

JEGYZŐKÖNYV

a 2011. március 8-án az Egri Polgármesteri Hivatal 1.sz. tárgyalójában megtartott
városmarketing terv előkészítése tárgyában megtartott
informális Kulturális és Idegenforgalmi Bizottsági ülésről

Jelen vannak a jelenléti ív szerint:

Rácsi Botond – Eger MJV Polgármesteri Hivatala, alpolgármester
Sós István – Eger MJV Polgármesteri Hivatala, alpolgármester
Saárossy Kinga – Eger MJV Polgármesteri Hivatala, alpolgármester
Orosz Lászlóné - Eger MJV Polgármesteri Hivatala, tanácsnok
Dancsok Ágnes – Művészetek Háza Eger Nonprofit Kft.
Csányi Barna – külső szakértő
Dr. Bánhidy Péter – Heves Megyei Vízmű ZRt., HKIK
Bognár Ignác – Eger MJV Önkormányzata, képviselő
Gál Judit – Eger MJV Önkormányzata, képviselő
Jung László – Eger MJV Önkormányzata, képviselő
Dr. Halmos R. Péter – Egri Vízilabda Klub, ügyvezető elnök
Várkonyi György – EVAT ZRt.
Pataki Zsuzsa – Művészetek Háza Eger Nonprofit Kft.
Protovinné Zsilinszky Erzsébet – Eger MJV Polgármesteri Hivatala
Zentai László - Eger MJV Polgármesteri Hivatala
Gál József – Eger MJV Polgármesteri Hivatala
File Sándor – HKIK
Dr. Tóth Katalin – Arnaut Pasa Kft., Törökfürdő
Kovács Anikó – Eger Termál Kft.
Dr. Kiss Attila – Eszterházy Károly Főiskola
Bérczessy András – Agria Média
Lugosi Dénes – Eger Termál Kft.
Orosz Helga – Eger MJV Polgármesteri Hivatala

Orosz Lászlóné: Köszöntötte a jelenlévőket.

A marketing stratégiáról való gondolkodás több hónapja zajlik. Mindenki számára fontos téma. Egernek van négy olyan területe, amellyel más város nem büszkélkedhet – így együtt: az egri bor, az egri víz, az épített örökség és a kulturális idegenforgalmi rendezvények immár hagyományossá váló rendszere.

2008-ban elkészült egy Integrált Városfejlesztési Stratégia. Szó esik benne az idegenforgalomról is – bár nem túl bőven. A fenti területeket egyenként érdemes megtárgyalni a szakma képviselőivel, szakértőivel, hiszen a stratégiai terv készítése nem kifejezetten a város feladata. Célszerűnek tartjuk ebbe a munkába bevonni az érintett szakembereket, civil szervezeteket.

Első körben a vízzel kapcsolatos stratégiát szeretnénk összeállítani, ehhez kérnénk az ittlévők segítségét. Van termálfürdők, termálvízünk, eredményes vízilabdacsapatunk, finom egri vízünk. Egy olyan stratégiát szeretnénk összeállítani, amit ha megismernek az ide látogatók, a befektetők, akkor ebből láthassák, hogy hosszabb távon milyen elképzeléseink vannak.

A víz fontosságát hangsúlyozandó elsősorban dr. Bánhidy Péter igazgató urat kérném, hogy ossza meg velünk gondolatait. Mennyire jó ez az egri víz – hogyan lehetne ezt még jobban eladni, marketing eszközökkel felépíteni. Tudatosítva az idelátogatókban, hogy ez mennyire fontos és értékes a számunkra.

Dr. Bánhidly Péter: történeti kitekintést tennék. Az első javaslatom az, hogy érdemes lenne elővenni az összes (4 db), ebben a témában készült stratégiát és azokat átnézni. Termálfvízfürdő témakörében volt egy anyag, amiben helyi szakemberek dolgoztak. Ezeket az anyagokat össze kell szedni, a hasznos dolgokat kiemelni.

