

SZAKDOLGOZAT

Kolocz Ivett

2015.

Budapesti Gazdasági Főiskola
Kereskedelmi, Vendéglátóipari
és Idegenforgalmi Kar

**A fesztiválok helyzete és turizmust formáló hatása a Veszprémi
kistérségben a VeszprémFest példáján keresztül**

Konzulens:

Tomecskó Erika
óraadó tanár

Készítette:

Kolocz Ivett
turizmus-vendéglátás szak
idegenforgalom és szálloda szakirány
nappali tagozat
2015.

IGAZOLÁS

Szakedolgozati konzultációkról

A szakedolgozat címe: A fesztiválok helyzete és turizmusra
buzgató hatása a Veszprémi képtérségben a
VeszprémFest példáján keresztül
(A leadott szakedolgozat címének pontosan meg kell egyeznie az itt megadottal.)

Dátum	Téma	Aláírás
2015. 09.18.	Tartalomjegyzék és zárótag megbeszélése	Kovács
2015. 10.02.	Konceptió megbeszélése	Tóth
2015. 11.06.	Szöveget áttekintése	Kovács
2015. 11.20.	Véglegesítés	Kovács

(Minimum 3 alkalommal kell a konzulenssel egyeztetni. A dátum mellett szerepelnie kell, hogy miről volt szó az adott időpontban.)

Nyilatkozat

Igazolom, hogy KOLOCA IRETT hallgató
(ALAP képzés TURIZMUS-VEZDÉGLÁTÁS szak, IDEGENFORGALOM-SZOLGÁLTATÁS specializáció;
...IV... évfolyam; NAPPALI tagozat)

a konzultációkon 4 alkalommal megjelent. Valamint igazolom, hogy a szakedolgozat általam látott legutolsó – értelemszerűen nem a végső, a hallgató által leadni kívánt – változata a még javasolt kisebb változtatásokat figyelembe nem véve, kielégíti egy szakedolgozattal szemben támasztott formai és tartalmi követelményeket.

Budapest, 2015. 12. 07.

Tóth

Belső konzulens aláírása

Tóth

Hallgatói nyilatkozat a szakdolgozat leadásához

Alulírott.....KOLOCZ IVETT.....

a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

IDEGENFORGALOM-SZAKKIRÁNYOS TURIZMUS - VENDEGLÁTÁS szakirányos NAPPALI tagozatos hallgatója nyilatkozom, hogy
a A FESZTIVÁLOK HELYZETE ÉS TURIZMUST FORMÁLÓ HATÁSA A VESZPRÉMI KISTÉRSÉG BEN A VESZPRÉMFEST PÉLDAJÁN KERESZTÜL.....szakos.....

címmel bírálatra és védésre beadott szakdolgozat saját munkám eredménye, amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak megfelelően kezeltem (a szükséges lábjegyzet / végjegyzet hivatkozásokat, valamint az ábrák hivatkozását megfelelően helyeztem el).

Budapest, 2015.....12..... hónap 07.. nap

Kolocz Ivett
hallgató aláírása

Tartalomjegyzék

1. Témaválasztás, a szakdolgozat célja	3
2. A rendezvényszervezésről általában	5
2.1. Fogalmi meghatározások.....	5
2.2. Rendezvények típusai.....	6
2.3. Fesztiválok.....	6
2.3.1. Fogalmi meghatározás	6
2.3.2. Fő jellemzők.....	7
2.3.3. A fesztiválok fő céljai	7
2.3.4. Fesztiválok típusai:	8
2.3.5. Csoportosítás	8
2.3.6. Célcsoport	9
2.3.7. Bevételi források	9
2.3.8. Magyar Fesztiválszövetség (MFSZ)	10
2.3.9. Fesztiválok helyzete Magyarországon	11
2.4. A sikeres rendezvény legfontosabb elemei	13
3. A veszprémi kistérség	14
3.1. Bemutató	14
3.2. Turisztikai attrakció kínálat.....	15
3.3. Rendezvények, fesztiválok.....	18
3.4. A kistérség turizmusa a legmeghatározóbb mutatószámok tükrében.....	19
4. Veszprém a királynék városa.....	22
4.1. Bemutató	22
4.2. Turisztikai attrakció kínálat.....	23
4.2.1. Természeti örökségek.....	23
4.2.2. Épített örökségek.....	24

4.3.	Nagyrendezvények, fesztiválok.....	26
4.4.	Veszprém turizmusa a legmeghatározóbb mutatószámok tükrében	29
4.5.	Beruházások, projektek a turizmus szolgálatában:.....	31
4.6.	SWOT analízis Veszprém turizmusáról	34
5.	VeszprémFest	37
5.1.	Történet	37
5.2.	Helyszín.....	38
5.3.	Időpont.....	39
5.4.	Cél	40
5.5.	Célcsoport.....	40
5.6.	Kutatás a látogatók körében	40
5.7.	Program, fellépők és jegyárak	42
5.8.	Látogatószám.....	44
5.9.	Szervezők	45
5.10.	A fesztivál biztosítása.....	46
5.11.	Pénzügyi háttér, szponzorok, pályázatok	47
5.12.	Marketingeszközök	49
5.13.	Jövőbeli tervek, újdonságok	51
5.14.	SWOT analízis	53
6.	A fesztiválok hatása	55
6.1.	Gazdasági hatás	55
6.2.	Társadalmi-kulturális hatás	59
7.	Összegzés.....	61
8.	Mellékletek	63
9.	Felhasznált irodalom	83

1. Témaválasztás, a szakdolgozat célja

Szakdolgozatom témájaként nagyon fontos volt számomra, hogy olyat válasszak, melyhez személyes szálak is kötnek, hiszen így valóban teljes odaadással tudok a témára koncentrálni, kutatást végezni. Így esett választásom Veszprémre, a szülővárosomra, és kistérségére illetve annak fesztiváljaira, kiemelkedően pedig a VeszprémFest-re, ami mondhatjuk, hogy 11 éves jelenlétével már nélkülözhetetlen része a város életének. Ismerem a város nevezetességeit, legendáit, az embereket, rejtett zugokat, hiszen itt nőttem fel. Most szeretném szakmai szemmel is jobban megismerni.

Azt vizsgáltam, hogy a kistérség fesztiváljai és az országos szinten is kiemelkedő VeszprémFest befolyásolja-e a turizmust a városban, a régióban, esetleg országos vagy nemzetközi szinten is. Ha igen, mindez hol mutatkozik meg? A vendéglátó egységek bevételében az adott időszakban vagy a kereskedelmi szálláshelyek szobakihasználtságában esetleg más idegenforgalmi attrakciók - múzeumok, állatkert - bevételében? Milyen hatása van a fesztiválnak a városra és az emberekre? Kutatásommal többek között ezekre a kérdésekre kerestem a választ.

A dolgozatom első felében a fesztiválok országos helyzetét, célját, típusait, jellemzőit, bevételi forrásait és a sikeresség legfontosabb elemeit szeretném bemutatni. Majd szűkítve a témát a veszprémi kistérség turisztikai kínálatára és keresletére valamint legmeghatározóbb fesztiváljaira. A kistérség központja Veszprém, mely város természeti és épített örökségekben is egyaránt gazdag, és színvonalas fesztiváljai, melyek jócskán meghosszabbítják a turisztikai főszezont, vonzó attrakciónak számítanak a turisták körében. Az önkormányzat nagy gondot fordít a városkép megszüpítésére, már évek óta hatalmas beruházásokkal és európai uniós pályázatokkal állnak a bővülő turizmus szolgálatában.

A szakdolgozat második felében Veszprém egyik húzórendezvényének a VeszprémFestnek vizsgálatára térek rá, látogatók, programok, pénzügyi háttér illetve marketingeszközök szempontjából. A dolgozatom végén választ szeretnék kapni arra kérdésre, hogy a fesztiváloknak van-e gazdasági, társadalmi vagy kulturális hatásuk a városra, a helyi lakosságra és/vagy a turistákra. A válaszok keresésében, a kutatásban több szálloda, panzió, múzeum, étterem is segítségemre volt.

Szekunder kutatásom alapját adták a Központi Statisztikai Hivatal kiadványai, statisztikai táblázatai, a Turizmus Bulletin témámhoz kapcsolódó szakmai cikkei, tanulmányai, a veszprémi TourInform Iroda kiadványai, a VeszprémFest kiadványai, marketingterve illetve jegyeladási adatai. Valamint a Budapesti Gazdasági Főiskola Idegenforgalmi Szakkönyvtárának gazdag szakirodalom-, folyóirat és napilapgyűjteménye.

Primer kutatásként interjút készítettem a veszprémi Szépszerű Rendezvényiroda vezetőjével Dr. Burján Jenőnével, akit Veszprém turizmusáról kérdeztem, turisztikai kis és közép vállalkozások pályázati lehetőségeiről illetve fejlesztési lehetőségekről. A VeszprémFest vezérigazgatójával, Mészáros Zoltánnal is sikerült interjút készítenem, aki a Snétberger Tehetségkutató központ alapítója is. Zoltán szakmaiságával sokat segített a szakdolgozatban, akitől bővebben megtudtam a fesztivál célját, fogadtatását a városban és jövőbeni fejlesztési terveket. Illetve hogy, hogyan tudják biztosítani a stabil pénzügyi háttérrel és van-e befolyása a fesztiválnak a város egyéb vendéglátó egységeire.

2. A rendezvényszervezésről általában

A rendezvényszervezés a turizmus egy meghatározó ága világszerte, mely piacra jellemző a folyamatos megújulás és szoros kapcsolata számos más gazdasági szektorhoz, legyen szó akár konferenciaszervezésről, szállodai rendezvényszervezésről vagy esküvőszervezésről.

2.1. Fogalmi meghatározások

A **rendezvény** fogalmának meghatározása nem egyszerű feladat, hiszen ahány szakirodalom, ahány folyóirat, ahány szakember annyi fogalmi meghatározás ismeretes.

A **Magyar Értelmező Kéziszótár** szerint: „Szervezett közösség keretén belül rendezett (szórakoztató jellegű) összejövetel.” (JUHÁSZ J., SZŐKE I., Ó.NAGY G., és KOVALOVSKY M. 1972, p.1159)

Mindezt a **Rendezvényszervezők Kézikönyve** az alábbiak szerint foglalja össze:

„A rendezvény egy meghatározott térben, időszakban és témakörben, nem üzemszerű ismétlődéssel szervezett eseménysorozat, továbbá a folyamatos üzemeltetés keretében szervezett egyedi esemény, amelynek során emberek egy csoportja közös cselekvést hajt végre alkalmi, kitüntetett jelleggel.”(SZILVÁSY I. 1996)¹

Úgy gondolom, ez a definíció adja a legátfogóbb magyarázatot, meghatározott célt, helyet és időt.

Hogyan definiálja a szakirodalom a **rendezvényszervezés** fogalmát? A Magyarországi Rendezvényszervezők Szövetsége (MaReSz) által meghatározott definíció így hangzik: „Előre meghatározott – társadalmi, tudományos, szakmai, kulturális, sport és egyéb – célból adott helyen és időben tartott összejövetellel kapcsolatos teljes körű előkészítő, szervező, összehangoló munka, mely magában foglalja az esemény megvalósításával kapcsolatos infrastruktúra (helyszín, technika, tolmácsolás, kiszolgáló egységek stb.) biztosítását, valamint a résztvevőkről való gondoskodást (szállás, étkezés, programok stb.).”²

¹ MaReSz Hírlevél, 2011. június, 12. évfolyam, 2. szám, 6. oldal

² BGF KVIK Rendezvényszervezés órai jegyzet

2.2. Rendezvények típusai

A rendezvényeket rengeteg szempont szerint csoportosíthatjuk, - ebből látszik, mennyire sokrétű területről van szó - mint például: a résztvevők motivációja szerint, a rendezvény időtartama szerint, megrendezés gyakorisága szerint, a rendezvény célja szerint, hatókör szerint és így tovább. A következő csoportosítási szempontot releváns a szakdolgozat szempontjából. A rendezvény résztvevőinek motivációja szerint bonthatjuk a rendezvényeket hivatással kapcsolatos rendezvényekre (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) illetve szabadidős rendezvényekre. A hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek együttese.³ A MICE ellenpárjaként a szabadidős turizmus kategóriájába tartozik a későbbiekben bemutatott VeszprémFest. A szabadidős turizmus az állandó - lakáson kívüli - szabad időben végzett, és szabadon választott tevékenységek összessége, amelyeket az ember változatossági igénye motivál.⁴ Ebbe a csoportba tartoznak rendezvény szempontból többek között: fesztiválok, hangversenyek, karneválok, kiállítások, koncertek.

2.3. Fesztiválok⁵

2.3.1. Fogalmi meghatározás

Teljesen egységes fogalmi meghatározás nincs a fesztiválokra vonatkozóan, hiszen a világ országaiban mást és mást értenek fesztivál alatt. Magyarországon az alábbi két értelmezés a legmeghatározóbb.

Az **Értelmező Kéziszótár** meghatározása a fesztivál szóra a következő: „országos, vagy nemzetközi jellegű ünnepélyes előadás, bemutató stb. sorozata.” (JUHÁSZ J., SZŐKE I., Ó.NAGY G., és KOVALOVSKY M. 1972, p.406)

A **Magyar Fesztiválszövetség** (MFSZ) hivatalos megfogalmazása már átfogóbban írja le a fesztivál fogalmát: „Fesztiválnak nevezhető minden olyan – egy vagy több téma köré szerveződő, rendszeresen megrendezésre kerülő, egy vagy több helyszínen történő, meghirdetett programmal rendelkező kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb eseménysorozat, amelynek célja, hogy közönsége

³ BGF KVIK Rendezvényszervezés órai jegyzet

⁴ BGF KVIK Bevezetés a turizmusba órai jegyzet

⁵ A statisztikai adatok forrása a www.fesztivalregisztracio.hu, ahol 2008-2011 között 319 fesztivált regisztráltak, 2013-2014 között pedig 138 fesztivált, a táblázatok e fesztiválok adatai alapján készültek

részére kiemelten színvonalas, értékközvetítő, minőségi ismereteket is bővítő és egyben szórakoztató, szabadidős közösségi élményt nyújtson.”⁶

2.3.2. Fő jellemzők

- szórakoztató jelleg
- színpadi műsorok
- legtöbbször ingyenes belépés
- gazdasági potenciál (látogató költ vendéglátásra, szállásra, vásárlásra)
- a fesztivállátogató megismeri a régiót, várost
- háttérben szponzorok állnak
- pályázatokra, állami támogatásra szorulnak
- visszatérő események (általában évről évre szinte napra pontosan)

Nagyon fontos jellemző, hogy nagy tömegeket mozgat, így gazdasági hatása is figyelemre méltó. Ezzel egyidejűleg figyelembe kell venni a nagy tömeggel együtt járó közlekedési-, biztonsági-, higiéniai-, környezetvédelmi előírásokat. Szem előtt kell tartani, hogy engedélyköteles a rendezvény, ha 300 főnél nagyobb befogadóképességű helyiségben tartják illetve szabadtéren, ha a résztvevők száma előreláthatóan meghaladja az 1000 főt. Az engedélykérő kérelemhez csatolni kell többek közt a biztonsági tervet és a tűzvédelmi szabályzatot is.⁷ Minden szabadtéri rendezvényt be kell jelenteni, ami nem engedélyköteles és 50 fő résztvevő fölötti, 30 nappal az esemény előtt. Ha a rendezvényt 500 főnél nagyobb befogadóképességű helyiségben tartják, akkor 15 nappal a rendezvény előtt bejelentés-köteles.⁸

2.3.3. A fesztiválok fő céljai

- kulturális, gasztronómiai, zenei témák kiemelése
- kiemelkedő értékek, város, régió bemutatása
- tömegaktivizálás
- ismeretszerzés, ismeretterjesztés
- hagyományteremtés és őrzés
- tolerancia erősítés

⁶ www.fesztivalszovetseg.hu

⁷ Szabályozza: 23/2011. (III.8.) kormányrendelet

⁸ Szabályozza: OTSZ. 593. §-a

- látókör szélesítése
- kreativitás fejlesztése
- környezeti és gazdasági fejlődés
- kapcsolatteremtés

2.3.4. Fesztiválok típusai:

- zenei (népzene, klasszikus, egyházi, jazz, világzene, kortárs, pop, rock)
- színházi (professzionális, szabadtéri, táncszínházi, mozgásszínházi)
- tánc (néptánc, kortárs, balett, vegyes)
- mozgóképek (film, tévé, média)
- kulturális
- nemzetiségi
- irodalmi
- gasztronómiai
- történelmi
- képző és iparművészeti
- sport
- gyermek és ifjúsági
- egyházi

Az 1. diagram alapján elmondható, hogy a 2013-2014 között regisztrált fesztiválok körében a legnépszerűbb kategória a művészet (69 %) volt. A fesztiválok 25 %-a jelölte meg kategóriaként a gyermek és családi fesztivált illetve 24 %-uk a folklór kategóriát. A gasztronómiai fesztiválok 19 %-ban képviseltetik magukat a piacon.

