

ÖSSZEFOGLALÓ A BFT 2011. DECEMBER 9-I ÜLÉSÉRE A BALATONI TURIZMUS 2011. I-IX HAVI EREDMÉNYEI, TAPASZTALATAI

2011. ÉV ELSŐ KILENC HÓNAPJÁNAK BALATONI VENDÉGFORGALMA A SZÁMOK TÜKRÉBEN

2011. előszezoni időszakában, illetve tavasszal kedvező előfoglalási adatokról számoltak be a szolgáltatók. A magyar lakosság idei nyári utazási terveiről készített felmérés szerint továbbra is a Balaton volt valószínűsíthető a legnépszerűbb belföldi úti célként. Ugyanakkor hasonlóan az elmúlt évhez az is előre jelezhető volt, hogy a gazdasági válság és gazdasági környezet az idei szezonban is éreztetik hatását. És ezt erősítendő, július közepén példa nélküli volt a mintegy három hétig tartó szeszélyes, változékony, és hideg időjárás – amely nem kedvezett a kifejezett vízparti pihenésnek.

A Központi Statisztikai Hivatal honlapján található **2010. és 2011. január - szeptember** havi vendégforgalmi adatok elemzése a következőkre enged következtetni:

A **Balaton vendégforgalma** a kereskedelmi szálláshelyeken az előző év hasonló időszakához képest csökkenő tendenciát mutat mind a **vendéglétszám** (982.426 fő – **-7,5%**), mind pedig a **vendégéjszaka-szám** (3.394.443 éj – **-9,4 %**) tekintetében. A Balatoni vendégforgalom az év elején pozitívan indult, február-április hónapokban növekedés volt tapasztalható mind a létszám, mind az éjszaka szám területén. Ezt követően minden hónapban visszaesés volt az előző év adott hónapjához képest. A legnagyobb visszaesés augusztus hónapban volt a vendégéjszakák számában (-16,3%).

A Balatoni régió kereskedelmi szálláshelyeit megvizsgálva, a **belföldi vendéglétszám** (715.294 fő) **-7,4 %**-kal, a **vendégéjszaka-szám** (2.073.593 éj) **-9,6%**-kal esett vissza az elmúlt évi adatokhoz képest. Az átlagos tartózkodási idő 2,9 nap.

Ha a **külföldi küldő területeket** vesszük nagytípus alá, megállapítható, hogy a külföldi **vendégek száma** (265.132 fő, **-7,9%**) és az általuk eltöltött **éjszakák száma** (1.320.850 éj, **-8,2%**) egyaránt csökkenést mutat 2010. első kilenc havi forgalmához képest. Az átlagos tartózkodási idő 5,0 nap.

A Balaton régió vendégeinek több mint **73,0 %-át hazai vendégek** tették ki. Az alacsonyabb átlagos tartózkodási időnek köszönhetően ez az arány a vendégéjszaka-számokban alacsonyabb (61,1%).

Vendég			Előző év=100,0%			Vendégéjszaka			Előző év=100,0%		
külföld	belföld	összes	külföld	belföld	összes	külföld	belföld	összes	külföld	belföld	összes
265	715	980									
132	294	426	92,1	92,6	92,5	1 320 850	2 073 593	3 394 443	91,8	90,4	90,8

A Balaton régió **legfontosabb küldőpiacai** vendégéjszaka-szám vizsgálat alapján: Németország, Ausztria, Oroszország, Csehország, Hollandia, Dánia, Lengyelország és Szlovákia. A főbb küldőpiacok közül Lengyelországból, Oroszországból, Romániából, Szlovákiából, valamint Ukrajnából érkező vendégek száma nőtt az idei év január-szeptember időszakában, a vendégéjszaka szám Oroszország, Lengyelország, Szlovákia, Románia és Ukrajna desztinációkból érkezők körében nőtt.

