy „Élményfürdő csomag” a családoknak, illetve külön speciális csomagok az építészeknek, iskoláknak, stb). A csomagok alapja mindenképpen a városlátogatás lenne, hiszen a sétálás során a látogatók igénybe tudnák venni az egyes vendéglátóhelyek, üzletek, intézmények, stb. szolgáltatásait, akik pedig az erre a célra létrehozott árukészlettel fel is tudnának készülni a vendégek fogadására (pl. a kávézóknak kuponos kedvezmény, nosztalgia-italok, régi termékek az üzletekben: csokoládé, toll, stb. régi pénzermék a múzeumban, stb.)

Az intézmények sokrétű szolgáltatásai így nem csak a helyi lakosság, hanem a tágabb közönség számára is ismertté és elismertté válhatnak, ezzel is erősítve pozíciójukban betöltött szerepüket. A szolgáltatók nyeresége mellett természetesen a munkahelyteremtő szempont is fontos tényező, valamint, hogy az egyes szolgáltatók közelsége kiküszöböli a környezetszennyező negatív hatásokat.

3.3.4. Szálláshelyek fejlesztése, új szálláshelyek létrehozása

A városi szálláshelyek jelen pillanatban nem elégítik ki a látogatók igényeit; számszerűleg és minőségileg is fejlesztésre szorulnak. Az éves – összesen közel 150 kistérségi és városi – rendezvényekre ellátogatók száma folyamatosan nő, valamint városlátogatás alkalmával is lenne igény az 1-2 napos ittartózkodásra.

Sok külföldi visszatérő vendéget generálnak az egyes sportrendezvények, konferenciák, kulturális események, hivatalos utak: elszállásolásuk azonban sokszor gondot okoz a jelenlegi szolgáltatók számára. Az alapinfrastruktúra részét képező szálláshelyek nem engedhetik meg maguknak a meglévő helyzettel való megelégedést: fejlesztésekre van szükség a szobák száma illetve a szolgáltatások tekintetében is (pályázati források igénybevétele).

Dunaújvárosnak ezen kívül komoly szüksége van egy nem kifejezetten magas kategóriájú, körülbelül 300 fő igényeit kielégítő belvárosi szálláshelyre is, melynek megteremtésére – a kezdődő városközpont fejlesztésének tükrében – Európai Unió forrásból lehetne fedezetet biztosítani.

A 2006-os tervek között szerepelt egy – az uszoda illetve az élményfürdővel azonos területen - 120 szobásra kalkulált Sport hotel létrehozása, melyre nem csak, mint kapcsolódó kiegészítő objektum, de mint alapszolgáltatás is lényeges lépés a látogatófogadás szempontjából.

A város turisztikailag speciális látnivalóiból adódóan az ittartózkodást 1-2 napra kell kalkulálni, mindazonáltal figyelembe venni az országos rendezvényeket, sporteseményeket, amikor is több napot tölthetnének itt az ide látogatók. A szolgáltatók versenyképességének javítása mellett itt is érvényesül a munkahelyteremtő hatás.

3.3.5. Duna-part, és kikötőfejlesztés

Dunaújváros a 2007-es évben nyert pályázatot a Duna-parti védműrendszer rekonstrukciójára, melyre az egész lépcsős parti sétány épül. A fejlesztések során így jelentős szerepet kap a város egyik meghatározó eleme, gyönyörű panorámával és

számos védett fajjal rendelkező hosszú sétaút alatti rész. Mivel a partfal stabilitásának megőrzése a napi feladatok közé tartozik, ezért ez a beruházás nagy mérföldkő a város életében: a helyreállítás 3 ütemben 2008 óta zajlik és végső kifizetése körülbelül 2011-re várható. Az 520 millió forint támogatási összegből a part alatt található kútrendszer felújítása valósul meg, mely a talajvíz szintjét tartja meghatározott szinten.

A beruházás egy kulcsproblémát küszöböl ki, nem csak a környezetvédelmi előírásoknak tesz eleget, hanem megakadályozza, hogy instabillá váljon a talaj és ezáltal vissza nem fordítható folyamatok induljanak el.

A Duna-parti Nemzetközi Acélszobrász Alkotótelep szoborparkja szintén felújítások révén tudna régi színében pompázni; kezdetben a szobrok átfestése, rozsdátlanítása, a későbbiek folyamán sétautak kiépítése válhatna lehetővé uniós forrás vagy más alternatíva bevonásával. A szobrok neveit tartalmazó táblarendszert a sétautakkal egy időben lehetne létrehozni, így ellensúlyozni a nyomtatott anyagokra fordítandó marketing-költségeket (időtállóság és a helyben lévőség miatt is célszerűbb a táblák létrehozása, szóróanyagként pedig egy rövidebb tájékoztató anyag, a táblák hátránya viszont, hogy drágábbak, előnye azonban, hogy idővel megtérül a befektetett összeg).

