



A desztináció-menedzsment szervezetek szerepe és lehetőségei a fenntartható turisztikai működés támogatásában - A BALATON PÉLDÁJÁN



A FENNTARTHATÓSÁG SZEREPÉNEK ERŐSÖDÉSE A TURIZMUSBAN

A BALATON, MINT KIEMELT TURISZTIKAI TÉRSÉG KIHÍVÁSAI:

 **SZEZONALITÁS**

 **TERHELÉS EGYENETLENSÉGE**





 **KÖRNYEZETI ÉRZÉKENYSÉG**

A DESZTINÁCIÓ-MENEDZSMENT SZERVEZETEK
ÚJ SZEREPELFOGÁSA:




A DMO-K NEMCSAK MARKETING SZEREPLŐK,
HANEM RENDSZERSZINTŰ KOORDINÁTOROK.

A DMO-K SZEREPE A FENNTARTHATÓ TURIZMUSBAN

KULCSFUNKCIÓK:

-  stratégiaalkotás és összehangolás
-  stakeholder-koordináció (önkormányzatok, szolgáltatók, lakosság)
-  szemléletformálás
-  adatvezérelt döntéstámogatás

FENNTARTHATÓSÁGI DIMENZIÓK:

-  környezeti (erőforrás-használat, mobilitás)
-  gazdasági (egész éves működés)
-  társadalmi (helyi közösségek bevonása)

A DMO A „KÖZÖS GONDOLKODÁS PLATFORMJA”



A VISITBALATON365 SZEMLÉLETE

Alapvetés:

a Balaton nem szezonális termék, hanem egész éves desztináció

a fenntarthatóság nem külön projekt, hanem működési alapelv

Stratégiai fókuszok:

- szezonális csökkenés csökkentése
- térségi egyensúly javítása
- minőségi turizmus erősítése
- élményalapú, alacsonyabb terhelésű kínálat fejlesztése

KULCSGONDOLAT:

KEVESEBB CSÚCSIDŐSZAKI TERHELÉS,
TÖBB KIEGYENSÚLYOZOTT JELENLÉT.

A DMO BEAVATKOZÁSI PONTJAI A FENNTARTHATÓSÁG TERJESZTÉSÉBEN

- 1. Stratégiai szint - irány kijelölése, közös keret megteremtése**
- 2. Termék- és kínálatfejlesztés - a kereslet formálása**
- 3. Marketing és kommunikáció - szemléletformálás**
- 4. Szolgáltatói együttműködés és edukáció**
- 5. Együttműködések, közös felelősség - a DMO mint partner**
- 6. Adataalapú menedzsment - terhelés kezelése**
- 7. Példamutatás - saját működésben is**
- 8. Jövőbeni irányok és lehetőségek: okos desztináció - DIGITALIZÁCIÓ**

1. STRATÉGIAI SZINT – IRÁNY KIJELÖLÉSE, KÖZÖS KERET MEGTEREMTÉSE

A DMO egyik legfontosabb szerepe, hogy **közös nyelvet és célrendszert adjon a térség szereplőinek.**

Stratégiai cél – a négyévszakos, fenntartható Balaton

A hosszú távú cél egy olyan desztináció:

- amely **gazdaságilag stabil** egész évben
- amely **nem terheli túl** a környezetet
- amely **élhető marad** a helyi közösségek számára

EZ A „NÉGYÉVSZAKOS BALATON” KONCEPCIÓ LÉNYEGE.

Eszközök:

- fenntarthatósági alapelvek beépítése a desztináció stratégiájába
- mérhető célok meghatározása (pl. szezonhossz, terhelési mutatók)*
- egységes iránymutatás a fejlesztésekhez

VisitBalaton365 példa:

- a négyévszakos Balaton koncepció következetes képviselése
- a szezonaritás csökkentése, mint fenntarthatósági cél, nem csak gazdasági kérdés

A FENNTARTHATÓSÁG ITT VÁLIK **IRÁNYTŰVÉ**, NEM KAMPÁNNYÁ.