2.3.5. Csoportosítás

Ahogy a rendezvényeket, úgy az alcsoportját, a fesztiválokat is sokféle szempont szerint lehet csoportosítani:

- időtartam szerint (egy, több nap, heti, periodikus)
- terület szerint (egy vagy több település, térség, régió, ország(ok))
- helyszín szerint (szabadtér, zárt tér, vegyes)
- terület szerint (nemzetközi, országos, regionális, kistérségi)

- társadalmi hatása szerint (kultúraközvetítő, turizmust élénkítő, gazdasági, innovációs)
- gazdasági orientáció szerint (for vagy non profit)
- szervező szerint (állami, önkormányzati, vállalkozói, magán, civilszervezet, vegyes)
- közönség szerint (lokális, nemzetközi, szakmai orientációjú, baráti, családi, korosztály-specifikus)
- fejlődése szerint (kezdő, fejlődő, átalakuló, érett, hanyatló)

2.3.6. Célcsoport

A célcsoport pontos behatárolása nagyon fontos egy fesztivál szervezésekor. Lehet célcsoport a nagyközönség, a szakma, a média, csak a helyi lakosság, az ifjúság vagy a kisgyermek.

Az *1. táblázat* adatai alapján, ha a 2008 és 2011-es regisztráltakat nézzük, ha a 2013-2014 között regisztráltakat, mindkét esetben egyértelműen látszik, hogy a fesztiválok legtöbbször a felnőtt korosztálynak szól, az adott időszakban regisztráló fesztiválok 95 %-a illetve 86 %-a, míg a gyermekeknek szóló fesztiválok az összes regisztrált fesztiválból 62 %-ot illetve 65 %-ot képviselnek. A korábban regisztrálóknál realizálódott nagy különbség valamelyest mérséklődött 2013 és 2014 között, így arányaiban több rendezvény szólítja meg a fiatal korosztályt.

2.3.7. Bevételi források

A fesztiválok bevétele három részből áll/állhat: pályázatokból, szponzori támogatásokból és jegybevételből. Az ingyenes fesztiváloknál nyilvánvalóan az utóbbi összetevő nem játszik szerepet.

A Nemzeti Kulturális Alap az elmúlt húsz évben a hazai és határon túli magyar kulturális élet finanszírozásának legmeghatározóbb intézménye lett. A Magyar Országgyűlés hozta létre ezt az elkülönített pénzalapot a nemzeti értékek megőrzésére, a kultúra ápolására. Azok a pénzforrások, melyek az alap rendelkezésére állnak legnagyobb részben pályázatok útján elérhetőek a kollégiumi rendszer által. A

kulturális fesztiválok a Kulturális Fesztiválok Kollégiumától számíthat pályázati forrásra.⁹

Továbbá uniós pályázatok is kiírásra kerülhetnek és az önkormányzat is támogathatja az adott fesztivált. Érdeemes nyitott szemmel járni és minden pénzforrásra figyelemmel lenni.

A szponzori támogatások megszerzése talán a legnehezebb feladat. Egy neves, régmúltú fesztivál könnyebben talál támogatókat, hiszen ott megjelenni már presztízs kérdés. Támogatás esetén a fesztiválszervezők média megjelenést biztosítanak a rendezvénnyel kapcsolatos anyagokon, honlapon és/vagy a jegyen.

A 2. táblázat alapján kiderül, hogy az adott időszakban regisztrált fesztiválok legnagyobb részt (36 %-ban) saját forrásból gazdálkodnak illetve a következő rendezvény költségeit 23 %-ban az előző évi fesztivál jegybevételeiből fedezik. Az adatok sajnos azt mutatják, hogy a szponzori támogatások illetve az NKA támogatásai elenyésző értéket képviselnek.

2.3.8. Magyar Fesztiválszövetség (MFSZ) ¹⁰

A fesztiválszövetség egy érdekvédelmi civil szervezet, mely a hazai illetve a határon túli magyar fesztiválokat segíti. A szövetség végzi a Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program lebonyolítását. Ez a program veszi nyilvántartásba a regisztrált fesztiválokat illetve minősíti őket, így megkönnyítvén a fesztiválok közötti eligazodást illetve látható, hogy melyik fesztivál tart igényt állami vagy önkormányzati forrásokra.

Az MFSZ célja:

- A fesztiválok finanszírozási gondjainak megszüntetése (lehetőség szerint)
- Minősítési rendszer kidolgozása, így a Magyar Fesztiválszövetségi tagság „garancia /védjegy” lehessen az állam és a szponzorok felé
- Kapcsolattartás szakmai, társadalmi és politikai szervezetekkel
- Közös marketing-kommunikáció
- Közös szponzorszervezés
- Nemzetközi együttműködések elősegítése

⁹ www.nka.hu

¹⁰ www.fesztivalszovetseg.hu

2.3.9. Fesztiválok helyzete Magyarországon

Az elmúlt 15-20 évben az idegenforgalom egyik húzóága lett a fesztiválturizmus nemcsak Európában, hanem hazánkban is. Májustól elejétől szeptember végéig a legerősebb a kínálat Magyarországon, nem lehet olyan hétvégét említeni ezen időszak alatt, amikor az ország valamely szegletében ne rendeznének valamilyen kisebb-nagyobb fesztivált. Évről évre egyre nagyobb az érdeklődés a különböző témájú fesztiválok iránt, ahol minden korosztály megtalálja az érdeklődéséhez legjobban illő rendezvényt. A fesztiválturizmus dinamikusan növekvő ágazat lett és a 2015 nyarán tartott fesztiválok mind látogatószámában mind pedig bevételekben csúcsot döntöttek. Magyarországon évente közel 9000 rendezvényt neveznek fesztiválnak, viszont ezeknek körülbelül 40 %-a vonz tízezer főnél több látogatót. 50.000 főt meghaladó látogatószámot a rendezvények 10 %-a mondhatja el. A számokból látható, hogy az országban nagy többségben vannak a kis látogatószámmal bíró fesztiválok, amik „csak” a helyi lakosságot szólítják meg, így nem generálva (vagy jóval mérsékeltebb) többlet forgalmat a szálláshelyeken, vendéglátóegységekben.¹¹

A fesztiválregisztráció oldalán 2008 és 2011 között regisztrált 319 fesztivált nézve (3. táblázat) elmondható, hogy a fesztiválokra látogatók nagy többsége az ingyenes rendezvényeket részesíti előnyben, mindössze 20 %-uk vagyis 1,4 millió fő vett részt fizetős fesztiválon. Az ingyenes rendezvények nagy népszerűségnek örvendenek.

A magyar lakosság több mint fele vett már részt fesztiválon és a 18-25 éves korosztály körülbelül 20 %-a rendszeres „fesztiválózó”. Mint már látható volt a művészet, kulturális fesztiválok a legnépszerűbbek, de a gasztronómiai, könnyűzenei fesztiválok és sportesemények száma és népszerűsége sem elhanyagolható, sőt egyre több külföldi látogatót is vonzanak.

A 2008 és 2011 között regisztrált fesztiválok közel 80 %-a 15 % alatti külföldi látogatót vonz, látható a 4. táblázat alapján. Ezek a fesztiválok vagy nem tekintik a külföldi turistákat célcsoportnak, nem őket akarják megszólítani vagy a marketingkommunikáció kevés külföldön. Sajnos a 2013 és 2014 között regisztrált fesztiválok körében is ugyanez tapasztalható. Csupán a fesztiválok 17 %-a mondhat el 15 % fölötti külföldi látogatót. Fontos lenne több figyelmet fordítani a koncentráltabb

¹¹ Forrás: MT Zrt. 2015. július 18. Elérhetőség: <http://turizmus.com/desztinaciomenedzsment/duborog-a-fesztivalturizmus-1130113>, Olvasva: 2015. augusztus 3.

külföldi marketingkommunikációra, hiszen a külföldiek több vendégéjszakát töltenek az országban és többet költenek itt tartózkodásuk alatt (fesztiválon is), így a gazdasági növekedéshez nagyban hozzájárulnak. Sőt a fesztiválokkal nemcsak Budapestet ismerik meg, hanem a kistérségek is több külföldi vendéget tudnak magukhoz csábítani, hogy a rendelkezésükre álló pénzt az adott térség fesztiválján költsék el, ott generáljanak vendégéjszakát. Így valamelyest Budapest központisége is csökkenthető. A kisebb településekre mindenképp pozitív hatással van egy-egy fesztivál, hiszen közvetett és közvetlen bevételek realizálhatók az önkormányzatoknál. Hozzájárul a fesztivál a turizmus, a kereskedelem növekedéséhez és adóbevételt is hoz. Az ide látogatók igénybe veszik a szálláshelyeket vendégéjszakát generálva, a vendéglátóegységeket, boltokat, közlekedést. A települést a fesztivál térségi, régiós, országos vagy akár nemzetközi szinten is ismertté teheti. Ha a fesztivál tavasszal vagy ősszel kerül megrendezésre megnyújtja a főszezont is.

Az 2. *diagram* a 2014-ben Magyarországon eltöltött vendégéjszakák számának szezonális megoszlását mutatja a kereskedelmi szálláshelyeken. Látható, hogy a vendégéjszakák közel fele a fesztiválszezonban realizálódik, ezen belül is a július és az augusztus hónapok a legmeghatározóbbak. Vagyis a fesztiválok mindenképp hozzájárulnak a vendégéjszakák esetleges növekedéséhez.

Felmérések szerint egy átlagos fesztiválozó a szezonban húszezer forintot költ és 2,8 vendégéjszakát tölt el kereskedelmi szálláshelyeken. Viszont ezekben az adatokban ugyancsak benne vannak az egynapos ingyenesen látogatható falunapok és a többnapos fizetős nemzetközi szintű fesztiválok.

A regisztrált fesztiválok között a legtöbb egyesület vagy alapítvány által létrehozott esemény (5. *táblázat*). Viszont az utóbbi időben több rendezvényt szerveznek gazdasági társaságok, vállalkozások, mint a korábbi időszakban. Arányuk már 28%.

2.4. A sikeres rendezvény legfontosabb elemei¹²

Minden egyes rendezvény más és más. Nehéz kiemelni azokat az elemeket, amik miatt sikeresnek mondható. Egy viszont biztos, hogy a jól átgondolt, alapos tervezés az alapja egy igazán sikeres rendezvény létrehozásának. Egy jól megszervezett, színvonalas rendezvény pozitív hatása a rendező/város jó hírét erősíti, viszont a negatív tapasztalatok a házigazda imázsát rombolják. Mik azok a legfontosabb szempontok, amiket figyelembe kell venni annak érdekében, hogy a rendezvény sikeres legyen?

Nagyon fontos a pontosan meghatározott **cél**, hogy miért megvalósul meg az adott rendezvény. A szervezési fázisban ugyanis könnyű elveszni a részletekben, ezért fontos, hogy mindig legyen a szem előtt a rendezvény célja illetve az üzleti cél.

A **célcsoport** meghatározása a másik fontos szempont. Nem mindegy, hogy orgonahangversenyről vagy gyermekzsúrról van szó, hiszen a célközönség igényei teljesen mások. Nagyon fontos, hogy a célcsoportról pontos információk álljanak rendelkezésre és a résztvevők elvárásait mindig szem előtt kell tartani.

A **Mikor** és a **Hol** kényes kérdés. Ha az időpont és a helyszín választásnál valami kimarad, könnyen negatív színben tüntetheti fel az egész rendezvényt. Ez a két dolog a legidőigényesebb, de az egész rendezvény sikerét jelentheti a jó választás. Helyszínválasztásnál először is a rendezvény jellegét kell figyelembe venni és ezután a biztonságot, elérhetőséget, fekvést illetve a további elérhető szolgáltatásokat.

Végül, de nem utolsó sorban a jól megválasztott **marketingkommunikáció** nélkülözhetetlen. Nagyon fontos, hogy hol, hogyan, mikor és milyen marketingeszközökkel lehet elérni a potenciális „vásárlókat”.

A verseny egyre kiélezettebb a rendezvényszervező piacon, ezért nagyon fontos, hogy a cégek folyamatosan **meg** tudjanak **újulni**, lépést tartsanak a legújabb trendekkel, de mindezt a hagyományok megőrzésével tegyék.

¹²Forrás: Gáborják Éva: A sikeres rendezvény titka, 2012. december 27., Elérhetőség: <http://profitura.hu/tranzit/otlettar-erdekes-es-vagy-hasznos/107-a-sikeres-rendezveny-titka.html>, Olvasva: 2015. augusztus 10.

3. A veszprémi kistérség

3.1. Bemutató

A kistérség a települések között létező funkcionális - lakóhelyi, közlekedési, közép fokú ellátási (oktatás, egészségügy, kereskedelem) - kapcsolatrendszerek összessége alapján behatárolható területfejlesztési-statisztikai egység, egymással intenzív kapcsolatban lévő, önszerveződő, egymással határos települések összessége. A kistérség elsősorban területfejlesztési és statisztikai célokat szolgáló területi egység volt Magyarországon 1994 és 2014 között. Mivel 2013-tól a járások kialakításával a kistérségek közigazgatási funkciója megszűnt, így 2014.02.25-ével a kistérségek is megszűntek a 2014. évi XVI. törvény (264. § (12) bekezdés) alapján. 2014 elején 175 statisztikai kistérség volt Magyarországon.¹³

Bár a kistérségek, mint statisztikai egység megszűntek, fontos, hogy ezek az egymáshoz közel álló falvak és városok közös célokat teremtsenek és egy közös turisztikai terméket állítsanak elő, így közösen még vonzóbbá tehetik a térséget a turisták szemében. A kistérségi társulások célja (még mindig) a beletartozó települések összehangolt fejlesztése, közös fejlesztési program és közös idegenforgalmi csomag kialakítása (komplex turisztikai termék), versenyképessé tétel, közös marketingtevékenység.