A Duna-parti sétányhoz vezető út régóta tervben van véve a városi projektek során. Az út összekötné a központot a Duna-parttal ezáltal kiküszöbölné, hogy a belváros mintegy „háttal fordítson” a Dunának. Mindennapos alkalom lesz lesétálni a Duna-partra, nyitottá válik a tér a város és a víz között, az ide látogatókat sem kell majd utcákba terelni ahhoz, hogy lejussanak a település egyik legszebb részére, mellyel nem minden város büszkélkedhet.

A Szalki-szigeten 2008-ban elkezdődött fejlesztések hosszú távon kihatnak a vele egy helyen található városi kikötő állapotára is. A sziget nagyjából 2 km hosszan terül el a Duna vonalán, biztosítva ezzel a kiránduló-, látogató-, víziturizmushoz kapcsolódó lehetőségeket.

A személyhajózás tekintetében nagyrészt kihasználatlan kikötő a szigettel együtt olyan lehetőségeket rejt magában, mely remek turisztikai célponttá változtatná vissza a helyet a kempingezők és vízi sportot kedvelők számára, kikapcsolódási lehetőséget nyújtana a kirándulóturizmushoz és megnyitná az utat a Budapestről érkező személyhajózás tekintetében (Mahart). A kikötő fejlesztésére uniós források igénybevétele után kerülne sor, majd a turisztikai programcsomagok megfelelő bevezetése után lehetne elindítani a vízi úton is történő személyforgalmat Dunaújváros irányába. A kikötővel kapcsolatos tervek a Sziget-program során egy fázissal előrébb lépnének, de mindenképpen több ütemű beruházást és alapos előkészítettséget igényelnek.

3.3.6. Szalki-sziget fejlesztés

A Szalki projekt évek óta a város kiemelten fontos fejlesztési-, területfejlesztési tervei között szerepel. A több ütemű beruházás során a víziturizmus, kiránduló-, és rendezvényturizmus fellendítése a cél – nagy hangsúlyt fektetve a mikrodesztináció állagának megóvására, az ottani környezeti-, természeti értékek védelmére. Az eddigi tervek folyamán számos olyan projektötlet született a szigettel kapcsolatban, mely nagy volumenű, hosszabb beruházást igényel és pénzügyi szükségletét tekintve is meglehetősen magas követelményeket támasztana a város

költségvetésével szemben. A mai gazdasági helyzetben kiemelten fontos szempont ezek elkerülése és olyan élhető turisztikai környezet kialakítása mely a későbbiekben még fejleszthető de anyagilag jelenleg nem terhelné le a szükségesnél jobban a várost.

A szigeten lévő kempingezési és parkerdő terület azonos nagyságú, kiválóan alkalmas a kiránduló turisták, iskolák fogadására. A 2008-as évben az EFOTT fesztivál során már elkezdett területrendezés is bebizonyította, hogy a városnak ez a része alkalmas több száz vendéget is befogadó rendezvény-helyszínnek. A régen jól működő, több száz külföldi turistát vonzó kemping visszaállítása a már elkezdett projekt során folytatódna. A szigeten lévő kisebb kiépített utak a Rácalmás-Dunaújváros útvonalon már elkészült kerékpárút továbbépítésére is alkalmasak.

Az elsődleges cél a környezet rendezése és a természetes vízjárás visszaállítása, melyek során az Öbölben visszaállítanák a fürdőzésre is alkalmas vízminőséget, az emberek számára kedvelt szabadstrandot.

A szigeten lévő öböl fürdőzésre is alkalmassá tételére már elkezdődtek a megfelelő lépések: a közbeszerzési eljárásnak köszönhetően előreláthatólag a 2009-es év augusztusára befejeződnek a munkálatok, melyre 100 millió forintot biztosítanak a költségvetésből.

A már rendezett területet először a város lakossága vehetné újra birtokba (folyamatos városi és kistérségi rendezvények: Majális, Augusztális, Főiskola sport-, és egyéb rendezvényei, stb.) ezáltal is erősítve a belső marketinget, mely után a turisztikai termék könnyebben kommunikálható/eladható lenne országos szinten is. A fürdőzési és kempingezési lehetőség alkalmat adna a megfizethető, de természetközeli kiránduló turizmus megteremtésére, melyet szintén a későbbiek folyamán nagyobb beruházásba lehetne fordítani (a vadkempingezés jelenleg is adott).

A városi kishajó-kikötő lehetővé tenné a személyforgalmat, a behajtás korlátozásával és tömegközlekedési eszközökkel használatával pedig ki lehet küszöbölni a szigetet és az ottani szezonális lakók nyugalma is veszélyeztető negatív hatásokat.