* új mérőszám – ún. Balaton-index kidolgozása és bevezetése

2. TERMÉK- ÉS KÍNÁLATFEJLESZTÉS – A KERESLET FORMÁLÁSA

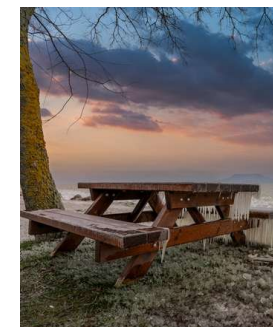
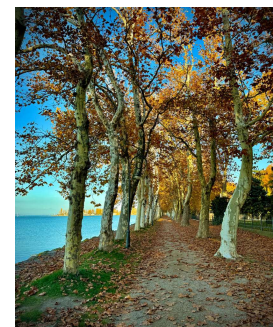
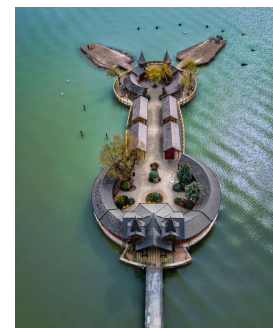
A DMO közvetlenül tud hatni arra, **mit és mikor fogyaszt a látogató.**

Eszközök:

- alacsonyabb terhelésű turisztikai termékek fejlesztése
- térben és időben diverzifikált kínálat
- helyi értékekre épülő programok

VisitBalaton365 jó gyakorlatok:

- aktív turizmus fejlesztése (pl. kerékpáros ajánlatok egész évben)
- gasztro- és borturisztikai fókusz erősítése a nyári szezonon kívül
- kevésbé frekventált térségek láthatóvá tétele tematikus ajánlókkal
- egész éves attrakciók erősítése



A FENNTARTHATÓ MŰKÖDÉS EGYIK KULCSA, HOGY **NEM UGYANAZT KÍNÁLJUK MINDENKINEK, MINDEN IDŐBEN.**

3. MARKETING ÉS KOMMUNIKÁCIÓ – SZEMLÉLETFORMÁLÁS

A DMO kommunikációja nemcsak inspirál, hanem **viselkedést is alakít.**

Eszközök:

- tudatos utazásra ösztönző kampányok
- nyári főszezonon kívüli élmények hangsúlyozása, kampányok a tavaszi, őszi és téli szezonban
- tematizált időszakok (pl. bor, természet, aktív kikapcsolódás)
- túlterhelt helyszínek helyett alternatívák ajánlása

Látogatói edukáció

tudatos utazói magatartás ösztönzése
élmény + felelősség összekapcsolása

VisitBalaton365 példák:

az egész éves Balaton élményének következetes kommunikációja olyan tartalmak, amelyek a nyugodtabb, természetközeli élményeket helyezik előtérbe élményalapú storytelling, amely nem tömegeket, hanem minőségi látogatást céloz

A marketing nem csak „odavonz”, hanem **irányt is mutat.**



4. SZOLGÁLTATÓI EGYÜTTMŰKÖDÉS ÉS EDUKÁCIÓ

A DMO hidat képez a szereplők között, és képes **szemléletet formálni a kínálati oldalon is.**

Edukáció és szemléletformálás - a DMO mint tudásközpont

A fenntarthatóság elterjesztésének egyik legerősebb eszköze az edukáció. Itt válik a stratégia napi működéssé.

DMO szerep ezen a ponton

- közös értelmezési keret kialakítása (mit jelent a fenntartható működés a Balatonon)
- gyakorlati megoldások bemutatása, nem elméleti iránymutatás
- tudásmegosztás és tapasztalatcsere ösztönzése

A cél: **nemcsak érteni, hanem alkalmazni.**

A VisitBalaton365 megközelítése

A szervezet célja nem kizárólag a stratégiai szintű előrelépés, hanem a **gyakorlati megvalósítás támogatása.**

Fókuszterületek:

- szakmai programok indítása
- workshopok, képzések szervezése
- tematikus események lebonyolítása

Ezek célja, hogy a szolgáltatók:

- konkrét eszközöket kapjanak
- saját működésükre tudják lefordítani a fenntarthatóságot
- inspirációt merítsenek egymás jó gyakorlataiból

Konkrét jó gyakorlat - Sustainia Roadshow

Az egyik első kézzelfogható lépés a Sustainia Roadshow balatoni megvalósítása volt.

