

**Budapest Főváros I. kerület Budavári Polgármesteri Hivatal
JEGYZŐ**

KIVONAT

**A Budapest I. kerület Budavári Önkormányzat Képviselő-testületének
2015. november 19-én megtartott
ülésének jegyzőkönyvéből**

4. napirendi pont: Javaslat a Turisztikai Konceptió elfogadására
Előterjesztő: dr. Nagy Gábor Tamás
polgármester

172/2015. (XI.19.) Kt. sz. határozat

Budapest I. kerület Budavári Önkormányzat Képviselő-testülete úgy határoz, hogy a Budapest I. kerület Budavári Önkormányzat Turisztikai Konceptióját elfogadja.

Határidő: azonnal

Felelős: polgármester

(14 szavazatból 11 igen, 1 nem szavazattal, 2 tartózkodás mellett **elfogadva**)

k.m.f.

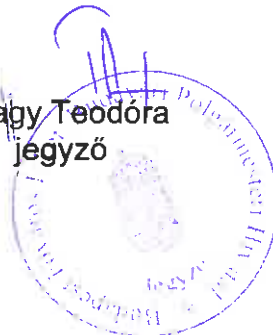
dr. Nagy Teodóra s.k.
jegyző

dr. Nagy Gábor Tamás s.k.
polgármester

A kivonat készült: 2015. november 20-án.

Hiteles:

dr. Nagy Teodóra
jegyző



**Budapest I. kerület
Budavári Önkormányzat**

Turisztikai Konceptió



**BUDAVÁRI
ÖNKORMÁNYZAT**
Hagyomány és Megújulás

Budapest, 2015.

Turisztikai koncepció

Készítette: M. dr. Koncz Mária, Kiss Réka

Tartalom

Bevezető – Az alapok.....	4
Módszertan.....	6
Általános rendelkezések.....	7
A turizmus bemutatása	7
Betekintés a turizmusba	8
Turizmus Magyarországon és Budapesten – helyzetelemzés.....	9
A turizmus jelentősége Magyarországon	9
Magyarország turizmusának alakulása.....	9
A kereskedelmi szálláshelyek forgalma	10
A legfontosabb küldőországok vendégforgalma	10
A turisztikai régiók vendégforgalma	10
A Magyarországra érkező látogatók és belföldi turisták motivációi	11
Budapest turisztikai helyzete	12
A kereskedelmi szálláshelyek forgalma	12
A Budapestre érkező külföldi és belföldi turisták motivációi.....	13
A szállodahajók vendégei	14
Az I. kerület turisztikai helyzetének bemutatása	15
Szálláshelyek forgalma.....	15
Múzeumok látogatottsága.....	16
A vári buszforgalom	18
Fesztivál- és programkínálat	18
Tripadvisor értékelések.....	19
A Budai Várba látogató turisták szegmensei.....	21
A Vár vendégforgalmának becslése.....	22
A Vár, mint turisztikai vonzerő hasznosítása.....	23
Külföldi gyakorlatok.....	23
Prága	23
Bécs.....	24
Salzburg.....	25
Következtetések	26
SWOT analízis	27
Környezeti, természeti adottságok, épített vonzerők.....	27

Szálláshelyek és vendéglátás	27
Programok, rendezvények, kultúra, sport és szórakozás	28
Egyéb tényezők (közlekedés, közállapotok, információ, kommunikáció, PR).....	29
SWOT analízis táblázat.....	31
Kapcsolódás a Budapest Turizmus Stratégiához	33
Várkert Bazár	33
Rendezvényhelyszínek és lehetőségek.....	34
Kiállítások, programok.....	34
Marketing, információ, kommunikáció.....	35
Jelenlegi állapot rövid ismertetése, hiányosságok	35
Feladatok	35
Kiemelt stratégiai témák	36
Partikuláris érdekek, célok ellentmondásai.....	37
Állami, kormányzati szereplők	37
Budapest Főváros Önkormányzata	38
Egyházak.....	38
Budavári Önkormányzat	39
Civil szervezetek.....	39
Magánvállalkozások.....	39
Lakosok, turisták, intézmények együttélése	41
Programkínálat	42
Prémiumturizmus - piaci szegmensek.....	43
Térhasználat - attrakciófejlesztés	44
Kapisztrán tér	44
Gellérthegy.....	45
Várbarlang.....	46
Tematikus útvonalak.....	46
Tervezett budapesti események lehetőségei	47
Arculat, imázs	47
Az önkormányzat stratégiai lehetőségei a turizmusban.....	48
Összegzés.....	50
Mellékletek.....	52
1. melléklet Vonzerőleltár	52
2. melléklet A turizmus mérése Magyarországon, a turizmus szatellit számlák.....	54

Bevezető – Az alapok

A turizmus a gazdaság egyik *húzóágazata*, amely a legösszetettebbek közé tartozik. Olyan fizikai és szolgáltatási termék, amelyben számos humán faktor játszik szerepet; csak ezekkel együtt válik piacképesé, értékesíthetővé. Gazdasági jelentősége óriási, és – továbbra is – növekvő tendenciát mutat.

A turizmus a *változásoknak erősen kitett* terület. Nem csak a gazdasági feltételek, az anyagi jólét függvénye, hanem a politikai klíma, a biztonság, továbbá a személyes igények és meggyőződések is befolyásolják alakulását.

Az utóbbi évtizedben *új tendenciák* jellemzik a világ turizmusát, amelyek – természetesen - nálunk is érvényesülnek. A *posztindusztriális turizmus*¹ időszakát éljük, amelyben a „vásárlók” már nem elégednek meg a hagyományos, „kész” szolgáltatásokkal, hanem aktív szerepet játszanak azok formálásában, *aktív részvételre vágnak, és személyre szabott, egyéni programokat keresnek*. Az új kulcsszó az „*élmény*”, amely nem csak a szabadidő eltöltésének új módjait hozta divatba, hanem megváltoztatta a hagyományos kulturális turizmust is. Ezt a folyamatot jelzik a kalandparkok, a szabaduló-játékok, az extrém sportok, az alternatív városnézések, a rendhagyó színházi előadások és koncertek, az éjszakai programok a múzeumokban, az állatkertekben, a szokatlan utcai programok (pl. street art, flashmob, stb.) A tendencia következtében egyre kevésbé népszerűek – különösen az ifjabb generáció körében – az előre összeállított „csomagok”, viszont egyre magasabb értéket képvisel mindaz, ami új a piacon, szokatlan, egyedi és különleges.

Budapesten is lejátszódott ez a változás, és ennek köszönhetően a magyar főváros nemzetközi pozíciói erősödtek. Egy vezető utazási magazin 2015. októberi értékelése szerint² Budapest Európa második legkedveltebb városa: csak Firenze előzi meg, míg Bécs a harmadik, Párizs pedig az ötödik helyen végzett. Elsősorban az itt dolgozó és az ide látogató külföldiek igényei teremtették meg azt a kényelmes és barátságos vendéglátói kapacitást (bárok, bisztrók, teázók, kávézók, éttermek, kitelepülések) és ételválaszték-bővülést, amely behozta a színvonalas nemzetközi konyhát, továbbá a minőségi alapanyagok „divatját”. Ma már a street food mellett a slow food-mozgalom is lábra kapott Budapesten, és a szokásos gyorséttermi kínálatnak komoly versenytársai vannak.

Persze, ebben a folyamatban is találkozunk olyan új jelenségekkel, amelyek nem a gondos jövőtervezésnek, hanem az *olcsóság tömegigényére* adott, spontán válaszoknak „köszönhetőek”: a buliturizmus térhódítása, az olcsó hostelek világa éles ellentétben áll azzal, amit a szakemberek, a főváros vezetői – és nem utolsósorban – a helyi lakosok szeretnének itt látni.

Ez utóbbi jelenség azonban, mint általában minden változás, ha vizsgálatára időt és energiát szánunk, már nem ilyen egysíkú: egyes romkocsmák és az azokban gyökeret verő termelői piacok, kézműves vásárok, kulturális programok kifejezetten értékesek, eredetiek. Az alternatív helyszínek egy része rendelkezik azzal a *lokális jelleggel kombinált „retro feelinggel”*, ami csak Budapesten található meg, és amely mostani népszerűségének egyik fontos oka.

¹ Árva, L. (2012): Új típusú turizmus, új típusú turizmus marketing a poszt-indusztriális korban. http://www.academia.edu/6478178/%C3%81rva_L._2012_%C3%9Aj_t%C3%ADpus%C3%BA_turizmus_%C3%BAj_t%C3%ADpus%C3%BA_turizmus_marketing_a_poszt-indusztri%C3%A1lis_korban_-_New_Types_pf_Tourism_and_Tourism_Marketing_in_the_Post-Industrial_World

²http://www.turizmusonline.hu/belfold/cikk/nemzetkozi_versenyen_lett_a_vilag_masodik_legjobb_varosa_budapest

Az „eredetiség” olyan érték, amelyet a mai turista nagyra tart. Éppen ezért szaporodtak el a háziipari, kézműves termékekre szakosodott kis üzletek, műhelyek, vásárok a fővárosban. A *kreatív ipar* egy olyan szegmens, mely egyszerre teremt üzleti és kulturális értéket. Magas a hozzáadott értéke, de nagyon érzékeny, mert nem létszükségleti cikkeket állít elő, termékeinek ára viszonylag magas, így a vásárlóerő csökkenését azonnal megérzi. Művelői a kézműves iparban, az alkalmazott képzőművészet és az iparművészet terén alkotnak. Az idegenforgalmilag leglátogatottabb helyszíneken a fiatal kreatívak rendszeresen szerveznek bemutatókat, vásárokat. Ez is olyan új jelenség, amelyből nem csak a turisták, hanem a helyiek is profitálnak.

A *Várnegyed Budapest turisztikailag egyik legfontosabb része*. Aki Budapestre eljön, az minden valószínűség szerint - legalább egyszer utazása vagy utazásai során - ide is ellátogat. Ismertsége és elismertsége egyaránt kiemelkedő. Nincs arra szükség, hogy a Várnegyed turisztikai jelentőségét tovább részletezzük: ez minden kutatásból – és saját tapasztalataink alapján is – nyilvánvaló.

Hasonlóképp arra *szükség, hogy a Várnegyedet újra „kitaláljuk”*. Ezt a városrészt a történelem évezredei már kifaragták, és elég jó munkát végeztek; éppen ez adja magas turisztikai értékét. Számos felmérés, terv, tanulmány, koncepció készült már jövőjéről, amelyek demográfiai, építészeti, műemlékvédelmi, közlekedési stb. szempontból kutatták fejlesztésének további lehetőségeit. Újabbak helyett inkább arra lenne szükség, hogy a jó javaslatok megvalósuljanak. Azt viszont érdemes megvizsgálni, hogy ezt *a desztinációt hogyan lehetséges és szükséges a turizmus érdekében továbbfejlesztani*, ugyanakkor az erőforrások pazarlása lenne, ha – a már elkészült anyagokat félretolva – újra nulláról indulva hoznánk létre egy újabb koncepciót. *Ez a koncepció különben, a gyakorlati élet szintjén, főbb elemeiben már létezik! A teendő csak annyi, hogy - a „desk research” után - mindazt, amit az önkormányzat városépítő, kulturális és hagyományőrző munkája során tett, összegyűjtjük, és a meglévő kutatások eredményeivel, tapasztalatainkkal kiegészítve egységes koncepcióvá gyúrjuk; megragadva a már megvalósult fejlesztések mögött meghúzódó, távlatos szándékokat, az „önkormányzati filozófiát”*.

Ennek legbiztosabb alapja az önkormányzat „Gazdasági program 2015-2019”c. dokumentuma. A program nagy hangsúlyt fektet a turizmus feltételeinek biztosítására, mivel a kerület gazdaságának jó része a turizmuson alapul, ahhoz kapcsolódik. Az önkormányzat elkötelezettségét mutatja a következő részlet is: „A Budavári Önkormányzat tudatosan és fenntartható módon javítja az épített és természeti környezet minőségét annak érdekében, hogy mind az itt lakók elvárásainak, mind a turizmus igényeinek példaértékűen megfeleljen.”

A program megfogalmazza az idegenforgalommal kapcsolatos stratégiai célokat: a kiemelkedő idegenforgalmi szerep megőrzését; a turisták és ide látogatók részére megfelelő infrastruktúra biztosítását (beleértve a megfelelő információval történő ellátást, a fizikai és informatikai akadálymentesítést is).

Ez a szellem nyilvánul meg az elmúlt másfél évtized kerületi fejlesztéseiben, építkezéseiben is. Ezekből kiolvashatjuk azokat a *hosszú távú fejlesztési elképzeléseket*, amelyek világosan mutatják: milyennek szeretnék látni az önkormányzat vezetői a Várnegyedet tíz-húsz év múlva. Az intézkedések, fejlesztések közül ki kell emelni a városképi rehabilitációt, a lakó- és középületek felújítását, különösen pedig a műemléki épületek helyreállítását. A Várkert Bazár felújításának részeként készült el például a Döbrentei tér, a Döbrentei utca, az Apród utca és Lánchíd utca szakaszos felújítása, továbbá megépült a Hilton buszforduló. Az önkormányzat saját erejéből újította fel a Tóth Árpád sétányt, a Viziváros műemléképületeit, a Krisztina teret, a Clark Ádám tér egy részét, a Batthyány tér egy részét, a Mária teret, a Szentháromság

teret, a Hess András teret és a Szentháromság utcát, a Fátyol parkot, a Zenepavilon környezetét, valamint a Batthyány és a Hattyú utca sarkán álló, új kis teret.

Ámbár a már befejezett fejlesztések zöme infrastrukturális, ezek egyben turisztikai jellegűek is. A városkép, a történelmi levegőt árasztó környezet ugyanis a Várnegyed legjelentősebb attrakciója. Ezzel csaknem egyenrangú a közterületek felújítása és a közlekedési kapcsolatok megteremtése a Vár és környezete között, valamint a parkolás szabályozása. A nézelődésre, sétálgatásra hívogató, rendezett és barátságos tereken új szolgáltatások jelentek meg: kávézók és egyéb kitelepülések, amelyek komfortosabb, kényelmes környezetet biztosítanak a turistáknak, és persze, az itt élőknek is.

Ez a megállapítás vonatkozik a biztonság kérdésére is. Fejlődő, virágzó turizmus csak olyan területeken valósulhat meg, ahol a háttér-infrastruktúra, a turizmushoz szervesen nem kapcsolódó (köz)szolgáltatások is támogatják az idegenforgalmat. Az infrastruktúra és a közlekedés mellett nagyon fontos a közbiztonság kérdése. A rendőrségi beszámolók alapján elmondható, hogy az első kerület valóban a főváros egyik legbiztonságosabb helye, ahol folyamatosan csökken a bűncselekmények száma. A Vár mára szinte teljesen mentes a tiltott szerencsejátéktól. Csökkent a zsebtolvajlások száma és az elmúlt évben (2014.) egyáltalán nem történt táskalejtés. A közbiztonságot erősíti a rendszeres rendőri és közterület-felügyeleti jelenlét, a vári körzeti megbízott és a térfigyelő kamerák működése. A közbiztonság magas foka kedvez a turizmus további fejlődésének.

A folyamatában megvalósuló *jövőképpel* összhangban, a befejezett beruházásokra és a tervek, programok építve lehet a szükséges turisztikai fejlesztéseket meghatározni. Jelen koncepció erre tesz javaslatokat.

Módszertan

A Budapest I. kerület Budavári Önkormányzat Turisztikai koncepciójával a Budai Vár, illetve az egész kerület turizmusát szeretnénk bemutatni, valamint a lehetséges fejlesztési irányokat kijelölni, a jövőbeli terveket kidolgozni. A koncepció kidolgozását a jogi szabályozási rendszer, illetve keret meghatározásával kezdtük. A jelenlegi helyzetet leginkább a kereskedelmi szálláshelyadatok, az eltöltött vendégéjszakák száma alapján vagyunk képesek leírni, jellemezni. Ahhoz, hogy pontosabb képet kaphassunk a kerületi turizmus jelenlegi állapotáról, célszerűnek láttuk, hogy először a magyarországi, majd pedig a budapesti trendeket is bemutassuk. Ezek után következett az I. kerület jelenlegi helyzetének ismertetése a szálláshelyek forgalmának, a múzeumok látogatottságának, a Várban rendezett fesztiválok adatainak segítségével. Mivel a kerületben az utóbbi tizenöt évben nem történt helyszín-specifikus, a turisták mozgását követő, elégedettséget is mérő kutatás, a látogatók véleményének elemzése vevői értékelést biztosító közösségi felületen való megjelenés alapján valósult meg.

A lehetséges tervezési irányok meghatározhatósága érdekében SWOT elemzéseket végeztünk több területen is: 1. környezeti, természeti adottságok, épített vonzerők, 2. szálláshelyek és vendéglátás, 3. programok, rendezvények, kultúra, sport és szórakozás, 4. közlekedés, közállapotok, információ, kommunikáció, PR. Ezen területek erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek valamint veszélyeinek elemzésével jelöltünk ki tervezési irányokat.

Ezután a kerületben megvalósuló, megtalálható marketing-eszközök bemutatása, elemzése, a lehetséges fejlesztési irányok kijelölése következett. Koncepciónk végén az általános célok

megfogalmazása mellett törekedtünk jövőbeli konkrétabb terveket, a turizmus lehetséges fejlesztési irányait kijelölni.

Általános rendelkezések

Jelenleg Magyarországon nincs külön turizmus törvény. A jogi szabályozás az alábbi törvények, valamint rendeletek alapján zajlik:

- Költségvetési törvény: Turisztikai célleírányzat összege
- Helyi adókról szóló törvény: Idegenforgalmi adó (IFA)
- Helyi önkormányzatokról szóló törvény: a főváros és a megyék idegenforgalmi feladatai
1991. évi XX. törvény V. Ipari és kereskedelmi igazgatás, 66. §:
„A fővárosi, a megyei önkormányzat közgyűlése
a) összehangolja - a kiemelt üdülőkörzetek kivételével - az idegenforgalom területi érdekeit az országos érdekekkel, gondoskodik az idegenforgalmi értékek feltárásáról, bemutatásáról, propagálásáról;
b) véleményt nyilvánít a kiemelt üdülőkörzetek fejlesztési koncepciójáról, programjáról;
c) összehangolja az idegenforgalom helyi fejlesztését, és elemzi a terület idegenforgalmának alakulását.”
- Törvény a területfejlesztésről és területrendezésről
- Törvény a műemlékvédelemről
- Törvény a fogyasztóvédelemről
- Adózás rendjéről és az egyes adónemeket érintő aktuális törvények
- Rendelet az idegenvezetésről
- Rendelet az utazásszervező és -közvetítő tevékenységről
- Rendelet az egyes ipari, kereskedelmi és idegenforgalmi tevékenységek gyakorlásához szükséges képesítésekről
- Rendelet a magán szálláshelyek idegenforgalmi célú hasznosításáról
- Rendelet a vendéglátóüzletek kategóriába sorolásáról
- Rendelet a kereskedelmi és fizető-vendéglátó szálláshelyek osztályba sorolásáról, valamint a falusi szálláshelyek minősítéséről
- Rendelet a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok, valamint munkaszervezeteinek feladatairól

A turizmus bemutatása

Az idegenforgalom összetett fogalom. *Dr. Lengyel Márton* megfogalmazása (1986) alapján: turizmus alatt egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (lakásán és munkahelyén) kívüli valamennyi helyváltoztatását és tevékenységét értjük, bármi is legyen az az indítéka, időtartama és célterülete. Emellett magába foglalja a kapcsolódó szolgáltatások és intézmények összességét. Turisztikai iparnak vagy idegenforgalmi szektornak is nevezhetjük az igények kiszolgálására irányuló gazdasági ágazatot. Az autóipar és energiaipar mellett a világ három legnagyobb ágazata között szerepel. Az idegenforgalom növeli az állami bevételeket,

gyorsítja az államok gazdasági növekedését, valamint fokozza a tőkebefektetéseket. Befolyásolja az infrastruktúra, a vendéglátó- és szállodaipar fejlődését.

Betekintés a turizmusba

Mai világunk nem létezhet turizmus nélkül; bárhol járunk, találkozunk vele. Országok, megyék, települések érdekeltek abban, hogy az idegenforgalom elemeit fejlesszék, s vonzerejüket fokozva a turisztikai szektorban elfoglalt pozíciójukat javítsák. A turizmus fontos szerepet tölt be egy település életében, amely különleges, egyedi látnivalóval, természeti értékkel rendelkezik. Alapvetően éppen ez: a különlegesség, egyediség a legfontosabb, s az idegenforgalmat e köré tudják felépíteni. A hagyományokat hűen őrző és bemutató falu épp úgy része a hazai és nemzetközi turizmusnak, mint a modern balatoni város vagy a főváros impozáns belvárosi negyede.

A turizmus a nemzetközi kereskedelem meghatározó tényezőjévé és a világ egyik legfontosabb társadalmi-gazdasági ágazatává fejlesztette magát.³ Ez nem meglepő, hiszen a fejlődő országok gazdaságában a hazai és nemzetközi turizmus is egyre nagyobb teret hódít. Egyre több turista igényli a pihenést, egyre többen szeretnének „világot látni”, új helyekkel megismerkedni, s szórakoztató rendezvényeken részt venni. Ennek alapján a turizmusra építő területekben terveket készítenek, hogy vonzerejüket fent tarthassák, a vendégek igényeit kielégíthessék, s így nagyobb nyereségre, profitra tegyenek szert.

Amennyiben hazánk régióit, mint turisztikai célpontokat vizsgáljuk akkor a *Balaton és a Budapest- Közép-Duna vidék tartozik a legkedveltebb célpontok* közé a hazai turisták körében. 2005-től egészen 2007-ig az összes többnapos utazás számát tekintve a budapesti régió vezette a sort, ám a Balaton 2008-tól megszerezte az első helyet, melyet még ma is tart.⁴

A turisztikai ágazatnak mindenképpen be kell fektetnie kereskedelmi vállalatokba, azokat hatékonyan kell működtetnie, az újdonságokat bevezetni, a lehető legjobb szolgáltatást nyújtania, hogy a turisták egyre növekvő igényeit ki tudja elégíteni. Mindehhez szükséges a jó tervezés, szervezés, menedzselés, azonban a lehetséges akadályokat, buktatókat még időben fel kell tárni, hogy a turizmus színvonala ne csorbuljon.

Egy régió, település számára a turizmus fellendülése *pozitív vagy akár negatív következményekkel* is járhat. Jelentheti új munkahelyek teremtését, plusz bevételeket, az infrastruktúra, s akár a természeti környezet fejlesztését kényszeríti ki, megjelennek új turisztikai vállalkozások, fejlettebb intézmények jönnek létre. Így a turizmusnak köszönhető változások a helyi lakosok életszínvonalának emelkedéséhez is hozzájárulhatnak. Azonban ha a stratégia rosszul tervezett, negatív következményekhez vezethet az idegenforgalom növekedése. Ilyen a környezetszennyezés, a közlekedési zavarok, a természet és a történelmi helyszínek lepusztulása.