A már eredetileg is tervezett kerékpár-, és sétaútvonalak kiépítése, tisztálkodási lehetőségek minőségi visszaállítása biztos alapot adhatnának a későbbi fejlesztésekhez (örökségfal, túraútvonalak kiépítése, gyaloghíd, stb.)

A fejlesztések folyamán el kell kerülni a megatrendek felé való orientálódást és inkább egy specifikus egyedi vonzerőt létrehozni, amely természet-közelségével, az élhető környezet megóvásával a városi lakosságnak majd az érkező látogatóknak is egyfajta kikapcsolódást nyújtana – szemben a ma divatos giccsekkel vagy az emberek tudatába beépített globális elvárásokkal (lakóparkok, vásárcsarnokok, wellnessek, stb.).

3.3.7. Uszodafejlesztés

Dunaújváros 1998-ban méltán nyerte el a Nemzet Sportvárosa címet. Az országos sportsikerek, a híres dunaújvárosi csapatok öregbítik a város hírnevét és több ezer embert vonzanak hozzánk évről évre. A megfelelő látogatószám fogadásához nem csak az alpinfrastruktúra terén kell megfelelni (szállás, vendéglátás, utak kiépítése, stb.) hanem maguknak a versenyen résztvevőknek is olyan feltételeket kell biztosítani, hogy megelégedéssel töltsék el a nálunk töltött pár napot. A már régóta

esedékes felújítások uszodánkat is érintik.

Az uszodai felújításokkal kapcsolatos tervek elfogadása 2009 januárjában történt meg, mely során 56 millió forintot fordíthatnak a Sportuszoda külső-, és belső medencéinek karbantartására, a napozóhely és a táborhely rendezésére. A több ütemű beruházások folyamán a városi uszoda visszanyeri az országos versenyekhez méltó pozícióját, valamint lehetőséget biztosít a sportegyesületeknek és intézményeknek a minőségi szolgáltatások igénybevételére.

A már szálláshelyeknél említett 120 férőhelyes Sporthotel létrehozása megfelelő komplex szolgáltatást nyújthatna mind városi és térségi mind országos szinten is akár az ide látogató kikapcsolódni vágyóknak akár a sportolóknak.

A szálláshely területileg a városi buszpályaudvar mellett helyezkedhetne el – az eredeti terveknek megfelelően - földrajzilag tehát kedvező fekvésű lenne, egyúttal a tömegközlekedés igénybevételével más szolgáltatások versenyképességét, munkahelyteremtő-képességét is magával vonzaná, negatív hatásai azonban alig lennének (a környezetszennyezés kiküszöbölése a városi és távolsági buszok igénybevételével).

A sport-, és pihenő turizmus terén így a 2009 év elején megnyílt Aquantis Élményfürdő és a mellette elhelyezkedő Sportuszoda komplex terméké válik, mely több ezer vendég fogadására alkalmas évente.

3.3.8. Vidámpark fejlesztés

Az önkormányzat tulajdonában lévő városi vidámpark jelenleg kihasználatlan, ugyanakkor a város lakossága számára kevés a rendezett terület a kikapcsolódáshoz, sportoláshoz és az aktív szabadidős programokkal való szabadidő eltöltési lehetőséghez. A projekt célja a jelenleg funkcióját kereső 22 hektáros terület beillesztése a város életébe, a sportkapacitások bővítése, szabadidős és kulturális események fogadására alkalmas tér kialakítása.

Ezt a területet meg lehet bontani, és csak az egyik felében lehetne kialakítani a sportcélú pályákat, míg a másik részében egy szocreál vidámpark létrehozására lenne lehetőség.

A sportolási lehetőségek a fiatalabbakat céloznák meg, míg a szocreál jellegű vidámpark erősítené a városban lévő Szocreál Tanösvény jelentőségét, komplexitását: az idősebbek és fiatalabbak számára is élményszerzés forrása lehet (az állomás lehet induló vagy érkező pontja is a tanösvénynek, de mindenképpen kiemelt része a régi hinták és élményszerzés szempontjából: kincskereső-játékok, 50 filléres fagyi, nyeremények, kvízzjátékok, stb.)

A Vidámpark mellett található Dunaferri Sportcsarnok, Jégcsarnok és Sportszálló ugyanennek a projektnek a részeként újulhatna meg saját forrás, valamint befektetői tőke vagy Európai Unió források bevonásával. A szállásbővítés így megoldaná a városrészben lévő sportolók és látogatók helyben történő elszállásolását, a csarnok felújítása pedig méltó színben tüntetné fel a Nemzet Sportvárosát és színvonalas versenyzési lehetőséget adna a résztvevő sportolóknak.

Dunaújváros vonzáskörzete a kiépített útvonalaknak köszönhetően és a Pentele híd megépülésével jelenleg kb. 200 000 fő, de egyedisége miatt Európaszerte vonzó városlátogató célponttá válhat.