	küldőterület	száma	aránya összlétszám (%)	aránya külföld (%)	változás (%)
vendégéjszaka-szám					
1.	Németország	567.274	16,7	42,9	85,6
2.	Ausztria	145.395	4,3	11,0	90,4
3.	Oroszország	120.173	35,4	9,1	120,1
4.	Csehország	70.512	20,8	5,3	99,4
5.	Hollandia	67.522	2,0	5,1	72,6
6.	Dánia	55.188	1,6	4,2	83,9
7.	Lengyelország	44.550	1,3	3,4	108,6
8.	Szlovákia	34.557	1,0	2,6	132,7

A külföldi vendégek **tartózkodási idejét** vizsgálva elmondható, hogy a főbb küldőterületek vendégei közül legtovább az orosz vendégek tartózkodnak a régióban. Ők 7,6 napot töltenek nálunk. Őket követik a Dániából (7,4 nap), Németországból (7,1 nap), valamint Svájcól és Hollandiából (5,8 nap) érkező vendégek.

A Balaton régióhoz tartozó megyék forgalmáról elmondható, hogy a Balaton régió 980.426 fős vendéglétszámának 35,3%-a Zala megyében, 34,0%-a Veszprém megyében, 30,6%-a pedig Somogy megyében realizálódott. A vendégszám mindhárom megyében visszaesett, Zalában a legkisebb mértékben -2,0%, Veszprém megyében -5,3%, míg Somogy megyében 15,3%-kal.

Az egyes megyék turisztikai kínálatából adódik a belföldi-külföldi vendégek arányainak nagymértékű eltolódása. Amíg Zala megyében a vendégek 43,3%-át teszik ki a külföldiek, addig Veszprémben és Somogyban ez az arány 30,5%, illetve 26,1%.

JELENTŐS 2011. ÉVI TURISZTIKAI FEJLESZTÉSEK A BALATON RÉGIÓBAN

A balatoni turizmus továbbfejlődésének, átstrukturálódásának egyik záloga a megfelelő irányú, a keresleti trendekhez és a gazdasági környezethez igazodó termékfejlesztés. 2011-ben számos új projekt került átadásra, és sok fejlesztés vette kezdetét: 7 új szálloda nyitotta meg, illetve nyitja meg a napokban a kapuit, számos esetben zajlottak szállodafejlesztések, bővítések – elsősorban konferencia és wellness szolgáltatások irányában (pl.: Siófokon, Zalakaroson, Alsópáhokon, Hévízen, Tapolcán, Alsóörsön, Balatonkenesén).

Örvendetes, hogy új attrakciókkal is bővült a régió turisztikai kínálata: Tihanyban átadták a Balaton-felvidéki Nemzeti Park új bemutatóhelyét, a Levendulaházat, a Bencés Apátság új látogatócentrumának megnyitása mellett Balatonfüreden új bringapark létesült, a Keszthelyi-hegységben ökoturisztikai és aktív turizmust érintő fejlesztések valósultak meg, Keszthely múzeumai megújultak. Zalaváron történelmi emlékparkot alakítottak ki, Szárszón megnyílt a Csukás István Színház. Hévízen és Zalakaroson fürdőbővítés történt, új biopiacok nyíltak

régiószerte. Sok helyen strandfejlesztés valósult meg, bővült a kerékpárút-hálózat és új kilátót avattak Fonyódon, Balatonfűzfőn és Badacsonyan. Jelentős településrekonstrukciók zajlanak most is Balatonfüreden, Siófokon, Keszthelyen és Tapolcán.

A BALATON NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE IRÁNYULÓ, A FŐSZEZONT TÁMOGATÓ MARKETINGTEVÉKENYSÉG 2011-BEN

A Magyar Turizmus Zrt. 2011-ben az élményközpontú marketingkommunikációra helyezte a hangsúlyt. Belföldön szemléletformáló stratégiai kampányt indított a belföldi turizmus népszerűsítésére, emellett pedig lakossági, taktikai kampánnyal helyezte fókuszba az egyes hazai desztinációkat, így a Balaton régiót is.

A szakmai tevékenység során felállított prioritásoknak megfelelően 2011-re az alábbi szakmai célok kerültek meghatározásra:

- a Balaton régió, mint egész évben elérhető, ideális rövid időtartamú (short break), valamint „wellness régió” image kialakítása,
- a vendégforgalom időbeli koncentrátságának csökkentése „négy évszakos” ajánlatok promóciója segítségével.