³ World Tourism Organization (2000): A fenntartható turizmus fejlesztése, Geomédia Kiadói Rt., Budapest, 13. oldal

⁴ https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt010.html 2015-07-03

Turizmus Magyarországon és Budapesten – helyzetelemzés

A turizmus jelentősége Magyarországon

A turizmus hazánkban jelentős mértékben járul hozzá a gazdaság élénkítéséhez, és a munkahelyteremtéshez. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) legutóbbi, 2011-es évre elkészített turizmus szatellit számlái⁵ alapján a turisztikai ágazat kibocsátása 3183 milliárd forint volt, amiből a turisztikai ágazatok összes hozzáadott értéke alapján 1223 milliárd forintot tett ki, ami 5,6 %-os közvetlen hozzájárulást jelent a GDP-hez. A turizmusban foglalkoztatottak száma 352 ezer fő volt, tehát a munkahelyek 9 %-át közvetlenül a turizmus generálta.

A World Travel & Tourism Council (WTTC) becslése alapján, mely a KSH-tól eltérő módszertannal dolgozik, 2014-ben a turizmusnak a gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása nomináláron 1252,8 milliárd forint volt (2013-ban 1209,3 milliárd forint). Ez a GDP 3,9 %-át tette ki. A közvetett hatásokat is magába foglaló hozzájárulása 3255,3 milliárd forint (2013-ban 3127,8 milliárd forintot tett ki), azaz a GDP 10,3 %-a volt, amely a világszintű átlagnál (9,5 %) magasabb érték.⁶ A WTTC mindkét mutatót tekintve növekedést jelez 2015-re vonatkozóan: a közvetlen hozzájárulás összege 6,5%-kal, míg a közvetett hozzájárulása 5%-kal fog növekedni az idei évben.

A WTTC adatai alapján a turizmusnak a foglalkoztatáshoz való közvetlen hozzájárulása (237.500 állás) a teljes foglalkoztatás 5,6%-át, míg a közvetett hozzájárulása (415.500 állás) a 9,8%-át tette ki. 2015-re vonatkozóan növekedést vár a WTTC: a turizmus által közvetlenül generált állások száma 5,1%-kal, a közvetetten generáltaké pedig 4,4%-kal fog növekedni idén.

A látogató export (visitor exports), azaz a külföldi turisták által hazánkban elköltött pénz a WTTC adatai alapján 2014-ben 1636,7 milliárd forint volt. 2015-ben ez előreláthatólag 10%-kal fog emelkedni, és Magyarországra akár 11.513.000 nemzetközi turista (külföldi) is érkezhet 2015 folyamán.

2013-ban a Magyarországra látogató külföldi és a belföldi turisták becsült költése összesen 1232,2 milliárd forint volt, amiből 262,0 milliárd forint áfabevétel keletkezett. A becslés a következő adatokon alapul: a KSH adatai szerint a Magyarországra látogató külföldiek turisztikai célú költése 2013-ban 890,9 milliárd forint volt. Ugyanebben az évben a magyar lakosság turisztikai célú (többnapos) belföldi utazásra 258,5 milliárd forintot költött. A Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményein alapuló becslés szerint 2013-ban az egynapos (turisztikai célú) belföldi utazásokra fordított becsült összeg 82,8 milliárd forint volt, tehát ezen értékek alapján a magyar lakosság belföldi utazásokra fordított összes kiadása 341,3 milliárd forint volt.

Magyarország turizmusának alakulása

A 2008-ban kirobbant gazdasági válság hazánk turizmusára is komoly hatást gyakorolt. A válság előtti, 2007-es év eredményeit, a hazai kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek és vendégéjszakák számát tekintve, először 2011-ben sikerült elérni, majd 2012-ben és 2013-ban további növekedés történt ezen a területen is.

⁵ <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/turizmszatt/turizmszat11.pdf>

⁶ <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/hungary2015.pdf>

A kereskedelmi szálláshelyek forgalma

A KSH adatai szerint 2014-ben az előző évihez képest 5,24%-kal emelkedett a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (4.617.751 fő), s az általuk eltöltött vendégéjszák száma 3,07%-kal nőtt (12.351.330 éjszaka). Az átlagos tartózkodási idő nem változott, 2,7 nap volt mindkét esztendőben. A szobakapacitás-kihasználtság 2014-es évben 43,5%-os volt, ami 1,5 százalékpontos növekedést jelent az előző időszak adataihoz képest. A férőhelykapacitás-kihasználtság 27,5%-os volt, amely alacsony szintű emelkedést mutat az előző évihez képest (0,9 százalékpontos növekedést). A kereskedelmi szálláshelyek forintban számított, bruttó szállásdíj-bevétele 13,8 %-os növekedést mutatott a 2013-as év eredményeihez képest. A bruttó bevétel 2014-ben 189.685.264 ezer forint volt, melynek döntő többsége, 61,1%-a külföldi vendégektől származott. A kereskedelmi szálláshelyek bruttó bevétele vendéglátásból ugyancsak nőtt az előző időszakhoz képest 7,3%-kal (4.920.924 ezer forinttal), tehát 2014-ben 71.987.240 ezer forintot tett ki az ebből a szegmensből származó bevétel.

A legfontosabb küldőországok vendégforgalma⁷

Hazánk küldőországait tekintve a legfontosabb, mely a vendégéjszákák számát tekintve évek óta az első helyen áll, Németország, melyet Ausztria, Oroszország, Egyesült Királyság, Olaszország, Csehország, Lengyelország, USA, Románia majd Hollandia követ az első tíz helyen. Közülük 2014-ben Csehország (+11,0%) és az USA (+10,9%), esetében nőtt jelentősen a kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszákák száma az előző évhez képest. Kisebb mértékben, de szintén pozitívan változott a brit (+8,8%), a lengyel (+7,9%), a román (+4,9%), az olasz (+1,6%), az osztrák és az orosz (+1,4%) vendégéjszákák száma is az év során. Az orosz vendégéjszákák számának éves szintű növekedése különösen kedvező hír, mivel a krími válság következtében számuk augusztus óta csökkent, az ukrán vendégéjszákák száma pedig 11,1%-kal csökkent 2014 egészét tekintve. (A rendelkezésre álló legfrissebb európai statisztikák alapján 24 desztináció közül Magyarország mellett mindössze két országban nőtt tavaly az orosz vendégforgalom.)

Az első tíz küldőpiacon kívüli országokat vizsgálva növekedő tendencia figyelhető meg. A forgalom kedvezően alakult, négy piac esetében igen jelentős (20% feletti) növekedés volt tapasztalható: Málta (+59,1%), India (+26,6%), a Koreai Köztársaság (+25,8%) és Írország (+22,2%).

A turisztikai régiók vendégforgalma⁸

2014-ben az előző év adataihoz képest a vendégéjszákák számát tekintve Magyarország minden turisztikai régiójában növekedés volt megfigyelhető. A teljes vendégforgalmat tekintve 2014-ben abszolút értékben a Budapest–Közép-Dunavidék régióban (342 ezer éjszakkával, 3,9%-kal) emelkedett a legnagyobb mértékben a vendégéjszákák száma, amelyet Észak-Magyarország (226 ezer éjszaka, 12,6%-os növekedés) követett. A többi régióban is

⁷ http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Magyarország_turizmusa_2014_elozetes_adatok.pdf/af18630c-e9fa-4751-9b6b-0ea77e0a3cd9

⁸ http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Magyarország_turizmusa_2014_elozetes_adatok.pdf/af18630c-e9fa-4751-9b6b-0ea77e0a3cd9

növekedést tapasztaltak: a Dél-Alföldön (+191 ezer éjszaka, +14,8%), az Észak-Alföldön (+144 ezer éjszaka, +8,6%), a Nyugat-Dunántúlon (+119 ezer éjszaka, +4,6%), a Balaton régióban (+86 ezer éjszaka, +1,8%), a Közép-Dunántúlon (+59 ezer éjszaka, +6,7%), a Dél-Dunántúlon (+44 ezer éjszaka, +4,9%) és a Tisza-tónál (+14 ezer éjszaka, +5,6%) egyaránt.

A külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma a legdinamikusabban az Észak-Alföldön (+7,9%) és Észak-Magyarországon (+7,2%) bővült. A külföldi vendégéjszakák száma növekedést mutatott továbbá a Dél-Alföldön (+4,4%), a Közép-Dunántúlon (+3,9%), a Budapest–Közép-Dunavidék régióban (+3,2%), a Nyugat-Dunántúlon (+2,8%) és a Tisza-tónál (+1,1%). A belföldi vendégéjszakák számában 10% feletti növekedést regisztráltak a Dél-Alföldön (+18,3%) és Észak-Magyarországon (+13,7%). A többi régiót is a belföldi vendégéjszakák számának emelkedése jellemezte: az Észak-Alföldön 8,9%-kal, a Közép-Dunántúlon 7,9%-kal, a Budapest–Közép-Dunavidék régióban 7,4%-kal, a Tisza-tónál 7,1%-kal, a Dél-Dunántúlon 6,5%-kal, a Nyugat-Dunántúlon 6,3%-kal, a Balatonnál pedig 4,0%-kal növekedett a vendégéjszakák száma.

A Magyarországra érkező látogatók és belföldi turisták motivációi

A külföldi látogatók motivációját⁹ tekintve különbséget kell tennünk az 1-3 éjszakás valamint a 4, és annál több éjszakás látogatások között. A rokon, barát, ismerős meglátogatása a hosszabb időre érkezők körében 19,8%-ban jellemző, míg az 1-3 napot itt töltőknek 30,8%-a érkezik emiatt hazánkba. Üdülés, szórakozás miatt a megkérdezett külföldiek 9,9%-a jött Magyarországra 4-nél több éjszakára, míg a kevesebb napot eltöltőknek 22,7%-a. A következő legnépszerűbb motiváció a körutazás, városlátogatás, amelyek miatt a hosszabb időt itt töltők közül 22,7%, míg az 1-3 napot itt töltők közül 16,2% érkezett hazánkba. Egészségturizmus (egészségmegőrzés, gyógykezelés gyógyfürdőben, fogászat, plasztikai és egyéb műtétek, kezelések) miatt a válaszadók 3,1 %-a, illetve 16%-a utazott Magyarországra. További motivációként a következők jelennek meg a külföldi turisták esetében: üzleti út, kiállítás, vásár (13,8%; 4,5%); kulturális és sportrendezvény (3,4%; 2,6%); konferencia, kongresszus (0,6%; 0,6%); egyéb turisztikai motiváció (2,6%; 1,9%); vásárlás (0,3%; 0,2%); átutazás (16,0%; 0,0%); egyéb, nem turisztikai motiváció (7,8%; 4,4%).

A belföldi turisták motivációit tekintve összességében az első helyen a szórakozás, pihenés, üdülés, sport áll, melyet az 1-3 éjszakás látogatók 27,4%-a, míg a 4+ éjszakás turisták több, mint fele, 58%-uk jelölt meg. A második leggyakoribb motivációs tényező a rokon, barát, ismerős meglátogatása, melyet az 1-3 éjszakás turisták döntő többsége, 56,9%-a, a hosszabb utazáson résztvevők 27,5%-a adott meg. A többi motivációt a válaszadók viszonylag alacsony százaléka jelölte meg, tehát nem nevezhetők az utazások fő mozgatóinak. Ezek a következők: egészségmegőrzés (3,8%; 4,6%); városnézés (1,5%; 1,1%); hobbi jellegű munkavégzés (3,9%; 3,8%); iskolai tanulmányút, tábor (0,7%; 2,0%); természetjárás (0,9%; 1,2%); kulturális és sportrendezvény (1,5%; 0,6%); konferencia, kongresszus (1,5%; 0,5%); üzleti út, kiállítás, vásár (1,3%; 0,1%); egyéb (0,6%; 0,5%).

⁹ http://itthon.hu/documents/28123/8118959/StatElo_2014_HU_oldalankent.pdf/dda853ce-c385-4fa3-ac56-1c271ee102ca

Budapest turisztikai helyzete

Budapest turizmusát vizsgálva azt látjuk, hogy az előző években hasonló tendenciák jelentkeztek, mint az ország egész területén.

A kereskedelmi szálláshelyek forgalma¹⁰

A fővárosban a vendégéjszakák számát tekintve növekedés figyelhető meg. Az előző évihez képest 4,2%-os emelkedés volt 2014-ben; a vendégek által, kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött éjszakák száma a KSH adatai alapján 8.152.775 volt. A külföldiek által eltöltött éjszakák száma 7.214.156 volt, ami 88,5%-ot jelent, amely arány az előző évhez képest nem mutat változást. A kereskedelmi szálláshelyeket igénybe vevő vendégek száma 6,5%-kal emelkedett (3.508.159 fő), melynek igen jelentős hányada, 86,4%-a külföldi turista volt. 2013-ban még 87%-ot tett ki a külföldi vendégek száma, tehát ezen a területen elenyésző volt a változás. A KSH adatait elemezve a vendégek átlagos tartózkodási idejét tekintve csökkenés következett be a 2013-as évhez képest: 2014-re 2,4 éjszakáról 2,3 éjszakára csökkent az átlag. A külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje nem változott az utóbbi két évben: 2,4 éjszaka volt 2013-ban és 2014-ben egyaránt. A belföldi turistáknál azonban csökkenés figyelhető meg, 0,1 éjszakával rövidült a Budapesten eltöltött éjszakák száma. Ami a kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj- árbevételét illeti, a fővárosban nagymértékű növekedés realizálódott. A 2014-es esztendőben ez az összeg 90.398.813 ezer forint volt, mely 13,3%-os emelkedést jelent. Ennek igencsak számottevő hányada, 92,2%-a származott külföldi vendégektől. A szobakapacitás-kihasználtság 2013-ról a következő évre 2,6 százalékponttal nőtt, 2014-ben 62,7% volt. A férőhelykapacitás-kihasználtság ennél jóval kisebb teljesítményt mutatott: 46,1% volt 2014-ben, ami 1,2 százalékpontos emelkedést jelentett.

A KSH adatai alapján a fővárosi *közösségi szálláshelyek* forgalmának dinamikus bővülése volt jellemző. Az idei első félévben 90 ezer vendég szállt meg bennük, számuk egy év alatt 39%-kal nőtt, az általuk eltöltött vendégéjszakáké pedig 41%-kal.

Budapestről szólva érdemes megemlíteni azt a tendenciát, amely nem csak külföldön nyert teret, hanem hozzánk is begyűrűzött - a lakásmegosztó honlapok, kezdeményezések egyre nagyobb kedveltségének köszönhetően. Itt kell megemlítenünk a Couchsurfing-et, azaz a kanapészörfözést is, mely jelenség már tíz éve nyújt igencsak gazdaságos – ingyenes – szálláslehetőséget a világ szinte bármely pontján. Alapja a bizalom, a kedvesség és a nyelvtudás. Napjainkban már több millióan használják ezt a lehetőséget arra, hogy még közelebbről megismerjék az adott ország kultúráját, az ott élő embereket.

Fontos megemlíteni az egyre magasabb albérlet- és lakásárakat is. A növekedési tendencia a turizmus és ezzel a magán-szálláshelyek keresettségének fellendülésére, és egy új fogyasztói réteg – a fiatal buli-turisták - megjelenésére vezethető vissza. Ez a folyamat az utóbbi hónapokban látszik tetőződni. Budapesten is egyre többen látnak nagyon *jó üzletet a lakáskiadásban*, ennek köszönhetően jellemző, hogy a tulajdonosok inkább turistáknak, látogatóknak adják ki lakásaikat, semmint albérlőknek, hiszen így több jövedelemhez juthatnak, mintha tartós szerződést kötnének valakivel. Ennek okán az albérlet, illetve a lakásárak jelentősen megnövekedtek, szélesedett a „szürke” és „feketegazdaság”, továbbá forgalmukról nincs semmiféle adat, így nem kerülnek be a statisztikákba.

¹⁰ Forrás: KSH, Tájékoztatói Adatbázis, 2015, www.ksh.hu

A Budapestre érkező külföldi és belföldi turisták motivációi

A KSH 2014-es adatai alapján a külföldről Budapestre látogató turisták motivációi között az első helyen az átutazás áll 35,1%-kal, míg a második helyen az egyéb kategória (22,6%), melyben a vadászat, saját ingatlan felkeresése, vallási cél, és a vásárlás, mint motivációk kaptak helyet. Majd ezek után következik az üdülés, szórakozás, pihenés 14,9%-kal. A többi utazási motiváció az alábbi sorrendben követi egymást: rokon, barát, ismerős meglátogatása (11,4%); hivatalos cél (8,8%); egészségmegőrzés (5,8%); kulturális rendezvény, sportrendezvény (1,3%).

A külföldi látogatók motivációit összehasonlítva a tartózkodási idő függvényében az alábbi eredményeket kapjuk (esetünkben itt az egynapos utakat hasonlítjuk a többnapos utakkal):

Külföldi látogatók motivációi	egynapos utak	többnapos utak
Üdülés, szórakozás, pihenés	7,7	35,1
Rokon, barát, ismerős meglátogatása	6,9	24,1
Hivatalos cél	7,3	13,1
Kulturális rendezvény, sportrendezvény	0,8	2,7
Egyéb	29,1	4,5
Egészségmegőrzés	4,1	10,7
Átutazás	44,2	9,8

A táblázat adataiból jól látszódik, hogy míg az egy napra érkező turisták között az első számú ok, amiért Budapestre jönnek, az átutazás, addig a többnapos utak esetében az első helyen az üdülés, szórakozás, pihenés áll. A második motivációs elem az egynapos látogatók körében az „egyéb” kategória, melyben a vadászat, saját ingatlan felkeresése, vallási cél, és a vásárlás található meg.

A KSH 2014-es adatai alapján a belföldi turisták döntő többsége, 66,9%-a rokon, barát, ismerős meglátogatása céljából érkezik a fővárosba. Ez kiemelkedően magas arányt képvisel a megkérdezett látogatók körében. A második leggyakoribb motiváció a már jóval alacsonyabb arányt (13,9%-ot) képviselő üdülés, szórakozás, pihenés, majd ezek után következik 3. motivációs elemként megjelölve a hivatalos cél, melyet a válaszadók 11,6%-a jelölt be. A további tényezők sorrendben a következők: kulturális rendezvény, sportrendezvény (3,4%); iskolai tanulmányút, tábor (1,9%); egyéb (1,7%); hobbi jellegű munkavégzés (0,5%); egészségmegőrzés (0,1%).

Amennyiben a látogatók által eltöltött napokat is figyelembe vesszük, s az 1-3 éjszakát valamint a 4 és annál több éjszakát Budapesten töltő turisták csoportjait külön vizsgáljuk, az alábbi arányokat figyelhetjük meg:

Belföldi turisták motivációi	1-3 éjszaka	4 vagy több éjszaka
Rokon, barát, ismerős meglátogatása	65,8	73,1
Üdülés, szórakozás, pihenés	12,9	19
Hivatalos cél	13,7	0,4

Kulturális rendezvény, sportrendezvény	3,7	1,4
Iskolai tanulmányút, tábor	1,8	2,3
Egyéb	1,8	1,4
Hobby jellegű munkavégzés	0,2	1,9
Egészségmegőrzés	0,1	0,4

A táblázat értékeit vizsgálva szembevető különbség figyelhető meg a fővárosban eltöltött éjszakák számától függően.

A motivációk vizsgálatánál fontosnak tartottuk kiemelni az *újonnan megjelenő szórakozási programlehetőségeket*, amelyek évről-évre egyre több fiatal turistát vonzanak Budapestre. Manapság Budapest belvárosában egyre nagyobb hírnek és közkedveltségnek örvendenek a romkocsmák, amelyek annyira „kinőtték” magukat, hogy Budapest imázsát jelentős mértékben befolyásoló tényezővé váltak; az országba vonzva a fiatal, szórakozni vágyó látogatókat. Erre a szegmensre építve jelentek meg a belvárosban olyan biciklik is, melyeken az érdeklődők felfedezik a várost, s közben szórakoznak is. Ez a réteg már olyan számottevő forgalmat generál, hogy sorra jelennek meg a kifejezetten az ő igényeiket kielégítő, különleges programok, újdonságok: az új típusú vendéglátóhelyek, szabaduló játékok (escape games room), kalandparkok, fiatalok közösségi szálláshelyei.

A szállodahajók vendégei

A dunai hajóutak¹¹ hazánk turisztikai kínálatának fontos elemei, a több európai várost is érintő körutazások egyik kedvelt állomása Budapest. A Magyar Turizmus Zrt. információi szerint ennek a szegmensnek a vendégforgalma évről-évre növekszik, s 2014-ben a szakértői becslések alapján elérte a 400 ezer főt. Ezen a téren Bécs és Pozsony városa jelenti a legnagyobb konkurenciát Budapesttel szemben. Egy 2014 őszén megvalósult kutatás a szállodahajók vendégeiről a következőket állapítja meg: a hazánkba hajóval érkező vendégek fele (50,9%) nem vett részt elő-, vagy utótúrán, azaz a hajóutat sem előtte sem utána nem kísérte szabadidős célú tartózkodás. A válaszadók átlagosan 2,29 éjszakát töltöttek Budapesten, ebből 1,94 éjszakát a hajón. Viszont sokan nyilatkoztak úgy, hogy szívesen töltenének el több időt a fővárosban. A vizsgált célcsoport utazásai a főszezonon kívüli időszakban is jelentősek. A megkérdezettek 80%-a szerint a főváros önmagában is jelentős vonzerővel bír. Azt, hogy Budapest is az utazás része volt, a válaszadók többsége (59,1%) nagyon fontosnak, további 20%-a fontosnak vélte az utazási döntése során. Nagy többségük (89,6%) nem járt még korábban Budapesten. A város mellett szólt, hogy a hajóutak utolsó állomása volt, valamint pozitívumként említették a megkérdezettek Budapest szépségét, történelmét és a magyarországi rokon kapcsolatokat is. Elégedettek voltak a válaszadók a szervezett városnéző programokkal, a budapestiek vendégszeretetével és az éttermekkel is. Egy ötfokú skálán legalább 4,5-ös átlagot ért el a város atmoszférája, a kulturális programok, a tömegközlekedés és a vásárlási lehetőségek. A megkérdezettek 99,7%-a ajánlaná a budapesti utazást barátainak, ismerőseinek, ami szintén az elégedettség jele. A megkérdezettek Budapest turisztikai kínálatából is ízelítőt kaptak: a legnépszerűbb tevékenységnek a hajós társaság által szervezett

¹¹ http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/15660630/saitoanyag_Viking_hajos_kutatas_20150324+-+v%C3%A9gleges.pdf/6d643bfc-d2c6-4547-bb73-a87073e682c0

http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/15660630/kutatas_dunai_hajos_turizmusrol.pdf/ff0bb115-e1bd-44df-8469-9159dc214ed1

városnézés bizonyult, ezen 87,2%-uk vett részt. A válaszadók 26,3%-a vásárolt, 15,9% az ismert látnivalókat kereste fel, 12,2%-a pedig saját maga fedezte fel a várost. A kutatásban megkérdezettek jelentős többsége (85,6%) a 60 év feletti korosztályt képviselte, 90,3%-uk felsőfokú végzettségű, 81,4% nyugdíjas, és 84,2%-uk átlagon felüli jövedelemmel rendelkezett. A lakóhelyüket tekintve 70,4%-uk érkezett az Amerikai Egyesült Államokból, 23,2%-uk Kanadából, 3,4%-uk Ausztráliából, 1,8%-uk pedig az Egyesült Királyságból. Az utazás előtt használt információforrások között legtöbbször (41,7%) az igénybe vett hajótársaságot említették, ezt a barátoktól és rokonoktól kapott információk (27,9%), valamint az internetes honlapok (20,9%) követték. Fontos ezek mellett az utazási irodák (17,8%), a közösségi média (11,0%), a tv- és rádióműsorok (10,7%), valamint az útikönyvek (10,4%) szerepe.