3.4. Szabadidőturizmus

A szabadidőturizmust erős szezonális jellemzi, nagy tömegeket mozgat meg és ilyenkor az emberek rendszerint igénybe veszik a kapcsolódó turisztikai szolgáltatásokat is. A pihenés és szórakozás céljából, saját erőből fedezett szórakozási formák (tanulás, sportolás, kulturális szükségletek kielégítése) városunkban és térségünkben egy erős alapot képeznek; számos fejlesztési munka zajlik ezekkel kapcsolatban: pl.: parkok, sétautak rendbetétele, sportolási lehetőségek lehetővé tétele stb.).

Ez a kikapcsolódási forma a városi lehetőségekhez képest kiaknázott, hiszen sok a zöld terület, park; ezeket folyamatosan fejlesztik, vagy fejlesztésük jelenleg is zajlik. A kistérségben folyamatos fejlesztések elégítik ki az élményekre vágyó turisták és látogatók körét (Mezőfalvi-Nagykarácsonyi túraútvonal átadása 2008-ban, Jankovich Kúria Rendezvény-, és Turisztikai Központ Rácalmáson).

A városiaknak a szabadidő eltöltésére remek alkalmat ad a közeli városközpont-fejlesztés, (a Duna-part megnyitása a város felé, sétautak létesítése) a Szalki-szigeti beruházások, valamint a nemrég megnyílt Aquantis Wellness és Gyógyászati Központ és a 2009-ben átadott Dunafitt Sportcentrum. A jelenleg is (2009) zajló uszodai fejlesztéseknek köszönhetően nyáron is biztosítva van az itteni gyerekek és az ide érkezők sportolási vágyának kielégítése (diákoknak táborhely létesítése az uszodán belül). A további fejlesztések során szükséges lenne visszaállítani a Szalki-szigetet mind az ifjúsági-, mind a családi programok zavartalan eltöltéséhez. A 2009 nyarán befejeződő szabadstrand-felújítás (víz rendbetétele, öbölkotrás, stb.) egy fontos lépés a szigetet érintő égető szükségességű beruházások közül. A kulturális

lehetőségek adóttak, cél az egy naposnál többre tervezett fesztivál jellegű rendezvények megrendezése a városban és a térségben egyaránt.

3.5. Látnivalók, múzeumok

Dunaújvárosban a látnivalókkal kapcsolatban a fő probléma, hogy nem készítik aktivitásra a látogatókat. Erre kínálhat majd megoldást városunk fő attrakciójának, a szocreál tanösvénynek a felújítása, és a tanúton tervezett Trabantos vezetés is. Ehhez kapcsolódóan elengedhetetlen műemlékvédelem alatt álló épületeink karbantartása.

A Duna-part és a Szalki sziget helyreállítása szintén megoldást jelent majd, hiszen azon turisták, akik ezeket a helyeket szeretnék meglátogatni, már eleve aktívan töltik el szabadidejüket. Számukra egyre több elérhető szolgáltatást kell biztosítani a Dunánál, mely a helyi gazdaság fejlődését is elősegítheti.

A Duna-part másik ékessége az egyedi Acélszobor Park. Ezek felújítása, a művek alkotóinak és neveinek feltüntetése, valamint egy részletes és ingyenes hozzáférhető tájkoztatófüzet vonzóbbá tehetné a szoborparkot.

A Vidámpark felújítása, az ottani szolgáltatások bővítése növelné városunk egyediségét, és több családot csábítana a desztinációba. Rendszeres gyermekprogramokat lehetne szervezni, melyre a Vidámpark fákkal övezett sétányai kiváló helyszínül szolgálnának.

A városközpont fejlesztése, parkosítása; az utcai bútorok számának bővítése, szökőkutak kialakítása nem csak a turisták, hanem a helyi lakosok számára is kellemesebbé tehetik és meghosszabbíthatják a városi sétát.

Dunaújvárosban a múzeumok közül kiemelkedik az Intercisa Múzeum, mely helytörténeti kiállításai mellett igyekszik időszakos kiállításokkal és előadásokkal gazdagítani a kínálatát. Itt fejlesztési lehetőség lehet részletesebb bemutató prospektusok készítése, interaktívabb bemutatók és tárlatvezetések szervezése, melyekre már több kezdeményezés is született.

A Vasműhöz és a Papírgyárhoz kapcsolódó gyártörténeti kiállítás legnagyobb problémája, hogy elavult és nem rendelkezik semmilyen promóciós anyaggal, sokan még a városiak közül sem tudnak létezésükről. Elkerülhetetlen ezen kiállítások elemeinek felújítása, aktualizálása és népszerűsítése. Korábban nagy népszerűségnek örvendtek a gyárlátogatások is, de manapság ez a lehetőség nem nyitott turisták számára. Ennek feloldása az ipar és a gyártási folyamatok iránt érdeklődő szakmai- és diákcsoportokat vonzhat városunkba.