A célok eléréséhez változatos marketingeszközöket alkalmazott a Balatoni RMI:

Kampányok

A szakmai tevékenység keretén belül 2011-ben immár harmadik alkalommal került megrendezésre a **BALATON7** elnevezésű programsorozat.

Az először 2009-ben szervezett, a régió előszezon turisztikai kínálatának népszerűsítésére és ezen keresztül az előszezon vendégforgalom élénkítésére létrehozott rendezvény keretében idén a Pünkösdi Ünnephez kapcsolódva június 10-19. között 10 napon át várták a programok az érdeklődőket.

A Balaton7 szerves részét képezte a Balatoni RMI kiemelt, „**Tiszta erőből nyár**” szlogennel fémjelzett kiemelt kampányának.

A fenti szlogennel fémjelzett lakossági kampány a Balaton régióra, mint nyári belföldi úticélra hívta fel a figyelmet – a marketingkommunikációs akció során előbb a Balaton7, majd a **balatoni nyár kínálta turisztikai lehetőségek, a vízparti családi üdülés, valamint a nyári fesztiválok** nagyszabású outdoor (mintegy 300 óriásplakát, 500 city-light plakát), print és TV-s megjelenések keretében kerültek a kommunikáció középpontjába.

Május - június - július hónapokban többek között a Nők Lapja, a Kiskegyed, a Story, a Gyöngy, a Cosmopolitan és a Glamour magazinokban jelent meg balatoni hirdetés, balatoni kedvcsináló, a legjelentősebb médiajelenlét pedig a Csillag Születik produkcióban volt – nyereség felajánlásokon keresztül a régiós szolgáltatók, turisztikai egyesületek aktív részvételével. Emellett megjelent a Balaton nyári rendezvényajánló magazinja, a Balaton Funzine is: az összesen 60.000 példányban kiadásra kerülő nyári balatoni programfüzet az ország számos pontján, mint pl. Tourinform irodákban, szálláshelyeken, éttermekben, borgalériákban, kulturális és szabadidős központokban került terjesztésre.

A „Tiszta erőből Nyár” kampány alapját a turisztikai szolgáltatók és a vendégek körében is népszerű kedvezményes üdülési ajánlatok és programlehetőségek képezték, amelyek felkerültek

mind az itthon.hu oldalra, mind pedig a régiós honlap (www.balaton.itthon.hu) nyári microsite-jára.

A Magyar Turizmus Zrt. által biztosított központi megjelenések közül kiemelkedőek az országos TV és rádió csatornák programajánlói, ezek mellett folyamatos háttéranyag és információ biztosításával az RMI az M1 Balatoni Nyár c. magazinműsorában is igyekezett a balatoni családi üdülésre, mint kiemelt turisztikai termékre ráirányítani a figyelmet.

Ősszel és a téli időszakban a Balatoni RMI kommunikációjának középpontjába – a print és a televíziós felületeken egyaránt – a bor és gasztronómiai ünnepek, valamint az aktív és az egészségturisztikai, wellness lehetőségek kerültek.

Október végétől Karácsonyig az X-Faktor c. műsorsorozatban jelenik meg folyamatosan a Balaton régió turisztikai kínálata. A kampány kiemelt témája az **egészségturizmus**.

A Balatoni RMI az évvégi, jövő év eleji egészségturisztikai lehetőségeket, wellness ajánlatokat, a balatoni feltöltődést a középpontba állító, két népszerű magazinban megvalósuló adventi print megjelenéssel zárja a 2011. évi nyomtatott sajtóban történő megjelenéseit: a Nők Lapja és a Kiskegyed karácsonyi számában valósít meg szolgáltatókkal közös megjelenést.