A másik, hogy a régen készült terveket, többek között az egri fürdő részletes fejlesztési tervét, is érdemes volna átnézni.

A víz stratégiai kérdés. Magyarországnak – Trianon után – egyetlen stratégiai kincse a felszíni és a felszín alatti vizei maradtak. A fürdő vonatkozásában mérlegelni kell, hogy ebbe a térségbe 5 termálfürdő van. Ennek előnyei és hátrányai is vannak. A korábban készült tanulmányok ezeket szépen ki is fejtik. A fürdőkörnyéknek a rendezése elengedhetetlen. A vízilabda csapat mellé az úszósporthoz is oda tenném, a Bárány-uszodára is készült egy szakvélemény (20 éve), melyből kiderül, hogy az uszoda falai vízben állnak. Ezt a kérdést kiemelten kellene kezelni. Fürdő, fürdőkörnyék, Bárány uszoda.

Egri víz: annak idején a szerzetesek palackozva árultak. Most megint gyártják, de nem tudom, hogy ugyanaz a minőség-e, mint a régi volt.

Orosz Lászlóné: tudom, hogy számtalan terv készült a termál-vízzel kapcsolatosan. Egy újabb aktahalmaz gyártása nem célunk. A jövőbe látáshoz úgy gondolom, hogy ezeket a kérdéseket rendezni kell – megfelelő befektetők felkutatásával és azok megnyerésével. Ehhez is kell a közös munkánk.

Dr. Halmos R. Péter: Magyarországon közismerten az úszósporthoz és a vízilabdához egyfajta Hungarikum. Csapatok között a vízilabda kétségtelenül a legeredményesebb, a legutóbbi három olimpiát is mi nyertük. Négy olimpiai bajnok játszik itt Egerben. Nagyon sokan támadják ezzel együtt az egri vízilabdát, mert sok pénzt visz. Ha összehasonlítjuk más sportágakkal, akkor már árnyaltabb a kép, hiszen a kézilabda pl. kétszer ennyibe, a minőségi futball többszörösébe kerül. Nemcsak a sportkedvelők körében, ha Veszprémet említik, az emberek zömének a kézilabda-csapat jut eszébe, míg Egerről az egri vízilabda csapat. Ezt kellene erősíteni. Jobban kihasználhatná a város ezt a lehetőséget. Készek vagyunk arcokat adni, bármit kitalál a város, szívesen adjuk a csapatot, az arcokat.

Egy olyan internetes portálra is szükség volna, ami kézzelfoghatóbban szólítja meg az embereket. A rendezvények felsorolása között sajnos több helyen nincsenek fent a meccseink. Sajnos csak a 2011-es szezon végéig látok előre, onnan semmit nem tudok, szűkek a források. Nem vagyok optimista a jövőt illetően. Ma már nem csak a csapat szeretetéért játszik egy játékos, hanem ha úgy adódik, dupla pénzért átigazol egy másik csapathoz, ami érthető. Az uszodahasználat tekintetében nehéz megtalálni az egyensúlyt, értem ezalatt a fedett vízfelület szűkösségét, de mégis egyedülállóak vagyunk a meglévő medencék számában. Egy újabb fedett (sátras) medence sokat segítené.

Orosz Lászlóné: Említetted az internetet. Szükségünk van egy igazán, hasznos információkkal teli honlapra. Helyet kell adni a problémáitoknak.

Várkonyi György: néhány gondolat a jelenlegi helyzetről. Az Akadémia nemrég készített egy felmérést, melyben azt vizsgálták, hogy a gyermekes családok az interneten nézelődve, vajon miért választják azt a várost. Eger városát 26% a vár miatt, 25% a bor miatt és csupán 0,6% a fürdő miatt választotta. Ha ezt nézzük, akkor óriási baj van a vizekkel. Van mindenféle vizünk. Gyógyvíz, ásványvíz, stb. A feladat három pontban foglalható össze:

1/ Mindenek előtt ki kell építenünk az infrastruktúrát.