Az I. kerület turisztikai helyzetének bemutatása

A Budai Várban az utóbbi tizenöt évben nem történt helyszín-specifikus vendég-migrációt vagy elégedettséget vizsgáló kutatás, azonban a szezonokon átívelő, longitudinális elemzésekre nagy szükség lenne a fejlesztési irányok pontosabb kidolgozása érdekében.

A Vár szerepének, a látogatóknak, valamint a felkeresett látnivalóknak a bemutatása ezért a következő adatok felhasználásával történt:

- I. kerületi szállodák látogatottsági adatai (KSH, 2014)
- Múzeumok látogatottsága (NEFMI, 2013)
- A Vár buszforgalma
- Budai Várban rendezett fesztiválok adatai (fesztivalregisztracio.hu)
- Tripadvisor-értékelések (2015)

Szálláshelyek forgalma

Budapest I. kerületének turisztikai forgalmában szintén növekedés figyelhető meg. A vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken 2014-es évben 230.546 fő volt, ami 3,3%-os emelkedést mutat a 2013-as év adataihoz viszonyítva. A külföldi vendégek a kerületben is, akár csak az egész főváros idegenforgalmát vizsgálva, döntő többségben vannak: 210.899 volt a külföldi vendégek száma, ami a teljes létszám 91,5%-a. Ez a 2013-as 88,2%-hoz képest 3,3 százalékpontos emelkedést jelent. A vendégéjszakák száma 2014-ben 5,3%-kal növekedett, 541.601 volt. Ennek a számnak igen jelentős hányadát, 94,4%-át külföldi turisták generálták. 2013-ban ez még csak 91,3% volt, tehát itt is egy kismértékű emelkedés következett be 2014-re. A vendégek átlagos tartózkodási idejében nem történt változás, az mindkét esztendőben 2,3 éjszaka volt az I. kerületben.

Ami a külföldi és belföldi turisták által eltöltött átlagos vendégéjszakák számát illeti, nagy eltérés figyelhető meg a két csoport között. Míg a külföldiek 2,4 éjszakát töltöttek el átlagosan a kerületben, addig a hazai vendégeknél ez 2014-ben csupán 1,5 éjszaka volt (ami 0,2 éjszaka csökkenést jelent az előző év átlagához képest). A kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj-bevétele 2014-ben 6.863.705 ezer forint volt, ami 8,5%-os növekedést jelent az előző év adataihoz képest. Ebből az összegből 6.473.362 ezer forint, tehát a bevételek 94,3%-a külföldi turisták révén került a kereskedelmi szálláshelyekhez. A 2013-as esztendőben ez az összeg 5.656.279 ezer forint volt, ami az akkori bevételek 89,4%-át jelentette, tehát 4,9 százalékponttal nőtt a külföldiektől származó szállásdíj-bevételek aránya. Az I. kerületet vizsgálva a szobakapacitás-kihasználtság sokkal jobb teljesítményt mutat, mint a fővárosi

átlag. A kerületben 67% volt ez az arány, ami növekedést (+1,7 százalékpont) mutat a 2013-as adatokhoz képest. A férőhelykapacitás-kihasználtság a kerületben is ennél alacsonyabb teljesítményt mutat, 2014-ben 51,6%-os kapacitáskihasználtsággal működtek átlagosan a kereskedelmi szálláshelyek. Ez az érték is növekedett a 2013-as adatokhoz képest, 1,4 százalékponttal. A KSH adatai alapján a *csúc szezon szeptemberre* tehető, amikor is 2014-ben 63,6%-os volt a kapacitás-kihasználtság, a legalacsonyabb foglaltság pedig januárban volt, 28%-os.

4-5*-os szállodák:

A kerületben fontos a szálláshelyeket kategória szerint is megvizsgálni. Ennek alapján tudjuk meghatározni, hogy milyen a szállodák kínálata, és ennek alapján lehet a legjobban feltérképezni, hogy melyik az a vendégkör, melyre a kerület szállásadói leginkább számítanak. Azt is lemérhetjük, hogy az utóbbi években lejátszódó tendenciákra a kerület reagált-e. A szállodák osztályozásait vizsgálva arra az eredményre jutottunk, hogy a négy illetve öt csillagos, tehát a magasabb igényeket kielégítő szállodák vannak túlsúlyban; az arányokat tekintve ez a kategória a vizsgált szállodák több, mint 75%-át teszi ki. (Az adatgyűjtést az itthon.hu, a Magyar Turizmus Zrt. turisztikai információs honlapja alapján végeztük.) Ezt a tendenciát erősíti meg az is, hogy az utóbbi években több, kiemelkedően magas színvonalat képviselő hotel nyílt a Várnegyed területén. Ezek közé sorolható a Baltazár Hotel, mely a tehetősebb réteget célozza meg, és a St. Georges Residence, amelynek ugyancsak a tehetősebb, ám a klasszikus kastélyszállók iránt érdeklődő réteg a vendégköre. Vagyis a szálláshely-kapacitás elemzése azt mutatja, hogy – erről az oldalról – a *prémium kategóriás turizmus kiszolgálására felkészült a kerület*.

Az alacsonyabb árkategóriás, három csillagos, valamint a *fiatalabb* vendégkörre specializálódott apartmanok és hostelek elenyésző számban képviselik magukat a kerületben. Ez a fajta hiányosság minden más területen is megmutatkozik. Arányaiban kevés a rétegspecifikus szórakozóhely és fiataloknak szóló program is. Az *Y és Z generációnak* szóló kínálat kialakítása és a célzott marketing azonban nem maradhat el, mert ha nem szólítjuk meg őket, nem fedeznek fel minket, és nem szeretik meg a Várnegyedet, akkor – az idősödő korosztály fogyatkozásával – nem lesz utánpótlás. Az ő igényeiket kielégítő, de kulturált szálláshelyek mellett szórakozóhelyekre, speciális programajánlatra és – legfőképpen IT-alapú információforrásokra van szükség.

Múzeumok látogatottsága

Az I. kerületben a leglátogatottabb¹² múzeum - döntő többséggel - a Budavári Mátyás-templom Egyházművészeti Gyűjteménye, melyet a Magyar Nemzeti Galéria és a Budapesti Történelmi Múzeum követ a sorban.

A kerület múzeumait foglalja össze az alábbi táblázat (2013-as adatok alapján csökkenő sorrendbe rakva):

¹² ¹² <http://kultstat2012.emmi.gov.hu/publikus-aggregator>
<http://kultstat2013.emmi.gov.hu/publikus-aggregator>

I. kerület múzeumai	2012		2013	
	Összes látogató (fő)	Külföldi látogatók becsült száma (fő)	Összes látogató (fő)	Külföldi látogatók becsült száma (fő)
Budavári Mátyás-templom Egyházművészeti Gyűjteménye	255 204	175 400	394 065	276 523
Szépművészeti Múzeum Magyar Nemzeti Galéria	238 275	60 000	343 722	10 000
Budapesti Történeti Múzeum - Kiállítóhely	129 625	80 000	78 232	55 000
Sziklakórház Atombunker Múzeum	64 782	37 111	71 662	43 888
HM Hadtörténeti Intézet és Múzeum Hadtörténeti Múzeum	64 493	5 702	57 195	5 037
Semmelweis Orvostörténeti Múzeum - Könyvtár és Levéltár - Arany Sas Patika Múzeum	26 845	6 700	18 694	5 608
Magyar Mesemúzeum	-	-	15 731	77
Zenetörténeti Múzeum	11 341	2 900	7 791	2 200
Országos Színháztörténeti Múzeum és Intézet, (XII. kerületi Bajor Gizi Színmúzeummal együtt)	5 465	25	6 408	47
Hagyományok Háza Magyar Népi Iparművészeti Múzeum	2 639	110	3 009	168
De la Motte-Beer-palota	nincs adat	nincs adat	2 356	642
Telefónia Múzeum	1 402	430	1 595	342
Budapesti Történeti Múzeum - Középkori Zsidó Imaház	3 120	2 500	1 581	1 000
Forster Gyula Nemzeti Örökség-gazdálkodási és Szolgáltatási Központ - Kiállítóhely	nincs adat	nincs adat	132	0
Összesen	803 191	370 878	1 002 173	400 532

A kerületben az utóbbi években új kiállító helyek (Várkert Bazár, Dísz tér 17. – volt Honvéd Főparancsnokság) jöttek létre, melyek nagy sikernek örvendenek. 2015 májusában nyithatta meg kapuit a nemrég felújított Magdolna-torony. Továbbá idén nyílt meg a Csontváry Géniusza című kiállítás is a Dísz tér 17. szám alatt található, volt Honvéd Főparancsnokság épületében, amelynek felújítása két éve készült el, s így önálló kiállító térként tekinthetünk rá (jelenleg a Várgondnokság Nonprofit Kft. üzemelteti). A 2015-ös év látogatóadatait az alábbi táblázat tartalmazza:

Magdolna-torony (2015. május 21 - november 8)	2 075 fő
Csontváry Géniusza kiállítás (Dísz tér 17.) (2015. július 5 – november 11.)	50 000 fő

A vári buszforgalom

A Budavári Kapu Kft. adatai alapján a következők mondhatóak el a Vár buszforgalmáról (az adatok felvétele a 2014. május és 2015. május közötti időszakban történt):

- A buszforgalom érezhetően sűrűbb a hétvégi időszakban, mint a hétköznapokon.
- A városnéző turistabuszok 10:00 - 18:00 óra között hajtanak át a vár érintésével a Hunyadi János út – Dísz tér – Palota út útvonalon
- Az egyéb buszforgalom (külföldiek) jellemzően a 10:00 - 14:00 órai időszakban a legaktívabbak.

A vizsgált időszakban a napi átlagokat havi bontásban vizsgálva a legkevesebb behajtás januárban volt (121 db), míg a legmagasabb érték szeptemberben (389 db) volt mérhető – még egy jelzés arra, hogy létezik egy szeptemberi csúcs az idegenforgalomban.

A legfrissebb adatok alapján egy hónap alatt, a 2015. április 19. és május 20. közötti időszakban a buszbehajtások napi átlaga 250 db volt, ami jelentős környezeti terhelést jelent a Várhegyen.

Fesztivál- és programkínálat

A Budai Vár számos fesztiválnak ad helyet, melyekhez a gyönyörű környezet emlékezetes helyszínt biztosít, s nagyban hozzájárul a rendezvények sikeréhez. A Várban rendezett jelentősebb fesztiválok a következők:

- Budavári Húsvéti Sokadalom (április)
- Budapesti Pálinkafesztivál (május)
- Budavári Sörfesztivál (június)
- Mesterségek Ünnepe (augusztus)
- Budavári Borfesztivál (szeptember)
- Budavári Pálinka- és Kolbászfesztivál (október)

Az önkormányzat által szervezett nagy rendezvények:

- Beethoven Budán (május)
- Nyárbúcsúztató Bál a Czákó utcai sportpályán (augusztus)
- A Magyar Nyelv és a Magyar Könyv Ünnepe (szeptember)
- Adventi hangversenyek és gyertyagyújtás a Városházán

A *programszerkezetet* átvizsgálva megállapíthatjuk, hogy a Budai Vár széles programkínálattal rendelkezik. A 2015-ös évet figyelve elmondható - a Várkert Bazárban megvalósuló színes programoknak is köszönhetően -, hogy a főszezonban majdnem minden hétvégére esett valamilyen rendezvény, fesztivál. Gasztronómiai jellegükből fakadóan ezek nemcsak a hazai, hanem a külföldi látogatókat is vonzó nagyrendezvények. Az Önkormányzat által szervezett eseményeket vizsgálva megállapíthatjuk, hogy – a zenei programokat leszámítva - kevés a külföldi látogatóknak szóló, őket is vonzó program. Az Önkormányzat legnagyobb jelentőségű rendezvénye a Magyar Nyelv és a Magyar Könyv Ünnepe, ami – jellegénél fogva és ebben

a formájában – nem tudja az idegen nyelvű látogatókat megszólítani. Érdemes lenne ezt az eseményt olyan elemekkel kiegészíteni, amelyek nemcsak a magyar nyelvet beszélők számára kínálnak programlehetőséget, hanem az arra járó külföldieknek is. Persze, mindezt úgy, hogy illeszkedjék a Könyvünnep szellemiségébe, arculatába. A téli programkínálatot is lehetne bővíteni. Érdemes lenne például egy *karácsonyi vásár* lehetőségén elgondolkodni. A megfelelő helyszín és a vásárhoz kapcsolódó programok tovább növelhetnék a Vár népszerűségét, valamint a turisták által a Várban töltött időt - a téli hidegben is.

A regisztrált fesztiválok látogatottsági adatait a következő táblázat mutatja¹³:

Fesztiválok	2013		2014	
	Összes látogató (fő)	Külföldi (fő)	Összes látogató (fő)	Külföldi (fő)
Budavári Borfesztivál	30000	9000	23500	7990
Mesterségek Ünnepe	55952	5595	55144	5514

Tripadvisor értékelések

A következőkben a Várban működő attrakciók elemzése következik, a már említett vendégelégedettségi kutatások hiánya miatt a vevői értékelést biztosító közösségi felületen való megjelenés alapján. A Tripadvisor¹⁴ olyan internetes oldal, amely utazással kapcsolatos tartalmakat, szállásokkal, éttermekkel, látványosságokkal kapcsolatos ajánlókat, kritikákat tartalmaz, az ott vendégeskedő turisták „tollából”. Ezen az oldalon az egyes desztinációkról, országokról, városokról, sőt, magáról az egyes nevezetességekről is írhatnak véleményt a turisták: értékelhetik a látványosságokat egy 5 fokú Likert-skálán (ahol az 5 - kiváló, 1 - szörnyű), valamint szöveges formában is megoszthatják véleményüket. Ezek alapján a rendszer városonként egy látnivaló-listát állít fel. Budapest esetében az első helyen a Halászbástya áll, amit a Parlament valamint a Cipők a Duna-parton budapesti emlékmű követ. Az I. kerületben található látványosságokra vonatkozó értékek az alábbi táblázatban olvashatók:

Attrakciók	Keresleti értékelés	
	Elért helyezés (131 értékelt attrakció közül)	Tripadvisor vevői értékelés
Halászbástya	1	4,56
Várhegy	4	4,57
Mátyás - templom	7	4,51
Budai Vár	11	4,38
Citadella	17	4,32
Mátyás kút	21	4,45
Várkert Bazár	34	4,53
Tóth Árpád sétány	48	4,44
Szentháromság szobor	55	4,02

¹³ http://fesztivalregisztracio.hu/index.php?modul=mar_regisztraltak

¹⁴ http://www.tripadvisor.co.hu/Attractions-g274887-Activities-c47-Budapest_Central_Hungary.html#TtD

Budapesti Történeti Múzeum	62	3,76
Bécsi kapu tér	64	4,15
Szentháromság tér	72	4,67
Filozófiai kert	76	4,36
"0" kilométerkő	82	4
Clark Ádám tér	89	3,72
Sándor-palota	96	3,51
Múzeumok	74 értékelt attrakció közül	
Sziklakórház	2	4,47
Magyar Nemzeti Galéria	12	4,05
Semmelweis Orvostörténeti Múzeum	20	4,14
Budapesti Történeti Múzeum	25	3,76
Hadtörténeti Múzeum	30	3,54
Zenetörténeti Múzeum	36	4,17

A táblázatból leszűrhető, hogy a turisták által értékelt (s ez alapján meg is tekintett) látványosságokból az I. kerületben található 16, ami az egész lista 12,21%-át teszi ki. Az első helyet, mint már említettük, a Halászbástya szerezte meg, mely már évtizedek óta az egyik leglátogatottabb, s legkedveltebb turista-látványosság Budapesten. Az értékelések között találhatunk a költői szépségűektől elkezdve a közömbösökön át, egészen az elégedetlenséget tükröző hangú véleményt is. A legpozitívabb értékelés jelenleg¹⁵ az oldalon az alábbi: „Szépség kőbe faragva. A Halászbástya építészetileg egy gyönyörű műalkotás. Onnan kitekinteni a kanyargó Dunára, a forgalmas pesti oldalra, örömmel tölti el az embert. Csodaszép!” Népszerűségét mutatja, hogy az oldalon jelenleg 7.860 db értékelés született róla, ám negatív véleményeket is írtak a látogatók, melyek közül jelenleg a következő olvasható elsőként: „Pénzpazarlás. Fizettünk, hogy feljuthassunk a Bástyára, ám az nagy csalódás volt számunkra. Gyakorlatilag csak egy sétaút, és semmi más. Van jobb kilátóhely tőle nem messze, ami ráadásul ingyenes is, ne vesztegessék a pénzüket erre!”¹⁶ A látogatók véleménye alapján a második legismertebb és legjobb értékeléseket kapott hely a Várhegy. A legfrissebb, s legpozitívabb értékelés róla az oldalon jelenleg az alábbi:¹⁷ „Budapest, te csodás... Budapest a szülővárosom, csodálatos a kilátás a Dunára, Pestre, Parlamentre, történelmi emlékekkel ma is lakott

¹⁵ http://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g274887-d276803-Reviews-Fisherman_s_Bastion_Halaszbastya-Budapest_Central_Hungary.html#REVIEWS 2015.07.27.

¹⁶ http://www.tripadvisor.com/MobileAttractionReviewSearch-g274887-d276803-a_reviewsOpen.true-Fisherman_s_Bastion_Halaszbastya-Budapest_Central_Hungary.html?reviewsOpen=true#travelerReviews 2015.07.27.

¹⁷ http://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g274887-d276801-Reviews-Castle_Hill_Varhegy-Budapest_Central_Hungary.html 2015.07.27.

épületekkel.” Ám ennél a „látványosságnál” is születtek kritikák, melyek közül a következő jelenik meg elsőként az oldalon: „Nem volt nagyon érdekes. Nincs túl sok látnivaló ott. Inkább mással kellett volna töltenem az időmet. Unalmas volt. A Duna pesti oldala, ahol az igazi izgalom van. Budán ebédeltünk, azt élveztük.”¹⁸

A kerületben a harmadik leglátogatottabb nevezetesség, melyet értékelték a turisták a Halászbástya közelében található, Budavári Nagyboldogasszony templom, azaz ismertebb néven a Mátyás-templom. „Egy csodálatos templom, amelyet áthat a történelem számos korának a légköre. Gyönyörű épület, mint egy ékszerdoboz. Olyan helyen sétálni, ülni, csendben elmélkedni, ahol valaha a nagy magyar királyok számos alakja szintén ezt tette, megrendítő, fantasztikus élmény.”- írja róla áhítattal az egyik látogató¹⁹. Azonban ezen nevezetesség esetében is lehet kritikákkal találkozni a honlapon, melyek közül az alábbi a legfrissebb²⁰: „Elég közömbös. De nem tudom megmagyarázni, miért? Vajon a környező táj miatt, ami olyan diszonzáns? Még csak be sem szerettem volna lépni. Ez azért is sajnálatos, mert ha már nem láttam volna sok más templomot, akkor sem vonzana.”- fogalmazza meg véleményét franciául egy látogató.

Összességében jól kiolvasható a táblázatban feltüntetett eredményekből, hogy a *Budai Vár értékei kivételesen vonzóak a turisták számára*. A legtöbb nevezetesség négyes értéknél (nagyon jó – „very good”) magasabb átlagot ért el, s az a szám szerint négy látványosság és múzeum, ami ez alatt teljesített, közelít a négyes átlag felé.

Tény, hogy kevés a gyenge értékelések száma, de az is, hogy a látogatók egy részét nem elégti ki a kínálat. Jó lenne pontosabban ismerni a hiányérzet tényleges okait, de nagy általánosságban arra következtethetünk a bejegyzésekből, hogy *az élmény nem elég intenzív*. Ez következhet az ismeretszerzés, a tájékozódás és a programkínálat döntően hagyományos módjaiból is. A fiatalabb nemzedék számára nem nyújt elég lehetőséget, izgalmat egy egyszerű vári séta; számukra ehhez letölthető tartalmakat, útvonalakat, interaktív játékokat, közlekedési eszközöket stb. kell rendelni.

Azt is látni kell, hogy a műemlékek, múzeumok látogatása – önmagában – egyre kevésbé vonzó program. Ahhoz, hogy a látogatásból élmény legyen, hogy a vendégek jól érezzék magukat, számos kiegészítő szolgáltatás szükséges. A Várnegyedben ez az elvárás egyre inkább teljesül, de még több kényelmi szolgáltatásra és interaktív eszköz bekapcsolására lenne szükség.

A Budai Várba látogató turisták szegmensei

A Budai Vár esetében az alábbi látogatói szegmenseket kell meghatározni és figyelembe venni a koncepció kialakításánál:

- Budapesten és vonzáskörzetében lakókat, akik szabadidős céllal keresik fel a Budai Várat
- Belföldi turisták, akik budapesti tartózkodással vagy anélkül keresik fel a Budai Várat

¹⁸ http://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g274887-d276801-r290922657-Castle_Hill_Varhegy-Budapest_Central_Hungary.html#review290922657 2015.07.27.

¹⁹ http://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g274887-d276808-Reviews-Matthias_Church_Matyas_Templom-Budapest_Central_Hungary.html 2015.07.27.

²⁰ http://www.tripadvisor.com/MobileAttractionReviewSearch-g274887-d276808-r244045388-Matthias_Church_Matyas_Templom-Budapest_Central_Hungary.html?reviewsOpen=true#reviewHistogramHeader 2015.07.27.

- Külföldi turisták, akik többsége budapesti tartózkodásuk során, illetve egynapos kirándulás (pl. Balatonról vagy Hévízről érkezve) programjaként látogatják meg a Budai Várat

A Vár vendégforgalmának becslése

Tekintve, hogy a Budai Vár valamint az I. kerület látogatottságáról konkrét adataink nincsenek, az alábbi közvetett értékek alapján a becslésünk a következő:

Vendégek száma kereskedelmi szálláshelyeken (Budapest)	3,51 millió fő
ebből külföldi:	3,03 millió fő
Vendégéjszakák száma (Budapest)	8,15 millió db
ebből külföldi:	7,21 millió db
Vendégek száma kereskedelmi szálláshelyeken (I. kerület)	230.546 fő
Vendégéjszakák száma (I. kerület)	541.601 db
Leglátogatottabb múzeum: Budavári Mátyás - templom Egyházművészeti Gyűjteménye (2013)	394.065 fő
ebből külföldi:	276.523 fő
Fesztivállátogatás: Mesterségek Ünnepe (2014)	55.144 fő
Turistabuszok forgalma, napi átlag	250 db

A külföldiek tekintetében megállapítható, hogy az évi 3,03 millió külföldi hozzávetőlegesen 80%-a első látogatását tette a városban, feltételezhetően felkeresve a Budai Várat is. Ennek alapján megbecsülhető, hogy hozzávetőlegesen 2,4 millió külföldi fordul meg évente a Várban, ami havi szinten 200 ezer, napi szinten 6,6 ezer (akár csak sétáló) turistát jelenthet.