Kiállítások, rendezvények

A Balaton régió 2011-ben az Utazás Kiállításon való látványos megjelenés mellett további 5 belföldi és 2 külföldi kiállításon vett részt. Emellett számos rendezvényre települt ki a Balatoni RMI (pl.: OMÉK, Nemzeti Vágta, Etyeki Kezes-Lábos Fesztivál, Budai Borfesztivál, Édes Napok, stb.)

Kiadványok

A Balatoni RMI 2011-re vonatkozóan is megjelentette a Balatoni vakáció szálláskatalógust, a fő küldőországoknak megfelelően több nyelvi mutációban újra kiadta a Best of Balaton image kiadványt, valamint két tematikus kiadványából, a kerékpáros ajánlatokat és a borutakat felsoroló térképekből utánnomást készített.

Új kiadványként az Utazás kiállításra megjelentette a balatoni gyógy-, és wellness szállodák ajánlatait tartalmazó Balaton wellness katalógust, amely a régió wellness adottságairól is tájékoztatást nyújt, wellness és fitness tippekkel, kedvcsinálókval kiegészítve.

Külképviselési akciók

A Magyar Turizmus Zrt. külképviseléseivel közösen, elsősorban az ő kivitelezésükben számos, a Balatonra irányuló akció valósult meg.

Ilyen volt például az image-formáló és értékesítés ösztönző rádiós kampány Németországban, amelynek során balatoni interjúk hangzottak el, nyereményjáték, magazinműsor, szpotok hívták fel a Balatonra a figyelmet. A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. és a külképviselő közös szervezésében Hévíz Napok kerültek megrendezésre Berlinben. Ausztriában online forgalomélénkítő kampányt hajtottunk végre az egészségturisztikai szolgáltatásokra és aktuális nyári wellness ajánlatokra fókuszálva. Szintén Ausztriában a Radio Arabella és Antenna Wien rádiókon a Balatont, mint a családostok és aktív turisták számára ideális nyaralási helyszínt bemutató kampány zajlott.

A Balaton régióban számos study-tour és forgatócsoport járt, például a szlovák vagy a román TV, emellett 3 svéd valóságshowt forgattak a Balatonnál. Mindezt a fő küldőpiacokon változatos print megjelenések egészítették ki (Panorama Magazin, Bezirksblatt, Berliner Zeitung, Frankfurter Rundschau, Sächsische Zeitung, stb.).

2012. ÉVI TERVEK

Belföldi turizmus

A régió jelenleg is hazánk első számú üdülési desztinációja. Az üdülést azonban nem csak a vízpart és a nyár szolgálja, hanem az aktív lehetőségek, gasztronómiai attrakciók, az egészségturisztikai kínálat és a kulturális programlehetőségek is. Ezen termékek integrálásával a jövőben a régió egy egész évben elérhető vízparti üdülőhellyé válik.

A belföldi turizmus esetében termékeink egészéves, megosztott promócióját tervezzük az őszi-téli időszakban az egészségturizmusra, a tavaszi és nyári időszakban az aktív turizmusra, az őszi időszakban a bor és gasztronómiára fókuszálva - ezzel egy olyan egész éves balatoni jelenléte megvalósítva, amelynek fókuszában az az alap gondolat áll, hogy a **Balatonnál mindig van mit csinálni.**

Beutazó turizmus

A Balaton jelenleg a Közép-Európai régió egyetlen olyan nyári fürdőzésre alkalmas, stabil vízminőségű, édesvízi tava, amely mindenkinek közel van, viszonylag jól megközelíthető. A vendég a pénzéért értéket kap, és minden együtt van a tartalmas kikapcsolódáshoz. A jövőben az előnyök és vonzerők hangsúlyozásával a **Balaton újra divatos üdülési desztinációvá válik.**

A beutazó turizmus tekintetében a meglévő piacokon erőteljes imázs építésre van szükség a Balaton előnyeinek hangsúlyozásával, illetve új termékkel, a gyógyturisztikai adottságok promotálásával. A régi-új küldőpiacokon a meglévő, hagyományos termékkel és az egészségturizmussal, mint új termékkel építjük fel piaci jelenlétünket.

Balatonfüred, 2011. december 9.

Benkő Krisztina
mb. igazgató