- Először be kell fektetnünk ahhoz, hogy ide jöjjenek a turisták. Wellness- fitness szállodák vannak már a legkisebb falvakban is, ebben is el vagyunk maradva.
- A fürdőkörnyék, vizes felületek rendbetétele nagyon fontos. Az első medence a strandon hamarosan össze fog dőlni. Azon kívül, ha nem készül el a közeljövőben egy további fedett rész, akkor nincs értelme nyitva tartani télen a fürdőt. 70 látogató van naponta ilyenkor.
- A Bárány uszodának a rendbetétele: elengedhetetlen most is életveszélyes a fa öltöző. Téglából van a medence fala. Ipartörténeti emlék a létesítmény. Az 1936-os pénzváltó kis fürkék tervei is megvannak. Ezzel foglalkozni kell.
- A fürdő környéke a harmadik. Az első lépés az infrastruktúrát a funkciót meghatározni. Jó lenne ezt felpörgetni. Hibásnak tartom azt a megközelítést, amit a város alkalmaz: mindig valamihez kapcsolni a fenti területek rendbetételét. A városnak önmagának kell, hogy legyen ehhez ereje. Ha beindul a dolog, akkor talán lesz vállalkozó, aki csatlakozik a terület fejlesztéséhez. Kitekintése mindenkinek van: meg kell vizsgálni, hogy a magánvállalkozások ebben a vonatkozásban merre felé mozdulnak el. A Fenstherm-nek most is van egy palackozó gépsora. Nem biztos, hogy a legjobb üzlet, de a PR és a marketing segítségével talán sikeres lehetne.

2/ Funkciók meghatározása:: Mindenki elindult a wellness irányába. Nyugaton a TB most is támogatja a fürdős gyógykezeléseket. A Bárány uszoda mellett is van egy üres telek, az egész területen egyetlen egy magán telek van, az egészséget meg lehetne szerezni. Egészen a Vízműig tekinteném át a területet és átgondolnám, hogyan lehetne összekötni, átjárhatóvá tenni a meglévő létesítményekkel– Beruházási stratégia kellene minél gyorsabban.

3/ A harmadik feladat, hogy be kell indítani egy megfelelő PR-t. Egerszalókat és Demjént, a Zsóri fürdőt jobban ismerik, mint minket. Mi lenne, ha rácsatlakoznánk erre az ismertségre és ezeknek az ismert helyeknek a használatával egyszer csak a tetejére kerülnénk az egészségek. Eger mindig is Eger és Eger völgye volt. A PR-ban ezt az Eger-Eger völgye, Demjén völgye dolgot kellene erősíteni. Szalók, de *Eger*-szalók...

Végül „Eger a sokcsillagos élmény” szlogent választotta (TDM). Ezt jól kitalálták, megfelelő látvány, és színek is csatlakoznak ehhez a gondolathoz. A város összes fejlesztésének ebbe az irányba kellene irányulnia, egységes megvalósítással, akarattal.

Orosz Lászlóné: Ma délután még lesz egy megbeszélés marketing témában a fent elhangzottak alapján, szerencsére nyitott kapukat döngetsz. Ha nem tudjuk jól eladni a várost, akkor valóban, nem ér semmit az egész. Eger melletti gyógyvízként emlegetik az Egerszalókit is.