A **Veszprémi kistérség** a Közép-Dunántúli Turisztikai Régió egyik gyöngyszeme Székesfehérvár mellett az államiságunk bölcsője. Ez a vidék az egyik legváltozatosabb és leginkább hagyományörző a régióban. A Bakony és a Balaton által határolt térség változatos, mind természeti adottságokban, mind épített örökségekben.

Az infrastrukturális háttér a térségben magas színvonalú – legalábbis magasabb az országos átlagnál -, akár a közműellátottságra gondolunk, akár a vezetékes és mobiltelefon ellátottságra vagy az internetre, hiszen ezek a szolgáltatások minden településre eljutnak a legkisebb zsákfaluiig is.

A térség jól megközelíthető a sűrű úthálózatnak köszönhetően. A 8-as számú főút a megyeszékhelyen Veszprémen keresztül vezet, mely Székesfehérvár felől nyújt gyors közúti elérést és egészen a nyugati határig megy. Győr felől a 82-es, Sopron felől a 84-es úton közelíthető meg. A területet két vasútvonal szeli át: Budapest –

¹³Forrás: elérhetőség: <http://www.terport.hu/kistersegek/altalanos-informaciok/kistersegek-fogalom-meghatározas-jogszabalyi-hatter> és https://www.ksh.hu/teruleti_atlasz_kistersegek, olvasva: 2015. augusztus 16.

Veszprém - Szombathely, Győr – Veszprém, ahol a Cuha patak szurdokvölgye a vonatablakból is gyönyörű látvány. A menetrend szerinti távolsági és helyközi buszjáratokkal a legapróbb települések is elérhetők a sűrű menetrendnek köszönhetően, így segítve mind a turisták, mind a helyiek komfortos közlekedését. Illetve a Balatonon menetrendszerinti hajójáratokkal utazhatnak.

A térséget a domborzati viszonyok miatt változatos településhálózat jellemzi és leginkább aprófalvak elterjedtek, de két város is található a kistérségben.

A térség az alábbi településeket öleli fel: Bánd, Barnag, Hajmáskér, Hárskút, Herend, Hidegkút, Királyszentistván, Márkó, Mencshely, Nagyvázsony, Nemesvámos, Papkeszi, Pula, Sóly, Szentgál, Tótvázsony, Veszprém, Veszprémfajsza, Vilonya, Vöröstó. A kistérség központja a megyei jogú történelmi város Veszprém.

3.2. Turisztikai attrakció kínálat

Az elmúlt időszakban fejlesztések egész sora ment végbe a térségben. Múzeumokat újíttak fel, kerékpárutakat, új tanösvényeket építettek ki. Ezek a beruházások főként Európai Unió pályázatok útján jöttek létre az Új Széchenyi Terv jóvoltából, így biztosítva a jó minőségű szolgáltatásokat és tartalmasabb kikapcsolódást, specifikus vonzerőkínálatot.

„Bakonynak különös híre-neve, csodálatos bája, s leírhatatlan varázsa van”- írta egykor Eötvös Károly. S mindez elmondható a Balaton felvidékre is, így a Veszprémi kistérségnek valóban csodálatos, bár néhány helyen még kiaknázatlan, természeti adottságai vannak. Terület nagy részét erdő borítja, így az aktív és ökoturizmus meghatározó. Az **aktív turizmus** szerelmesei számára több helyen kerékpárkölsönzés biztosított, így bejárható a Balaton-felvidék illetve a Bakony térsége. Gondosan kiépített kerékpárúton - pihenőkkel tarkítva - lehet Veszprémből a Balaton partra jutni. Bakancsos túrák kedvelői illetve a lovasturizmus megszállottjai a jelölt turistaútvonalakon (*1. ábra*) barangolhatják be a tájat, felfedezve barlangokat, kilátókat (Veszprém, Papod hegy, mencshelyi Halomhegy), vadregényes ösvényeket. A legmagasabb pont a Kab - hegy 601 méteren, ahová akár gyalogosan, kerékpárral vagy egy ideig autóval is fel lehet menni. A szentgáli tiszafás erdő természetvédelmi területe csendes, nyugodt kikapcsolódást nyújt és a térség egyik legkedveltebb kirándulóhelye illetve barlangjaiban a Kő-lik és a Tüzköves barlangban ősember nyomokat is találtak. A régi magyar lovas tradíciók ápolása is fontos a régióban, ahol

hagyományőrző viseletben huszár-betyár-csikós programokon, lovaskocsikázáson és gyógylovagláson is részt lehet venni a nemesvámosi, nagyvázsonyi és veszprémi lovasudvarok szervezésében. A vadászat is igen népszerű a gazdag nagy és apróvad állomány miatt. A horgászat kedvelői számára apróbb horgásztavak állnak rendelkezésre, de természetesen a Balaton az igazi horgászparadicsom. A Balatonon népszerűek az evezős túrák, a vitorlázás illetve a szörfözés. A Bakony igazán gazdag karsztvizekben, melyek a települések ivóvízigényét fedezik illetve az ipar vízellátásában játszanak szerepet, viszont turizmus szempontjából kihasználatlanok sok helyen, nincs a karsztforrásra épített turisztikai attrakció. Így **gyógyturizmus** szempontjából Balatonfüredet kell említeni, mely település már nem a veszprémi kistérséghez tartozik. A város kiemelt minősítésű gyógyhely, gyógyhatású szénsavas forrással illetve a ráépített Szívkórházzal.

A **falusi turizmusra** is nagy hangsúlyt fektet a térség. A Falusi Turizmus Veszprém Megyei Egyesületéhez hét vendégház tartozik a kistérségben, Bándon, Hidegkúton, Királyszentistvánon illetve Nemesvámoson illetve négy vendégház kapott a FATOSZ-tól napraforgó minősítést Királyszentistvánon, Mencshelyen, Nemesvámoson és Hidegkúton.¹⁴ A kis települések őrzik a népi hagyományokat, tartanak még őshonos háziállatokat, régi házias ételeket főznek, illetve üzik még a régi mesterségeket, mint a fafaragás, fazekasság, gyertyaöntés és ezekkel a hagyományokkal az ide látogató turista is megismerkedhet. Ha hagyományőrzésről és kézműves hagyományokról van szó, Herendet kell megemlíteni. A Porcelánium minimanufaktúrájában a látogatók testközelből vehetik szemügyre a világhíres porcelán készítésének folyamatát. A herendi porcelán mára már hazánk egyik jelképe lett és bekerült a Hungarikumok Gyűjteményébe is. A kis falvak mind őrzik őseik hagyományait, legyen szó akár Márkón a fazekasságról, Szentgálon a népdalkörökről, a mencshelyi csipkéről vagy a vöröstói népi építészetéről. Itt nemcsak a hagyományápolás a cél, hanem a falusi turizmus fejlesztése és ezen ősi értékek bemutatása a „nagyközönségnek”.

Nemcsak a magyar hagyományok ápolása fontos néhány településnek. Bánd és Herend lakosai német nemzetiségi kultúrát is őriznek, kétnyelvű újsággal, nemzetiségi oktatással és fesztiválokkal.

¹⁴ Forrás elérhetősége: www.fatosz.eu és www.falusiturizmusvp.hu, olvasva: 2015. október 3.

Történelmi emlékek gazdag tárháza lelhető fel a kistrégióban. Várak a legősibb emlékeink közé tartoznak, melyek nagy része a törökök ellen kialakított végvárrendszer részét képezik. Három várral is büszkélkedik a kistérség: Bándon az Esseg vár romjai, Nagyvázsonyban a Kinizsi vár középkori lovagi tornája és veszprémi vár ódon macskakövei várják az utazókat. A nagyvázsonyi vár a Közép – Dunántúli régió Hétpecsétes Vártúrájához tartozik. Nemesvámoson található régészeti műemlék egy római kori villagazdaság. Részt lehet venni római kori lakomán, de a faluban disznóvágáson, kenyérsütésen, bortúrán és lovastúrán is. Királyszentistván és Sóly közti fennsíkon zajlott le a monda szerint István és Koppány híres, döntő ütközete 997-ben, mely emlékére István kardjának hatalmas fából készült mását állították a sólyi Kálvária dombra.

Számtalan értékes **egyházi** emlék, templom, kolostorrom, kálvária idézi a múltat. Gazdag tárgyi és iratanyag gyűjtemény áll rendelkezésre. A műemlékek legnagyobb része katolikus emlék, de van köztük protestáns és zsidó is. Legrégebbi a veszprémi püspökség, illetve kolostorok melyekről a későbbi fejezetben bővebben lesz szó. A márkói római katolikus templom a 16- századot idézi illetve látogatható a nagyvázsonyi pálos kolostor romjai is.

Az éghajlat kiegyenlített, viszont a felszín tagoltsága miatt a talajviszonyok nem igazán alkalmasak a mezőgazdaság számára, viszont a szőlészet, **borászat** számára kedvező feltételeket biztosít. A térség egyik települése Mencshely egyik történelmi borvidékhez a Balatonfüred-Csopakihoz tartozik. Itt a Halom-hegy oldalában sorakozó pincék és prэшázak sokasága borkóstolóra várja az ide látogatókat.

Bőséges kínálat tapasztalható a **gasztronómia** területén, hiszen a Bakony és a Balaton ízvilága keveredik a térségben. Kihagyhatatlan kulináris élvezet a balatoni halakból készült halászlé. Igazi különlegesség az őzcomb erdőkerülő módra, a nyúlfilé tejszínes párolt zöldségekkel vagy a balácai pácolt fogas. Minden helyi csárda étlapján megtalálható a bakonyi sertésborda, a betyárleves és a tócsi. A veszprémi Mackó krémes kihagyhatatlan desszert.

A nemesvámosi Betyár csárda (műemlék) már több mint száz éve üzemel vendégfogadóként, a híres bakonyi betyárnak Savanyú Jóskának volt kedves helye. A márkói csárda már 260 éve üzemel, s ma is igen kedvelt a helyiek körében.

3.3. Rendezvények, fesztiválok

A térség egész évben széles körű rendezvénykínálatában a fiatalok és az idősebb korosztály is megtalálja a magának valót. Minden évben több olyan fesztivál kerül megrendezésre, melyek több éves vagy évtizedes múlttra tekintenek vissza, ezzel színesítve a térséget, gazdagítva a turisztikai vonzerők számát.

Kistérségi rendezvények fő típusai: évfordulók, kistérség híres szülötteiről megemlékezés, falunap, egyházi rendezvények, gasztronómiai események, búcsú, húsvét. Kistérségre szabott események célja az egyedi arculat kialakítása. Általában nyílt, ingyenes rendezvényekről van szó. Bakony és Balaton Térségi Turisztikai Nonprofit Kft. kiadványa a Rendezvénytár 2014. Ebben a Bakony és a Balaton térségének májustól decemberig széleskörű rendezvénykínálatát találhatja meg az érdeklődő, melyből 21 rendezvény a Veszprémi kistérségben kerül megrendezésre. Természetesen a legtöbb (17 db) a megyeszékhelyre Veszprémre koncentrálódik. Ebből is látszik, hogy a kisebb falusi rendezvények a térségben leginkább a helyi lakosokat vonzzák, akik már tudnak az évente szinte ugyanabban az időpontban ismétlődő eseményről, így nekik reklámozni nem kell. Annál inkább fontos lenne, hogy az igényes falusi fesztiválok, rendezvények is kerüljenek bele az éves rendezvénytárakba illetve az online felületekre, hiszen így akár régiós vagy országos szinten is több embert tudnak megszólítani, fellendítve a turizmust a környéken.

Ki-ki megtalálja a térségben a számára legjobban vonzó rendezvényt, legyen szó akár népi hagyományokról, gasztronómiáról, zenei kínálatról, várjátékokról, lovasbemutatókról, a régi betyár életmód újra felfedezéséről vagy a kisgyermekek kedvencéről a bábmesék hőseiről. Színes és változatos a paletta, sőt az ingyenesen igényelhető Bakony-Balaton Kártyával számos szolgáltatást ingyenesen vagy kedvezményesen lehet igénybe venni a megjelölt elfogadóhelyeken. Ez még vonzóbbá teszi a térséget.

Egyre több látogatót vonz május elején a szabadtéri **Csirke-Csülök Fesztivál** a nagyvárosnyi Kinizsi várban. A gasztronómia szerelmesei csirkés-csülkös finomságokat kóstolhatnak kultúrával fűszerezve. A két napos vásári forgatagban solymászbemutató, íjászat, kovács-fazekas bemutató is szerepel.

Nagyvázsony másik neves történelmi fesztiválja a **Kinizsi napok** (2. ábra) augusztusban. Három nap alatt megelevenedik a középkor a korhű ruháktól, a középkori zenét játszó együttesektől.

A királyszentistváni **Szent István napi ünnep** illetve a Sólyban tartott **Kard fesztivál** történelmi emléket állít Szent István és Koppány csatájának.

Mencshelyen már hagyománnyá vált a **Mencs-Napok** nevű fesztivál, mely az újbor ünnepe szüreti felvonulással, borok versenyével, pogácsasütő vetélkedővel és képzőművészeti kiállítással.

A **Művészetek Völgye** (3. ábra) méltán híres művészeti fesztivál országszerte. A kistérségből Pula és Nagyvázsony tartozik a fesztivál falvai közé. Öt kis falu szinte minden házának udvara megtelik zenével, kézművesekkel, népi ételekkel, néptáncosokkal felejthetetlen kulturális élményt nyújtva.

A kistérség összes települése évente megrendezi saját falunapját, mely leginkább a helyiek összetartását, hagyományápolását fejezi ki.

3.4. A kistérség turizmusa a legmeghatározóbb mutatószámok tükrében¹⁵

Legalább az elmúlt öt évet vizsgálva lehet igazán pontos következtetéseket, trendeket levonni. Így ahol ezt a forrásaim engedték 2010 és 2015 között vizsgáltam az adatokat.