Ugyancsak figyelembe kell vennünk a nem elsődlegesen Budapesten tartózkodó, de a fővárost is meglátogató külföldieket (pl. Balatonról, fürdőhelyekről érkezők). Erre vonatkozó számszerű érték nem áll rendelkezésre, de becslésünk a budapesti adat legalább 10%-ával számol e szegmens esetén.

A belföldi látogatók tekintetében sokkal bonyolultabb a helyzet. Egyrészt a budapesti lakosokat is magába foglalja, másrészt a belföldi utazók többsége rokonoknál lakik, valamint többször is ellátogat Budapestre. Ezért a Budavári Mátyás-templom látogatottsági adatait, annak belföldi-külföldi arányait tekintjük irányadónak. Ennek alapján elmondható, hogy a magyar

látogatók aránya 30% körül lehet. Mindennek alapján, becslésünk szerint a magyar látogatók száma a Budai Várban (feltételezve, hogy a külföldieké 2,4 millió) hozzávetőlegesen 700 ezer fő, ami magában foglalja a fesztiválozók és „sétálók” számát is.

A Várba érkező buszok napi átlagával számolva, úgy becsülhetjük, hogy a 250 busz - egy busz 50 fő befogadására képes -, 12.500 fő érkezik a Budai Vár területére egy nap alatt átlagosan. Összességében az a hangsúlyozottan óvatos *becslés tehető, miszerint a Várban évente összesen körülbelül 3,34 millióan fordulnak meg*, ami havi szinten 278 ezer, napi szinten 9.300 látogatót jelent átlagosan, az alacsony látogatottságú téli időszak és a legforgalmasabb nyári időszak, valamint a kiemelt események forgalmát is átlagolva. Valójában viszont - a leglátogatottabb időszakokban - a buszforgalom alapján ez a szám elérheti a napi 12.500 főt is.

A Vár, mint turisztikai vonzerő hasznosítása

Konceptiónkban törekedtünk a Vár lehetőségeinek minél több oldalról történő körüljárására, ezért érdemesnek találtuk nemzetközi példák megvizsgálását is. Olyan kisméretű várak, ill. városok, városrészek jöhetnek szóba vizsgálatunk tárgyául, amelyek kulturális jelentősége megfelel, a Budai Várénak, s amelyek szintén nem csak kulisszaként szolgálnak, hanem lakóhelyként is. Célunk, hogy a Vár továbbra is lakóbarát kerületként jelenjen meg, s nemcsak a turisták, hanem a lakosság számára is vonzó és élhető hely maradjon.

Külföldi gyakorlatok

A nemzetközi turizmus piacán számos példával találkozhatunk az egyes városok turisztikai célú hasznosítására, melyek között lehetünk követendő vagy akár negatív gyakorlatokat is. Esetünkben érdemes azokra a kisebb városokra koncentrálni, melyek történelmi hagyományokat, jelentős építészeti értékeket képviselő városrésszel, várral rendelkeznek.

Prága

Budapest kapcsán a leggyakrabban emlegetett város Prága, mind forgalmát, elhelyezkedését, mind adottságait tekintve. A cseh főváros népszerűsége évek óta töretlen; a régiót évről-évre egyre több látogató keresi fel. Prága hagyományosan Európa egyik fontos kulturális központja, több száz színházában, galériájában, kiállítótermében rendszeresen a bemutatók, kiállítások. Rendezvényei közül kiemelkedő szerepet játszik a Prágai Nemzetközi Tavaszi Fesztivál és a Nemzetközi Prágai Jazzfesztivál. Tavaly rekordszámú, 8,1 millió külföldi turista látogatott el Csehországba, ami éves szinten minimális növekedést jelent. A prágai régióba 5,3 millió külföldi és 800 ezer belföldi vendég érkezett 2014-ben, akik összesen 14,8 millió éjszakát maradtak. A csehek tavaly ismét többet utaztak külföldre, ami a gazdasági helyzet javulásával van összefüggésben. Az idegenforgalomból származó bevételek meghaladták a 140 milliárd koronát.

Az utóbbi években *jelentősen fejlődött a bemutatástechnika, a marketing, az infrastruktúra a városban*. Stratégiájukban az eddigi arculat erősítését, így a kulturális turizmus (történelmi örökség, városi turizmus) és a gyógyturizmus fejlesztését tűzték ki célul. Az utóbbi években a város az imázsát egyre inkább a történelmi örökségre alapozva alakította ki. Prágában az épített örökség az, ami elsősorban vonzza a látogatókat, melyek közül a Prágai vár valamint a Károly-híd a legismertebbek. A város jellegzetességeihez hozzá tartoznak a sörözők, azok

hangulata. Ezek igen kedveltek a külföldi turisták körében, s jellegükből fakadóan nem képviselnek az európai turisták számára magas árszínvonalat.

Ennek alapján tehát Prága kínálata széles skálán mozog, a hagyományokat, építészeti értékeket kedvelő látogatók mellett a fiatalabb, sörkedvelő látogatók is megtalálják az őket érdeklő programokat, látványosságokat. Az utóbbi időben a város megközelítése egyre egyszerűbbnek tűnik; már számos utazási iroda kínál oda hosszúhétvégeket, akár buszos utazások formájában. (Ezzel szemben a beutaztató turizmusban Budapest olyan csomagokban jelenik meg, amelyben más európai várossal – Bécs és Prága – együtt, összekötve kínálják.)

Ám a cseh fővárosban negatív hatások is jelentkeztek a megnövekedett turista-forgalom következtében. Prága belső, látogatók által oly kedvelt részeiből a helyi lakosok a külső kerületekbe költöztek, így az óváros elsősorban turisták által lakott részévé vált. Ez olyan folyamat, amelyet mi szeretnénk elkerülni.

Bécs

Budapest további versenytársaként Bécs szokatlanul emlegetni, már csak közelsége miatt is. Az osztrák fővárosban csak úgy szárnyal a turizmus: a tavalyi évben 6,2 millió vendég 13,5 millió éjszakát töltött; ez rekordot jelent. A bécsi idegenforgalmi hivatal 2020-ig az évi 18 millió éjszakát szeretné elérni. Csak a németeknek 2,6 millió éjszakát köszönhetnek, de az osztrákok is szívesen szállnak meg fővárosukban. Az amerikai és az olasz piac ott is kimagasló jelentőségű, de a britek csak a hatodik helyen állnak. Bécs férőhelyeinek száma mostanában 2900 ágygal gyarapodott, így már mintegy 62 ezer ágy várja a vendégeket, 71 százalékos szobafoglaltság mellett. Bécs szerencsés helyzetben van, hiszen kétszezonú ország fővárosa: a téli és nyári szezonra külön statisztikákat készítenek, s nem meglepő, hogy a téli szezonban országos szinten valamivel magasabb a vendégéjszakák száma - ami a fővárosnak is kedvező, hiszen mellette is kiváló síterepek találhatóak (Semmering).

A város látványosságait tekintve rosszabb helyzetben van a magyar fővároshoz képest; általában Budapestet szebb városnak tartják Bécsnél. Ám Bécsnek sem kell szégyenkeznie: csodálatos paloták, templomok, és múzeumok láthatók a belvárosban. Mivel Bécs belvárosa a Dunától távol van, ezért arányaiban kevesebb szálloda található a Duna-parton. Budapesten pedig számos patinás, jó hírű szálloda használja ki a folyó nyújtotta, gyönyörű panorámát; például a Várnegyedbeli Hilton Hotel, az egyetlen hotel a világon, amely az UNESCO világörökségi területen helyezkedik el. Bécs látványosságait tekintve nehéz sorrendet felállítani, de Schönbrunn (a kastély és az állatkert), a Szent István Székesegyház és az előtte lévő tér (Stephansdom, Stephansplatz), a Belvedere (múzeum és palota), a császári palota (Hofburg), valamint a Ringstrasse-n található nevezetességek a legismertebb látnivalók.

Bécs az utóbbi években programok terén is egyre színesebb termékpalettával rendelkezik. A klasszikus zene szerelmesei mellett a fiatalabb generáció számára is egyre több rendezvény kínálkozik. A karácsonyi, téli időszakot nagyon jól használja ki híres adventi vásáraival, amelyek évente egyre több turistát vonzanak nemtől és kortól függetlenül az osztrák fővárosba. Családosok, fiatal, szórakozni vágyók, ugyanakkor a kultúrára éhezők is megtalálják helyüket a karácsonyi vásár forgatagában, amihez a történelmi épületek (Városháza, Belvedere) hatáskulisszát biztosítanak. A téli szezon mellett a nyári időszakra is hangsúlyt fektetnek, főként a fiatalokra koncentrálva. Ide lehet sorolni a Donauinselfestet, mely Európa legnagyobb ingyenes szabadtéri rendezvénye, amelyen a zenei programok mellett a sport is szerepet kap.

Az osztrák főváros azonban sok tekintetben - méreteiben, adottságaiban - különbözik az I. kerülettől, ezért a tapasztalatok nem ültethetők át egy az egyben. Ami jó példaként említhető meg, az a programkínálat kialakítása. A város nemcsak a nyári, hanem a téli időszakra is kínál lehetőségeket, kezdve az Adventi vásárokkal. Ami még pozitívum az osztrák főváros példájában, az a szemlélet, hogy a fiatalabb, szórakozni vágyó generáció felé is elindult egyfajta nyitás. A rendezvények, amelyek a fiataloknak szólnak, igen sokszínűek, s jó példát mutatnak arra, hogy nemcsak a féktelen szórakozási lehetőségek vonzzák őket: egyre több a sporttal kapcsolatos rendezvény (pl.: A sport napja), vagy említésre méltó az Utcai Művészek Fesztiválja, amit már ötödik alkalommal rendeznek meg. Ezek jó példát mutatnak arra, hogy miként lehet a fiatalabb turistákat kulturált keretek között megszólítani, számukra érdekes programokat, rendezvényeket kínálni.

Salzburg

Salzburg városának turizmusa számos egyezést mutat Budapestével. A salzburgi vár turisztikai hasznosítására jó példaként tekinthetünk.

Salzburg-tartomány és a központja is komplex, összetett turisztikai vonzerővel rendelkezik, hiszen a természeti látnivalók és az aktív, magashegységi programok mellett kultúrtörténeti értékei is felbecsülhetetlenek. Kiemelkedik a tartomány központja, Salzburg az Óvárossal, illetve a Mozarthoz kötődő fesztiváljaival, melyek Európán kívül is rendkívül ismertek. A Salzburgi Ünnepi Játékok (július végétől augusztus végéig) a kultúráért rajongók, míg Európa legmagasabb hegysége (Magas-Tauern), Európa legnagyobb jégbarlangja (Eisriesenwelt), valamint a mély szurdokok a természetet kedvelők körében teszik kiváló célponttá.²¹

Salzburg városa - és különösen a történelmi Óváros – Európa egyik legszebb térsége. Ezt ismerte el az UNESCO 1997-ben, amikor a Világörökség részévé nyilvánította. A különféle építészeti stílusokat egyesítő Óváros felbecsülhetetlen értékű kincset képvisel, ami - nem utolsósorban - a szigorú műemlékvédelmi előírásoknak és azok betartásának is köszönhető. Aki felfedezőútra indul a belváros kacskaringós kis utcáin (a legismertebbek a Getreidegasse, Judengasse, Goldgasse, Kaigasse, valamint a Linzergasse és a Steingasse), parányi területen talál épületeket a középkorból, a romantika, a reneszánsz és a barokk korából éppúgy, mint ahogy megtalálhatók itt a monarchia nemes, klasszicista stílusú polgárházai is. Szinte nincs olyan korszak, amely ne hagyott volna építészeti emléket Salzburgban.²²

A városüzemeltetés által vezetett honlap a <https://www.stadt-salzburg.at> webcímen működik, melyen az önkormányzati hivatalos információk mellett turistáknak szóló oldalakkal is találkozhatunk, sőt Salzburg hivatalos turisztikai honlapját is elérhetjük a városi weboldalról. Turisztikai honlapja (<http://www.salzburg.info>) tizenegy nyelvi változattal (német, angol, olasz, spanyol, francia, magyar, lengyel, cseh, orosz, kantoni, japán), valamint négy nyelven (német, angol, francia, olasz) szállásfoglaló portállal is rendelkezik. Ezt a honlapot TSG Tourismus Salzburg GmbH szerkeszti, tartja fenn, s a széleskörű információs szolgáltatásuk még az üzleti piacra is kiterjed; ezen az ágon négy munkatársuk áll az érdeklődők szolgáltatója, küldő országokként felosztott hatáskörrel.

Városnéző túrák is találhatóak: tíz darab, térképpel és szöveggel együtt feltöltve a város hivatalos oldalára.

²¹ http://www.gti.ektf.hu/anyagok/po/2011/PO2011_KovacsT.pdf

²² <http://www.salzburg.info/>

2013. óta rendelkezik saját Twitter-fiókkal, melyet a mai napig pár hetes rendszerességgel frissítenek.

A várost mind kommunikációjában, mind pedig programszervezésében követendő példának tekinthetjük. A város mostanra egy olyan erős, az operára és Mozartra építő imázst alakított ki, mely a klasszikus zene és modern művészetek iránt érdeklődő közönséget vonzza a világ minden tájáról. S mindezt a lehető legmodernebb és legszínvonalasabb formában kommunikálja. Honlapja a felmerülő vásárlói igények legszélesebb skálájára vonatkozó információkat tartalmaz, sőt, saját szállásportállal is rendelkezik, amelyből profitál is a honlap üzemeltetője. Salzburg a tervezhetőségre épít, hiszen a programokat, fesztiválokat már jó előre megtervezi, az időpontok már egy évvel az esemény megrendezése előtt elérhetőek, megtekinthetőek akár a honlapon, akár nyomtatott formában. A térségben, városban kiadott éves eseményeket tartalmazó kiadványokat akár interneten keresztül is lapozgathatjuk, ezáltal is kedvet kapva az ottani programokhoz.

Következtetések

A vizsgált desztinációk elemzését összefoglalva elmondhatjuk, hogy a turizmus sikere a fenti európai nagyvárosokban három fő alappilléren nyugszik. Ez az I. kerület számára is követhető példa lehet.

1. A hagyományokon alapuló attrakciófejlesztés: Salzburg városa szolgáltatja erre a legjobb példát, ahol Mozartra és komolyzenei hagyományokra alapozva alakították ki a programkínálatot. A látványosságok, programok nagyobb vonzerőt jelentenek, amennyiben azok olyan értékeket közvetítő hagyományokon alapulnak, amelyek az adott helyhez, annak történetéhez, lakóihoz kötődnek. Olyan értékeket közvetítenek, amelyekkel akár a település egész közössége azonosulni tud, magénak érez, valamint az oda látogató vendégek számára is vonzerővel bír.

2. Tervszerű imázsépítés: az imázs komplex fogalom, rendkívül sok tényező befolyásolja, s ezért nehezen alakítható, formálható. Imázsépítésnél fontos az integrált gondolkodás, nézet, ami megjelenik a beruházások támogatásától kezdve egészen a rendezvények struktúrájának kialakításáig. A tervszerű imázsépítés összefügg az előző pontban megfogalmazott, tudatos attrakciófejlesztéssel. Amennyiben megtaláltuk azt a hagyományt, amely köré csoportosulva megtörténhet az attrakciófejlesztés, fontos, hogy az arculatot ezen attrakciókkal összhangban, tervszerűen dolgozzuk ki. El kell döntenünk, hogy milyen képet szeretnénk kialakítani a látogatókban rólunk, a kerületről, mint desztinációról (pl. Salzburg esetében „a világ színpa-da” szlogen). Továbbá ennek az arculatnak összhangban kell állnia az itteni lakosokban élő képpel is.

3. Célzott marketing, amelyben új eszközöket vetnek be a Z és az Y generációk bevonására. Ebben az esetben Bécs és Salzburg példája együttesen az irányadó. A megváltozott turisztikai keresletre megfelelően kell reagálni a kommunikációt illetően is. Egyre több fiatal érkezik a fővárosba, s így a kerületbe is, akiket más eszközökkel lehet megszólítani, mint az előző generációkat. Ide tartoznak a közösségi felületek (Twitter, Facebook, Instagram, stb.), valamint olyan kommunikációs csatornák, amelyeken keresztül az általunk megfogalmazott „üzenetek” eljutnak a meghatározott célcsoportokhoz. Az IT eszközök nagyon sok lehetőséget rejtenek a Z és Y generációk elérésére.

SWOT analízis

A jelenlegi helyzet, valamint az adottságok felmérése elengedhetetlen a körültekintő és előrelátó tervezéshez. A felmérés egyik módszere a SWOT analízis, amely két fontos szempont szerint vizsgálja az adottságokat: vannak az úgynevezett belső és külső tényezők. A belső tényezőkhez tartoznak azon erősségek és a gyengeségek, amelyeket befolyásolni tudunk, míg külső környezet adottságaira – a lehetőségek és a veszélyek – ritkán lehet hatást gyakorolni, így az irányításuk nem lehetséges. A veszélyek között jelennek meg az abban rejlő, később azonosítható kockázatok is.

Környezeti, természeti adottságok, épített vonzerők

A Budai Vár rendkívül népszerű az ide látogató turisták körében. A Halászbástya és a Mátyás-templom olyan vonzerőt jelentenek, amely látogatók millióit vonzza évente a kerületbe. *Kiemelkedő történelmi és kulturális gazdaság* jellemzi a területet, ahol több kornak az emlékei élnek egy helyen. Az utóbbi években lezajlott (s még most is folyamatban lévő) fejlesztéseknek köszönhetően a Budai Várnegyed *lépést tud tartani a mai elvárásokkal, trendekkel is, miközben megőrzi régi fényét.* A nevezetességek nem csak egy helyre koncentrálnak, és az épített környezet mellett természeti értékek, érdekességek is megtalálhatók a kerületben - ilyen például a Budai Várbarlang-rendszer.

Problémaként jelentkezik a Várban a turistabuszok forgalma, valamint a parkolás nehézsége. Mint már említettük, a Vár turisták millióit vonzza évente, akik autóval vagy buszokkal szeretnének feljutni a Mátyás-templomhoz és a Budai Várba. A Vár adottságai miatt ezen a téren korlátozott lehetőségekkel rendelkezik. A terület szerkezete miatt, valamint a vári lakosok nyugalmanak megőrzése érdekében a naponta több száz turistabusz igen nagy terhet jelent, melyre hosszú távon jó megoldást kell találni.

Lehetőség: A problémák megoldására több lehetőség is kínálkozik. A kerületben elkészült s már átadásra is került több garázs; a Várkert Bazárnál mélygarázs épült, és működik a Krisztina garázs. A turistabusz-forgalom csökkentésére liftek is épültek, melyek az egyes, Váron kívüli parkolók közeléből tudják a gyalogos turistákat feljuttatni. A Hunyadi János útnál elkészült a buszforduló, amely összeköttetést biztosít a Hilton szállodához. A szálloda liftjének és a fogadóállomás kialakítása jelenleg zajlik. Megvalósulása után a védett övezetből a buszok kitalhatók lesznek. Tervezési szakaszban van a Palota út – Tábor utca környezetében egy turistabusz forduló. Ez jelentősen csökkentené a vári áthajtások számát is. Megfelelő megoldás lenne az elektromos buszok alkalmazása, hiszen ezek a működésükkel nem károsítanák a Várnegyed útjait, levegőjét, föld alatti szerkezetét.

Ami *veszélyként* jelentkezhet, az az, hogy a fejlesztések során a turisztikai szempontok nem, vagy nem kellő mértékben érvényesülnek. Másik jelentős veszély, hogy a környezetbarát közlekedési rendszerek nem tudnak érvényesülni, megvalósításuk akadályokba ütközik.

Szálláshelyek és vendéglátás

A szálláshely és vendéglátás infrastruktúra kiépítettsége megfelelő; jelenleg a kerületben 16 kereskedelmi szálláshely működik, 1344 kiadható szobával, s 2893 férőhellyel. A kerületben megtalálhatóak az olyan, nagy hagyományokkal rendelkező szálláshelyek is, mint például a Hilton hotel vagy a Mercure Budapest Hotel. Sokrétűek a szálláshelyi szolgáltatások, bár – mint már korábban említettük – az ifjúsági szálláshelyek választéka és kapacitása kevés.

A KSH adatai alapján 2014 decemberében 265 kereskedelmi vendéglátóhellyel rendelkezett a kerület. Zömükben ezek is hagyományosak, bár az újabbak - például a Batthyány és a Clark

Ádám tér környékén vagy a Horváth kertben - már a „trendi” kávézók, bisztrók számát gyarapítják. A vendéglátóhelyek árszínvonala és minősége igen széles skálán mozog: találhatunk alacsonyabb, magasabb árfekvésűeket, gyorséttermeket és hagyományos konyhával rendelkezőket. A Várban, tehát a turizmus frekvenciáltabb helyein éppen ezek, a magasabb árkategóriájú éttermek a jellemzők, bár ezen a téren is van változás, s ma már a turisták rendelkezésére áll egy olcsóbb, gyorsabb („tálcás”) kiszolgálással dolgozó vendéglátóhely is a Dísz tér közelében.

Problémaként merül fel, hogy a vendéglátóhelyek többsége a nagy látványosságok közelében koncentrálódik. Az utóbbi években számos új, modern vendéglátóhely nyílt meg a kerületben, amelyek időszakos jelleggel üzemelnek. Ezek a kitelepülések főként a nyári szezonra specializálódnak, s árfekvésükkel, kínálatukkal leginkább a külföldi turistákat célozzák meg, akik sietve, valamelyik központi látványosság közelében szeretnének fogyasztani egy gyors, vagy akár egy komolyabb, több fogásos ebédet. Ide sorolhatóak a Tóth Árpád sétányon, a Budavári Palotában a Halászó fiú teraszon, a Clark Ádám téren, a Horváth kertben, a Corvin téren, a Hess András téren, valamint a Kapisztrán téren nyílt vendéglátóhelyek.

Lehetőségként említhetjük a rendezvények és a vendéglátóhelyek, szállodák közötti folyamatos kommunikációs kapcsolatokat. Ehhez akár fórumot is létrehozhat, illetve feléleszthet az Önkormányzat (Budavári Turisztikai Kerekasztal). A hagyományteremtő, történelmi rendezvények összekapcsolva a gasztronómiával remek lehetőséget jelentenek arra, hogy színesítsék a vár programjait.

Veszélyként tekinthetünk egyes éttermi trendekre: a magyar ízek, jelleg eltűnése mellett a másik véglethez való igazodás is fontos tényező. Azaz, figyelni kell arra is, hogy a hagyományos ízek mellett a modern kor igényeit és a trendeket követő ételek is megjelenjenek az éttermek kínálatában.