Dr. Tóth Katalin: Egerben víz van, de nincs fedett gyógyfürdő, amiben tömegeket lehet kezelni. Hajdúszoboszlót nézzük meg, hova fejlődött az elmúlt 50 évben. Beruházás nélkül tényleg nem lehet ide tömegeket hozni. Eddig, ami mindenütt bevált, az a fürdő. Családos hétvégére a fiataloknak a megelőző wellness, a szórakozás a fontos. Az őket kiszolgáló részekre is gondolni kell. Hihetetlen nagy lenne a vendégéjszakák száma. Az egész várost ez lendíthetné föl. A Törökfürdő 50 főt már nem tud egyszerre befogadni. Maximum 35-40 fő, 2,5 órás turnusokban tud bejutni a fürdőbe. Nem lehet országosan is ismertté tenni a fürdőt, amíg egyszerre csak maximum 40 ember lehet egyszerre bent. Ha egy 50 fős autóbusz jön, akkor nem tudunk mindenkit beengedni. A buszos turistákat télen-nyáron lehetne fogadni, mert jönnének, akár az év 52 hetében is. Minden adottságunk évszázadok óta megvan, csak nincs fedett gyógyfürdők – mindennek ez az alfája és omegája...

A magánvállalkozók már epekedve várják, hogy végre valami meginduljon a gazdasági életben.

Várkonyi György: zűrzavaros a működése a reumakórháznak és a fürdőnek. A megyével kellene egyeztetni, át kellene venni a reumakórházat. A létszámproblémát is meg lehetne így oldani.

Dr. Bánhidya Péter: valamikor a Vízmű üzemeltette a strandot...

Szent József víz: pénz nélkül nem lehet semmit se csinálni. Érdemes lenne felkarolni.

Valide Szultána fürdő: szintén egy olyan unikum, amivel a távol-keleti turizmust is meg lehetne mozgatni.

Dr. Tóth Katalin: egységben az erő. Nem baj, hogy ennyiféle lehetőség van a környéken. A derecskei mofetta is most fog indulni, ami megint tömegeket vonzhat – ha a turista eljön Derecskére, nem fogja kihagyni Eger. Lehetne Eger a bázisa ezeknek az egészségturizmust előnyben részesítő turistáknak.

Saárossy Kinga: igen, kellene, hogy Eger legyen a központ, inkább itt töltsenek el több időt.

Dr. Bánhidya Péter: az előzőekben elhangzottak sorából Bükkszék kimaradt, szintén nem elhanyagolandó fürdő szempontjából.

Dancsok Ágnes: a víz az egy központi kérdés a város életében és annak turisztikai kommunikációjában. Az utóbbi időben a víz nem olyan helyen szerepel, ahol lennie kellene. A fejlesztésekre szükség van, ez tagadhatatlan. A kommunikációnál az is fontos, hogy tudjuk a vendégeket fogadni, ne kelljen stoppolni a vendégeket – Törökfürdő maximum 40 fő. A cél közös: ne csak Eger látogassák meg az ideérkezők.

Kiss Attila: egységben az erő. Egerben két ilyen kiemelkedő intézmény van: az önkormányzat és a főiskola. Megfelelő, szakma-specifikus programokkal tudunk csatlakozni a közös fellépéshez. A marketing rákfenéje, hogy tőke nélkül, jó kampány nélkül nagyon nehéz sikereket elérni. A testvérvárosi kapcsolatok, külkapcsolatok is segítségünkre vannak.

Eger a gyógyvíz és a bor városa – tiszta egyszerű marketing a nyerő. Nagyon tiszta üzeneteket kell megfogalmazni, amelyek valóban megállják a helyüket. Ha nem lesz egy markáns, 3-4 szóból álló üzenet, addig nem tudunk előrébb lépni.

A gyógyvíz és az ásványvíz kiemelkedő vonzereje Egernek. Kapcsolt marketing kell, hogy létrejöjjön: Eger bora nincs víz nélkül; mért ne lehetne Dobó István ásványvíz. Az egri víznek is lehetne találni egy fórumot, szakmai körök segítségével az egészségtudatosságot lehetne erősíteni. De még nem tartunk itt. A bor mellé, az egri vizet lehetne csomagolni. Sok lehetőség van, de források nélkül is lehetne megfelelő, összefogással teli marketing-tevékenységet folytatni. Az egészségipar nagyon fontos.

Orosz Lászlóné: File Sándor urat a Kamarától szeretném megszólítani.