A **vendégek száma** (3. diagram) jól mutatja mennyire vonzó a kistérség illetve Veszprém a turisták számára. A kistérségben a kereskedelmi szálláshelyeken¹⁶ 2014-ben közel 44.000 vendég szállt meg, míg 2010-ben 10.000 fővel kevesebb. Jól látható, hogy 2010 óta folyamatos a növekedés, ahogy az az országos statisztikákban is látszik (6. táblázat). Megyei szinten a kistérség a megye összes kereskedelmi szálláshelyen megszállt vendégének 7,5 %-át adja (7. táblázat). Ez ugyan kevésnek tűnhet, de ne feledjük, hogy a Balaton északi partjának nagy része is Veszprém megyéhez tartozik és a főszezonban a legtöbb vendég Balaton parti szálláson száll meg. A kistérség vendégeinek több, mint 90 %-a minden évben Veszprémben foglal szállást. Így a növekedés pozitív hatása mellett, nagyon erős a megyeszékhelyre való vendégkoncentráció csakúgy, mint az országot tekintve Budapest esetében. A kisebb

¹⁵ A kistérségi statisztikai adatok forrása: Veszprémi KSH iroda adatbázisa, elektronikus levélváltás az iroda munkatársaival Retz Tamással és Sinkovics Katalinnal, 2015.szeptember-október

¹⁶ 239/2009. évi törvény

településeket inkább csillagtúra keretében 1-1 délutánra keresik fel Veszprémből. Ez a tény még jobban kell, hogy ösztönözze a térség kisebb falvait a fejlődésre, a falusi turizmus erősítésére, hogy minél több turistát tudjanak a városukba, falujukba csábítani nemcsak fél napra, hanem több éjszakára is. Az összes vendégszám növekedésével a külföldiek aránya is arányos növekedést mutat (4. *diagram*). Míg a külföldiek száma 2010-ben ~8.000 fő volt addig 2014 már ~12.000 fő. A növekedés kisebb mértékű, de folyamatosnak mondható. Ebből látszik a térségben a belföldi turizmus a meghatározóbb. Az is elmondható, hogy a külföldiek 97 % ugyancsak Veszprémet preferálja, ha kereskedelmi szálláshelyekről van szó. Vagyis jobban kedvelik az elegánsabb, több szolgáltatást nyújtó szállodákat, mint a falusi vendégházakat, panziókat. Országos viszonylatban a kereskedelmi szálláshelyen megszállt vendégek fele külföldi (6. *táblázat*), addig ez az arány megyei szinten már csak 21,4 % (7. *táblázat*), a térségben pedig a külföldiek aránya 27,4 %.

A **vendégéjszakák** számában (5. *diagram*) is nagyon jól látható az egyenletes, folyamatos növekedés. Ugyanez mondható el a külföldi vendégek esetében is. Ez a növekedő trend biztató a térség számára. Az adatok alapján kiszámolható az átlagos tartózkodási idő is. Az átlagos tartózkodási idő a kistérségben 2014-ben a kereskedelmi szálláshelyeken 2 nap, ami 2010 óta nem is változott. Ez az országos átlagtól elmarad, ami 2014-ben 2,5 nap volt, de még a megyei átlagtól is jócskán elmarad, ami 3 nap. A megyében a vendégéjszakák magas száma főleg a Balatonnak köszönhető a nyári szezonban, így a jóval hosszabb tartózkodási idő is. A külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma 2014-ben a veszprémi kistérségben több mint 30.000 fő volt és átlagos tartózkodási idejük annyi, mint az országos átlag 2,5 nap. Ez a szám már jónak mondható, de a megyei átlagtól megint csak jócskán elmarad, ami 4,6 nap. Az ok ismét a Balaton, illetve a megyében működő gyógyszállodák. A térségben nagy hiány van fürdőkből, wellnessközpontokból, melyek csalogatóak nemcsak a külföldiek, de a belföldi vendégek számára is. A térségben Veszprém birtokolja az összes vendégéjszaka 90 %-át illetve a külföldi vendégéjszakák 97 %-át (6. *diagram*).

A **kereskedelmi szálláshelyek száma** (7. *diagram*) 2014-ben 31 db volt, melyből a szállodák szám 8 db, ami mind Veszprémben található. Ez a szám a megyében található kereskedelmi szálláshelyek (237 db) 13%-a. A 2012. évi visszaeséstől eltekintve (a válság ekkora érezte a szektorban hatását a térségben) enyhe növekedés tapasztalható. Míg a **kiadható szobák** (8. *diagram*) számában

folyamatos csökkenés szembeűnő és Veszprém birtokolja a szobák több, mint 85 %-át. Típus szerint (9. *diagram*) vizsgálva a kereskedelmi szálláshelyeket látható, hogy a térségben 2014-ben a panziók a legnépszerűbbek. A kereskedelmi szálláshelyen megszálló vendégek több, mint fele választja. 26%-uk, viszont jobban preferálja a több szolgáltatást nyújtó szállodákat. A közösségi szálláshelyeket leginkább fiatalok, bakancsos túrázók részesítik előnyben a kedvező árak miatt. Ifjúsági szálláshely, üdülőház, kemping és turistaszálló nem található a kistérségben.

A kistérség **vendéglátóhelyeinek** számában (10. *diagram*) a legfrissebb adatok 2013-ból valók és Veszprém nem szerepel a diagramon, mert a nagyságrendekkel magasabb számai eltorzítanak a diagramot. Veszprém vendéglátásáról a következő fejezetben bővebben esik szó. A vendéglátóhely rendszeresen (állandó vagy ideiglenes jelleggel) nyitva tartó szolgáltatóhely, ahol a vendégek részére étel- és/vagy italszolgáltatást biztosítanak. Ide tartozik a munkahelyi, illetve közétkeztetés, valamint az étel házhozszállítása is. A legtöbb településen csak egy vagy két vendéglátóhely üzemel és számuk évek óta stagnál. A legtöbb vendéglátóhellyel Herend büszkélkedik (pl.:Paletta Étterem), város révén, de számuk 2009 óta visszaesett. Nagyvázsonyban (pl.: Vázsonyvölgy Étterem és Panzió, Várcsárda Étterem) a fejlődés szembeűnő, ami az egyre népszerűbb fesztiváloknak is köszönhető.

Bár a kistérség számára nagy konkurenciát jelentenek a közeli Balaton parti, népszerű városok¹⁷, a turisztikai attrakciók nagyobb népszerűsítésével (akár a Balaton partján is) több turistát csábíthatnának a térségbe. A természeti értékek adottak, a jó marketingkommunikáció viszont hiányzik. A falusi szálláshelyek folyamatos fejlesztése is nélkülözhetetlen. A fesztiválok sokat segítenek a népszerűsítésben, de itt is a folyamatos megújulás, fejlesztés és megfelelő marketingeszközök alkalmazása elengedhetetlen a turisták megszólítására.

¹⁷ például Balatonalmádi, Balatonfüred, Tihany

4. Veszprém a királynék városa

**„... mert egyrészt történelmi hangulatot sugároz,
másrészt mégis fiatalos,
az egész város hangulatára jellemző
a kultúra szeretete.” /Zorán/**

4.1. Bemutató

Veszprém a Bakony és a Balaton felvidék törésvonalában a Veszprémi fennsíkon fekszik turisztikailag fontos közlekedési utak és tájegységek találkozásánál. A több, mint 60.000 főt számláló megyeszékhely öt dombra épült. Figyelemre méltó természeti adottságokkal rendelkezik, fejlett infrastruktúrával, egyetemmel és sokszínű kulturális örökséggel. Gazdasági, egyházi és kulturális központ.

Veszprém már az őskorban is lakott volt, Kr.e. 5. évezredből is találtak település nyomait. I. István és felesége Gizella kedvenc helye volt a város, ahol püspökséget alapítottak. Itt építették fel az ország első székesegyházát a Szent Mihály bazilikát és megalapították a veszprémvölgyi apácák kolostorát, ahol a magyar királyok koronázási palástját hímezték. Gizella ezt a palástot adományozta a városnak, így téve a királynék városává. A város és vára a történelem során sok romboláson, tűzvészen, járványon, földrengésen és újjáépítésen esett át.

Veszprém a térség oktatási központja, ahol 22 általános és középiskolában közel 10.000 diák tanul. Egyházi és állami fenntartású iskolák is vannak, ahol a művészeti képzésre és a nyelvi képzésre is nagy hangsúlyt fektetnek. A városban egy egyetem és egy főiskola működik. A Pannon Egyetemen illetve az Érseki Hittudományi Főiskolán több, mint 12.000 hallgató folytatja tanulmányait. Az oktatásban részt vevők nagyon fontosak a kultúra szempontjából, hiszen ők (lesznek) a fő fogyasztók. Érdekes, hogy az egyetem (több tízezer diák) ellenére sem elég vonzó a fiatalok számára a város (kivételesen ez alól az a néhány nap egy évben, mikor az UtcaZene fesztivál kerül megrendezésre) a népességnövekedési adatok alapján, ezért gazdagabb fiataloknak szóló kulturális programokra van szükség, hogy a fiatalok is Veszprémet válasszák szórakozás, letelepedés szempontjából Budapesttel és a Balatonnal ellentétben. A másik, hogy a többségben lévő idősebb korosztály igényeit ki kell szolgálni, folyamatosan bővíteni, újítani kell a kínálatot számukra is.

Veszprém ipari város is, több gépipari, vegyipari, élelmiszeripari multinacionális cég¹⁸ illetve kis és közép vállalkozás is telephelyét választotta. A városban 7.000-nél is több regisztrált gazdasági társaságból csupán 11 cégnél magasabb a munkavállalók létszáma 250 főnél. Ez azt mutatja, hogy a KKV szektor a meghatározó. A szállás és vendéglátás szolgáltatásban 285 vállalkozás működik. A veszprémi rendezvények, fesztiválok számítanak a vállalkozók szponzori szerepére, de sajnos a szponzorok száma az utóbbi években egyre jobban csökken.

4.2. Turisztikai attrakció kínálat

4.2.1. Természeti örökségek

Veszprém fő folyója a Séd a várost feldarabolta nagy szintkülönbségeket és csodálatos látványt létrehozva, mely szerelmes sétákra és sportolásra is csábít. A **Séd völgye**, amit a „Királynék nyakékeként” emlegetnek, remek hely az aktív turizmust kedvelők számára. A völgyet a Kolostorok és Kertek projekten belül újjátították meg. A fejlesztés európai uniós forrásból valósult meg. Elkészült a patak mentén egy az állatkertet a várral összekötő turistaútvonal és az út mentén látogathatóvá vált több műemlék is¹⁹. Nagyfokú parkosítást végeztek illetve a gyermekek számára több tematikus játszóteret hoztak létre²⁰. A **Gulya-dombi parkerdőben** kerékpár-, lovagló-, futó-, szánkó-, kutyafuttató és erdei tornapálya is várja a turistákat illetve bográcsozási lehetőség is adott. A kilátókból szép panoráma nyílik a városra illetve a Bakony dombjaira. A beruházás milliárdokat emésztett fel, de a völgy valóságos ékszerdoboz lett Veszprém szívében.

A veszprémi **Kittenberger Kálmán Növény- és Vadaspark** csodás természeti adottságokkal rendelkezik, hiszen egyik része két domb között a Fejes völgyben helyezkedik el másik része pedig a Gulya dombon, így a körülbelül 150 fajt, mintha természetes élőhelyükön tekinthetnék meg a látogatók. Az ország első vidéki állatkertje már több mint 50 éve fogadja vendégeit. Az elmúlt néhány év fejlesztései nemcsak új fajok bemutatását tették lehetővé, hanem számos új kifutó és játszótér létrehozását is illetve a belső látogatóterek felújítását. Így épülhetett meg az Afrika-ház a zsiráfok számára, a Csimpánzvilág, a Kölyökdzsungel és terrárium illetve az

¹⁸ például Continental, Balluff, Valeo

¹⁹ például Margit-romok, Jezsuita templom

²⁰ például Magyar Népmesék játszókert

Afrikai szavanna. Az állatkert nagy hangsúlyt fektet a veszélyeztetett állatfajok megmentésére és a gyermekek környezettudatos nevelésére.

4.2.2. Épített örökségek

Veszprém épített örökségei felbecsülhetetlen történelmi értékűek. A városban egyedi műemléki védelem alatt 132 ingatlan, míg helyi védelem alatt 266 ingatlan található.

A veszprémi **vár** változatos történelmi, de főként egyházi értékeket rejt. A vár bár gyönyörűen fel van újítva, mégis ódon macskaköveivel illetve István és Gizella szobrával megőrizte régi, történelmi hangulatát. A vár egyik legrégebbi építménye a **Szent Mihály Bazilika** a Szentháromság téren (4. ábra), melyben Boldog Gizella karcsont-ereklyéjét őrzik. A bazilika mellett található az **Érseki Palota**, mely a VeszprémFest koncertjeinek biztosítja a festői háttérét. A palota 65.000 kötetes nyilvános szakkönyvtárának ma az Érseki Könyvtár és Levéltár ad otthont, ahol a magyarországi írásbeliség kincseit őrzik. Az ugyancsak európai uniós pályázati forrásból felépült **Szaléziánium-Érsekségi Turisztikai Központban** többek között hangszerkészítő látványműhelyt, panorámás gyógynövénykertet, ostya-, és gyertyakészítő műhelyt lehet megtekinteni. A központot azzal a céllal hozták létre, hogy a várat és az egyházi értékeket még vonzóbbá tegyék a turisták számára. A beruházás összesen 881 millió forintból valósult meg.

A **Laczkó Dezső múzeumban** megtalálható Veszprém városának és a megyének néprajzi, történelmi, irodalomtörténeti, művészeti és régészeti kincsei. A gyűjtemény 330.000 darabból áll. A múzeum a kulturális kínálatot rendezvényeivel még jobban szélesíti: Kulturális Örökség Napja, Szent Mihály Ünnepe, Trianon Emléknapp, Múzeumok Éjszakája... A múzeumhoz tartozik még a **Bakonyi Ház** is, mely az egyik legkorábbi szabadtéri néprajzi kiállítóhely. A látogatók a helyi, vidéki paraszti kultúra sajátosságaiból kapnak ízelítőt. Ugyancsak a múzeum működteti a Várkapu Látogatóközpontot és a Tűztornyot is a vár bejáratánál. A **Hősök Kapuja** helytörténeti kiállítás a város történelmével foglalkozik. A **Tűztorony** a város legmagasabb pontján áll és minden órában Csermák Antal Verbunkosát játssza. A középkorból fennmaradt toronyból csodás a panoráma a városra.

A város egyik jelképe a **Viadukt**, melyet 1938-ban építettek. A monumentális mérnöki alkotásról, csodás panoráma nyílik a Betekints völgyre és a várra.

A város számos kulturális intézménnyel rendelkezik, melyek még leginkább a helyiek művelődési és szórakozási igényét elégítik ki. Ezek a színvonalas szolgáltatást nyújtó közösségi terek egyre jobb összhangban működnek együtt, s ez elősegíti azt, hogy ne csupán helyi szórakozást biztosítsanak. A helyiek számára közösségformáló hatásúak.

A város meghatározó művészeti intézménye a **Művészetek Háza**. Kiállítóhelyként üzemel (Dubniczay-palota, Csikász Galéria, Modern Képtár), közművelődési feladatokat lát el illetve kiadói (Várucca Műhely folyóirat) tevékenysége is jelentős. A késő barokk Dubniczay-palotában László Károly műgyűjtő képzőművészeti gyűjteményéből nyílt állandó kiállítás többek között Vasarely, Rippl-Rónai és Kassák alkotásaiból illetve itt található a Tegulárium, vagyis a Magyar Építőipari Múzeum Téglagyűjteménye. A Csikász Galériában időszakos kiállítások tekinthetők meg, a Modern Képtár Vass László Gyűjteményében pedig a hazai és külföldi konstruktivista alkotók munkái.

A **Városi Művelődési Központ** a város egyik legrégebbi kulturális intézménye. Programszervezői és rendezvényszervezői feladatok ellátására az önkormányzat megalapította a Veszprémi Programirodát, melynek feladata többek között a művelődési központ színháztermének programokkal való megtöltése és az Utcazene Fesztivált is ők szervezik. A programok közt koncertek, színi előadások, táncelőadások szerepelnek.