A Kovácmúzeum egyedi színfoltja volt városunknak, mely a régi Pentele hangulatát és a mesterség történelmét idézte fel, ám jelenleg sajnos bezárt. A múzeum megnyitása érdekes színfoltja lehetne a helyi vasgyártás bemutatásának, mely a jelenkori technológiák elődeit ismertethetné meg a látogatókkal. A kovácsolást kipróbálhatnák a turisták is, és a saját kezükkel készített tárgyak nem csak kedves emlékek lennének, hanem a múzeum bevételeit is növelhetnék. Később akár rendezvényeket is lehet szervezni a vasgyártással és a kovácmesterséggel kapcsolatban.

3.6. Rendezvények

Dunaújvárosban a kulturális intézmények kínálata mellett időszakosnak mondható a rendezvények gyakorisága, a legnagyobb programok általában a kora tavasztól késő ősziig kerülnek megrendezésre, tehát jellemzően érvényesül a szezonális. Kimondottan sok a rendezvény, mely önmagában egy pozitív tény, azonban a megfelelő koordináció hiánya nyomja rá bélyegét. Városi vonatkozásban a potenciális érdeklődők a hivatalos internetes portálokon nem találnak egy összefogott, aktuális programrovatot, mely folyamatosan frissülne és tájékoztatna a városban zajló kulturális életről.

A rendezvények között néhány kimondottan hivatott a fesztiválturizmus tömegeit is vonzani, hiszen egyedi helyszínen, színes programokkal, széles érdeklődési körnek szólnak, ilyen jellegű rendezvények például az Adventi Randevű télen és a Petőfi Művészeti Liget a színházi nyári szünetben. Igazi büszkeség az a tény is, hogy számos rendezvény egyedi és dunaújvárosi kezdeményezésből alakult ki, például az Adventi Randevű, Parázs-Varázs, Ötpróba. Manapság a turisztikai trendek nyomán megfigyelhető, hogy a rendezvények, fesztiválok is komoly attrakcióként mutatkoznak egy adott desztináció turisztikai életében, vonzerőleltárában. A kisebb volumenű, esetleg speciális fesztiválok, rendezvények pedig remek kiegészítői lehetnének azon turisztikai attrakciók rövid meglátogatása során, melyek önmagukban nem képeznek komplex turisztikai terméket, vonzerőt. Dunaújváros látogatóinak turisztikai mutatószámaiban egyelőre nem bizonyított és kimutatható a rendezvények eme másodlagos funkciója, de konkrét promóciós eszközökkel és marketinggel tovább ösztönözhető.

Minden rendezvényről elmondható, hogy nem kizárólagosan a helybeli lakosok látogatják, hanem a teljes agglomerációból, régióból érkeznek az érdeklődők, s remélhetőleg a Pentele híd megépülésével a K-Ny irányú közlekedési határok is feloldódnak. Országosan kiemelt rendezvények sorába lehetne emelni néhány városi rendezvényt, csupán a megfelelő összefogás és partnerség szükségeltetik hozzá.

3.7. Sport és szórakozás

Sport

Dunaújváros sportja nem élhet meg a múltjából, különösképpen akkor, ha a sportban rejlő gazdasági katalizátorhatást is szeretné kiaknázni a város. Az 1998-as Nemzet Sportvárosa cím óta eltelt időszakban sok változáson estek át szakosztályaink. Az addig főtámogatói szerepkört betöltő Dunaferre egyre kevesebb csapatnak és egyre kevesebb támogatást nyújtott. Csak azok a sportágak tudtak fennmaradni, amelyek időben felismerték, hogy az önállóság útjára kell lépniük. Erre jó példa a jégkorongcsapat mélypont utáni feltámadása.

Az önállóság mellett azonban elengedhetetlen a helyi sportélet viszonyainak tisztázása, melyhez rendkívül fontos lenne a dunaújvárosi sportkonceptió szakmai szempontok alapján való összeállítása.

A másik sarkalatos pont a dunaújvárosi sportlétesítmények, különösen a sportcsarnok helyzete, melyet időszerű lenne felújítani. A futballstadion kapacitása is többet bírna, akár koncerteket, nagyobb rendezvényeket is lehetne szervezni erre a helyszínen.

A Jégcsarnok szintén sok ember befogadására alkalmas, ahol a jégkorong mellett más jeges sportágak versenyeinek házigazda-szerepét vállalhatná magára a város. A téli időszakban ez kiváló programlehetőséget nyújtana.