Programok, rendezvények, kultúra, sport és szórakozás

Egy turisztikailag látogatott területen szükség van a különböző *programok, rendezvényekre*, hogy ezek szórakoztassák a látogatókat, valamint arra ösztönözzék őket, hogy több időt töltsenek az adott területen, továbbá visszatérjenek oda más utazások alkalmával is.

A Budai Várban egész évben számos rendezvényen vehetnek részt az ide érkező látogatók. A programok tematikája széles skálán mozog: a gasztro - bor fesztiválokon át a hagyományörző, kulturális rendezvényekig. Ezek között vannak olyanok, melyeken a turisták ingyen is részt vehetnek, ám természetesen olyanok is, melyekhez belépőjegyet kell váltaniuk a nézelődőknek. A rendezvények időtartama is változatos: vannak egynaposak, de 3 – 4, akár 5 napos fesztiválokat is rendeznek a kerületben.

A múzeumok, kiállítóhelyek témáik szerint sokfélék, és sokféle érdeklődést elégítenek ki. A régészeti, történelmi kiállításoktól kezdve a zenén és a kortárs képzőművészeten át a mesék világáig számos területet reprezentálnak, remek programot, időtöltést kínálva mind a turistáknak mind pedig a helyi lakosoknak. A kerület hangulatos utcáival, gyönyörű tereivel, a megújult Duna-parttal kitűnő helyszínt biztosít az időtöltéshez. Ezen lehetőségek mellett a Budavári Művelődési Ház is sokszínű programkínálattal rendelkezik. Bár ez utóbbi inkább a kerületi lakosoknak és a más kerületekből érkező budapesti lakosoknak kínál szórakozási lehetőségeket.

Gyengeségként lehet megfogalmazni, hogy - ahogyan az a rendezvények listájából is látszik - a programok főként a tavaszi, nyári időszakokra korlátozódnak, áprilistól szeptemberig bezárólag valósulnak meg. A későbbi időszakokban nem jellemzőek a nagyobb rendezvények, pedig

– a szállásfoglalási és a behajtási adatok szerint – van egy *látogatói csúcs szeptemberben és karácsony táján* is. A fesztiválok, programok különböző intézmények szervezésében valósulnak meg, valamint a Budavári Palota udvarán tartott rendezvényekről nem az I. kerületi Önkormányzat, hanem a Várgondnokság Nonprofit Kft. dönt. Emiatt olykor kommunikációs problémák is felmerülhetnek: nem értesítik a hatóságokat a szervezők időben, valamint előfordulhat az is, hogy egy adott rendezvény arculata nem illik bele a kerületébe. A múzeumok munkájának gyengeségeként fogalmazható meg, hogy nem kellő mértékű vagy kifejezetten gyenge a marketingkommunikációjuk. Ez alól kivétel a Hagyományok Háza, mely számos kommunikációs csatornán közli programjait, kiállításait.

Lehetőségként merül fel újabb programok, rendezvények kialakítása, mind a turisták, mind pedig a helyi lakosok érdeklődési körének megfelelően. Erre lehetne példa a Vár északi oldalának „felpezsdítése”. Erre nyújtana lehetőséget – például - egy piac megszervezése a Kapisztrán téren, vagy a Magdolna-toronynál tartandó, klasszikus koncertsorozat, filmvetítés, kiállítás stb.. A gazdag történelmi háttérnek köszönhetően - erre építve – lehetne itt új rendezvényeket létrehozni, megszervezni. Az Önkormányzat nemrég fogadta el sportkon koncepcióját, melyben a tervek között szerepel a „Miénk a Vár” futóverseny újraindítása, amit érdemes lenne akár kibővíteni, és nem csak a kerületi iskolák diákjait, hanem másokat is bevonni. A Várkert Bazár is sok lehetőséget rejt még a programok fejlesztésére, modern termeivel, kiállításokra alkalmas tereivel.

A szervezési különbségekből adódóan *veszélyt* jelenthet, hogy maga a kerület s a Vár nem tud önálló, egységes kulturális arculattal megjelenni. További kockázat, hogy a megfelelő kommunikáció hiánya miatt a fővárosi és az állami rendezvényekkel való összehangolás csak részben valósul meg.

Egyéb tényezők (közlekedés, közállapotok, információ, kommunikáció, PR)

A *tömegközlekedés* a főváros többi kerületével megegyező minőséget mutat. A város másik oldalával, a belső városrészekkel, Észak- és Dél-Buda között és a külső budai városrészekkel is megfelelő a kapcsolat. Tömegközlekedési csomópontok találhatóak a Batthyány téren, a Széna téren, a Széll Kálmán és a Clark Ádám, valamint a Döbrentei téren, ahol a metró, a busz, a HÉV vagy a villamos vonalak találkoznak. A tömegközlekedési vonalakat jelenleg is fejlesztik. A Széll Kálmán tér is építési terület, valamint a budai fonódó villamoshálózat kialakítása is folyamatban van.

A vári tömegközlekedés – ami a járatok sűrűségét illeti - szintén jónak mondható; számos turista veszi igénybe. A parkolási rendszer a Várban az utóbbi években számottevő változáson ment keresztül. Bevezetésre került a sorompórendszer, amely ingyenes fél órás behajtást enged a Várnegyed védett övezetébe, hosszabb ott tartózkodás esetén alapdíjat kell fizetni, egy órás időtartam túllépése esetén egész napi díjat kell fizetni a várakozó autók számára. Ezekkel az intézkedésekkel is szeretné az Önkormányzat a Budai Várat mentesíteni a nagy mennyiségű személygépkocsi-forgalom alól, mert a nagyszámú gépkocsi nemcsak károsítja a környezetet, hanem a Várban lakók parkolóhelyeit is elfoglalja.

Az információs táblák felújítása, a Vár több pontján való kihelyezése is előrelépést jelentett turisztikai szempontból.

A *gyengeségeket* vizsgálva találunk hiányosságokat: nincsenek a turisztikai információs központok, nincs egy központi „fogadókapu”, nincs elegendő - specifikus témájú - információs kiadvány, térkép. Az on-line elérhető információk sok helyen nem frissek, részlegesek, valamint nem hiteles oldalak jelennek meg az internet keresőjében.

A tömegközlekedés *hiányosságát* a buszjáratok elavultsága jelenti, ezért szükség lenne gazdaságosan üzemeltethető, korszerű, környezetkímélő kisbuszokra, melyek mind a turisták, mind pedig a helyi lakosok igényeit kielégítenék, kényelmüket szolgálnák.

Lehetőségként adódik a helyi lakosság szemléletének formálása a turizmussal, a látogatókkal szemben. Erre jó alkalom lenne egy rendezvény, mely csak a vári, kerületi lakosoknak szól.

További fejlesztési *lehetőség* egy információs kiadvány, térkép készítése, vagy akár a költségek minimalizálása végett a már meglévő Vártérkép kiadása. Érdeemes lenne olyan weblapszerkezetet kialakítani, amelyen több oldal is létezne, annak megfelelően, hogy a honlapra érkező látogató milyen céllal keresi fel a www.budavar.hu honlapot. Felkereshetik a helyi lakosok és a turisták is a weboldalt, ám őket mind más és más információk, témák érdeklik. Az érdeklődési körnek megfelelő, specifikus honlapszerkezetre jó példa Amszterdam (www.iamsterdam.com) vagy Barcelona (www.barcelona.cat) hivatalos weboldala. A látogatók a kezdőlapra három lehetőség közül választhatnak: helyiek, turisták vagy a helyi vezetéssel szeretnének kapcsolatba lépni, illetve üzleti céllal érdeklődnek az adott város iránt.

Veszélyként jelentkezhet a kerületben, hogy az egyes múzeumok, szervezetek egymással versengenek, és nem együttműködve alakítják ki az attrakciókat és szolgáltatásokat.

Nem tartozik közvetlenül a turizmus témaköréhez, ám fontos terület a Batthyány tér és Széll Kálmán téren élő hajléktalanok ügye, akik nem mutatnak kedvező képet a kerületről az ide érkező látogatók számára. Ennek a problémának a megoldása nem a turizmus feladata, nem is helyi szintű. Ebben a kérdésben még mindig keresnünk kell a megoldást.

SWOT analízis táblázat**Környezeti, természeti adottságok, épített vonzerők**

<p>Erősségek Kiemelkedő történelmi és kulturális gazdagság, közbiztonság Utóbbi évek fejlesztései Természeti értékek, érdekességek (pl. Várbarlang-rendszer)</p>	<p>Gyengeségek Érdekeltek (stakeholderek) nagy száma Turistabuszok óriási forgalma Parkolási nehézségek</p>
<p>Lehetőségek A már meglévő, s a tervezett mélygarázsok megvalósítása Liftek (Gránit lift, Murad lift, Iskola lift) Elektromos buszok alkalmazása</p>	<p>Veszélyek A fejlesztések során a turisztikai szempontok nem, vagy nem kellő mértékben érvényesülnek. A környezetbarát fejlesztési rendszerek nem tudnak érvényesülni, megvalósításuk akadályokba ütközik.</p>

Szálláshelyek és vendéglátás

<p>Erősségek Az infrastruktúra kiépítettsége megfelelő Nagy hagyományú hotelek is megtalálhatók (pl. Hilton Hotel Budapest, Mercure Budapest Hotel) Magas a 4-5*-os szállodák aránya A prémium kategóriás turizmus kiszolgálására felkészült a kerület Vendéglátóhelyek széles skálája (a magasabb árfekvésűek többségben vannak)</p>	<p>Gyengeségek Ifjúsági szálláshelyek választéka és kapacitása kevés A vendéglátóhelyek többsége a nagy látványosságok közelében koncentrálódik Kitelepülés jellegű vendéglátóhelyek szezonálisága</p>
<p>Lehetőségek A rendezvények és a vendéglátóhelyek, szállodák közötti folyamatos kommunikációs kapcsolatok Fórum: Budavári Turisztikai Kerekasztal A hagyományteremtő, történelmi rendezvények összekapcsolása a gasztronómiával</p>	<p>Veszélyek A magyar ízek, jelleg eltűnése A modern kor igényeit és a trendeket követő ételek nem jelennek meg</p>

Programok, rendezvények, kultúra, sport és szórakozás

<p>Erősségek</p> <p>Széles programkínálat</p> <p>Galériák sokszínűsége, magas színvonala</p> <p>Gyönyörű helyszínek</p> <p>Múzeumok, kiállítások szintén magas színvonala</p> <p>Budavári Művelődési Ház állandó jellegű programjai</p>	<p>Gyengeségek</p> <p>Programok szezonalitása (tavasztól-nyárig)</p> <p>Az önkormányzat programjai között kevés a külföldieknek szóló esemény</p> <p>Kevés a fiatalabb, kultúrára éhes rétegnek szóló rendezvény</p> <p>Nagy az érdekeltek, programgazdák száma</p> <p>Múzeumok gyenge marketingkommunikációja</p>
<p>Lehetőségek</p> <p>Várnegyed északi oldalának „felpezsdítése”: klasszikus koncertsorozat, filmvetítés, kiállítás a Magdolna toronynál</p> <p>Programok a téli időszakra is: karácsonyi vásár</p> <p>Várkert Bazár programjai</p> <p>„Miénk a Vár!” futóverseny nem csak a kerületben élők számára</p>	<p>Veszélyek</p> <p>Kerület, Vár nem tud önálló, egységes kulturális arculattal megjelenni</p> <p>Megfelelő kommunikáció hiánya miatt a fővári rendezvényekkel való összehangolás csak részben valósul meg</p>

Egyéb tényezők (közlekedés, közállapotok, információ, kommunikáció, PR)

<p>Erősségek</p> <p>A tömegközlekedés minősége jó, és a külső budai városrészekkel is megfelelő a kapcsolat</p> <p>A Várba való feljutáshoz megfelelő a buszjáratok sűrűsége</p> <p>Parkolási rendszer újításai</p> <p>Felújított, kihelyezett információs táblák</p>	<p>Gyengeségek</p> <p>Turisztikai információs központok hiánya</p> <p>Nincs központi „fogadókapu”</p> <p>Specifikus témájú kiadványok, térképek hiánya</p> <p>Az on-line információk (a hivatalos weboldal) elavultak, hiányosak, nem hiteles oldalak megjelenése</p> <p>Buszok elavultsága</p>
<p>Lehetőségek</p> <p>A tömegközlekedési vonalakat jelenleg is fejlesztik: Budai fonódó villamoshálózat, Széll Kálmán tér felújítása, Clark Ádám tér</p> <p>A vári tömegközlekedésbe év végén érkező modern, új buszok</p> <p>Információs kiadvány, térkép készítése</p> <p>A helyi lakosság szemléletének formálása a turizmussal, a látogatókkal szemben</p>	<p>Veszélyek</p> <p>Az egyes múzeumok, szervezetek egymással versengenek, és nem együttműködve alakítják ki az attrakciókat és szolgáltatásokat</p> <p>A későbbi fejlesztések során a környezeti, valamint a vári lakosok érdekeinek figyelmen kívül hagyása</p>

Kapcsolódás a Budapest Turizmus Stratégiához

Az önkormányzat mind a stratégiai célok kidolgozásában, mind pedig a konkrét tervek megvalósításában együttműködik a főváros turizmusával foglalkozó szervezetével, a Budapesti Fesztivál- és Turisztikai Központtal. A szervezet jelenleg dolgozza ki Budapest turisztikai koncepcióját, amelyet várhatóan 2016. januárban publikálnak. Ezt követően, 2016-ban - az új Budapest Turizmus Stratégia megalapozása érdekében - egy átfogó turisztikai kutatást terveznek, a Magyar Turizmus Zrt-vel közösen. Jelenleg, munkaanyagként, stratégiai céljaink megalapozásához az Ugorjunk! Budapest Turizmus Stratégiáját (Ugorjunk!, Budapest Turizmus Stratégia 2012/2013-2017, BTDM Budapest Turisztikai Desztináció Menedzsment Nonprofit Kft.²³) használjuk, mely bár 2017-ig érvényes, már nem minden tekintetben aktuális.

A kerület nyújtotta lehetőségek, a fejlesztések során kialakuló turisztikai attrakciók összhangban állnak a főváros fejlesztési stratégiájának főbb irányelveivel. A Budapesti stratégiában említett kerületi vonzerők a helyi fejlesztési elképzelésekben is szerepet kapnak.

A fővárosi jövőképben a kerületre is vonatkozó elképzelések az alábbi helyeken jelennek meg:

Termékfejlesztés

- **Prémium kategóriás attrakciófejlesztés.** A Kormány elkötelezett a Várnegyed fejlesztésében, turizmusának megújulásában. Célja a budai Várnegyed és a Várkert Bazár együttes, egymást erősítő felújítása, funkcióbővítése oly módon, hogy a térség hiányosságai, közlekedési, megközelítési nehézségei olyan megoldásra találjanak, amely egyaránt előnyös a lakosság és a turisták számára is. E szándékkal összhangban a BTDM célja, hogy a Várnegyed turisztikai hasznosítása az érintett szereplők által egyeztetett és széles körben támogatott szemlélet alapján történjen, amely felhasználja a hazai és nemzetközi turisztikai és építészeti trendek tapasztalatait is. E koncepció kötheti össze az építészeti felújítást az épületek szakmai szempontok alapján meghatározott jövőbeli funkciójával, a Vár kapujaként meghatározott szerepével. Cél, hogy a Budai Vár olyan desztinációvá válhasson, hogy az a nyújtott élmény és szolgáltatási színvonal alapján vonzó legyen mind a turistáknak (akik így akár egy napot is eltölthetnek ott), mind a városlakóknak, mind az őket kiszolgáló vállalkozásoknak és állami-önkormányzati szereplőknek.
- **Minidesztinációk fejlesztése.** A TDM-gondolat alapja a kerületek és az egyes vonzerőcsoportosulások bevonása a közös fejlesztési és marketingmunkába. A mini desztinációk meghatározását a következőképpen állapítjuk meg: Budai Vár (kultúra, panoráma, örökség, gasztronómia, programok), Belváros /ld. előzőek és szórakozás, shopping/..."

A stratégiai programokban az illeszkedés számos helyen nyilvánvaló, s jó pár olyan fővárosi fejlesztési elképzelés is van, melyekhez a kerület csatlakozni tud.

Várkert Bazár

A nemrég elkészült és átadott Várkert Bazár olyan jelentős attrakció, amellyel indokolt kiemelten foglalkozni. A megvalósultak mellett még számos kulturális és egyéb szolgáltatásfejlesztésre ad lehetőséget – nem csak a kerület javára.

²³ http://budapest.hu/Documents/20120403_turizmus_strategia_alapvetes.pdf

A Várkert Bazár állapota az 1980-as évektől fogva folyamatosan romlott, ami az épület teljes lezárásához vezetett. A Várkert Bazár felújítására, hasznosítására ezután számos terv készült. A Kormány 1375/2011. (XI. 8.) számú kormány határozata a Várbazár rekonstrukciójáról és a Budai Várnegyed hosszú távú fejlesztéséről, valamint a budavári királyi kertek revitalizációjáról, a Budai Várnegyed és környékének közlekedési problémáinak rendezéséről indította útjára a fejlesztést.

A főváros turisztikai kínálatának bővítését szolgáló beruházás az Európai Unió és a Magyar Állam Új Széchenyi Terv Közép-magyarországi Operatív Programja keretében a KMOP-3.1.1/E-12-k-2012-0001 azonosítószámú, a „Várkert Bazár fejlesztése” című projekt keretében valósult meg. A felújításhoz kapcsolódva a Budavári Önkormányzat a KÖZOP -5.5.0-09-11-2011-0027 azonosítószámú, a Budai Vár és környéke közlekedésfejlesztése című projekt kedvezményezettjeként az első ütemben a Várkert Bazárban és közvetlen környezetében, második ütemben pedig a Várban valósított meg fejlesztéseket (mélygarázs, liftek, mozgólépcső, buszforduló, közterület-rendezés, útfelújítás, forgalomcsillapítás stb.), amelyeket a koncepcióban már ismertettünk.

A projektet a Várgondnokság Közhasznú Nonprofit Kft. a Pro Regio Közép-Magyarországi Regionális Fejlesztési és Szolgáltató Nonprofit Közhasznú Kft.-vel, mint közreműködő szervezetrel szoros együttműködésben valósította meg.

A Várkert Bazár felújításának köszönhetően, az utóbbi években prémium kategóriás attrakciófejlesztés valósult meg a kerületben. A Várkert Bazár rekonstrukciója során nemcsak az Ybl Miklós tervezte épületegyüttes újult meg, hanem a mai kor igényeinek megfelelő multifunkcionális rendezvényterem is kialakításra került, alatta mélygarázzsal. Az ide látogató vendégeket kiállítások, koncertek sora várja, valamint vendéglátóhelyek és egy (időszakosan működő) turisztikai információs pont is fogadja. A felújítás tehát nem csupán műemléki rekonstrukció, hanem a kulturális élet és szolgáltatás-fejlesztés is egyben.

Rendezvényhelyszínek és lehetőségek

Multifunkciós rendezvényterem: A rendezvényterem - technikai adottságainak köszönhetően - kiválóan alkalmas konferenciák, termékbemutatók, gálavacsorák, divatbemutatók, kiállítások, bálók, színházi és koncert előadások, de akár családi rendezvények és filmforgatások lebonyolítására is.

Öntőház udvar: Az udvar és az ott található szabadtéri színpad alkalmas a fiatalabb korosztály elérésére, unplugged koncertek, szabadtéri rendezvények megszervezésére.

Vetítőterem: Sajtótájékoztatók, könyvbemutatók, kerekasztal-beszélgetések, művészeti, irodalmi estek, filmklubok, tanfolyamok, továbbképzések, céges tréningek lebonyolítására alkalmas helyiség.

Szárazárok: Különleges szabadtéri színpadot rejt, amely lehetőséget ad kamara jellegű színházi előadások és unplugged zenei produkciók, illetve alternatív szabadtéri (zenés, táncos, színházi-, vagy akár báb-) előadások megrendezésére.

Kiállítások, programok

Jelenleg öt kiállítás üzemel a Várkert Bazár, vagyis a Várgondnokság Nonprofit Kft. szervezésében. 2014-es átadása óta is már számos nagyrendezvénynek biztosított helyszínt (Beethoven Budán, Fonogram-díjak átadása, táncestek). Ez is bizonyítja, hogy az épületkomplexum számos lehetőséget nyújt a kulturális programok szervezése terén. Nemcsak koncert-, illetve rendezvény-helyszíneként funkcionál, hanem nagyszabású kiállítások lebonyolítására is alkalmas. A színes rendezvények, melyek a táncművészetektől kezdve a klasszikus zenekarok kon-

certjein át, a mai modern együttesek fellépéséig terjednek, egy jó kezdetet jelentenek a szolgáltatásfejlesztés, illetve -bővítés útján. Az egyre szélesedő programkínálat az eltérő érdeklődési körrel rendelkező látogatóknak is remek időtöltési lehetőségeket ígér.

A díszkert önmagában is önálló vonzerő; különösen, ha kulturális programokat is szerveznek ide. A Duna partig terjedő sávot felszabadították, és a tömegközlekedés által eddig elfoglalt hely alkalmassá vált egyéb funkciók befogadására (vendéglátás, pihenés, városnézés).

A fejlesztés megnyitotta a *Duna partról a Budai Várba vezető utakat* is. A korábban lezárt közlekedési kapcsolatok megnyitásával új útvonalak keletkeztek. A déli kortinafal átvágásával (vagyis az egykori Ybl-átjáró kibontásával), az Öntőház udvar és a neoreneszánsz kert megnyitásával is új útvonal jött létre, amelyen el lehet jutni a Clark Ádám térről a Szarvas térig. A Várkert Bazár kilátóteraszára a Gloriett két rámpáján, a Lépcsőpavilonon, az Erzsébet lépcsőn, vagy a Testőrségi palotán keresztül lehet felsétálni. Innen is további utak visznek a Palota felé: a Vízhordó lépcső, a Déli kortinafal tetején vagy a mellette lévő lépcső. Megnyílt az út a Magyar Nemzeti Galériához és a Budapesti Történeti Múzeumhoz is. A feljutást megkönnyítik a liftek és a mozgólépcső. A menetrend szerint közlekedő kishajó-járatnak kikötője van itt, így már hajóval is érkehetnek vendégek.

A Várbazár turisztikai jelentőségének felméréséhez még néhány évre van szükség. A megnyitás első évének tapasztalatai még nem elegendőek az értékeléshez, de az máris látható, hogy óriási potenciált képvisel. Fontos, hogy további tartalommal töltsék meg, mert ezek nélkül fennáll a veszély, hogy egy gyönyörű, de alulműködő kulisszává válik.