File Sándor: mikor olvastam a meghívót, kerestem a kötődési pontokat. A település jövőképe meghatározásában nem mehetünk el szó nélkül amellett, hogy milyen az ipar teljesítménye a városban. Turizmus miatt vagyunk most itt, de fontos tudni, hangsúlyozni, hogy Egerben az ipar számára milyen lehetőségek vannak. Az ipar, Egernek meghatározó területe. Az ipari vállalkozások tevékenységéből származik Eger adóbevételeinek döntő hányada, illetve az aktív munkavállalói réteg jövedelmének meghatározó része, ezért lényeges, hogy egy városi marketingstratégia foglalkozzon az ipari befektetés-ösztönzéssel, melyet az egri iskolarendszer a szakiskoláktól a felsőoktatásig kitűnően elláthat, minőségi

munkaerővel szolgálhat ki. Hoztam egy kiadványt (Kamrai almanach 2011) is ezzel kapcsolatosan.

Egészségiparnál a gyógyászatot is erősíteni kell, a sajátos egri arculatot is meg kell találni, amivel mások lehetünk, mint pl. Hajdúszoboszló, önmagában a fürdő és környezetének fejlesztése bár idegenforgalmi szempontból szükségszerű, de nem elegendő, nem bír eredményes potenciállal a látogatószám növelése érdekében. Specializálódni kell!!! Most volt egy elnökségi ülésünk, ahol a Sanatmetál mutatta be piaci lehetőségeit. Ortopédiai, traumatológiai központtá lehetne Egert tenni. ez magába foglalja a K+F tevékenységet, a terület gyakorlati képzését, illetve a gyógyászati, és rehabilitációs tevékenységet – ami kötődik a gyógyászatához, a hozzá tartozó beszállítói körhöz. Ezt ki kellene használni. Akár a műtétek utáni rehabilitációs időszakhoz is csatlakozhatnánk, ezzel Eger felvállalja azt, hogy az ortopédiához, reumatológiához kapcsolódjon a város neve.

Az előbb elmondott értékek jól kapcsolhatók a Széchenyi terv – Gyógyító Magyarország – Egészségipari program. Egészségtudatos életmód stb.

A harmadik pont: a kapcsolt marketinghez visszatérve. Mi is többször megjelenünk külföldön személyesen is, rengeteg alkalommal visszük a város jó hírét. Mindenhol visszatérő vágyat tudunk ébreszteni az emberekben, hogy Egerbe jöjjenek. Ki kellene használni a már létező konkrét marketing elemeket, pl. a reptéren érkezők első benyomása, hogy egri vízilabdázók mosolyognak az emberre hatalmas képeken, ezt csatolt marketing eszközökkel hasznosítani kellene. Egerszalókhoz, Demjénhez való ráépülés, multiplikálás: létezik az Eger és térsége TDM is, itt kellene ezeket a feladatokat jól pozícionálni, az elérni kívánt értékeket meghatározni.

Kiss Attila: jó lenne, ha készülne jó szpot Egerről, mert lehet, hogy többet érne, mint bármi más.

Dr. Bánhidly Péter: egy meglehetősen összetett dologról van szó – File Sándor mondandójához kapcsolódóan – az ipar területén a gépipar a legfontosabb a városban, nem a szőlő és a bor. Egernek mindene megvan, ami nagyon sok városnak csak összeadva van meg, de kellene egy rendkívül erős, agresszív városmarketing. Elhangzott, egységben az erő.

Akkor, amikor a vidéki városok között, egyedül Egernek volt úszó sportja és vízilabda csapata, akkor sem Egerben épült meg az első fedett uszoda, hanem Kecskeméten, ahol semmiféle úszóport nem volt.

Csak akkor lehet együttesen továbblépni, ha van egy erős egységes városmarketing.