A város Duna melletti elhelyezkedését sokkal jobban ki lehetne használni. A színvonalas motorcsónakversenyek mellett országos és nemzetközi szintű versenyt lehetne meghonosítani városunkban a kajak-kenu vagy a sárkányhajózás területén. A hosszú partszakasz sok néző befogadására lenne alkalmas. A fentiek mind hozzájárulhatnak ahhoz, hogy Dunaújvárosban ismét fellendüljön a sportturizmus.

A szabadidős- és tömegsport területén az infrastrukturális ellátottság egyre fejlettebb, a választék folyamatosan bővül. Itt a hangsúlyt inkább a sportági kínálat szélesítésére lehetne helyezni, illetve a már megtalálható sportágak modernebb változatainak bevezetésére. Fogadóközönség biztos lenne rá, mivel napjainkban a testkultúra egyre fontosabb szerepet tölt be. Egy-egy ritkább vagy felfutóban lévő sportág meghonosítása a városban pedig akár a környező településekről is idevonhatja a sportolásra vágyókat.

Szórakozás

A város szórakozóhelyeinek nagy hiányossága, hogy szűk réteget szolgálnak ki. A tizen-huszonevesek több disco-, vagy koncerthelyszín közül válogathatnak, de az idősebb generáció számára sajnos nincs semmilyen szórakozóhely. Nagy hiányt pótolna egy olyan lokál vagy bár, ahol a középkorosztály egy pohár ital és élőzene mellett tudna beszélgetni vagy akár táncolni, anélkül, hogy furcsán néznének rá.

Szintén nagy hiányossága a városnak, hogy nincs nagyobb koncertek befogadására és technikai feltételeinek biztosítására alkalmas helyszín. Ez számos alkalommal görget akadályt az országos hírű, nagy népszerűségnek örvendő zenekarok elé, hiszen nem tudnak hol fellépni Dunaújvárosban, ami nem csak az adott művészeknek, hanem a rajongóknak is probléma. Arról nem is beszélve, hogy egy híres fellépő koncertje tömeget tudna a városba csábítani a környező településekről.

A Duna közelségét a nyári időszakban a szabadtéri programok kapcsán is jobban ki lehetne használni, habár erre már számos kezdeményezés született manapság is. A szabadstrand kikotrásával és fürdőzhetővé tételével újabb lehetőségek nyílnak meg a rendezvényszervezés területén. Az egyedi környezet lehetővé tenné egy saját városi fesztivál hagyománnyá tételét is – a soproni VOLT vagy a Balaton Sound mintájára – mely a nemzetközi turizmust is felélénkíthetné Dunaújvárosban, és jelentős bevételeket generálna a helyi szolgáltatók számára.

3.8. Konferenciaturizmus

Az utóbbi években a városi konferenciahelyek bővülésével valamint a Dunaújvárosi Főiskola nagyberuházásaival ugrásszerűen megnövekedtek a konferenciák, workshopok, tárgyalások és egyéb előadások. A termek száma és minősége lehetővé tenné a vendégfogadást és amennyiben a szálláshely-kapacitás az elkövetkezendő években javul, a konferenciák száma megtöbbszörözödhet térségünkben.

Az éves előadások közül kiemelkednek a fejlesztés témakörében meghirdetett

témák: a Híd-Egyesület, a Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara által szervezett előadások, a Főiskola által szervezett májusi Nyelvészeti és Kommunikációs konferencia valamint a novemberi Magyar Tudomány Hete konferencia.

A térségben megnövekedett cégek, vállalkozások ugyancsak igényelnék az üzleti turizmus terén számba vehető igényes konferenciákat, ehhez megfelelő szekcióterem is rendelkezésre állnak. A vendégfogadás javulásával a tervezett 1 napos helyett 2 napos előadások szervezése válhatna lehetővé, melyek szintén bevételgeneráló hatással bírnak a város turisztikai piacán.

KONFERENCIAHELY	VÁROS	CÍM	TELEFONSZÁM	E-MAIL	LEÍRÁS
Dunaújvárosi Főiskola	Dunaújváros	Táncsics M. u. 1/a.	25/551-100, 551-243	lak.gyongyi@mail.duf.hu lak@mail.duf.hu	Nagy előadó: 341 fő terem I. 72 fő terem II. 125 fő terem III. 110 fő terem IV. 56 fő terem V. 56 fő terem VI. 86 fő Szekcióterem: 40 fő Tárgyalók: 7x 20 fős 2008 februártól: Nagyterem: 240 fő Nagyterem II. 180 fő
Bartók Kamaraszínház és Művészetek Háza	Dunaújváros	Bartók Béla tér 1.	25/411-129	bartokszinhaz@vnet.hu	Színházterem: 389 fő Kamaraterem: 100 fő Aula: 350 fő (állófogadás)
Jankovich Kúria Konferencia-, és Rendezvényközpont	Rácalmás	Jankovich köz 5-7. .	25/440-020	info@jankovichkuria.hu	Rendezvényterem: 60 fő Nagyterem: 110 fő Szekcióterem: 30 fő Szekcióterem II.: 30 fő Szemináriumt.: 30 fő Tárgyaló: 12 fő
Klub Hotel	Dunaújváros	Építők útja 2.	25/500-477	klubhotel@invitel.hu	Borozó/Tárgyaló: 20 fő Konferenciaterem: 80 fő