Marketing, információ, kommunikáció

Jelenlegi állapot rövid ismertetése, hiányosságok

- Jelenleg nem szerepel jelentőségéhez mért súllyal az önkormányzati szervezetben a turizmus. Az ágazatban rejlő potenciális lehetőségeket - tudatosan összehangolt stratégiai szerepvállalás mellett -, egyértelmű felelősségi körök meghatározásával lehet kiaknázni.
- A kerület, de főként a Budai Vár nem rendelkezik önálló, invitatív turisztikai kiadvánnyal. A Vár területén jelenleg egy turisztikai információs iroda található, a Mátyás-templom közelében, a Tárnok utca 15. szám alatt. Az iroda az ország, Budapest és az I. kerületi turisztikai látnivalókról, programokról, turisztikai szolgáltatókról nyújt a bel- és külföldi turisták számára naprakész információkat. A kiadványok között számos idegen nyelvűt találhatunk. A kiadványok azonban nem fedik le a területet.
- Az önkormányzat weboldala jelenleg csak magyar nyelven érhető el, így a külföldi érdeklődők vélhetően más forrásból kényszerülnek információkat keresni. A honlapon megtalálható a Turizmus oldal, melyen a szálláshelyek, éttermek, látnivalók jelennek meg. Az információk azonban elavultak, a régebbi vállalkozásoknál nem történt meg az adatok frissítése.

Feladatok

Az *internet*, mint turisztikai marketingeszköz napjainkban szinte megkerülhetetlen; szerepe, jelentősége napról-napra növekszik. A világhálón rendelkezésre álló ismereteket a turizmus számos szegmense, a látogatók szinte összes csoportja egyik fő információs forrásának, a fiatalabb generációk pedig szinte kizárólagos forrásnak tekintik. Elsősorban nekik szól a „Buda-

vár 360” gyalogosbarát mobilapplikáció, amelyet Európai Uniós források felhasználásával fejlesztett ki az Önkormányzat. A Budavar360 nevet viselő rendszer közlekedési információkkal, közérdekű adatokkal (ATM-automaták, valutaváltók, gyógyszertárak, üzletek, például nyilvános illemhelyek), a Várnegyed rendezvényeivel és láttnivalóival kapcsolatos tudnivalókkal segíti az érdeklődőket. A rendszer jelenleg tesztelés alatt van, hiszen a napi működés során derül ki, hogy mely funkciókra van szükség és hogyan tehető felhasználóbaráttá az applikáció.

Az online marketingeszközök (web1 és web2 terén is) hatékonyságát a következő területeken lehet fokozni, javítani:

- A www2.budavar.hu honlapon a Turizmus fül további adatokkal való feltöltése lenne szükséges, valamint érdemes lenne egy „Rendezvénynaptár” kialakítása is a honlapon (a jelenlegi Programok fül helyett)
- Az oldal további nyelvváltozatokkal történő kiegészítése mellett, a honlapstruktúra átalakítása is célszerű megoldás lenne az információk könnyebb kereshetősége érdekében - természetesen az önkormányzati funkciók, jelleg megtartása mellett.
- A jó turisztikai honlap nem csak információforrás, hanem figyelemfelkeltő, ösztönző hatású is: ötletekkel, programajánlatokkal látja el az érdeklődőket, akár tematikus útvonalakat ajánl rendelkezésre álló idejük vagy érdeklődési körük alapján.
- A közösségi média alkalmazása turisztikai célokra: a Budai Várnak illetve a kerületnek szüksége lenne egy főként turisztikai információkat, invitatív képeket tartalmazó oldal, profil létrehozására.

Az online eszközök mellett a *nyomtatottaknak* is nagy jelentősége van a marketing területén, noha szerepük átalakulóban van. Az utazási döntés meghozatalában az előkészítés jelentős része az előzetes információk, az interneten fellelhető információk alapján születik meg. Ezen túl nagy jelentősége van az ismerősök, barátok által szolgáltatott információknak, adatoknak, megosztott tapasztalatoknak is. A helyszínre érkezve azonban a látogatók többsége az egyéb mobil eszközök (mobiltelefon, táblagép) által online információkon, applikációkon kívül keresik a nyomtatott, megfelelő minőségű és kivitelű promóciós anyagokat. Az I. kerület eddig nem rendelkezik önálló, invitatív turisztikai kiadvánnyal. Az I. kerületet bemutató kiadványok tartalmilag gazdagok ugyan, ám a közelmúltban bekövetkezett fejlesztések nem jelennek meg bennük, és szerkezetileg is idejét múltak. Ezért szükséges elkészíttetni egy többnyelvű (de minimum angolul) megjelenő kiadványt.

Jelenleg a kerület rendelkezik egy nagyon jól kialakított, számos információt, látványosságot, nevezetességeket tartalmazó térképpel, melyet az előző évben a Vár több pontján is kihelyeztek. Ezeket a turisták által kedvelt térképeket érdemes lenne papír formátumban is kiadni, több nyelven is, jelölve rajta a különböző érdeklődési körű vendégeknek összeállított tematikus sétaútvonalakat, s az azok bejárásához szükséges időt is.

Kiemelt stratégiai témák

A vizsgálat eddigi részeiben számos alapvető, koncepcionális kérdés is felmerült. Ezek közül többet érdemes részletesebben, külön is áttekinteni, annál is inkább, mert alapvető jelentőségűek a Várnegyed turizmusának szempontjából; meghatározzák annak jövőjét. Túl ezen, ebben a részben olyan témákat emelünk ki, amelyek önkormányzati kompetenciába tartoznak és helyi szintű döntéseket igényelnek.

Partikuláris érdekek, célok ellentmondásai

A kerületi turisztikai fejlesztésnek – a megszokott faktorokon kívül – számos egyéb nehézsége van. Ezek közül elsőként a szereplők, az érdekelték (stakeholderek) nagy számát kell említenünk.

Állami, kormányzati szereplők

A Budai Várral kapcsolatos *állami feladatokat* tartalmazza a 2014-es Nemzeti Hauszmann Terv. Ebben központi jelentőségű feladatként határozzák meg a Palotanegyed és a Polgárváros rekonstrukcióját a Várnegyed „representatív, kulturális és turisztikai funkcióinak erősítése érdekében.” A terv - mindezek mellett - foglalkozik a Várnegyed kormányzati, reprezentációs szerepének megújításával is. A tervek szerint a Miniszterelnökség egy részét a Karmelita kolostorban helyeznék el. A Miniszterelnökség egy részének tervezett felköltöztetése minden bizonnyal további forgalommal és korlátozásokkal jár. Ennek felmérése és forgalomtechnikai, továbbá biztonsági megtervezése nem lehet a turisztikai koncepció része, de kívánatos, hogy az önkormányzat érdekelt félként bejelentkezessen az egyeztetési körbe.

Itt kell megemlítenünk a Köztársasági Elnöki Hivatalt, amely a látványos őrségváltással turistákat is idevonz, de a biztonság tekintetében szintén szigorú szabályokat alkalmaz.

A jelenlegi elképzelések szerint visszaállítják a Palota eredeti, neobarokk kupoláját és épületrészeit. Az Országos Széchényi Könyvtár új helyre költözik, az egykori Lovardát és Főőrségi épületet újjáépítik. A még csak körvonalazódó tervekből láthatjuk, hogy az elképzelések *a meglévő turisztikai attrakciók bővítését és új helyszínek létrehozását tartalmazzák*, ami kedvező a turizmus szempontjából. Az állami-kormányzati színhelyek bővülése viszont a látogathatóság korlátozásával is jár, így ma még nem látható tisztán, hogy e kétféle törekvés, kétféle funkció hogyan él majd meg egymás mellett.

Külön kell szólni a Vár területén található állami tulajdonú ingatlanokról. A Vár területén lévő állami-kormányzati intézmények egy részét a Várgondnokság Közhasznú Nonprofit Kft. üzemelteti (Várbazár, volt Honvéd Főparancsnokság, /a Karmelita kolostor 2014-ben kikerült ebből a körből/, várfal, Hűtőközpont, kertészet, világítás), és – ami még fontosabb – a Palota területén lévő rendezvény-helyszínekkel is ők gazdálkodnak. Ez azt jelenti, hogy több, kiemelkedő jelentőségű rendezvény, fesztivál megrendezésének kérdésében döntenek, és azt is ők határozzák meg, hogy területükön milyen típusú vendéglátást, árusítást engedélyeznek. Ezek a rendezvények azonban kihatnak a Vár egyéb területeire, továbbá imázsára is, így ezekben a témákban az egyeztetésre nagy szükség lenne. Ugyanilyen fontos, hogy az árusítás és a vendéglátás terén is legyen valamilyen együttműködés, mert ezek is arculatépítő elemek, így nem közömbösek a kerület számára.

A Sándor palota kezelésével és üzemeltetésével kapcsolatos feladatokat a Köztársasági Elnöki Hivatal Gazdasági Igazgatósága látja el.

A várfalak egy része önkormányzati, más része állami tulajdon. A falak és a rondellák karbantartását - az önkormányzat állásfoglalása szerint – csak az állami finanszírozás, az egységes vagyonezelés biztosíthatná.

Minisztériumi tulajdon irányítás alá tartozik több, jelentős vári intézmény, amelyek egyben a városkép fontos elemei és attrakciók is. A Szépművészeti Múzeum, illetve az Emberi Erőforrások Minisztériuma (EMMI) irányítja a Magyar Nemzeti Galériát. A Hagymányok Házának (volt Budai Vigadó) fenntartója is az Emberi Erőforrások Minisztériuma. A másik jelentős kerületi kulturális rendezvényközpont, Magyarország Házának gazdája a Bethlen Gábor Alapkezelő Zrt. Köztisztületi szervezet, a Magyar Tudományos Akadémia a tulajdonosa az MTA Zenetu-

dományi Intézetének (Zenetudományi Múzeum), az Országház utcai rendezvényhelyszínnek és a Vendégháznak (Országház u. 21.).

(A tulajdonosi kört bővíti, hogy a közelmúltban a Magyar Nemzeti Bank tulajdonába három értékes ingatlan került. A Tárnok utcai Óvárosháza felújítását megkezdték.)

Budapest Főváros Önkormányzata

Az első kerület turizmusa szorosan összefügg a *Főváros* turizmusával, így annak szabályozása, változásai hatással vannak rá. A Főváros saját koncepciójának megalkotásakor „részterületként” veszi figyelembe a kerületi sajátosságokat, de egy másik szerepben: tulajdonosként és működtetőként is megjelenik. Bizonyos területek (ingatlanok, tömegközlekedés, turisztikai információ) gazdájaként érvényesíti saját szempontjait, érdekeit. A Főváros fogadja el a budapesti közlekedési stratégiát, kezeli a kerületi tömegközlekedési útvonalakat, a vízi közlekedést, üzemelteti a Budavári Siklót, gondozza a nagyobb zöldterületeket. A kerületi koncepció készülésével egy időben állítják össze a főváros 2030-ig szóló fejlesztési tervét. Ebben hangsúlyosan szerepel a Duna-partok elérhetőségének, közcélú hasznosításának megteremtése, a Duna-part menti turisztikai és rekreációs területek fejlesztése és decentralizálása, valamint a Duna vízi útként történő jobb kihasználása. A Kolosy tér – Döbrentei tér közötti part megújításának tanulmányterve és hasznosítási koncepciója a III. szakaszban készülhet el. Gondot jelenthet, hogy a pesti oldalon tervezett forgalomcsillapítás Budán – minden valószínűség szerint - forgalommnövekedést fog okozni. BFTK, a Budapesti Fesztivál-és Turisztikai Központ a Budapest-kártya kiadásával, fesztiválok szervezésén keresztül is befolyásolja a Várnegyed turizmusát, továbbá tőle bérlő üzemeltetésre a Hungária Koncert Kft. a Vári információs irodát, és ezáltal irányítja a helyi tájékoztató rendszer egyik legfontosabb elemét.

Egyházak

Fontos megemlítenünk az *egyházakat*: épületeik, programjaik önálló turisztikai célpontot jelentenek. A kerületben kilenc²⁴ templomban tartanak istentiszteletet; a Szent Mihály kápolnában 3D-s történelmi filmeket vetítenek, a Mária Magdolna templomban alkalmilag vannak kiállítások, a Középkori Zsidó Imaház pedig múzeumként működik. Az Úri utcában található a barokk Érseki palota (Esztergom-Budapesti Főegyházmegye Budapesti Főegyházmegyei Hivatala). A templomok közül – turisztikai szempontból – messze kiemelkedik a Mátyás-templom, amely a főváros – és az ország - egyedülálló nevezetessége. Építészeti és történelmi értékein kívül neves előadókat felvonultató koncertjeivel is jelen van a Budapesti kulturális vérkeringésében. Évente körülbelül ötven koncertet tartanak – csak itt, a Mátyás templomban!

Ez a szegmens, az egyházi színhelyek kerületi gazdagsága akár egy *tematikus túraútvonal* kidolgozását is lehetővé tenné. A vallási turizmusra építő, speciális útvonal és program összeállítása mélyebb bepillantást engedne a látogatóknak a helyi történelembe, annak szakrális részébe.

Az egyházi épületek többsége látogatható; *külső képük és belviláguk is nagyban hozzájárul a helyszín történelmi jellegéhez. Önálló kulturális kínálattal, saját programokkal jelentkeznek,*

²⁴ Árpád házi Szent Erzsébet templom, Szent Anna templom, Szent Ferenc sebei templom, Budapest-Budai Református Egyházközség temploma, Alexandriai Szent Katalin templom, Nagyboldogasszony Mátyás- templom, Budavári Evangélikus gyülekezet temploma, Havas Boldogasszony templom, , , Szent Flórián vértanú görög katolikus templom

amelyek értéket hordoznak, vonzerőt jelentenek, de *nem integrálódnak a kerületi turisztikai kínálati struktúrába.*

Budavári Önkormányzat

A meghatározó szereplők között – természetesen – ott van a Budavári Önkormányzat is – a kerületért és a turizmusért viselt, sajátos felelősségével.

Direkt módon rendeletekkel, saját kulturális helyszíneinek programjaival (Budavári Művelődési Ház, Várnegyed Galéria, Mesemúzeum stb.), rendezvényszervezéssel, honlap működtetésével, kiadványokkal, útjelzések kihelyezésével stb. alakítja a turizmus feltételeit.

Ez a szerepe indirekt módon is megvalósul. A vári lakások nagy része, a tömegközlekedés által nem használt utak és az egyes zöldterületek tulajdonosaként, művelődési és kulturális intézmények fenntartójaként mind az épített környezet fenntartásában, mind pedig a szolgáltatások működtetésében megkerülhetetlen szerepe van. A városkép rehabilitációjában, a műemléki - vagy a műemléki környezetben lévő – és egyéb lakóépületek felújításában az utóbbi évtizedben nagyon jelentős eredményt értek el. Az utóbbi négy évben az Épületfelújítási pályázaton megújítottak 260 épületet; valamint 39 műemléki épületet. Az útfelújításban is komoly részt vállaltak magukra, akárcsak a parkok rendbe tételében. A parkokban, a közterületeken a zöldfelület rehabilitációján, vagyis a fizikai helyreállításon túl, a helyi jelleg és a kulturális tartalom megjelenítésére számos szobrot helyeztek el vagy újítottak fel (például a Bethlen István, Ybl Miklós, Babits Mihály és Déryné szobra, a Földanya szobor, Kilus-kút, Corvin téri Lajos-kút, és berendezték a Fátyol parkot, stb.). A fővárosi útfelújításokhoz csatlakozva az önkormányzat végeztette el az addig bokatoró, hiányos burkolatok teljes cseréjét a Dísz, a Szentháromság és a Hess András téren, a járdákon és a vári keresztutcákon. Az elhanyagolt, városképet romboló „kertek” közül megújult a Horváth kert, és megérett a felújításra a Főváros tulajdonban lévő Vérmező is. Rendezésére – remélhetőleg - még ebben a ciklusban sor kerülhet.

Ezek az eredmények nagyban hozzájárultak ahhoz, hogy a kerületben – a Vár falain kívül is – lehet, sőt érdemes nézelődni, sétálni. A látogatók, és persze, a helyi lakosok is kényelmes környezetet találnak ma már olyan értékes, de korábban csak közlekedésre alkalmas helyeken, mint a Batthyány-Hattyú utca sarka, a Corvin tér vagy a Clark Ádám térnél, a Siklónál.

Az önkormányzat az üzlethelyiségek bérbeadásán keresztül is alakítja a turisztikai termékínálatot. Meghatározza, hogy hol, milyen céllal lehet az adott helyiséget működtetni, vagyis a bérlőkijelölésénél egyfajta kontrollt gyakorol a szolgáltatás tartalma, színvonala és a minőség tekintetében is.

Civil szervezetek

A *kerületi civil szervezetek* elsősorban helyi jelentőségű ügyeket karolnak fel, de van köztük olyan is, amely kulturális, idegenforgalmi szempontból is szerepet játszik: ilyen a Borsos Miklós Lakásmúzeum és a Stróbl Alajos Emlékhely Alapítvány.

Magánvállalkozások

Végül meg kell említenünk a *magánszférát* is. A kerületben számos kulturális vállalkozás működik, melyek közül a helyi kisgalériák kiállításai a turisták számára is értékelhető programot jelenthetnek. A Várfok utcában lévő galériák elsősorban a kortárs-képzőművészetet repre-

zentálják; a vári Koller Galéria pedig évtizedek óta a hazai képzőművészek munkáinak egyik legelismertebb bemutatóhelye.

A kis kézművesboltok és az egyéb üzletek óhatatlanul hozzáadnak valamit a miliőhöz, a hely szelleméhez. Nagyon nem mindegy, hogy ez a „valami” javít vagy ront a helyszín kinézetén, megítélésén! Egyik-másik üzlet valóságos kiállítóhelyként, kis galériaként működik: a művészi termékek árusítása mellett súlyt helyez azok bemutatására is. A Várban számos üzlethez kézműves műhely kapcsolódik, ahol időről-időre kulturális-hagyományőrző összejöveteleket is tartanak.

Hasonlóan fontos szerepet játszanak a patinás éttermek, cukrászdák is. Esetükben arra kell vigyázni, hogy sem a tulajdonos- sem pedig a profilváltás ne csorbítsa ezt a funkciójukat. Ezek nem egyszerű vendéglátóhelyek, hanem a hazai vendéglátás történelmének élő példái, hagyományainak folytatói. Ugyanakkor a Várban is megjelentek az új trendeket képviselő, magas gasztronómiai értékkel rendelkező éttermek, amelyekre egyre nagyobb igény mutatkozik.

A kereskedelem és a vendéglátás mellett szólnunk kell a kifejezetten idegenforgalmi célú, egyéb, *helyi vállalkozásokról* is. Ilyen például a Szent Mihály kápolnában működő filmbemutató, amely 3D-s technikát használ a magyar történelem korszakainak megismertetésére. Ebbe a kategóriába tartozik a Budavári Labirintus, amely – most éppen – Drakulával hirdeti magát – ami egyáltalán nem illik a Budai Vár arculatához és történelméhez. Ebből is látszik, hogy az idegenforgalmi szolgáltatók kínálata, marketingtevékenysége nem lehet közömbös az arculatépítésért és a kerület jó híréért felelősséget viselő önkormányzat szempontjából sem.

A magánvállalkozók jelentős szerepet játszanak a helyi szálláshely-kínálatban is. A kínálatot a rangos, 4-5 csillagos szállodák dominálják, de az utóbbi években megjelent néhány kisebb, de igen exkluzív fogadó, szálloda is.

A kapacitás töredék részét teszik ki a fizetővendég-szobák, ám az utóbbi években növekvő számot mutat. A lakáskiadás utóbbi években látható felívelése bizonyára a Várnegyedben is változást hozott, de mivel ez a terület jobbra a gazdaság szürke - avagy még sötétebb – zónájába tartozik, közvetlen adatunk nincs róla. Forrásaink szerint a Várban is jellemző folyamat a lakások átalakítása bérbeadási, illetve idegenforgalmi célokból. A folyamatot figyelemmel kell követni, elkerülendő a Budai Vár lakónegyed-jelleg meggyengülését. A bérbeadást előzetes tulajdonosi hozzájárulással, bejelentéssel lehet megvalósítani és fontos az önkormányzati bérlemények rendszeres ellenőrzése, a szabálytalan bérbeadások felderítése.

Mint láthatjuk, minden egyes szervezet a maga céljai és lehetőségei, saját üzleti stratégiája vagy szervezeti programja szerint alakítja kerületi jelenlétét, tevékenységét, ami egyben a kerületi városképet, arculatot és turisztikai kínálatát is formálja. A felsorolt tényezők reprezentálják az egyes szereplők, a stakeholderek partikuláris érdekeiket, amelyek bonyolult hálókat, összefüggés-rendszereket alkotnak. A sok szereplő és az ebből eredő, bonyolult érdekhálózat miatt a kerületi attrakciók egy jelentős részében az önkormányzatnak nincs érdemi ráhatása ezek alakulására, vagyis arra, hogy az adott területen, helyszíneken mi is történik. A *turista szempontjából viszont tökéletesen közömbös, hogy az út, amelyen halad, a pad, amelyre leül, és a cukrászda, ahol kávéit iszik, kinek a tulajdonában van. Nem érdekli, hogy a főváros, a kerület vagy éppen a magántulajdonos miért nem söpörte fel az utcát, nem szedte össze a szemetet vagy miért nem javította meg a csengőt, miért nem pótolta az elkopott információs táblát.* A turisták, ha hibát, fogyatékoságot, rendellenességet tapasztalnak valahol, akkor – akárcsak a kerületi lakosok - az önkormányzathoz fordulnak, az önkormányzatot

marasztalják el. E tekintetben a sors némileg igazságtalan, hiszen – bár a mulasztást adott esetben más követi el – az ódiум az önkormányzaté. Ezzel a teherrel, a kitáblázható, ritka eseteket kivéve, együtt kell élni. Ez a tény viszont jó ok arra, hogy az önkormányzat olyan ügyekben is érdekelt lehessen és eljárjon, amelyek nem tartoznak közvetlenül a kompetenciájába.

Lakosok, turisták, intézmények együttélése

Egyértelmű, hogy egy turisztikai koncepció feladata a turizmus előmozdítása, képviselése. Ez azonban szorosan összefügg a helyi lakosság életkörülményeivel, a turizmusnak erre gyakorolt hatásaival, az ott élők igényeivel. Azonban a kétféle igény, elvárás összehangolása előtt néhány, elvi jelentőségű kérdést szükséges tisztázni.

Kié is a Vár? A Várban lakni nem azt jelenti, hogy a Vár csak az itt élőké lenne. *A Budai Vár az egész országé.* Itt élni pedig olykor terhet, időnként pedig kifejezetten kényelmetlenséget jelent lakói számára. *Ez a szerepkörrel együtt jár!* Az önkormányzat igyekszik a kényelmetlenségeket a lehető legkisebb mértékűre zsugorítani, és biztosítani a „lakóbarát” környezetet, például az ingyenes behajtás és parkolás lehetővé tételével, a tömegközlekedési útvonalak kialakításával (megálló a Fény utcában, a 16-os busz útvonalának meghosszabbításaként 116-os buszjárat), vagy a CBA üzletének megnyitásával.

A vári lakosok panaszai világosan jelzik, hogy ők - a kivételes történelmi környezetben - elsősorban a zavartalan nyugalmat és a lehető legjobb közellátást szeretnék élvezni. Vagyis, elvárják a turizmus érdekében történő fejlesztéseket - hiszen ez nekik is jó -, a központi helyszín által biztosított, átlagosnál messze jobb színvonalú környezetet, a gazdag kulturális kínálatot, de nem szeretnék részesülni a turistaforgalom zavaró hatásaiból.