Az **Eötvös Károly Megyei Könyvtár** közel 200 település kulturális és könyvtári szolgáltató központja közel 390 ezres dokumentumállománnyal. A közoktatásban és a felsőoktatásban is biztosítja a korszerű könyvtári szolgáltatásokat. Itt található a Veszprém Megyei Helyismereti Gyűjtemény közel 20.000 dokumentuma.

A **Hangvilla** Veszprém legújabb kulturális intézménye mely a belvárosi rehabilitáció keretében újult meg a régi mozi épületéből. A Programiroda tölti meg kulturális programokkal. Modern, korszerű színházterme kiállítások, koncertek, vásárok, filmvetítések, konferenciák megrendezésére is alkalmas. A veszprémi zenei és közösségi élet központja lett. Az épület székhelye a Mendelssohn Kamarazenekarnak, Veszprém Város Vegyeskarának, a Pannon Várszínháznak illetve a fiatalok kultikus szórakozóhelyének az Expresszó Klubnak.

A városban 3 színház is üzemel. A **Petőfi Színház** már több mint száz éve biztosítja nézőinek a színvonalas produciókat legyen szó akár klasszikusokról, zenei darabokról vagy gyermekelőadásról, hiszen országosan elismert kiemelt kategóriájú

színházak közé tartozik. A csodás, felújított épületben az elmúlt években a nézőszám elérte a százezret. A **Pannon Várszínház** magánszínház, mely 2001-ben alapított Vándorfi László, de állandó „otthont” csak 2013-ban a Hangvillában kapott. Vidéki kulturális centrumok és fesztiválok gyakori vendégei színvonalas műsoraival. 2012-ben hozták létre tánctagozatát, a Veszprémi Táncműhelyt. A Várszínház több fesztivált is szervez többek között a Veszprémi Tavaszi Fesztivált, A TÁNC Fesztiválját illetve a FüredFestet. A **Kabóca Bábszínház és Gyermek Közművelődési Intézmény** 2001 óta tart bábelőadásokat és gyermekszínházi darabokat óvodásoknak, kisiskolásoknak. Országos és nemzetközi hírnévre is szert tett. Együttműködik több fesztivál megszervezésében is, mint a Gizella-napok, Szent Mihály-nap illetve minden évben megrendezik a Kabóciádé Családi Fesztivált és Mesefesztivált.

A **Veszprém Aréna** (5. ábra) a város szélén 2008-ban épült multifunkciós sport-, és rendezvénycsarnok, melynek legfőbb feladata az MKB Veszprém világhírű, profi férfi kézilabda csapatának hely biztosítása a mérkőzésekre illetve az edzésekre. A sportrendezvényekre 5000 főt képes befogadni, míg kulturális rendezvényekre 3000-4000 nézőt. Helyet ad a létesítmény kiállításoknak, táncversenyeknek, divatbemutatóknak, színi előadásoknak, de akár lovas programoknak is. Megépítése óta esőhelyszínül szolgál a VeszprémFest alkalmával. Ugyancsak kiváló konferenciahelyszín, mely a veszprémi MICE turizmust erősíti.

4.3. Nagyrendezvények, fesztiválok

Az országban Veszprém ismertségét legnagyobb részben még mindig épített örökségei adják, de egyre nagyobb vonzerőt jelentenek a jól szervezett, nívós, országosan is elismert fesztiválok. Újabban Veszprémet, mint a fesztiválok városát is emlegetik, mely leginkább a város kiemelt fesztiváljainak köszönhető²¹. A Tourinform Veszprémi Fesztiválnaptára áprilistól decemberig kínál színes programokat (48 db). A kiemelt fesztiválok körét önkormányzati rendelet szabályozza²²: „(1) Az Önkormányzat nemzetközi és országos jelentőségű kulturális fesztiválokat, idegenforgalmi vonzerővel bíró, jelentős múlttal rendelkező kulturális nagyrendezvényeket a kiemelt fesztivál kategóriába sorolhatja. A kiemelt fesztiválok köre nyitott, önkormányzati döntéssel bővíthető, szűkíthető. (3) A kiemelt fesztiválok

²¹ VeszprémFest, Utcazene fesztivál, Gizella napok...

²² 14./2012.(III.30) 7.§

támogatására szolgáló keret és az egyes fesztiválok számára biztosított támogatási összeg az éves költségvetési rendeletben kerül meghatározásra.” (Veszprém város kulturális koncepciójából)

Az év első kiemelt történelmi rendezvénye a **Gizella-napok** minden év május elején. Az összművészeti fesztivál alkalmával Szent István király bajor feleségére emlékezik a város. A csaknem egy hétig tartó rendezvény sorozat ingyenesen látogatható. A vár történelmi utcáin középkori várjátékok, koncertek, kisebbségi művészeti fellépők, családi programok, kirakodó vásár és jelmezes felvonulás várja az érdeklődőket. A Vonzerő 2005 Bt. 2014. évi vendégelégedettség felmérése során 100 darab kérdőív került kitöltésre a Gizella – napokon. A vendégek legnagyobb része Veszprém és vonzaskörzetéből érkezett, Budapestről vagy más vidéki városból csupán 10 %-uk, így inkább helyi érdeklődésű rendezvényről van szó. Az életkort tekintve a vendégek több mint fele vagy 18 év alatti vagy 18 és 25 év közötti. Habár ez az adat a kérdőív készítés időpontjában tartott könnyűzenei koncerteknek is köszönhető, ami a fiatal korosztályt jobban vonzotta. A megkérdezettek 80 %-a már többször vett részt a rendezvényen és közel 40 %-uk szinte minden évben visszatérő vendég. A legtöbben az internetről értesültek a fesztiválról (23 %), de sokan plakátokról, rádióból. De az ismerősök, barátok előző évek beli pozitív tapasztalatai is hozzájárultak a 2014-es növekedéshez. A gazdasági hatásokat sem szabad figyelmen kívül hagyni, hiszen a vendégek 27 %-a 10.000 Ft felett költött a rendezvény alatt, viszont 40% 1.000-3.000 Ft között és a legtöbben vendéglátásra költöttek, csupán 5% költött szállásra. Ebből is látszik az inkább helyi lakosok részvétele. Elmondható, hogy inkább helyi rendezvényről van szó és aki egyszer ellátogatott nagy valószínűséggel vissza is tér újra a rendezvényre. Az egyre jobb marketingkommunikációnak köszönhetően nő a részvételi arány (2014-ben közel 15.000 fő), akik értékelik az igényes programokat, a hagyományőrzést.

A **Tánc Fesztiválja** immár 17. alkalommal került megrendezésre felvonultatva az ország legnevesebb kortárs táncművészeit. Minden év májusában, immáron a modern Hangvillában, megtelik a színpad a kortárs művészek legfrissebb produkcióival

Kabóciádé Családi Fesztivál alkalmával a Veszprém völgy minden év nyarán két napra gyermeki meseországgá változik, ahol a felnőttek is újra gyermekké válnak. Játsszóházak, gyermekkoncertek, bábelőadások meghívott vendégekkel, társasjátékok várják a családokat. Ugyancsak a Vonzerő 2005 Bt. készített vendégelégedettség

felmérést a fesztiválról, mely alapján elmondható, hogy ez a fesztivál is inkább városi, kistérségi, hiszen a résztvevők 70%-a Veszprém és vonzáskörzetéből érkezett. Jellege miatt a 10 év alatti korosztály és szüleik a fő látogatók, akiknek nagy része visszatérő vendég. A fesztivál mellett sokan az állatkertet is meglátogatják. Költség 3.000-5.000 Ft között mozog a legtöbb esetben. Főleg a sok kihelyezett óriásplakátnak köszönhetően 2014-ben közel 10.000 fő látogatót számlált a rendezvény.

A **VeszprémFest** és az **Utcazene Fesztivál** mára a város két vezető fesztiválja lett. A két rendezvénynek bár kevés közös vonása van, abban hasonlítanak, hogy tömegeket vonzanak a városba és sikerük évek óta töretlen. Az Utcazene fesztivál az egyik legegységesebb fesztivál az országban. Veszprém belvárosi utcái megtelnek zenével. Hét színpadon négy napon át sok száz fellépő. Bárki lehet fellépő, aki nem fél tömegek előtt játszani. A fesztivál ingyenes, a hangulat páratlan, így valóban képes tömegeket megmozgatni. 2014-ben az Utcazene fesztiválon több, mint 100.000 fő vett részt. A visszatérő vendégek arány nagyon magas (83%) a vendégkör felmérés alapján. A fesztiválra egyre több külföldi vendég is érkezik, viszont ők is inkább barátoknál vagy a Balaton partján szállnak meg. Többségében fiatalokat mozgat meg a 18-35 éves korosztályt könnyűzenei fesztivál lévén és a legfőbb motivációjuk a hangulat illetve a barátokkal való találkozás. A legtöbben 5.000 – 7.000 Ft-ot költenek, s ennek nagy részét ételre és italra. A vendéglégedettség felmérésből kiderül, hogy a helyszínnel illetve a minőséggel nagyon elégedettek a fesztiválózók, viszont a tisztaságra jobban lehetne ügyelni illetve ismertebb fellépőket is színpadra léptetni.

Szent Mihály napi búcsú alkalmával a hagyományörzés kerül előtérbe. Szeptember végén két napra megtelik a vár vásári forgataggal. Míg régi szokás szerint ezen a napon a pásztorok elszámolnak a behajtott állatokkal, addig Veszprém saját értékeit, kórusait, táncosait, kézműveseit ünnepli. A szezon meghosszabításában nagy szerepe van.

A Veszprémi Egyetem is kiveszi a részét a városi fesztiválszervezésből. Már csaknem 50 éve minden évben megrendezésre kerül a Veszprémi Egyetemi Napok (**VEN**). A rendezvény már nemcsak a több, mint 10.000 veszprémi hallgató körében népszerű, hanem régiós szinten is. A résztvevők megannyi koncerten, programon vehetnek részt. A **Kutatók Éjszakája** rendezvényhez minden évben csatlakozik az egyetem, megnyílnak a laborok, cél a kutatások népszerűsítése.

Rengeteg kisebb, akár egyszeri rendezvény is megtalálható a városban, mint kiegészítő rendezvény. Így elmondható, hogy egész évben változatos a paletta. Néhány

visszatérő, kisebb tömeget megmozgató rendezvény: Kabóca Mesefesztivál, Illatos Advent, Magyar Kultúra Napja...

A 11. diagram Veszprém kiemelkedő fesztiváljainak látogatószámát mutatja a 2014-es évben. Az Utcazene Fesztivál a már több éven keresztül kiugróan magas látogatószámával az egyik húzórendezvény. A többi fesztivál látogatószáma 20.000 fő alatt marad²³. A fő célközönség a helyi, a térségi és a régió lakossága. A kulturális intézmények, az önkormányzat és a rendezvényszervezők szorosabb együttműködésével az ismertség bővíthető, a látogatószám növelhető, ha a fesztivál vonzó, innovatív, sokszínű, más, mint a többi versenytárs történelmi városban így visszatérésre ösztönzi a látogatót. Mint látható fesztiválokból nincs hiány, de a tájékoztatáson javítani kell mind helyi, mind régiós, mind pedig országos szinten. Olyan vendégkört kell megcélozni, akik könnyen elérhetőek illetve nagyszámúak, mint a Balaton térsége vagy a főváros. A fesztiválok időben korlátozottak, egy adott időponthoz kötődnek, vagyis egész évben nem látogathatóak szemben egy építészeti alkotással, ezért az egész éves fesztiválpaletta fejlesztése, megújulása indokolt.

A város a színes kínálatot tekintve képes országos viszonylatban nagy fesztiválvárossá alakulni, de ehhez szükség van a vendéglátóegységek, a szállodák és az infrastruktúra további fejlesztésére. Ha csomagokban ajánlanák a fesztiválokat több vendégéjszaka generálna.

4.4. Veszprém turizmusa a legmeghatározóbb mutatószámok tükrében

Veszprém turizmusa az évek során fejlődést mutat. A **vendégek száma** (12. diagram) növekvő tendenciát, 2014-ben közel 40.000 főt számláltak a kereskedelmi szálláshelyeken. A megyével összehasonlítva Veszprém csupán a vendégek 6,8 %-nak biztosított szállást. Ez egy vonzó adottságokkal rendelkező megyeszékhely szempontjából elég rossz eredménynek számít. Ebből látszik, hogy a Balaton illetve a közelben lévő fürdővárosok elszívják a turistákat. A külföldiek aránya 30 % körüli, ez viszont a megyei 20 %-os arányhoz képest jónak mondható, bár Veszprém még önállóan nem tud külföldön versenyképes lenni. A belföldi vendégforgalom meghatározó.

²³ VeszprémFest esetében csak a nagyszínpadi produkciók látogatószáma került a diagramba, a kísérőrendezvényeké nem

A **vendégéjszakákat** (13. *diagram*) tekintve is folyamatos növekedés tapasztalható. a 2014-ben majdnem 80.000 vendégéjszaka a megyei 1,7 milliónak a 4,6 %-a. Ez a szám elkészerítő. Újabb célcsoportokat kell megcéloznia a városnak. Nagy potenciált jelent a főváros és a Balaton belföldi és külföldi vendégköre, akik nagy számban vannak jelen és relatíve könnyen elérhetőek a megfelelő marketingeszközökkel. Motiváció szerint pedig a fő célcsoport a kulturális, és örökségturizmus iránt érdeklődő városlátogató turisták. A vendégéjszakák tekintetében a külföldiek aránya már majdnem 40 % és átlagos tartózkodási idejük 2 és 3 nap között van, ami a belföldieknél 2 nap. Az átlagos tartózkodási idő hasonló az országos átlaghoz, de Veszprémet mégis az „egynapos” város jelzővel illetik. Valóban a legtöbb turista egy-egy napra, félnapra jön fel egy városnézés erejéig a Balaton partról. Ez a tendencia komplex turisztikai csomagokkal enyhíthető lehetne.

A 14. *diagram* a **kereskedelmi szálláshelyek egységeinek számát** mutatja a városban, ami már elég változatos képet mutat. Az elmúlt hat évben az egységek száma 21 és 24 közé esett. 2015 júliusában 22 egység működött Veszprémben. A kevés szálláshely és az ismert szállodaláncok hiánya csökkenti a turisták érdeklődését. Az idegenforgalmi adó mértéke magasnak mondható 400 Ft/vendégéjszaka, ami a törvényi maximum 79 %-a. A **kereskedelmi szálláshelyek típusa** (15. *diagram*) szerint a panziók vannak többségben, összesen 13 darab. Két különleges, nívós panzió a Promedicum és a Két Lotti Villa. A Promedicum panzió fogorvosi szolgáltatást nyújt vendégeinek, a Két Lotti Villa pedig gyógypanzió a pihenni vágyóknak, masszázs szalonnal. Hét szálloda²⁴, ebből 4 darab négy csillagos besorolású- gondoskodik a több szolgáltatást és nagyobb kényelmet kívánó vendégek igényeiről. A völgyhíd lábánál elhelyezkedő Betekints**** Wellness és Konferencia Hotel Magyar Turizmus Minőségi Díjjal is rendelkezik és 2012-ben illetve 2013-ban az év legjobb vidéki wellness szállodájának választották. A vendégkör bővítése érdekében 700 négyzetméteres wellness szárny épült szépészeti, egészségügyi szolgáltatásokkal illetve egy 250 fő befogadására képes szabadtéri színpad és rendezvénykert a Patak-Party. A **kiadható szobák száma** (16. *diagram*) csökkenést mutat. Ebből is látszik a panziók nagyobb hányada illetve nagyobb szobaszámú hotelek bezárása.