Mi történt?


- a roadshow második állomása a keszthelyi DMSZ iroda volt
- fókusz: fenntartható megoldások és innovációk bemutatása
- célcsoport: helyi turisztikai szereplők

Miért fontos ez?

- kézzelfogható példákon keresztül mutatja be a lehetőségeket
- közvetlen párbeszédet indít a szolgáltatók között
- lebontja a „fenntarthatóság = bonyolult” percepciót

A jó gyakorlatok átadhatók és adaptálhatók.



A hand is shown holding a single wooden block above a stack of several wooden blocks. The background is a blurred indoor setting with light-colored walls and a window with blinds.

Következő lépések - tudatos építkezés

A jövőben a VisitBalaton365 ezt a szerepet tovább erősíti.

Tervezett irányok:

- rendszeres szakmai események
- tematikus workshopok
- célzott edukációs programok

Minőségfejlesztés

- kevesebb, de magasabb hozzáadott értékű szolgáltatás
- helyi termékek és szolgáltatók erősítése

Konkrét célok:

- a balatoni szolgáltatók tudásának fejlesztése, szolgáltatói hálózatok erősítése
- fenntartható működési minták és partnerségi alapú gondolkodás elterjesztése,
- jó példák bemutatása és helyi adaptációja
- közös kampányok, amelyekhez igazodva a szolgáltatók is fejlesztik kínálatukat

5. KÖZÖS FELELŐSSÉG – A DMO MINT PARTNER

A fenntartható turizmus nem valósítható meg egyetlen szereplő által.

A DMO szerepe ebben:

- platformot biztosít az együttműködéshez
- összekapcsolja a szereplőket

Együttműködések szerepe

- partneri együttműködés a szolgáltatókkal (nem ellenőrző, hanem támogató szerep)
- önkormányzatokkal való stratégiai partnerség (Balatoni Szövetség)
- regionális és nemzetközi projektek (pl. SMART TOUR)

Nincs fenntartható turizmus szétagolt működéssel.

Nemzetközi keret – új szintű működés

A **Global Sustainable Tourism Council (GSTC) tagság** ebben a folyamatban fontos mérföldkő.

Mit jelent valójában?

nem egy cím, hanem egy működési keretrendszer

6. ADATALAPÚ MENEDZSMENT – TERHELÉS KEZELÉSE

A DMO egyre inkább **adatvezérelt szervezetként** működik.

Eszközök:

- látogatói adatok, szokások elemzése
- forgalmi mintázatok feltérképezése, terhelés és kapacitás monitorozása
- döntéstámogatás a helyi szereplők számára

VisitBalaton365 irány:

- a kereslet időbeli és térbeli eloszlásának vizsgálata
- kampányok és fejlesztések ehhez igazítása

Üzenet: **amit mérünk, azt tudjuk alakítani.**

Azonban nálunk a hangsúly jelenleg a **mérés újragondolásán** van.



ÚJ SZEMLÉLET A TURIZMUS MÉRÉSÉBEN, A DMO MINT RENDSZERSZINTŰ GONDOLKODÓ

Kiindulópont – a jelenlegi mérési korlátok

A turizmus teljesítményének értékelése hosszú ideig szűk mutatókra épült:

- vendégszám
- vendégéjszakák száma
- forgalmi volumen

Ez a megközelítés azonban csak részben mutatja meg a valós hatást.

A VisitBalaton365 válasza – új típusú mérési modell kialakítása

A VisitBalaton365 ennek felismerésére reagálva kutatást indított, amelynek célja egy komplexebb, fenntarthatóságot is tükröző mérési rendszer kialakítása.