Dr. Halmos R. Péter: a meccsek köré is lehetne építeni a marketinget. Egy szezonban több, mint 10 mérkőzésünket közvetíti valamelyik országos TV, köztük a nagy nézettségű RTL Klub, de volt két meccsünk a Eurosporton is, ami nemcsak Európa minden országában, de a tengerentúlon is fogható. Talán a vízilabda meccs kapcsán az egri vizeket is lehetne reklámozni, hiszen a meccs alkalom, hogy spotokat, reklámfilmeket vetítsenek előtte, utána, a szünetekben. Más: a látványsportágak (köztük a vízilabda) részére adott adókedvezményeket a Bárány uszoda felújításához fel lehet használni, hiszen az új jogszabály lehetővé teszi a vállalkozásoknak az adó állam részére történő befizetése helyett a létesítményfejlesztés támogatását. A jogszabály EU jóváhagyásra vár.

Sós István: néhány mondat erejéig hagy csatlakozzam a témához. Nagy örömmel hallom, hogy összejött ez a megbeszélés. Fontos, hogy egy egységes és agresszív városmarketing induljon be. Ha Egerről szó van, eljönnek a turisták és nem tudják, hogy Egerben fürdő is van. Ez azt jelenti, hogy nagy baj van a marketingünkkel. Jó, ha elmennek Bogácsra, de jó lenne, ha a mi városunkba is eljönnének. A megyével összehangolt munkát kellene végeznünk.

Komoly gyógyászati kapacitásunk van a reumakórházban, ott vagyunk egymás mellett, de a kapacitásainkat nem hangoljuk össze, ez luxus. Talán megépül a gyógyszálló és ezzel együtt növekszik az ilyenfajta szolgáltatásokat igénybe vevők száma is.

Van egy másfajta gyógyvizünk is: a Maklári úton a parókia közelében lévő kutat kellene megnézni, feltárni. Az idegenforgalom számára elérhetővé tenni. Foglalkozni kellene ezzel. Rá kell koncentrálnunk az idegenforgalomra.

Csányi Barna: köszöntötte a hölgyeket.

1918-ban alakult meg Egerben az Egri Városfejlesztő Társaság. 1925-ben adták át a versenyszabályzatát. Innentől számítva kezdődik az egri úszósport aranykora. Nincs még egy ilyen város, amely ilyen eredményekkel rendelkezik. Éppen ezért lehetetlen elválasztani a vizes marketingtől az úszósportot.

A mai fedett uszoda végül is elnyerte méltó helyét. Beigazolódott, hogy Európa egyik legszebb építménye. Tavaly is igazi világnagyságokat hoztak ide versenyezni.

Egyetértek az előttem szólókkal: nagyon fontos lenne a Bárány uszoda rehabilitációja. Elengedhetetlen a strandon a medencék befedése és a Szent József forrás vizének palackozását is fontosnak tartom.

Történtek itt jelentős beruházások a strandon a közelmúltban, melyeket fontos megemlíteni.

Lugosi Dénes: mindenkit csak ismételni tudok. Egy konkrét, határozott, jó értelemben vett agresszív marketingre van szükség. Mindenki együtt, nem kizárólag saját magunkat előtérbe hozó brandre van szükségünk, amihez mindenki tud kapcsolódni. Ennek a megvalósítására van szükség, és ha megvan, akkor előrébb léphetünk.

Orosz Lászlóné: ez legyen a végszó. Köszönöm mindenkinek, hogy eljött.

A ma elhangzottakat jegyzőkönyvbe rögzítjük, elküldjük. Ha az elhangzottak olvasása kapcsán még merülnek fel gondolatok, javaslatok, azokat szívesen fogadjuk. Szeretném kérni, hogy minden részt vevő fogalmazzon meg néhány gondolatot: Az itt elhangzottak alapján, mi lehet az a hívó szó, amit fontosnak tart Eger és a víz vonatkozásában a saját területén. Szeretnék mindenkit tájékoztatni a közeljövőben lévő hasonló megbeszélések eredményeiről.

Köszönjük a részvételt.

K.m.f.

A jegyzőkönyvet készítette:
Orosz Helga