²⁴ a 8. a Hotel Veszprém, 2015-től már nem üzemel szállodaként

Sok színű, nívós gasztronómiai kínálattal rendelkezik a város, és viszonylag drága az éttermi szolgáltatás. A **vendéglátóhelyek száma** (17. diagram) az utóbbi öt évben látványosan emelkedett. A megye vendéglátóegységeinek 15 %-a található a városban. Ez azt mutatja, van igény éttermekre, kávézókra, cukrászdákra, de még mindig hiány van a „kiülős”, kerthelyiséggel rendelkező vendéglátóegységekből. 2011-es imázskutatásból²⁵ kiderült, hogy a legismertebb szálláshelyek (és éttermek) a Hotel Villa Medici, Betekints Hotel, Gizella Hotel, Oliva Panzió. Kávézók közül gyakran említették a Mackó Kávézót, Expresszó Klubot, Marica Kávézót. Mint már az előző fejezetből kiderül nagy a választék gasztronómia területén, a balatoni halételektől a hagyományos bakonyi betyárételekig. Veszprémben készül a Bakony Camembert és veszprémi kuriózum a „FÉNY” egy vodka alapú rövidital. A város környékén több borvidék híres borai egészítik ki a kínálatot. A Chianti étterem a Gault&Millau²⁶ 2015-ös magyar étteremkalauzában előkelő helyen szerepel az első 30 étterem között van, 13 ponttal a 20-ból. Az első 100-ban még két étterem szerepel Oliva és Villa Medici. A Betekints Hotel étterme Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség védnöki tábláját viseli. Koko cukrászda 2012-ben készítette el az ország tortáját.

4.5. Beruházások, projektek a turizmus szolgálatában:²⁷

Veszprémben komplex rekreáció megy végbe. 2007-2013 között a város 20 milliárd forint uniós támogatást használt fel, míg 2014-2020 közötti időszakban 11,5 milliárd forint vissza nem térítendő támogatással gazdálkodhat, ebből 3,2 Mrd Ft-ot gazdaságélénkítésre használnak majd²⁸. 2008 óta rengeteg olyan fejlesztés ment végbe Veszprémben és környékén, amik a turizmus fejlődését (is) szolgálják:

- A **belváros** átfogó **rehabilitációja** keretében aluljárókat, parkolóházakat építettek, áruházakat, épületeket újítottak fel, nagyfokú parkosítást végeztek. A legnagyobb projekt a Hangvilla multifunkcionális közösségi tér megépítése volt a város szívében. A munkálatok 2010 és 2013 között zajlottak, az összköltség több, mint 3,1 milliárd forintot tett ki, melyből 1,6 milliárd forint

²⁵ Forrás: Veszprém Megyei Jogú Város Marketingstratégiája, 2012 augusztus

²⁶ <http://www.gaultmillau.hu/>

²⁷ www.veszprem.hu

²⁸ Forrás elérhetősége: <http://www.vehir.hu/cikk/31808-tobb-penz-a-gazdasagelenkitesre>, 2015. október 9., olvasva: 2015. október 20.

európai uniós és állami támogatás volt. A beruházás fő célja a belváros központi szerepének erősítése, turisztikai funkciók bővítése, a belvárosi civil élet aktívabbá tétele, közlekedési és parkolási feltételek javítása.

- Mint már említésre került a **Kolostorok és Kertek** című projekten belül számtalan fejlesztés történt a Séd-völgyében. Túraútvonalakat, kilátókat, kolostorokat újítottak fel, nagyfokú parkosítást végeztek, játszóterek alakítottak ki. 2009 és 2011 között összesen 1,74 milliárd forintból végezték a beruházást. Ebből 860 millió forint vissza nem térítendő európai uniós támogatás. A munkálatok során a helyi kis és középvállalkozások is szerephez jutottak, 27 helyi kkv dolgozott a projekt három éve alatt a beruházáson.
- A vár bejárata az Óváros tér felől a város központi helye, így felújítására nagy szükség volt. A **Hősök kapuja rekonstrukció** 263 millió forintból valósult meg 172 millió forintos európai uniós támogatással. Látogatóbarát, interaktív helytörténeti múzeumot alakítottak ki, modern technikai háttérrel.
- A **belvárosi kerékpárforgalmi hálózat fejlesztésére** több mint 184 millió forintot költött az önkormányzat, így kiépítve 4 km-nyi új szakaszt, összekötve a belvárost a kertvárosokkal illetve sok helyen kerékpártárolókat helyeztek el. 800 millió forintos beruházásból valósult meg a Veszprém-Márkó-Bánd vonal és a Veszprém-Nemesvámos kerékpárút.
- A veszprémi **állatkert** két fejlesztési ciklus alatt teljesen megújult. Az első „A mi Állatkertünk: közös értékünk, közös élményünk - Tematikus turisztikai fejlesztések Veszprémben című projekt az Új-Magyarország fejlesztési terv keretében az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával valósult meg összesen 420 millió forintból 216 millió forintos támogatással. A projekt öt eleme: Csimpánzvilág, Böbe majom tanodája, Kölyökdzsungel, Afrikaház, Erdei mesterségek tanösvény. A második nagyszabású fejlesztés 2014 februárja és 2015 júniusa között zajlott. A projekt címe „ZooEvolúció”, mely elemei: látványkifutó, ElefántPark, akadálymentesített látogatói vizesblokk, Orrszarvuház és kifutó, vizes élővilágot bemutató projekt, madárröpdé. Az összköltség 1,2 milliárd forint volt, melynek 40 %-a Európai Unió által nyújtott támogatás illetve 719 millió forinttal az állam is hozzájárult a projekthez. Az állatkert 2020-ig folytatná a fejlesztéseket.

A város 2020-ig több további intézkedéssel próbálja fellendíteni a turizmust (8. táblázat)²⁹:

- **„Kulturális Negyed”** projekt egyelőre még elképzelés, de 2020-ig első fázisát meg kívánja valósítani a város, többek között a kálvária felújítását, Petőfi Színház és kertje rehabilitációját, Erzsébet liget teljes rekonstrukcióját valamint a Laczkó Dezső múzeum fejlesztését.
- A **sportfejlesztési projekt** koncepcióját már elfogadta a városi közgyűlés, melynek keretében a Stadion kerülne felújításra, futópálya kialakítása, tenispályák kiépítése, új tornacsarnok és sportcsarnok építése, parkolóház építése. A projekt a régi városi strandfürdő felújítását is tervbe vette.
- A **Veszprémikumok** azok a helyi jellegzetességek, melyekről a turista egyből Veszprém városára asszociál. Ezek erősítik a veszprémiekben a városhoz való kapcsolódásukat és a város iránti büszkeségüket illetve a város imázsát erősítik kifelé, növelik a turisztikai vonzerőt. Néhány Veszprémikum: Vár látványa, MKB Veszprém KC férfi kézilabda csapata, Szent István völgyhíd, Veszprémi Állatkert, VeszprémFest és kísérőrendezvényei, Utcazene Fesztivál, Gizella-napok. Nagyon fontos, e már meglévő Veszprémikumok további népszerűsítése, de elengedhetetlen újak létrehozása is. Tudatos termékfejlesztéssel, egyediségre való törekvéssel és jól megtervezett marketingtevékenységgel az alábbi elképzelések megvalósíthatóak a jövőben: „Gizella-szelet” vagy „VeszKrémés” sütemény kitalálása, Hangvilla kulturális központ népszerűsítése, meglévő ajándéktárgyak továbbfejlesztése (királynői palást), veszprémi királynői ékszer Herendi porcelánból.
- A folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően a Veszprémbe látogató turisták már nem csak egy-egy fél napot töltenek a városban, hanem kihasználják a természeti és épített örökségek által kínált lehetőségeket. A város egyes egyedi arcát megmutató **csomagajánlatok** kidolgozása konkrét célcsoportokat célozna meg és koncentráltan népszerűsítené az adott városrészt/attrakciót. Például: „MKB Veszprém Csomag” a kézilabda szerelmeseinek mérközéjsjeggyel, „Aktív Csomag” a természetbarátoknak, „Szentek és Boldogok Csomag” keresztény hagyományok ápolóinak, „Kultúra Csomag” múzeum belépőjegyekkel. Külön csomagokat ajánlanának a fesztiválózni

²⁹ Forrás: Veszprém Megyei Jogú Város Kulturális koncepciója, 2014

vágyóknak az Utcazene Fesztiválra „Lüktető zene-lüktető város” néven vagy a komolyzenei érdeklődésűeknek az „Auer Csomagot”. A fesztiválturizmus egyre nagyobb erővel bír, ezért szükség van a tudatosabb tervezésre vendégfogadási és programszervezési szempontból. A csomagokkal egyedibb élményt kapnak a turisták.

- Fontos, hogy mindig meg tudjon újulni a város és aknázza ki a lehetőségeit. A **fejlesztési lehetőségek** szinte határtalanok egy-két elképzelés a jövőre névre, mely attrakciók a turisztikai vonzerőt nagyban növelnék: Séd-völgyet a várral összekötő Panorámalift építése, a korábbi kisvasút visszaállítása az Állatkert és a régi Vidámpark közötti alagútban, a Sziklabarlang programokkal való megtöltése, műalkotások és élmény elemek elhelyezése közterületeken, élményszerző közlekedési eszközök bevezetése (kisvasút, bringóhintó). Olyan újdonságot, „kihagyhatatlant” kell létrehozni, melyet mindenképp igénybe vesz az ide látogató turista, amivel megnyújtja itt tartózkodásának idejét.
- **Baltoni Korona** térségi utalványrendszer népszerűsítésével a turizmus gazdasági szereplőit kapcsolnák össze a térségben, így együttműködésük is szorosabbá válna. Hosszú távon a gazdaság élénkítése a cél, főként a helyi KKV-k által.
- A **vendégfogadási feltételek** és a turisztikai információk rendszer fejlesztésére a város a jövőben nagy hangsúlyt fektetne. Ebben a hosszú távú projektben megoldásra váró feladatok: a Vár közelében turistabuszos fel és leszállóhely kialakítása, nevezetes épületekre ismertető táblák kihelyezése, intézményeken feltüntetésre kerül a Veszprém logó, rendszeres marketingkampány a Balaton parton és a fővárosban.

Sajnálatos, hogy a koncepciók között nincs konkrét projekt a fesztiválok fejlesztésével kapcsolatban. Például marketingtevékenységük növelésére, programkínálat színesítésére.

4.6. SWOT analízis Veszprém turizmusáról

Veszprém városának turisztikai szempontú SWOT analízise rámutat a város erősségeire, melyek vonzóak a turisták szemével nézve, de gyengeségeire is, ahol még van hová fejlődni. A lehetőségek és veszélyek pontos megfogalmazása a jövőbeli fejlődést segítik.

<p>Erősségek</p> <ul style="list-style-type: none"> • jelentős kulturális és történelmi értékek és hagyományok • gazdag építészeti értékek • fejlett infrastruktúra • sűrű úthálózat • jó megközelíthetőség • Bakony és Balaton közelsége • nagyszámú kulturális intézmény • jelentős fejlesztések (állatkert, belváros...) • nemzetközi szintű sportélet (MKB, CellCup) • országos hírű programok, fesztiválok • jól működő TDM szervezetek • képzett munkaerő (egyetem, szakiskolák...) 	<p>Gyengeségek</p> <ul style="list-style-type: none"> • parkolási nehézségek a belvárosban (a fejlesztések ellenére is) • elöregedő népesség • kevés szállóvendég • múzeumok, képtárak alacsony látogatottsága • egyetemista fiatalok érdektelensége a kultúra iránt • egységes arculat kiépítése a városról • belvárosi üzletek kiüresedése, színvonal csökkenése • alacsony tartózkodási idő • ismert szállodaláncok hiánya • drága éttermi szolgáltatások • megfelelő városmarketing hiánya • fürdő/strand hiánya • Bakony és Balaton közelsége kis súllyal jelenik meg • városi média és információszolgáltatás fejlesztésre szorul
<p>Lehetőségek</p> <ul style="list-style-type: none"> • úthálózat fejlesztése folyamatban (8-as főút) • vasútvonalak, közösségi közlekedés, kerékpárutak fejlesztése • Veszprém-Szentkirályszabadja reptér fejlesztése • M8-as autópálya kiépítése • gyors közlekedés-könnyebb elérhetőség-gyakoribb, rövidebb utak a jellemzőek • fiatalok letelepedése • belföldi turizmus élénkülése • Veszprémikumok megjelenése • Balatoni Korona mint térségi fizetőeszköz bevezetése • EU támogatások bővülése • szorosabb kapocs a balatoni turizmussal 	<p>Veszélyek</p> <ul style="list-style-type: none"> • fiatalok elvándorlása • fizetőképes kereslet csökkenése • kiélezettebb verseny a desztinációk között • EU-s projektek elhúzódása • elhúzódó gazdasági válság • fiatalok elvándorlása főként Nyugat felé

Személyes tapasztalataim és közvélemény kutatások alapján azt mondhatom, hogy Veszprém hangulatos, sokszínű, családbarát kisváros, tele természeti és épített örökségekkel. Az oktatás színvonala is kiváló, hiszen országosan elismert középiskolái és egyeteme van ezzel biztosítva a képzett munkaerőt. A folyamatos fejlesztésnek köszönhetően egyre több fiatal számára lesz vonzó a város letelepedés szempontjából és egyre több cég választja székhelyéül. Cél, hogy a cégek Veszprémbe vonzása stabil foglalkoztatást eredményezzen.

A turisztikai világtrendek a városban is meglátszanak: rövidülő tartózkodás, változó igények, idősödő utazók, több belföldi vendég, élményigény. A városnak tudnia kell megújulni és a változó igényeket kielégíteni, így maradhat csak versenyben. Sajnos az egyetem több tízezer fiatalja és az egyre élénkebb fesztiválet ellenére sem elég aktív a város lakossága Dr. Burján Jenőné fesztiválszervező szerint. A helyi közösség aktivitásának növelését a „kiülős” kávéházak, kiállítótermek, közösségi intézmények népszerűsítésével elérhető lehet. A közelmúlt fejlesztései sokat segítettek ezen a problémán és a turisták itt tartózkodásának ideje is emelkedett. Problémát jelent, hogy Veszprém hallatán a legtöbb embernek „csak” a Vár illetve az Állatkert jut eszébe. E két attrakció további propagálása mellett, további erőforrásokat kell felhasználni más vonzerők népszerűsítésére is. A Strand és a Fürdő megépítésével új célcsoportoknak is vonzó lehet a város. A konferenciaturizmus is kezdi megvetni a lábát a városban, köszönhetően a modern, jól felszerelt Arénának illetve a Hangvillának. Fontos lenne, hogy a város és intézményei egységes „veszprémi „arculatot” használjanak, ezzel is a Veszprém imázst népszerűsítve.