Alapvető szemléletváltás: nem az a kérdés, hogy „mennyi turista érkezik?“, hanem **„milyen hatást gyakorol a turizmus a térségre?“**

A kutatás is rámutat arra, hogy:

- a turizmus nem önálló ágazat, hanem több szektor működésének eredője
- a gazdasági hatás többszintű (közvetlen, közvetett, indukált)
- a hagyományos mérés nem képes megragadni a teljes ökoszisztémát

A döntések gyakran volumenalapú logikára épülnek, nem minőségi szempontokra.

Az új index logikája – három nézőpont integrálása

A tervezett megközelítés egy többdimenziós index, amely három kulcsszereplő tapasztalatát integrálja:

1. Helyi lakosság – életminőség dimenzió

élhetőség megítélése
turizmushoz való viszony
terhelés érzékelése

Kérdés: a turizmus javítja vagy rontja a helyiek életminőségét?

2. Vállalkozások – gazdasági működés dimenzió

kiszámíthatóság
jövedelmezőség
szezonalitás hatása

Kérdés: a turizmus stabil működést biztosít-e, vagy kiszolgáltatottá tesz?

3. Látogatók – élmény dimenzió

élmény minősége
zsúfoltság érzékelése
visszatérési hajlandóság

Kérdés: a Balaton értékalapú élményt nyújt-e, vagy tömegtermékké válik?

**„Amit mérünk, azt fejlesztjük. Ha csak a vendégéjszakákat mérjük, akkor tömeget építünk.
Ha a hatást mérjük, akkor jövőt.”**

7. PÉLDAMUTATÁS – SAJÁT MŰKÖDÉSBE IS

A DMO hitelessége azon múlik, hogy mit tesz a saját működésében.



Lehetséges eszközök:

- fenntartható rendezvényszervezés
- digitális megoldások előnyben részesítése
- helyi partnerek bevonása

VisitBalaton365 esetében:

- projektalapú, partnerségre épülő működés
- nem önálló „kampányok”, hanem integrált megközelítés
- nemzetközi projekteken való részvétel (pl. SMART TOUR), tudásmegosztás



A DMO NEM CSAK KOORDINÁL, HANEM **MINTÁT IS AD.**

A fenntarthatóság számunkra nem külön projekt, hanem működési alapelv: olyan döntések sorozata, amelyek egyszerre szolgálják a térség gazdasági stabilitását, a helyi közösségek életminőségét és a látogatói élmény hosszú távú megőrzését.

8. JÖVŐBENI IRÁNYOK ÉS LEHETŐSÉGEK - OKOS DESZTINÁCIÓ (SMART TOURISM) - DIGITALIZÁCIÓ



- digitális megoldások a terhelés szabályozására
- valós idejű információk a látogatóknak
- digitális desztinációmenedzsment platform
- innovatív turisztikai kártya



6. DIGITÁLIS DESZTINÁCIÓ-MENEDZSMENT MEGVALÓSÍTÁSA: BALATON DESZTINÁCIÓ PILOT PROJEKT


DIMOP_PLUSZ-1.2.2-24-2025-
00005

7. INNOVATÍV TURISZTIKAI KÁRTYARENDSZER A DIGITÁLIS HÁLÓZATOSODÁSÉRT

DIMOP_PLUSZ-1.2.2-24-2025-
00007

ÖSSZEGZÉS:

A DMO hatása
ott válik igazán láthatóvá,
ahol a fenti területek összeérnek:



**a stratégia irányt ad,
a termék ezt megvalósítja,
a marketing láthatóvá teszi,
az együttműködés fenntartja,
az adat visszacsatol,
a működés hitelesíti.**

Így válik a fenntarthatóság elméletből gyakorlattá a desztináció szintjén.

A fenntarthatóság nem attól valósul meg, hogy beszélünk róla, hanem attól, hogy egyre többen értik és alkalmazzák.
Ebben a folyamatban a desztinációmenedzsment szervezet feladata,
hogy **irányt mutasson, eszközöket adjon, és közösséget építsen.**

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

DR. HORVÁTH TERÉZ
horvath.terez@visitbalaton365.hu



VISIT
Balaton 365