3.9. Szakmai kapcsolatrendszer

Szakmai kapcsolatrendszerünk kifejezetten magas szintűnek és kitűnőnek minősíthető. Célunk, hogy a szakmai együttműködések Dunaújváros turizmusának fejlődését is szolgálják. Ugyvezetőnk Tourinform Szövetségben ellátott elnöki tiszte számos magas rangú szakmai kapcsolat kialakításában is szerepet játszott.

- Legmagasabb szintű kapcsolatunkat a **Nemzeti Turisztikai Bizottsággal** ápoljuk, amely a mindenkori önkormányzati miniszter tanácsadó és döntéselőkészítő testületként működik. Az 1996-ban alakult testület korábbi neve

Országos Idegenforgalmi Bizottság (OIB) volt. Az OIB nagy presztízsű, elfogadott grémiumot jelent.

- Az **Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága** szakmai állásfoglalásaiban a mi véleményünk is megjelenik.
- Kitűnő kapcsolatot tartunk fenn a nemzeti turisztikai marketingszervezettel, a **Magyar Turizmus Zrt.**-vel, annak vezérigazgatójával és elnökével. A Tourinform névhasználati jog tulajdonosaként a Magyar Turizmus Zrt. egyfajta szakmai felügyeletet ellátó szervezetként is monitorozza tevékenységünket.
- Alapítónk, a Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara képviselőjében foglalunk helyt a **Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Turisztikai Kollégiumában**, ahol nagy örömeinkre figyelmet fordítanak jobbító javaslatainkra.
- Szakmai rendezvényeink rendszeres meghívottja a **Közép-Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság** elnöke, aki kifejezett együttműködési szándékáról biztosítja a helyi-térségi turizmus fejlődését.
- A **Közép-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság** Dunaújvárost mint megyei jogú várost és Tourinform irodánkat kiemelt stratégiai partnereként kezeli, marketingakcióiban hangsúlyos szerephez jutunk minden alkalommal. Közös fellépéseink közelmúltbeli eseménye volt a város bemutatkozása Brüsszelben, a Salon des Vacances utazási kiállításon.
- Marketingakcióink alkalmával rendszeresen együttműködünk a **turisztikai külképviselők vezetőivel** is, akik Dunaújváros külföldi megjelenítésében segítenek bennünket.
- Inkább térségünk számára jelentős, de városunk számára is pozitív a **Falusi és Agroturizmus Országos Szervezetével (FATOSZ)** való gyümölcsöző együttműködés: ennek keretében a májusi EUROGITÉS konferencián lehetőség nyílt Dunaújváros svájci bemutatkozására is.
- Kiemelt Üdülési Csekk ügyfélszolgálatként napi kapcsolatban állunk a **Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvánnyal**
- Szakmai kapcsolataink közül kiemelendő a **Magyar Turisztikai Egyesület**, a **Magyar Szállodaszövetség**, és a **Magyar Vendéglátók Ipartestülete** is.

A fenti lista híven mutatja, hogy Dunaújváros imázsának közvetítéséhez és a megfelelő lobbitevékenység ellátásához kialakítottuk a megfelelő csatornákat, amelyek kölcsönös, kiegyensúlyozott együttműködések keretei.

3.10. Testvérvárosi kapcsolatok

Dunaújváros testvérvárosi kapcsolatainak kialakítása az 1960-as évektől datálódik. Ebben a korszakban vettük fel a kapcsolatot az olaszországi Terni és a francia Villejuif városával. Ezt követően hosszú ideig nem teremtettünk újabb együttműködéseket, amíg az 1990-es években egy újabb hullám hatására három új testvérvárossal is gazdagodott nemzetközi kapcsolataink sora. Ezt követően az ezredforduló első éveiben újabb négy településsel vettük fel az együttműködés fonalát, legújabb testvérvárosunk pedig 2008-ban lett a lengyel Debica.

Testvérvárosainkkal jórészt a közös gazdasági-ipari élet, a városunkban aktív nemzetiségi-hagyományőrző csoportok, illetve a Duna folyó köt össze bennünket. Közép-kelet-európai fekvésünk miatt nagyrészt Kelet-Európához kötődik.