A fesztiválok közül a VeszprémFest és az Utcazene fesztivál a legnépszerűbb, országosan is elismertek. E két húzórendezvényre támaszkodva illetve a többi nivós fesztivált országosan is propagálva igazi fesztiválvárossá érhet Veszprém.

A városban minden olyan szolgáltatás, attrakció megtalálható, amitől a városlátogató turista pozitív élményekkel távozik. A Közép-Dunántúli régió egyik legdinamikusabb fejlődő térsége, de mégsem képes teljes egészében kihasználni adottságait, mivel a turisták nagy része nem tölt itt vendégéjszakát, így a szállásadók és az önkormányzat is komoly összegektől esik el évente. A város önmagában is elég vonzó, de a megyében mégis a Balaton a fő attrakció. A jövőre nézve viszont azt lehet mondani, hogy Veszprém egyre inkább szakít a Balaton háttérvárosa szerepkörrel és a saját komplex turisztikai csomagjai, fejlesztések révén egyre kedvezőbb helyre kerül a magyar városok rangsorában.

5. VeszprémFest

A VeszprémFest egy dinamikusan fejlődő kulturális rendezvény, ami már a Sziget-csoport után a legerősebb vidéki fesztiválnak számít. Porga Gyula Veszprém polgármestere így nyilatkozott a fesztiválról: „a VeszprémFest jó példa arra, miként tud egy kicsi közösség világszínvonalút alkotni.” (HETIVÁLASZ, 2014.június 12., p.50-51.) Világhírű előadóművészekkel tölti meg Mészáros Zoltán a fesztivál vezérigazgatója a nagyszínpadot, ahol opera, dzsessz, világzene, komolyzene szórakoztatja a nagyérdeműt.

5.1. Történet

„Pavarottit Veszprémbe!”(NÉPSZABADSÁG, 2013. július 20., p.14.) Ezzel a rövid, de kifejező mondattal fordult Mészáros Zoltán a VeszprémFest megálmodója 2004-ben a városvezetéshez. Mindenki nyitott volt az ötletre, de az elkészített megvalósíthatósági tanulmány megállapította, hogy rossz ötlet, nem lehet nyereséges. A feltárt indokok a parkolók hiánya és a színvonalas szállodai férőhelyek korlátozott száma volt. Az ötletgazda nem adta fel és a 2004-es első VeszprémFest sikerrel zárta. A rendezvénnyel célja volt, hogy kicsit felrázza a nyugodt kisvárost, mozgósítsa az igényes világi zene kedvelőit. A Vár, a Szentháromság tér adta és adja ma is a rendezvény különleges helyszínét. A szűk hely miatt a látogatók száma is erősen korlátozott, de Zoltán szerint „jobban is áll neki a kamarajellel, a gigásodás nem tenne jót neki.” (NÉPSZABADSÁG, 2013. július 20., p.14.) Természetesen ez nem az jelenti, hogy nincs megújulás 2004 óta vagy nincs bővülő paletta. A Veszprémi Ünnepi Játékok néven indult fesztivál három sztárvendéggel indított: Jose Cura, Al Di Meola és Kocsis Zoltán. Azóta már rengetek világsztár koncertjét élvezhette a veszprémi közönség, többek között: The Gipsy Kings, Ramon Vargas, Paco de Lucia, Bobby McFerrin, Miklósa Erika, George Benson, Diana Krall, Emeli Sandé és Craig David. A szervezők számítása szerint már közel 120 Grammy díjnyi világsztár lépett föl a magyar kisvárosban. Mára már a 2004-es 75 millió forintos összköltségvetés megmosolyogtató, hiszen „csak” a jegybevételek 90-110 millió forint körül mozognak. A fesztivál már az önkormányzat, a mindenkori kormány illetve a Nemzeti Kulturális Alap folyamatos támogatását élvezi évek óta. Nonprofit céggént, kft formában működik, Veszprémi Ünnepi Játékok Közhasznú Nonprofit Kft. néven.

A helyi lakosok körében is pozitív volt a fesztivál fogadtatása. Bár a kutatásokból kiderül, hogy a nagyszínpadi produkciók látogatóinak csupán 20%-a veszprémi lakos. A helyi lakosok inkább az ingyenesen látogatható Rozé, Rizling és Jazz napokat preferálják, ezért is hozták létre a szervezők, hogy szélesebb kört tudjanak megszólítani. Az biztos, hogy a veszprémiek „egyértelműen büszkéek rá, hogy egy ilyen kisvárosban egy ilyen színvonalú rendezvény most már 12 éve életben tud maradni és évről évre tud előrelépni.”- mondja a fesztiváligazgató a nekem adott interjújában.

5.2. Helyszín

A helyszín a fesztivál egyik legkülönlegesebb része. A nagyszínpad (6. ábra) hagyományosan a Várban a Szentháromság téren kerül felállításra. A háttérként szolgáló barokk Érseki palota igazán meghitt, történelmi hangulatot áraszt. Az U alakú térforma a színpaddal a legmodernebb technikával van felszerelve mind fény és hangtechnikai berendezések szempontjából. A hely sajátosságai között sajnos két negatív dolgot is meg kell említeni a csodálatos látvány mellett. A befogadó képesség szűkös 2000-3000 fő (a színpad elhelyezésétől függően), így a fesztivál bővítésének lehetősége már csak a helyszínből adódóan is korlátozott. A másik dolog, hogy a nézőtér egyes részeiről a színpad láthatósága korlátozott, amit a szerződési feltételekben is leírnak. Mivel szabadtéri rendezvényről van szó, természetesen esőhelyszín is biztosított. Az Aréna (5. ábra) 2008-as átadása óta a VeszprémFest ideje alatt esőhelyszínnül szolgál. A helyszínből adódó fejlesztési/fejlődési korlátokat két dolog oldotta meg. Az egyik az Aréna, mint állandó koncerthelyszín bevezetése, így több mint 4000 fő befogadása is lehetséges. Viszont a hagyományos vár beli különleges helyszínt semmiképp nem szeretnék felszámolni, egyedi hangulata miatt. A másik megoldás pedig több koncerthely egyszerre való működtetése.

Már négy éve kísérőrendezvény a **Rozé, Rizling és Jazz Napok**, így már szinte hagyománynak mondható. Az Óváros téren – Veszprém főterén - megrendezett rendezvény ingyenesen látogatható. Tíz napon keresztül a balatoni boroké és a jazzé a főszerep. 2015-ben 30 borász és 30 fellépő szórakoztatta a közönséget, ami elérte a 25.000 főt. A borokon kívül kézműves ételek kínálata is változatos. A színpadon főként a magyar jazz zenei élet fiatal tehetségei mutatkoznak be.

2011-től kezdődően a **Jezsuita Kolostorban** is rendeznek programsorozatot a VeszprémFest keretében. A kolostor 120 néző befogadására képes és minden évben más zenei tematika (Dívák, Liszt-év, Etnojazz, A nagy Generáció) alapján kínálja a programot. 2015-ben felújítási munkák miatt ez a koncerthelyszín kikerült a programból.

Dubniczay palota is bekapcsolódott idén egy napra a fesztivál életébe egy különleges kulturális kiállítással illetve koncertekkel. Ingyenes látogatható a rendezvény.

FestGarden egy új helyszín a VeszprémFest történetében. A História Kertben – az egykori püspöki nyári pihenő mellett - a Séd völgyében került megrendezésre a három napon át tartó koncertsorozat. Nézőtere 500 fő befogadására képes. Esőhelyszíne a Veszprémi Petőfi Színház.

FestPresszó is új helyszíneként mutatkozott be 2015-ben a Hangvilla multifunkcionális közösségi tér Expresszó klubjában. Itt folytatódott az élet a nagyszínpadi produkciók után este. Könnyed, táncolható zenét játszó együttesek léptek színpadra két estén át.

5.3. Időpont

A fesztivál évente ismétlődően szinte mindig ugyanabban az időpontban kerül megrendezésre július közepén. 2015-ben július 15-18. között rendezték meg. Míg a nagyszínpadi produkciók négy éjszakán át szórakoztatták a közönséget addig a Rozé, Rizling és Jazz napok tíz napig 2015.07.10 és 19 között. A Dubniczay-palota műsora egy napos, a FestPesszóé kettő, míg a FestGardené három napos volt 2015-ben. A főszezonban az amúgy is pezsgő várost még színesebbé teszi és vonzóbbá a turisták számára. Ebben az időszakban sok Balaton parton nyaraló turistát tud a fesztivál a városba csábítani és a városlátogatást a nagyszínpadi vagy az ingyenes kísézőrendezvényekkel megtoldani.

5.4. Cél

A fesztivál alap gondolata a kezdetek óta változatlan maradt. A szervezők évről évre világszínvonalú produkciókat szeretnének színpadra állítani - állítottak/állítanak is - a kultúra és az igényes zene fogyasztói számára a klasszikus zenétől az igényes pop zenéig. Egy komoly, regionális szinten is elismert fesztivál létrehozása volt a cél. E tekintetben ezt már túl is szárnyalták, hiszen országosan is ismert a fesztivál. Személyes interjúban Mészáros Zoltán azt mondta el, hogy fontos cél, hogy „olyan márkát építsünk, ami egy erőteljes veszprémi márka”. A fesztivállal Veszprém város imázsát növelik. „Pár nap, ahol ott kell lenni, pár nap itt nálunk Veszprémben!³⁰” - mondja a szlogen.

5.5. Célcsoport

Elég pontosan meghatározható hogy a nagyszínpadi produkciók milyen célcsoportot céloznak meg. A 30-50 év közöttiek a legmeghatározóbb célcsoport, akik felső és középosztálybeliek, hiszen a jegyárak borsosak. Sok cégvezető, vállalkozó, politikus, ismert ember vendége a fesztiválnak, akik az igényes zene kedvelői. Az ingyenesen látogatható kísérőrendezvények már szélesebb tömegeket vonz. Az alábbi kutatásból sok részlet kiderül a vendégköréről.

5.6. Kutatás a látogatók körében³¹

A VeszprémFest minden évben kutatást végez a látogatók körében s ezzel a Free Assocation-t bízta meg. Két oka van a folyamatos kutatás elvégzésének. Az egyik, hogy a szervezők számára kulcsfontosságú információkat ad a célcsoportról, igényekről, elégedettségről, így lehetőség van további közönségközpontú fejlesztésekre. A másik ok, hogy a fesztivál a Nemzeti Kulturális Alap támogatását élvezzi, mely egyik feltétele, egy az Alap által összeállított kérdőív kitöltése 500 fővel. A kutatás alapján elmondható, hogy a nemek megoszlása elég kiegyensúlyozott. Természetesen van egy-egy sztárfellépő, aki több nőt vagy férfit vonz. Ilyen 2015-ben Emeli Sandé, aki inkább női látogatókat vonzott, míg Roger Hodgson inkább férfiakat. A 30-50 év közötti korosztály nagy többséget mutat az évek során, az átlag életkor 40

³⁰ Forrás elérhetősége: www.veszpremfest.hu, olvasva: 2015.június-november (folyamatos)

³¹ Forrás: Szily Krisztinával (a VeszprémFest marketingese) történt elektronikus levélváltás

év körül mozog. Emeli Sandé koncertjén viszont kiugróan magas volt a fiatal korosztály részvétele. Foglalkozás szempontjából leginkább vállalkozók, közép és felső vezetők jelentik a közönség nagy részét. Magas a felsőfokú (egyetem vagy főiskola) végzettséggel rendelkezők aránya, átlagosan 60 % körüli. A régiók tekintetében a Közép-Dunántúli megyékből érkezett a vendégek közel fele, de ennek 90 %-a Veszprém megye. Vagyis még mindig inkább régiós, mint országos rendezvény. Budapestről illetve Pest megyéből több mint a vendégek 30 %-a érkezett. Ez azért azt mutatja, hogy a fesztivál népszerűsége folyamatosan nő. Nem jellemző, hogy nagyobb csoportok vagy egyedüli zenekedvelők látogatnák a koncerteket, inkább párok és/vagy családok, 3-4 fős baráti társaságok jellemzőek. A megkérdezett vendégek (aki nem Veszprém megyében él) több mint fele azt nyilatkozta, hogy a koncert után hazautazik, vagyis nem tölt Veszprémben vendégéjszakát, nem költ, kizárólag a koncert kedvéért utazik a városba. Általában e vendégek 30%-a tölti itt az éjszakát és fizet a szálláshelyért, de sokat a Balaton parton szállodában nyaralnak és a koncert kedvéért felutaznak a városba. Ha Veszprémbe tölti az éjszakát, akkor is legfeljebb csak egyet. A legtöbben a panziókat választják, de egyre nagyobb igény mutatkozik a magasabb árkategóriás szállodák igénybevételére. A legtöbben mégis ismerősöknél, barátoknál szállnak meg, nem generálva vendégéjszakát. A vendégek költsége aránylag magas már a jegyáraknak köszönhetően is, ami átlagosan 15.000 Ft között mozog. A kísérőrendezvényeknek hála az éttermi fogyasztás (ételre/italra költők száma) is megnőtt. Aki egyszer megtapasztalta a Várban a nagyszínpad varázsát, gyakran visszatér. A vendégek fele már többször járt a VeszprémFesten. A legtöbb vendég (80 % körül) csak egy koncertre vásárol jegyet és csak 3 % van, aki három vagy több koncertre. Ez érthető eredmény a jegyárak tekintetében. A legnépszerűbb kísérőrendezvény a Rozé, Rizling, Jazz napok, melyen részt vett a nagyszínpadra jegyet vásárlók 60%-a. A többi rendezvényhelyszínen e tekintetben elenyésző volt a látogatottság. A szervezők nagy gondot fordítanak a marketingkampányra és nagy összegeket is költenek rá. A megkérdezettek legtöbbször óriásplakáton találkozott VeszprémFest hirdetéssel. A facebook és az internetes portálok hirdetései is sok nézőt vonzottak. Emeli Sandé koncertjének rádiós propagálása igen intenzív volt, ezért kiugróan magas azok száma, akik így szereztek tudomást a koncertről. A kampány elérte a kívánt hatást.

A vendégeket a programok, a fesztivál jellege, a világsztár művészek és a különleges hangulat vonzza a fesztiválra. Az elégedettség felmérésből az derül ki, hogy válaszadók nagyon elégedettek a szervezéssel, a programok színvonalával, az információszolgáltatással és az infrastruktúrával is.

5.7. Program, fellépők és jegyárak

Paco de Lucia, Bobby McFerrin, Herbie Hancock, Chick Corea, José Cura, Joe Zawinul, Jan Garbarek, Ramon Vargas, a Gipsy Kings, Candy Dulfer, George Benson a Buena Vista Social Club, Craig David, Roger Hodgson, Kool & the Gang és Emeli Sandé. Csak néhány név a Veszprémben már fellépett világsztárok közül, „ami után minden zeneszerető megnyalna a tíz ujját.”- fogalmaz a Népszabadság szerkesztője 2013-ban. 2014-ben először nem Budapesten rendezte meg a Magyar Jazz Szövetség a Magyar Jazz Napját, hanem a VeszprémFest keretében. Ez nagy elismerés a fesztiválnak és a városnak is.