A panaszok jelentős része a *vári rendezvények* miatt érkezik. A közlekedési korlátozások, a zsúfoltság, a zaj és a visszamaradó szemét zavarja leginkább a helyieket. Az önkormányzat rendezvénypolitikája egyértelmű: saját területeit kizárólag a szükséges feltételek, biztosítékok megléte esetében adja át rendezvények megtartására; szem előtt tartva a környezetvédelem szempontjait, és mérlegelve, hogy a rendezvény jellege illik-e a helyszínhez. Más kérdés, hogy a vári területek egyéb részeinek gazdái a maguk döntéseit milyen szempontok alapján hozzák meg.

De tudnunk kell, hogy a Várban élni nem csak hátrányokkal jár! Az itt tulajdonnal rendelkezők egy része profitál abból, hogy Várban lakni kiváltság, státuszszimbólum, amelynek ára van. Emiatt egy vári lakás ára közel két és félszerese az átlagos budapesti lakásnak, és a lakáskiadás is a szokásosnál jobb üzlet.

A hazai és külföldi látogatók szívesen benéznének az egyes épületekbe, főleg, ha már elolvasták a táblát, amely szerint értékes műemlék-épület előtt állnak, ahol a belső udvar is gótikus és barokk emlékeket rejt. A zárt kapuk azonban még bepillantást sem engednek az udvarokba, így *a vári történelem egy jelentős része megközelíthetetlen marad a nem ott lakók számára.* Érthető, ha vagyon- és személybiztonsági okokból a lakók nem nyitják meg a kapuikat az idegenek előtt, de ez a gyakorlat mégiscsak felveti azt a kérdést, hogy ki is a műemlékek igazi tulajdonosa, és *milyen jogok fűződnek az ilyen, mindannyiunk közös múltját reprezentáló helyekhez.*

Ebből is látszik, hogy a lakosok turizmussal kapcsolatos attitűdjének formálása a jövő egyik lényeges feladata.

A vári állami és kulturális intézmények működése jelentős többletforgalmat generál. Nem csak a munkába járás, a közlekedés, hanem a szállítás és a karbantartás is jelentős tétel a

forgalomnövekedésben. Mivel a Budai Vár gyakran ad helyet állami, diplomáciai fogadásoknak, gyakran látogatják közjogi méltóságok, különleges biztonsági intézkedésekre is sor kerül.

A *turista elvárja*, hogy a Budai Várban a magyar történelem emlékeivel „kézzel fogható” módon találkozzék, érzékelhesse a történelmi levegőt, hogy megfelelő tájékoztatást kapjon az egyes helyeken, programok várják, vásárlási és kényelmi szolgáltatásokhoz jusson. A program nem csak sajátos témájával (például gasztronómia, kézműves vagy hagyományőrző rendezvény, előadó- és képzőművészet) jelent vonzerőt, hanem abban is szerepe van, hogy a látogató ne csak röpke fél órát-órát töltsön el a Várban. Az eltöltött idő szoros összefüggést mutat a költéssel is: minél tovább marad valaki, annál több szolgáltatást vesz igénybe, annál több terméket vásárol. A programkínálatnak – mindezek mellett – a marketingmunkában is jelentős része van, és szerepet játszik az arculatépítésben is.

A Tripadvisor oldalain megjelenő értékelések között nem egy olyanal találkozunk, amely kicsit unalmasnak, „üresnek” minősíti a Várat. És ebben van is némi igazság. Kicsit eltúlozva a valóságot: ha valaki végigsétál egy szép nyári estén a vári utcákon, azt tapasztalja, hogy ezek többsége tökéletesen üres, ember nem jár rajtuk. Mintha egy régen forgatott film itt felejtett kulisszái között járkálnánk, és ez az ember-nélküliség olykor kifejezetten nyomasztó tud lenni. Az „élet” az, ami olykor hiányzik a Várból, és – az érem másik feleként - éppen ez a hiány jelenti egyúttal azt a nyugalmat is, amelyet az ott élők oly nagyra tartanak.

A hiányérzet azonban nem jelenti azt, hogy éjszakai bárokkal és utcai koncertekkel kellene telerakni a Várat! Vannak olyan műfajok, produkciók, amelyek belső terekben, közintézmények udvaraiban is „megélnek”, vagy amelyek nem járnak komoly zajterheléssel, és egy kerti helyiségben vagy egy bástyasétányon, teraszon is előadhatók. Ilyen például az „elitkultúrába” tartozó, kamarazene, a sanzon-, blues- és jazz-est, a felolvasások (idegen nyelvűek is!), az előadóstek, vagy akár a rangos bűvészprodukciók. A Korona cukrászdában és a Hiltonban évtizedekig népszerűek voltak a hasonló programok. A turisták értékelnék, ha este kilenc-, tíz után még találnának nyitva tartó, kiülős kávézókat, ajándék-üzleteket is.

Programkínálat

Az előbbieken már sok szó esett arról, hogy a helyi programválaszték nagyon sok intézmény, szervezet – közösnek nem mondható – munkájával áll össze. A programok tartalmilag, műfajuk szerint is nagyon sokszínűek, és nagyságrendjüket, továbbá a helyszínt tekintve is heterogének. A legjelentősebb rendezvénycsoport a *fesztiváloké*. A fesztiválok szerepének értékelésekor nem azt kell kérdeznünk, hogy számuk sok vagy kevés - hiszen a kevés is lehet túl sok olykor, a kérdés inkább az, hogy *ezen a helyeken ezekre a fesztiválokra van-e szükség*. Kétségtelen tény, hogy a nagyrendezvények, és különösen a többnapos, tematikus fesztiválok a leglátogatottabbak, ezek vonzzák leginkább a vendégeket. Az önkormányzat számára azonban az sem közömbös, hogy a fesztiválok tematikája és az itt nyújtott termék- és programválaszték *igazodik-e a kerület imázsához*. A mindent átható lángos- és fokhagymaszag, keveredve a sör szagával nem méltó a Palotanegyed hangulatához. A nagyrendezvények gyakran túlságosan zsúfoltak, hiszen a jövedelmezőség annál jobb, minél több pavilont, árushelyet adnak ki a szervezők. Problémát okoz az is, hogy a rendezvények ideje alatt a lezárások, korlátozások miatt nehéz közlekedni, és a Vár egyes területeire csak a rendezvényre megváltott jegy ellenében lehet bejutni. Ily módon a szabadon megtekinthető látnivalók egy része a fesztivál ideje alatt gyakorlatilag mégsem látogatható.

A Vár *infrastruktúrája, kapacitása véges*. Exkluzív környezet, amely azonban több szempontból is (lakók, környezet- és műemlékvédelem) csak korlátozott – mind a befogadható lét-

szám, mind pedig menedzselhető programok tekintetében. Ezért nem célszerű a nagyrendezvények számának növelése, még akkor sem, ha azok vonzereje kiemelkedő. *A Vár inkább az intímabb és színvonalasabb, esetenként csak az egyes piaci szegmenseket megszólító rendezvényeknek és produkcióknak az ideális helyszíne.*

Prémiumturizmus - piaci szegmensek

A Várnegyed - és főleg a Budai Vár - olyan turisztikai attrakció, amely nem egyetlen, speciális piaci réteget vonz. Mivel valóban unikális területről van szó, felhívó jellege más szegmensek esetében is érvényesül. A Budai Vár szinte „kötelező” látványosság, nevezetességeire mindenki kíváncsi, ezért a differenciálásra nincs sok lehetőség. Adottságai és jellege azonban nyilvánvalóan és egyértelműen a prémium kategóriás turizmusra predestinálják.

A prémiumturizmus igényeinek kielégítéséhez minden rendelkezésre áll: nevezetességek, megfelelő infrastruktúra, valamint a vendégek edukációs és rekreációs, szabadidős igényeinek kielégítéséhez szükséges termék- illetve programkínálat. A szolgáltatások magas színvonalra értelem szerűen egy magasabb árkategóriával jár együtt. A szokatlanul magas érték és minőség az átlagosnál magasabb árral együtt pedig - szinte automatikusan – „kiválasztja” az ennek megfelelő célcsoportot: *a történelem és a kultúra iránt érdeklődő, képzett, jó anyagi körülmények között élő, középkorú és idősebb turistákat.* Ez a szegmens a legigényesebb és egyúttal a legtöbbet költő is. Mivel eléggé tájékozott, képzett, tudja értékelni a helyszín adottságait, motivált az újabb ismeretek, élmények megszerzésében; nem csak céltalanul sétál, lődörög a Várnegyedben, hanem tervszerűen végiglátogatja a nevezetességeket, és – adott esetben – kulturális programokon is részt vesz. Vannak igényei is: nemcsak a „basic” szolgáltatásokat várja el, hanem a kiterjesztett terméket²⁵ is. A Várnegyedben a továbbfejlesztés útja ezért csak *a prémium turizmus feltételeinek további javítása, ösztönzése lehet.*

Erre jó lehetőséget nyújthat például az, hogy a kerületben és közvetlen szomszédságában hat fürdő is van: Rudas, Gellért, Lukács, Veli bej fürdők, Komjádi uszoda. (A felújított Rác fürdő megnyitására nincs információnk. A fővárosi tulajdonú Budapest Gyógyfürdői és Hévízei (BGYH) Zrt. 2001-ben Rác Nostalgia Kft. néven céget alapított a beruházás megvalósítására. A projekt indulása óta az eredeti befejezési határidőt számos alkalommal módosították, mert a beruházó nem tudta tartani az ütemtervet. A Fővárosi Főügyészség kétszer is nyomozást rendelt el az ügyben. Egyelőre nem látszik, hogy a kft. és a Főváros hogyan és mikor jut el a tiszta jogi és gazdasági helyzethez, ami a megnyitás feltétele.) Teljes körű wellness szolgáltatást nyújt az Oxygen Wellness Központ a Naphegyen. Ez az adottság a prémium kategóriás turizmus szempontjából igen előnyös, és nem sok más helyszín tudja mindezt egy helyen nyújtani. A fürdőturizmus kihasználásához minden adott, csak a marketingjét kellene megerősíteni.

A konferencia és incentiv turizmus (MICE) helyi mértékéről nincs adatunk. A szálláshelyek minősége és a konferencia-kapacitások ismeretében azonban feltételezhetjük, hogy a prémium-turizmusban ezek is komoly súllyal szerepelnek.

Azt sem tudjuk, hogy a *fiatalok*, közülük is a magasan képzett, jól kereső, sokat utazó réteg milyen mértékben képviselteti magát a desztinációban. Igényeikre azonban érdemes odafigyelni, hiszen ők lesznek a jövő prémiumkategóriás vendégei.

²⁵ A kiterjesztett termék olyan árut, terméket jelöl, amelynek magasabb értékét a fizikai tulajdonságok mellett nem fizikai jellemzői adják meg. Az alaptermékhez képest többlet-szolgáltatást (pl. élménygarancia, stb.) nyújt a fogyasztónak.

A többi szegmensben az olcsóbb és/vagy az ingyenes szolgáltatások igénybe vétele jellemző. Az önkormányzat különféle kedvezményekkel (behajtás, belépőjegy) érvényesíti a kevésbé fizetőképes, de egyéb szempontok (például oktatási érdek, nemzeti összetartozás) miatt fontos rétegek turizmusát.

Térhasználat - attrakciófejlesztés

A vári turizmus egyik – évtizedes – problémája a térhasználat, a forgalom kis területen való koncentrálódása. Ezt a gondot enyhítette az új közlekedési kapcsolatok, felvezető utak pályázati forrásból való megvalósítása. Az új útvonalak a korábbinál előnyösebb területhasználatot tesznek lehetővé. A közlekedési kapcsolatok bővítésével a korábban használt terület többszörösét vonták be a forgalomba.

Ami viszont nem változott, az a *forgalom koncentrációja* a Szentháromság téren és környékén. Annak ellenére, hogy a Budai Vár többi része is elegendő látnivalót kínál, a látogatók nagy része mégis csak a Halászbástya és a Mátyás-templom környékét járja be; vagy ha ennél többre vágyik, akkor elsétál a Palotához. Különösen a szervezett, buszos turistacsoportokra jellemző ez a gyakorlat. A Várbazár újjáépítése javított a helyzeten, és egyértelműen mutatja: a turisták szívesen fedezik fel az új területeket, útvonalakat.

A *Szentháromság tér* szerepének tárgyalásakor meg kell említenünk a téren biztosított szolgáltatásokat. Az információs iroda mellett számos kis üzlet, kávézó, étterem található a téren vagy közvetlen közelében. A gondozott, kis téren le lehet ülni egy padra, meg lehet pihenni. Itt működik a Vár egyik nyilvános WC-je, amely azonban – még főszézonban is – legkésőbb este nyolckor bezár (de még rendezvények alatt is előfordul, hogy korábban). Az az évi több, mint három millió ember, aki eljön ide, megérdemli, hogy évszaktól és időjárástól függetlenül, reggeltől estig (8-tól 22-23 óráig) igénybe vehesse a szolgáltatást. Mindenki tudja, hogy a vendéglátósok csak a fogyasztó vendégek számára biztosítják a mosdó használatát, és azt is, hogy milyen kényelmetlenséget okoz egy bezárt illemhely. (Az elfogyasztott italmennyiség különben is csak később jelentkezik új szükséglet formájában.) Ez egy alapigény, amelynek kielégítése nem függhet egy vállalkozó üzleti alapú döntésén. Ilyen esetekben a bérbeadás, az üzemeltetés feltételei között elő lehet írni a kötelező nyitva tartást; illetve – nem önkormányzati ingatlan esetében - el lehet járni az üzemeltetőnél a szolgáltatás biztosítása érdekében.

Kapisztrán tér

A forgalom további széthúzására, és ezzel a Várban töltött idő meghosszabbítására a *Kapisztrán tér funkcióbővítése* megfelelő eszköz lehet. Az elmúlt években már számos, sikeres, de csak alkalmi rendezvényt tartottak itt a filmvetítéstől a textilkiallításig, és a Vár 25 turizmusfejlesztési koncepciója is több javaslatot tartalmaz. A felmerült ötletek megvalósíthatóságát érdemes külön is megvizsgálni. Annyi azonban – külön tanulmány nélkül is - bizonyos, hogy a *Kapisztrán tér* bevonása egyszeri kampánnyal vagy programsorozattal nem oldható meg. Először az infrastruktúrát kell egy kicsit feljavítani (a szükséges infrastruktúra egy része megvan): meg kell teremteni a turisták számára a komfortos, kényelmes teret, és ha ez megtörtént, akkor szolgáltatásokat kell rátelepíteni (utcabútorok, vendéglátó terasz, bár, bisztró vagy kávézó elérhető áron). Gondoskodni kell az állandó attrakcióról is (erre jó lehetőséget kínál a Hadtörténeli Múzeum anyaga, tevékenysége és a Magdolna torony fejlesztése), végül pedig programokat kell biztosítani. A tapasztalat itthon és más országokban is az, hogy ha si-

kerül egy fizikailag használható, jó teret kialakítani, akkor azon megtelepednek a szolgáltatások, és nagyon hamar birtokba veszik, "belakják" a turisták, a közelben dolgozók és a helyi emberek is.

A Kapisztrán tértől nem messze található a Pálca-házat, a József kaszárnya, vagy ismertebb nevén: a volt Táncsics-börtön épületét. A középkorban itt volt a régi királyi ház egy része, és III. András idején működött itt egy pénzverde is. Az 1300-as évek elején egy királyi és egy királynői kápolnával gazdagodott. A Vár visszafoglalása után a Habsburgok lőporraktárt építettek hozzá, majd kaszárnyaként illetve börtönként működött. Táncsics Mihály mellett itt tartották fogva a 48-as forradalom vezéralakjait: Kossuth Lajost és Batthyány Lajost is. A II. Világháború után kárpótlásként amerikai tulajdonba került. 2014-ben visszaadták a Magyar Államnak. Az épülettel kapcsolatos tervekről – ha vannak – sincs tudomásunk, de jó lenne, ha ez a magyar történelem fontos korszakaihoz kapcsolódó helyszín a csaknem hét évtizedes szigorú elzártság után muzeális- kulturális-turisztikai funkcióval nyílna meg mindenki előtt.

Gellérthegy

A Gellérthegyet - leginkább a kilátóról nyíló panoráma - Budapest leglátogatottabb nevezetességei közé emeli. A Tripadvisoron „kiváló”, 4.6-es értékelést kapott. A panoráma valóban rendkívüli, ám a Gellért térről felvezető utak és a park állapota meglehetősen elhanyagolt. Az utak burkolata töredezett, hiányos, a pavilonok, padok, asztalok romokban állnak, a szemetesek hiányoznak, a zöldterület pedig régóta hiába várja a felújítást. Az elérhető szolgáltatások száma elenyésző; még a Citadella környékén is csak szuvenir-árusokat találunk az egyetlen kávézó és étterem mellett. Nem csoda, hogy a turisták legfeljebb egy félórát-órát töltenek itt el. A Gellérthegyi Víztorozón kívül csak a Filozófiai kert jelent értékelhető attrakciót a helyszínen; a szoborpark felállításában, valamint 2010-ben, három szobor ellopását követően az alkotások újraöntésének anyagi támogatásában a Budavári Önkormányzat is jelentős szerepet vállalt. A szoborpark marketingje azonban gyenge; van olyan honlap, amely szerint Budapest öt „titkos” kincsei közé tartozik. A Gellérthegyen a parkfenntartó és a kertészeti munkák illetékese a Főváros; rajta kívül az I. és a XI. kerület érdekelt.

A Gellérthegy környezetbarát megközelítését szolgálná a Budavári Önkormányzat régi terve a *Gellérthegyi Sikló* megépítésére. Az induló állomásnál megépítendő buszparkoló tehermentesítené a Gellérthegyet. De a sikló nem csak újfajta és – minden valószínűség szerint – gyorsan népszerűvé váló, környezetkímélő közlekedési eszköz lehetne, hanem egy teljesen új útvonalat is jelentene a Budai Várból a Tabánon keresztül a Gellérthegyre. Logikusnak tűnik a – már létező - tabáni és a – még kifejlesztendő - gellérthegyi tanösvény összekötése. Így ez a fejlesztés az útvonal mentén, annak csomópontjain további fejlesztéseket generálhatna a jövőben, és ez felértékelné a Tabán területét is. Az önkormányzat által felújított Virág Benedek-ház vendég- és szerepköre ezáltal számottevően bővíthetne, vagyis *a fejlesztés meglévő értékeink jobb kihasználását is eredményezné*. A Virág Benedek-házban a tervek szerint hungaricumgyűjteményt mutatnának be, továbbá történelmi kulináris élményeket kínáló vendéglőt, látvány-konyhát és kávéházat nyitnának meg. Ezzel nem csak a Tabán, ill. a Döbrentei tér, hanem a kicsit távolabbi terület turisztikai kínálata is számottevően bővülne.

A kompetenciák széttagoltsága is oka lehet annak, hogy a Gellérthegy állapota távolról sem nevezhető megfelelőnek. Pedig fejlesztési potenciálja miatt indokolt lenne, hogy igazi gazdát és a jelenleginél sokkal nagyobb figyelmet kapjon.

Várbarlang

Itt kell megemlítenünk a *Vár alatti barlangrendszer*t, amelynek jelenleg a Duna-Ipoly Nemzeti Park (DINPI) az üzemeltetője. A Várbarlang hatalmas turisztikai potenciállal rendelkezik, és ha egyszer látogathatóvá válik, akkor új rétegeket lehet bevonni a Budai Vár turizmusába. A Várhegy alatt húzódó üreg- és barlangrendszer teljes feltérképezése, feltárása még várat magára. Az önkormányzat a közelmúltban megerősítette az üregeket, barlangjáratokat és gondoskodott a veszély elhárításáról és a szellőzés kiépítéséről.

Tematikus útvonalak

A forgalom széthúzására, a *kerület többi látnivalójának* bemutatására, az egyéb helyszínek bevonására alkalmasak a *tematikus útvonalak*. Ezek többnyelvű leírással, térképekkel, okostelefon-alkalmazásokkal kalauzolják a turistákat a különféle témákat feldolgozó helyszíneken. Csak ötletszinten említenénk egyes témákat: a kerületben számos író, költő, képzőművész élt – egy útvonalra fel lehetne fűzni azokat a helyeket, ahol éltek, alkottak, vagy amiről írtak. Rengeteg a park, a köztéri szobor, a neves vendéglátóhely, és külön izgalmas helytörténete van a Tabánnak, a Gellérthegynak vagy a dunai hidaknak és az alagútnak is. A városrész történelmét, esetleg legendáit is izgalmas sétákon lehetne feldolgozni. Ide tartozik a kerület egyes részeinek történetét, jellegzetességeit, az ezekhez fűződő sztorikat feldolgozó, „mystreet filmsorozat” elkészítése.

Például: a turisták számára – a Citadella hadtörténelmi kiállításán túl – fontos lenne, hogy a hely történetéről információkat kapjanak. Erre egy új *sétaút/tanösvény* alkalmas lenne. Az egyes állomásokon információs táblák, installációk segítenék a látogatókat a hely geológiai, botanikai, történelmi sajátosságainak megismerésében. Kézenfekvő lenne a séta során feldolgozni Gellért püspök legendáját, az itteni szőlőművelés történetét, a hévforrások, a kápolna történetét, az 1848-as forradalomhoz való kapcsolódást stb. Ez – az installációkat és az applikáció kifejlesztését kivéve – anyagi befektetést alig igényelne, hiszen nem új látványosságokat kell létrehozni, hanem építeni a meglévőkre.

Egyedülálló fejlesztés lehetne egy *gyermek- és családbarát útvonal* kidolgozása. Az útvonal azokat a helyszíneket kötné össze, amelyek a kerület gyermekeknek ajánlott látnivalóit kötné össze; természetesen, a gyermekekre szabott elfoglaltságok: mozgás, játék, továbbá a kultúra és az ismeretszerzés kombinálásával. A programok egy része sem időjáráshoz, sem pénztárcához nem kötött (tanösvény, játszótér), ezért egész évben igénybe vehető. A tervezett útvonal a következő helyszíneket tartalmazná: Mesemúzeum (magyar mesekultúra), Elek apó kútja (Benedek Elek és népmesék), tematikus ill. élményjátsszóterek (Vuk, Rumini, Mesehősök fala, Pom-Pom), Tabáni tanösvény (természetismeret). Ehhez hozzá lehet kapcsolni az egyes nagyobb intézmények (Hadtörténelmi Intézet, OSZK, Magyarság Háza, esetleg a kerület határán lévő Millenáris) gyermekprogramjait is – folyamatosan frissítve a túraút nap-tárát. Így nem csak a gyermekes családoknak adhatna az Önkormányzat programot, hanem látogatókat is bevihetne az intézményekbe, és bővíthetné az állandó látogatók körét.