Turisztikai szemmel nézve a testvérvárosi kapcsolatainkat nem megfelelően hasznosítjuk. 2006-ban a mai Dunaújvárosi Kistérségi Turisztikai Nonprofit Kft. jogelődje elkészítette a testvérvárosok teljes feltérképezését gazdasági (elsősorban turizmushoz kapcsolódóan), kulturális, oktatási, civil szervezetek, szabadidős tevékenységek szempontjából, azzal a céllal, hogy a Dunaújvárosban működő szervezeteket az azonos területeken tevékenykedő testvérvárosi szervezetekkel, intézményekkel, vállalkozásokkal kapcsolatba hozza, és az együttműködés önálló útjára bocsássa. Sajnos érdektelenség miatt a terv nem valósult meg, holott a teljes feltérképezés megtörtént.

Linz város turisztikai információs irodájával való jó szakmai kapcsolatunk révén javasoljuk az ottani minta figyelembevételével a dunaújvárosi turisztikai útmutató elkészítését, amely egyfajta vonzerőleltárként is szolgál, illetve lehetővé teszi a város látnivalóinak és értékeinek népszerűsítését, ami a beutazó turizmus felélénkítésének alapvető kritériuma.

A testvérvárosi kapcsolatok jobb hasznosítása a városi-térségi turizmus egyik mozgatórugója is lehetne, mert a már kialakult ifjúsági-kulturális-sportegyüttműködések továbbélését és bővítését is eredményezheti.

Testvérvárosaink:

Terni – Olaszország - A kapcsolat kezdete: 1962
Villejuif – Franciaország - A kapcsolat kezdete: 1962
Linz – Ausztria - A kapcsolat kezdete: 1992
Elbasan – Albánia - A kapcsolat kezdete: 1993
Inegöl – Törökország – A kapcsolat kezdete: 1993
Giurgiu – Románia - A kapcsolat kezdete: 2003
Sremska Mitrovica - Szerbia - A kapcsolat kezdete: 2004
Alcsevszk – Ukrajna - A kapcsolat kezdete: 2004
Siliistra – Bulgária - A kapcsolat kezdete: 2005
Debica – Lengyelország - A kapcsolat kezdete: 2008

Sport-, ifjúsági és kulturális területen együttműködő városunk: Edirne (Törökország) 2006 óta.

3.11. Összefoglalás

Összegzőképpen elmondható, hogy Dunaújváros és térsége – bár nem tartozik a klasszikus, kiemelt turisztikai desztinációk vagy üdülőközpontok közé – fel tud sorakoztatni számos olyan kulturális, természet alkotta vagy épített vonzerőt, amelyek alkalmasak lehetnek arra, hogy a városba látogató turista érdeklődését felkeltsék, és ezáltal a városnak vendégéjszakákat, illetve többletbevételt generáljanak, akár az idegenforgalmi adóbevétel növekedését, akár a helyi vállalkozások bevételeinek növekedését eredményezve.

Egyértelmű az a tény is, hogy ez a fajta minőségbeli javulás csak összefogás eredményeként lesz realizálható. Ehhez szükséges az önkormányzat részéről annak a szempontnak a szem előtt tartása, hogy Dunaújváros nem csak ipari város lehet, hanem turisztikai vonzereje is fejlődőképes, amennyiben a városvezetés is így kívánja.

Nélkülözhetetlen a turisztikai szolgáltatók aktivitása is, hiszen a termékfejlesztés megvalósítása az ő profitorientált feladatuk. Jelen koncepció csak ajánlást adhat részükre a fejlesztendő területek, termékek vonatkozásában, kötelező jelleggel azonban ez nem bírhat.

A meglévő turisztikai vonzerőnk és városunk marketingtevékenységének fejlesztése egyértelműen a házigazda szervezet, a Tourinform irodát működtető Dunaújvárosi Kistérségi Turisztikai Nonprofit Kft. feladata. E tevékenységét jól elősegíti a Nemzeti Turisztikai Adatbázis dunaújvárosi és térségi turisztikai információkkal való folyamatos töltése és a turisztikai szolgáltatókkal történő rendszeres kapcsolattartás is, amely a hamarosan kialakuló TDM szervezet alapfeladata lesz.

Nem utolsó sorban említendő a városi lakosság csatlakozása az együttműködéshez, hiszen a helyiek turizmushoz, látogatókhoz való hozzáállásán sok múlhat. Az ő felfogásukban is szükséges egyfajta „tudatmódosítás”, hogy a mindennapi értékeinkre büszkéek legyenek, és ezt közvetítsék a városunkban vendégeskedők felé is.

Hisszük, hogy az aktivitáson, a fejlődni akaráson múlhat egy-egy kezdeményezés sorsa, és nem minden kizárólag finanszírozási kérdés. Reméljük, hogy az összefogás bevonni tervezett résztvevői hasonlóan gondolják, és együtt dolgozhatunk Dunaújváros turizmusának kialakításáért-fellendítéséért.