A turisták nem tekintik a Várnegyedet a „zöld-turizmus” célpontjának. Ugyanakkor az önkormányzatnak van arra lehetősége, hogy a környezetbarát megoldások kerületi elterjedését erősítse, és az ilyen kezdeményezéseket bátorítsa, segítse. Szolgáltatói oldalról ösztönözhető lenne a környezetbarát fejlesztések megvalósítása (zéró csomagolóanyag- használat, műanyag-edények használatának megszüntetése, a szállítás racionalizása stb.). Az önkormányzatnak arra nincs lehetősége, hogy állami, kormányzati szintű jogszabályokat alkosson vagy azok alól menteséget adjon, de lokális támogatási rendszert, ösztönző-rendszert érdemes

lenne kialakítani és a környezetbarát szolgáltatókat „védjeggyel” elismerni. A turisták számára a védjegy segítené az eligazodást, hogy mely szolgáltató „környezetbarát”. Ennek a tevékenységnek magas a társadalmi felelősségvállalási (CSR) értéke és kommunikációs potenciált kínál a szolgáltatóknak. A zöld turizmusban külön téma lehet a turistabusz-forgalom csökkentése, a hop-on-hop-off járatok, városnéző buszjáratok járműparkjának modernizációja. Erre az önkormányzatnak szintén nincs ráhatása, de különdíjak megfizetésével ösztönözni tudja a modernizációt. A turisták számára „zöld” közlekedési ajánlat készülhet, amely csak a közösségi közlekedést vagy a gyalogos/kerékpáros közlekedést (kishajójáratok, sétautak, liftek, Bubi-pontok stb.) ajánlja. Ezek jelzésére alkalmas lehet a Budavár 360 applikáció fejlesztése.

Tervezett budapesti események lehetőségei

Az attrakciófejlesztéshez kötődően mindenképpen érdemes megemlíteni olyan jövőbeli, egész Budapestet érintő eseményeket, amelyek várhatóan nagy turisztikai többletforgalmat generálnak, s ezért ezekre előre fel kell készülni - nemcsak a fővárosnak, hanem a kerületnek is.

- 2017-ben lesz a *reformáció kezdetének 500 éves jubileuma*, melynek tiszteletére Magyarországon is országsszerte rendezvényekkel, felújításokkal készülnek, köztük az I. kerületben is. A tervek szerint 2017-ig felújítanák a budavári evangélikus templom orgonáját; a program kialakítása jelenleg is folyik. Ezekre érdemes odafigyelni, felkészülni, ha lehet rájuk csatlakozni.
- Ugyancsak 2017-ben, júliusban kerül megrendezésre a *17. FINA (Úszó) Világbajnokság* Budapesten illetve Balatonfüreden. Várhatóan ez az esemény is nagy forgalomterheléssel jár majd az egész a fővárosban, amely – várhatóan - hatványozottan fog megjelenni a kerületben. Erre a nagyrendezvényre ugyancsak érdemes a kerületnek - akár saját programokkal - felkészülnie. További világméretű és nagy jelentőségű várható rendezvényként lehet említeni a 2024-es Olimpiát, melynek megrendezésére Budapest is pályázott. Ugyan a rendezés helyszíne még nem dőlt el – a Nemzetközi Olimpiai Bizottság 2017 szeptemberében választja ki Párizs, Budapest, Róma, Los Angeles, Hamburg közül – , ám a pályázatot benyújtók bizakodóak.

Arculat, imázs

A koncepció több helyén szóba került már az arculat kérdése. A Várnegyed attrakciói önmagukban holt tárgyak, értékesítésre váró termékek. Rendelkeznek egy bizonyos vonzerőpotenciállal, de ez csak akkor válik valósággá, működő, turistacsalogató erővé, ha az emberek fejében a Várnegyed jó imázssal rendelkezik, ha azt gondolják, hogy ide érdemes eljönni, ide érdemes ellátogatni. Ezért van különösen nagy jelentősége a Várnegyed imázsának. *Arculat az, amelyet a városrész mutat magáról, az imázs viszont az, amit az emberek gondolnak róla, és ahogyan éreznek iránta.* Éppen ez utóbbi tényező, az érzelmi összetevők miatt az imázst nehéz felépíteni, és még nehezebb átformálni; lerontani viszont nagyon könnyű.

Nem sokat tudunk arról, hogy a turisták milyen tapasztalatokat szereznek mindazokról (szállásadók, árusok, szolgáltatók, vendéglátósok, jegyárúsítók, idegenvezetők, stb.), akikkel itt létük során kapcsolatba kerülnek. Pedig fontos lenne, mert egy város, egy tér, egy épület is csodálható és szerethető, de igazán emlékezetessé az tesz egy helyet a turisták számára, hogy ott jól érzik magukat. Jólétükhöz, a kedvező vélemény kialakításához - minden kutatás

és tapasztalat szerint - az *emberi tényezők*: kedvesség, barátságosság, közvetlenség, udvariasság stb. szükségeseleg leginkább, ezek játsszák a legnagyobb szerepet.

E sajátosságok miatt az arculati elemeket és az imázst tiszteletben kell tartani; ha lehet, tovább kell építeni, ezért minden turisztikailag releváns döntésnél meg kell vizsgálni, hogy az összhangban van-e a képpel, amelyet az önkormányzat szeretne a kerületről a nyilvánosságban kialakítani.

Kétségtelenül imázsalakító tényező például a Halászbástya és a Mátyás templom látogathatóságának kérdése. A Halászbástya a Budavári Önkormányzat tulajdonában van, így az ország leglátogatottabb turisztikai attrakciójának teljes felújítási és fenntartási költségeit egy kerületi önkormányzatnak kell viselnie. Az önkormányzat még 1995-ben döntött úgy, hogy belépőjegyet vezet be. Gazdaságilag ez ésszerű döntés volt, hiszen a jegyeladásból származó bevételek folyamatosan emelkednek (2004-ben még csak 67,701M Ft volt, tíz évvel később, 2014-ben viszont már a duplája 132,736 M Ft.) A jegyhez számos kedvezmény kapcsolódik, és sokféle látogatói csoport ingyenesen mehet fel. Ráadásul a Halászbástya más részeiről ingyen is kiváló panoráma tárul a vendégek szeme elé. Ennek ellenére továbbra is sok turista szemében szálka ez a tény.

Szintén imázskérdés a Várban és környékén kapható *emléktárgyak minősége*. Világtendencia, hogy a látogatók egyre inkább a *helyi, az autentikus szuvenírt* keresik, amelyek az adott helyszín hagyományait, mesterségbeli tudását reprezentálják. A lokalitás felértékelődése némileg csökkenti a tömegcikkek – olcsóságukból következő – népszerűségét. A téma az örökzöld ár-érték viszonyról szól, és arról, hogy a turisták pénztárcája mit tesz lehetővé, illetve milyen ízlésbeli preferenciáik vannak. Számos próbálkozás történt már a bővli kiszorítására, de látnunk kell, hogy ameddig van rá kereslet, az árus pedig helypénzt, bérleti díjat fizet és ezért sok mindent el kell adnia, addig lehetetlen a bővli teljességgel kiirtani. A teljes tiltás ráadásul mindig egyetlen, meghatározott ízlésvilág rendeleti úton történő érvényesítését jelentené, ami eddig sem vált be sehol.

E helyett két járható út mutatkozik: az egyik a *bővli korlátozása* fizikai úton (nem kap árushelyet), vagy szakmai kontroll beiktatásával (szakmai zsűri). A tapasztalatok szerint azonban ez sem zárja ki teljesen a bővli, de legalább lecsökkenti arányát.

A másik út a *jó példa felmutatása*: a helyi, eredeti, értéket képviselő termékek piaci előnyhöz juttatása üzletpolitikai eszközök (pl. kedvezmények) segítségével és marketingtámogatással (pl. ingyenes hirdetési felület). Ma külföldön és itthon is inkább erre látunk jó példákat. A „lokális” mozgalmak például vállalkozók, önkormányzatok, turisztikai szervezetek összefogásával alakítanak ki helyitermék-üzleteket, vagy ahol nem lehetséges, legalább sarkokat.

Az arculati kérdéskörbe tartoznak az utcabútorok, műtárgyak (például a csatornafedő) is. Az önkormányzat hosszú ideje, tudatosan törekszik a történelmi városrészbe illő műtárgyak jelenlétét biztosítani. A közvilágításban folyamatosan „Budavár” típusú kandelábereket (lámpacsaládót) helyeznek ki, és a szolgáltatók számára a történelmi városrészekben külön e célra tervezett installációkat (szemetes, utcabútor stb.) szeretnék kifejleszteni.

Az önkormányzat stratégiai lehetőségei a turizmusban

Az elmondottak miatt egyértelmű, hogy a Budavári Önkormányzat sokféle okból és módon érdekelt a turizmusban.

Ebből egy tényező: az idegenforgalomból származó adók alakulása egyértelműen kifejezi ezt az érdekeltséget. Az elmúlt ciklusban olyan törvénymódosítások történtek, amelyek kedve-

zően hatottak a költségvetésre. 2011-től a képviselő-testület joga eldönteni, hogy az önkormányzat maga veti ki és szedi-e be az idegenforgalmi adót a közigazgatási határán belül működő vállalkozásoktól. 2010-ig a Budapest Főváros Önkormányzata szedte be az idegenforgalmi adót, és a forrásmegosztás rendszerén keresztül csak minimális összeget kapott vissza a kerület az itt keletkező bevételekből, miközben a turizmus fokozott jelenléte, jelentős kiadással járt. Minden itt beszedett adó Ft után 1,5-szeres állami támogatás vehető igénybe. Az adónem alakulása: az IFA összege 2004-ben 22,698 M Ft, ami tíz év múlva, 2014-ben csaknem a tízszeresére, 219,585 M Ft-ra emelkedett; a Nemzetgazdasági Minisztériumtól pedig 3,716 M forint, állami kiegészítés: 273,742 M forint érkezett. Ez összesen csaknem félmilliárd forint.

Elméletileg a Budavári Önkormányzat turisztikai szerepvállalása, annak mértéke – a törvény adta kereteken, lehetőségeken belül – változó nagyságrendű lehet. Igazából az önkormányzat maga dönti el, hogy melyek azok a turisztikai területek, amelyeken a hiányok problémát okoznak, sürgős megoldást igényelnek, és amelyek menedzselését magára vállalja.

Amit az önkormányzat eddig tett az infrastruktúra fejlesztésére, a környezet rehabilitálására, az megfelelő, és abban megjelentek a turizmus érdekei is. A turisztikai termékek másik csoportját (nem fizikai termék, pl. a programkínálat) tekintve azt látjuk, hogy a kerületben nagyon sok, turisztikailag releváns szereplő működik, amelyek kompetenciája nem terjed ki az idegenforgalomra, az ilyen tevékenység összehangolására. Ezek a szervezetek saját tevékenységük turisztikai hatásait sem veszik figyelembe. A *Várnegyed turizmusának széttagoltsága* miatt ki kell jelölni egy olyan pontot, ahonnan rá lehet látni a kerület „turisztikai térképére”, mindarra, ami ezen a téren történik, és ahonnan egyben és egészben lehet értékelni és kezelni a helyzetet, ki lehet jelölni a tennivalókat. Erre a szerepre egyértelműen az önkormányzat a leghivatottabb. A *turisztikai szereplők integrálása* érdekében is szükség van egy olyan szervezetre, amely ezt a sokféleséget valamilyen módon kezelni képes. Hogy ennek feltételeit milyen módon (külön szervezeti egységgel, referens beállítással, külső megbízás útján) kívánja az önkormányzat megteremteni, az csakis rajta múlik. Ehhez a pozícióhoz lehetne rendelni a fejlesztési elvek, irányok, javaslatok kidolgozását, valamint az egyéb önkormányzati turisztikai feladatok menedzselését.

Az önkormányzat további fontos feladata az *egyeztető, összehangoló tevékenység lehetne* - például a már korábban említett Budavári Turisztikai Kerekasztal létrehozásával. A lényeg itt sem az elnevezésen, hanem a funkción van. Ez a fórum a turizmus „társadalmisításának” eszköze lehetne a jövőben. Az egyeztetésen kívül egyfajta munkamegosztást is ki lehetne alakítani a résztvevők között, például a turisztika adatok, információk összegyűjtésére. Szóba jöhet a közös marketing is – akár a költségek megosztásával. Az erőforrások jobb kihasználásával egységes és közös információs anyagokat (brosúra, szórólap, stb.) lehetne előállítani. A szállodák, éttermek, kiállítóhelyek, éttermek is felhasználják ezeket; egy *térkép* vagy egy *rendezvénynapló* az ő munkájukat is segítené. Ennek a fórumnak nagy szerepe lehetne a turizmussal kapcsolatos szemléletformálásban is.

Mivel az intézményi, szervezeti hatáskörök és célok adottak, az önkormányzatnak több más, olyan feladata is lehet, amelyek révén elő tudja segíteni a koordinációt, az összhang megteremtését a turisztikai szereplők és tevékenységek között:

- A turisztikai fejlesztési elképzelések (attrakciófejlesztés, új helyszínek, szolgáltatások megjelenése, közlekedési-parkolási kérdések) koordinálása, lehetőség szerint összhangjuk megteremtése; a fejlesztési döntések meghozatala során a turizmus és a helyi lakosok igényeinek képviselete. A *turisztikai szolgáltatások feltérképezésén és a*

- termékfejlesztésen* belül ösztönözheti a hiányzó pótlását illetve a meglévők színvonalának emelését vagyongazdálkodási vagy egyéb egyeztetési eszközökkel.
- A *programkínálat alakítása*, ami történhet saját rendezvénystruktúrájának átalakításával és a többi szereplő kínálatának befolyásolásával, továbbá - ahol és amennyiben ez lehetséges - összhangba hozásával.
 - A harmadik lehetőség a tervszerű *arculatformálás és imázsépítés*. A feladat az egységes megjelenés biztosítása, a kínálat színvonalának kontrollálása, és az imázsromboló jelenségek visszaszorítása.
 - A negyedik feladat a *turisztikai információk disszeminációja, terjesztése*. Ezen a területen látható a legnagyobb lemaradás és egyben a legnagyobb lehetőség is. Jelenleg egyetlen olyan forrás sincs, amely a turisták számára a kínálat egyes elemeit *összesítve* mutatná be. Nagyon sok részterületet reprezentálnak igen magas színvonalon, de nincs, vagy csak alig van olyan forrás, amelyen egyben láthatnánk a nevezetességeket, a programokat, a vendéglátó szolgáltatásokat, a szabadidős lehetőségeket, stb. - vagyis a teljes kínálatot. Nincs egy átfogó, éves rendezvénynapló, programajánló sem. Egy éves turisztikai adatbázis összeállítása tipikusan önkormányzati feladat lehetne. Az IT alkalmazására a turizmusban számos lehetőség van; ezek menedzselése szintén önkormányzati szinten valósulhat meg.

Összegzés

A Budavári Önkormányzat a turizmus ügyét kiemelten kívánja kezelni a jövőben is. Ugyanakkor nem különállóan, a Várnegyed mindennapi életéből kiszakítva, hanem *azzal egységben* képzelel el fejlesztését; *szem előtt tartva mind a turisták, mind a helyben élők érdekeit*. Gazdasági programjában ezt a kettős célt így fogalmazza meg: „Kiemelt feladatunk a Budai Vár még vonzóbb lakó-, munka- és turistakörnyezetté válásának elősegítése, ahol a városrészigyalogos felületeinek hálózattá fejlesztésével a társadalmi életet befogadó, élénkítő, a városi identitást erősítő, ideális és vonzó élettér jön létre. (...) A Budavári Önkormányzat olyan beruházásokkal és programokkal tudja segíteni a turisztikai ágazatot, amely egyszerre szolgálja az itt élők és az ide látogatók érdekeit is.”

A természeti értékek és az épített örökség védelme különösen fontos e kivételes adottságokkal rendelkező területen – és egyben ez szolgálja a turizmus és az itt élők érdekeit is. Szükség lenne arra, hogy ezt az önkormányzati filozófiát a helyi lakosok és vállalkozók is megismerjék, és partnerek legyenek gyakorlati alkalmazásában. Ennek módszereit és eszközeit minél hamarabb ki kell dolgozni.

A fejlesztés útja a *meglévő turisztikai potenciál kiaknázása*. Meglepő, hogy egy ilyen hatalmas múlttal és számos, világszerte ismert attrakcióval rendelkező területen még mennyi nagyszerű lehetőség áll rendelkezésre! A Váron belül a Várbarlang, a Táncsics-börtön, a Kapisztrán tér, a Váron kívül a Tabán, a Gellérthegy, a Duna-part és a Döbrentei tér környéke is alkalmas attrakciófejlesztésre.

A fejlődésnek azonban számos akadályát is látnunk kell. Ezek között első a kompetenciák széttagoltsága, az egyeztetés, a beleszólás lehetőségének behatárolt volta, valamint a sokféle érdek összehangolásának nehézsége. Ezen a helyzeten a közeljövőben aligha lehet érdemben változtatni. De javítására van lehetőség! Ezért a következő időszakban nem a nagyratörő, ámde a megvalósítás feltételeit teljességgel nélkülöző tervek kidolgozását javasoljuk, hanem a – viszonylag egyszerűen megoldható – fejlesztések megvalósítását, és az akadály-

felszámolás szívós munkájának megkezdését. Első lépésben azzal érdemes próbálkozni, ami saját erőből is megvalósítható: az érdekelt szereplők bevonásával az együttműködés fórumainak megteremtését („turisztikai kerekasztal”; házon belül a turizmusért felelős pozíció létesítését (TDM, referens); vállalkozói és lakossági fórum szervezését, a közös marketing beindítását, a honlappal kapcsolatos tennivalók elvégzését, tematikus útvonalak és a hozzá tartozó információs anyagok kidolgozását. A viszonylag egyszerű programelemek kiválasztása és megvalósítása rövid időn belül látható eredményekhez vezethet.

A Várnegyed minden adottsága arra predesztinálja, hogy a jövőben is az ország egyik turisztikai látványossága, központja legyen. A lehetőségek jobb kiaknázása érdekében azonban további fejlesztésekre van szükség.

Mellékletek

1. melléklet Vonzerőleltár

Turisztikai célpontok a kerületben

Arany Sas Patika Múzeum
Bécsi kapu
Bécsi kapu tér
Budapesti Történeti Múzeum
Budavári evangélikus templom
Budavári nagy rondella
Budavári Palota
Budavári Sikló
Buzogánytorony
Dísz tér
Dísz tér 17. (volt Honvéd Főparancsnokság)
Fehérvári rondella
Gótikus lakóházak
Hadtörténeti Intézet és Múzeum
Halászbástya
Hatvany-villa előtti emlék-járda
István-torony
Magyar Nemzeti Galéria
Magyar Országos Levéltár
Magyarság Háza
Mária Magdolna-templom maradványai
Mária Magdolna-torony
Mátyás-templom
Országos Széchényi Könyvtár
Rácz Fürdő (még nem látogatható)
Rudas Fürdő
Régi budai városháza (Óvárosháza)
Sándor-palota
Szent György tér
Szentháromság tér
Szentháromság-szobor
Sziklakórház
Történelmi lakónegyed
Várkert Bazár
Zenetudományi Intézet- Zenetörténeti Múzeum (volt Erdődy palota)
Citadella
Uránia Obszervatórium
Hadtörténeti Múzeum
Szarvas-ház
Gellérthegy
Gellérthegyi Víztorony
Clark Ádám tér
Corvin tér

Budai Vigadó
Szilágyi Dezső tér
Batthyányi tér
Alagút
Vérmező
Horváth-kert
MTI régi és új épülete
Ybl Miklós tér

Játszóterek

Mátyás király játszópark (Szentháromság tér)
Rumini játszótér (Mária tér)
Vuk játszótér (Gellérthegy)
PomPom játszótér (Naphegy)

Történelmi emlékhelyek, szobrok

Antall József mellszobra
Antonio Bonfini szobra
Artemisz-kút
Babits Mihály szobra a Vérmezőn
Budavár visszavétele emlékszobor
Déryné szobra a Horváth Kertben
Erdélyi 2-es huszárok emlékműve
Filozófiai kert
Földanya -szobor
Görgey Artúr lovas szobra
Gróf Batthyány Lajos szobra
Gróf Bethlen István szobra
Hadik András lovas szobra
Honvéd emlékszobor
Hunyadi János szobor
Kilus-kút
Kölcsey Ferenc szobra
Lovag és heroldja
Mackó úrfi kútja
Mansfeld Péter emlékmű
Mátyás-templom dombormű
Országcímer
Petz Samu kút
Szent Gellért szobor
Szűz Mária szobor
Virág Benedek emlékszobor
Vízjáték díszkút
Ybl Miklós szobor

2. melléklet A turizmus mérése Magyarországon, a turizmus szatellit számlák

A társadalom, a gazdaság, a környezet megismerését, az abból származó információk eljuttatását a felhasználóknak törvény írja elő statisztikai feladatként. A turizmus jelenségeinek megismerése lehetővé teszi más területekkel, ágazatokkal való kapcsolatok mérését. Megalapozza az országos turizmuspolitika formálását, szakmai és regionális koordinációját, stratégia tervezését és a végrehajtás ellenőrzését.

A turizmus növeli a gazdaság teljesítményét, többletfogyasztást indukál, hatására nő a munkaerőpiac, növeli a nemzeti vagyont. Ezen gazdasági hatások megfigyelése statisztikai feladat. Célja a komplex társadalmi és gazdasági információrendszer kiépítése, azért, hogy ezeknek az adatoknak a segítségével kiderüljön a turizmus és más ágazatok kapcsolata. Az információ feldolgozása osztályozó rendszerrel történik, mely nemzetközileg elfogadott fogalmi készletet használ.

Korábban csak a kínálati oldalt figyelték meg (határátlépők száma, vendégforgalom, vendégéjszakák), ám a 2003-as évtől kezdve a keresleti oldal adatai is felvételre kerültek a következő kritériumok alapján:

- speciálisan a turizmus természetes és forgalmi adatait gyűjtik,
- rendszeres reprezentatív turisztikai kereslet felvételek
 - o lakossági adatgyűjtés a magyarok utazási szokásairól
 - o külföldiek magyarországi utazásai

A turizmus teljes és valós hatásainak bemutatására megalkották a turizmus szatellit számlákat, melyek a turizmus teljes hatásait (közvetlen, közvetett) végigkísérő számítási módozatok. Ezek a következő adatokra is kitérnek: turisztikai szolgáltatások termelése, jövedelme, munkahelyteremtés és az a többlet, ami ennek hatására a gazdaság más szegmenseiben keletkezik.

A turista ott-tartózkodása alatt sokféle szolgáltatást vesz igénybe, mindenből fogyaszt (benzin, bank, belépőjegy, fodrász stb.), nem csak a turizmushoz közvetlen kötődő termékekből.

Turizmusra jellemző szolgáltatások a következők: szálláshely, vendéglátás, utazási szolgáltatások, utazásszervezés, kulturális szolgáltatások, üdülési és egyéb szolgáltatások, egyéb turisztikai szolgáltatások.

A turizmushoz kapcsolódó termékek és szolgáltatások: étel- ital- dohány- ruházati termék, benzin, kiskereskedelem, biztosítás, pénzügyi stb.