A fellépők névsorát természetesen a főszervező Mészáros Zoltán zenei ízlése is befolyásolja, de igyekszik széles skálán mozogni. Mindig van egy lista, hogy kik azok, akiket szeretnének színpadra állítani. Sajnos vannak olyan világsztárok, akiknek fellépése nem megoldható, vagyis még biztosan nem, pénzügyi korlátok miatt. Ilyen például Andrea Bocelli, Eric Clapton vagy Sting, akik a lista elején vannak. Nekik körülbelül háromszor annyit kellene fizetni, mint amennyit jelenleg egy fellépőre ki tudnak fizetni a szervezők. Eric Clapton 1,5 millió fontnál gondolkodna el a fellépés lehetőségén. Az olasz operaénekesnő Cecilia Bartoli például a szabadtéri fellépésektől teljesen elzárkózik vagy Keith Jarrett az amerikai jazz zenész csak olyan helyen hajlandó fellépni, ahol ötcsillagos szálloda található vagy éjszakai felszállásra alkalmas repülőtér, hogy saját európai házában alhasson Nizzában. Mivel Veszprémnek se légikikötője, se ötcsillagos szállodája nincs a fellépés nem lehetséges. Ha ilyen világhírű sztárokat akarnak a szervezők színpadra hívni még a városnak is fejlődnie kell.

2013. különleges év volt, hiszen akkor volt a fesztivál tíz éves. A program is igen különleges lett, fellépett többek között: Diana Krall, Paco de Lucia, Nigel Kennedy, Marcus Miller és Craig David. Ez a névsor 320.000 eurót vitt el a fellépésért.

A 9. táblázat a jegyárakat mutatja a Nagyszínpadon 2015-ben. Itt látható, hogy egy-egy belépőjegy igen drága. A legolcsóbb jegy is közel 6.000 Ft, a legdrágább pedig 20.000 Ft-ig rúg. Ebből a szempontból érthető a kutatásból ismert tehetősebb közép és felsőosztálybeli célcsoport.

A szervezők különböző kedvezményeket is nyújtanak. Aki két nagyszínpados koncertre is vesz jegyet 5%, aki három koncertre 10%, aki pedig mind a négyre 15%-os kedvezményben részesül a jegyárból.

Jegyvásárlás online és személyesen is megoldható. Online a jegy.hu illetve a jegymester.hu oldalon keresztül illetve személyesen, országosan az Interticket jegyértékesítési pontokon és a Ticket Express jegyirodáiban, ahol a HVG Klubkártya tulajdonosok 15% míg a Magyar Narancs olvasókártyával rendelkezők 10% kedvezményben részesülnek a jegyárból. Veszprémben is több helyen lehet hozzájutni a jegyekhez. Egyrészt a VeszprémFest irodájában az Óváros téren, ahol ugyancsak él a HVG kedvezmény illetve a Veszprém Kártya tulajdonosok 10% kedvezményt kapnak. A veszprémi Tourinform és IBUSZ irodában is lehetőség van a jegyek megvásárlására. Készpénzes, bankkártyás fizetésre is lehetőség van illetve az alábbi utalványokat is elfogadják: Sodexo Pass, Accor Services, Cadhoc, OTP Cafeteria Kártya a honlapon megjelölt helyeken.

A kísérőrendezvények koncertjein a jegyárak az alábbiak szerint alakultak 2015-ben. A FestGarden koncertjei (10. táblázat) alacsonyabb árfekvésűek voltak, mint a Nagyszínpadi produkcióké, de ez a magas minőségen mit sem változtat. A 4500 és 7900 forint között mozgó jegyeket 1000 fő vásárolta meg.

A FestPreszó helyszínen (11. táblázat) két koncert került megrendezésre, a jegyek itt voltak a legolcsóbbak 2700 illetve 2200 Ft.

Mint az előző táblázatokból látható a 2015-ös program is kiválóra sikerült. Roger Hodgson a Supertramp egykori énekese a „Breakfast in Amerika” turné keretében látogatott a veszprémi nagyszínpadra. Az R&B stílusú Kool & the Gang nagy siker volt akárcsak a fiatal tehetség a brit R&B és soul énekesnő és dalszerző Emeli Sandé koncertje, aki szétfeszítette a Veszprém Aréna falait. Dee Dee Bridgewater jazzénekesnő és Irvin Mayfield jazzművész a New Orleans Jazz Orchestra együttműködésével tartott koncertet.

A História Kert fellépői sem voltak kisebb művészek, mint Mike Stern a 16 lemezzel büszkélkedő elektromos gitáros, Didier Lockwood francia hegedűművész, Jack DeJohnette dobos-zeneszerző és zenekara Made in Chicago előadása és Carmen

Souza a Zöld foki szigetéről, akit már Európa egyik legkeresettebb jazzénekesnőjeként tartanak számon.

A FestPresszóban a Svédországból érkezett energikus swing együttes a Movits! szórakoztatta a közönséget viszont a soul, jazz, elektro keverékéből táplálkozó Moonlight Breakfast technikai okok miatt lemondta a koncertet.

A Rozé, Rizling és Jazz napok tíz napján minden nap három produkció, vagyis összesen 30 produkció lépett színpadra, az amatőr vagy félprofli hazai jazzélet szereplői közül. A Snétberger Zenei Tehetség Központ kiemelkedő diákjai is színpadra lépnek. A központot is Mészáros Zoltán alapította a zeneileg tehetséges roma gyermekek felkarolására. Az ingyenes koncerteken kívül az Óváros téren harminc borász legfinomabb borai kóstolhatták meg a látogatók, többek között: Jásdi pincészet-Csopak, Figula pincészet-Balatonfüred, Borbély pincészet-Badacsony, valamint borászok Egerből, Villányból, Tokajból, Szekszárdról.

5.8. Látogatószám³²

A VeszprémFest látogatószáma évről évre nő, amit a 18. *diagram* is mutat. A nagyszínpadi produkciók és a kísézőrendezvények míg 2011-ben körülbelül 20.000 főt vonzottak, addig 2015-ben körülbelül 36.000 főt. A 2014-es és 2015-ös kiugró értékek leginkább a Rozé, Rizling, Jazz napok népszerűségének köszönhetőek. Míg az első három úgymond bevezető évben az ingyenes rendezvényt kb. 10.000 ember kereste fel, addig az elmúlt két évben már több mint 25.000. Ennek csak egyik oka az ingyenesség a másik pedig a színvonalas produkciók, a hangulat és a borospincék jelenléte. Az idej emelkedéshez hozzájárultak az új helyszínek is, a FestGardenben összesen 1000 fő hallgatta a koncerteket. A palota és a FestPresszó látogatószámairól sajnos nincs adatom.

Ha csak a nagyszínpadi produkciókat nézzük (19. *diagram*) már más képet látunk. Átlagosan 10-11.000 fő látogatja a nagyszínpad négy produkcióját négy nap alatt. Több néző befogadása már nem is nagyon elképzelhető a Szentháromság tér szűk helye miatt. Kivéve, ha az Aréna állandó koncerthelyszínné válik. 2015-ben Emeli Sandé koncertjét eredetileg is az Arénába szervezték, így 4.200 fő vett jegyet, míg legtöbbször 2015-ben a Várban a Kool & the Gang koncerten voltak 2.800-an. A

³² Forrás: Szily Krisztinával (a VeszprémFest marketingese) történt elektronikus levélváltás

fesztivál tízedik évfordulóján 2013-ban kiugróan magas volt a látogatószám a nagyszínpadon. Nem is csoda, hiszen Diana Krall, Marcus Miller, Paco de Lucia, Nigel Kennedy és Craig David lépett színpadra 5 nap alatt. Az időtartam is hosszabb volt egy nappal és a neves sztárok nemcsak a kimondott zenerajongókat csigázta fel.

5.9. Szervezők

A Veszprémi Ünnepi Játékok Kft. munkatársai gyakorlatilag mit sem változtak a kezdetek óta. Egy maroknyi csapat felel a világszínvonalú produkciókért és a profi szervezésért. A főszervező és a fesztivál ötletgazdája Mészáros Zoltán, aki angoltanárból lett rádiós majd fesztiválszervező, üzletember és a 2014-es év fesztiválszervezője díj birtokosa.³³ Pordány Nóra tartja a kapcsolatot a fellépőkkel, ő köti a szerződéseket. Szily Krisztina a marketing és média felelős, feladata igen sokrétű, ami már abból is látszik, hogy a marketingköltségek már 50 millió forintra rúgnak. Logisztika, szállítás, színpad építés és bontás, dekoráció Fabó Péter felelőssége, míg a fény, hang, színpad Kovács Zoltáné. A filmes csapat Bárány László keze alatt dolgozik, a reklámanyagok, videók készítése Molnár Péter feladata. Arculat és hirdetésfelelős az igazgató felesége Mészáros Tünde. Egressy Zsuzsa és Pintér Edit gondoskodnak a jegy értékesítésről és foglalásról. Veh Balázs a sztárok fuvarozója a repterről, mindent önkéntes alapon. Patyi Henrietta az irodavezető, aki hétfőtől csütörtökig 10:00-tól 15:00-ig várja a fesztivál iránti érdeklődőket és kérdéseket. Zsandár Péter koordinálja a Rozé, Rizling, Jazz napok programját és felelős az ingyenes fesztiválon dolgozó körülbelül 40 diákért is. Az egész rendezvényen még körülbelül 50 hostess és cateringes dolgozik. Amint látható valóban kevés emberrel dolgozik a cég, de ez a minőségi munkából mit sem vet vissza.

A szervezeti felépítés egyszerű, mindenkinek megvan a pontos feladata. Mindenki közvetlen kapcsolatban áll az igazgatóval. Az információáramlás igen gyors és pontos.

³³ Forrás elérhetősége: <http://www.fesztivalszovetseg.hu/2014-meszaros-zoltan?id=20150306143911>, olvasva: 2015. október 3.

5.10. A fesztivál biztosítása^{34, 35}

A fesztivál biztosítása, tömegrendezvény lévén, az egyik legfontosabb feladat. A rendezvénybiztosítás célja a zavartalan lebonyolítás biztosítása, a résztvevők személyi és vagyoni biztonságának megóvása. A 23/2011. (III. 8.) Kormányrendelet a zenés táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről szól és a fesztiválnak figyelembe kell vennie, mivel a látogatók száma meghaladja az 1000 főt. A nagyszínpad egy szabadtéri helyszínen van, így amire leginkább fel kell készülniük a szervezőknek az a szélsőséges időjárási körülmények illetve a tűz és robbanás veszély. A rendezvény nem esik a gyülekezési törvény³⁶ alá. A fesztivál kezdete előtt legalább három nappal a helyi illetékes rendőrkapitányságon és tűzvédelmi hatóságon be kell jelenteni. A bejelentésnek tartalmaznia kell a pontos kezdési és befejezési időpontot, helyszínt, útvonalat, fesztivál célját, napirendjét, résztvevők várható létszámát, szervező cég nevét és címét, illetve mellékelni kell a területi foglalási engedélyt és a hatósági engedélyeket. A szervezőknek a biztonsági tervet, az egészségügyi tervet, a tömegközlekedési tervet és a programtervet is be kell nyújtaniuk az illetékes hatóságnak. A szervezők kötelessége a biztonsági terv elkészítése, mely tartalmazza a helyszín alaprajzát, befogadóképességét, belépési rendet, kiürítési tervet, az Országos Meteorológiai Szolgálat előrejelzését és a biztonsági személyzet létszámát. A szervezők felelnek a biztonsági terv betartásáért. A tűzriadó tervet³⁷ és a biztonsági tervet a látogatók számára jól látható helyen kell kifüggeszteni. Elsősegélynyújtásra alkalmas személyzet jelenlétét is biztosítani kell. Legalább egy mentőautó jelenléte szükséges, mert a látogatók száma 1001 és 5000 fő közé esik³⁸. A kiürítési terv tekintetében nagyon gondosan kell eljárniuk a szervezőknek, hiszen a helyszín a nagyszínpadnál igen szűkös, kevés a menekülési útvonal, a Várból lefelé nagy a szintkülönbség, a szűk utcák áteresztő képessége alacsony.

³⁴ Forrás elérhetősége: http://www.drhornyacsek.hu/tanulmanyok/Nagy_Sandor_TOMEGRENDEZVENYEK.pdf - A tömegrendezvények aktuális kérdései, olvasva: 2015.11.26

³⁵ Magyarfiné Kecskeméti Anita: Tömegrendezvények biztonsági kérdései, 2011, Budapest, elérés: <http://www.hhk.uni-nke.hu/downloads/kiadvanyok/mkk.uni-nke.hu/eloadasokpdf/1csop/Magyarfine%20K.%20Anita.pdf>, olvasva: 2015.11.26

³⁶ 1989. évi III. törvény a gyülekezési jogról

³⁷ 261/2009. (XI.26) kormányrendelet (a tűzvédelemről) alapján

³⁸ 5/2006. (II. 7.) EüM rendelet (a mentésről) alapján

5.11. Pénzügyi háttér, szponzorok, pályázatok

A pénzügyi adatok megszerzése a legnehezebb egy fesztiválnál. Több részből áll össze és senki sem szívesen teszi közzé, hogy mennyi pénzből gazdálkodik és pontosan mire, mennyit költ illetve a vállalkozások szempontjából, hogy mennyivel támogatja a fesztivált. Így kutatásom során leginkább hozzávetőleges, nagyságrendi adatokat kaptam.

Egy fesztivál bevételei leegyszerűsítve három fő részből állnak: a jegybevételekből, a szponzori támogatásokból és a pályázati, állami, önkormányzati pénzekből. Körülbelül mindhárom forrás harmad részben járul hozzá a fesztiválhoz, de természetesen ez minden évben változhat.

A **jegybevételek** évről évre egyre nagyobb jelentőséggel bírnak. 2013-ban és 2015-ben is már az összbevétel 40 %-át tette ki. Ez azt jelenti, hogy 2013-ban körülbelül 90 millió forint, míg 2015-ben már 120 millió forint folyt be a jegyek eladásából. A 2015-ös jegybevétel a nyitóév jegybevételének nagyjából ötszöröse. A jegybevétel általában függ a másik két forrásból nyert összegektől, vagyis hogy a szervezők mennyire tudnak nagyobb közönséget vonzó fellépőkbe fektetni. A vásárlóerő az elmúlt években folyamatosan bővül.

A fesztivál **szponzorok** szempontjából nagyon jó helyzetben van. Mint azt a *12. táblázat* is mutatja, 32 szponzorral büszkélkedhet. Ez nagyon szép szám, bár a válság a szponzorgyűjtést és szponzor megtartást nagyon megnehezítette, hiszen a kulturális területen jelen lévő szponzorok jelentős része vagy kivonta magát a szponzoráció alól vagy jelentősen csökkentette kulturális költségvetését. A banki vagy a közműszolgáltató szektor, akik kulturális szempontból igen fogékonyak, a megszorítások és adóemelések ellenére is támogatják a fesztivált. Az MVM (Magyar Villamos Művek Zrt.) Csoport több tíz millió forinttal támogatja a fesztivált 2014-től, így főtámogatóvá lépett elő. „Megtisztelő, hogy a VeszprémFest főtámogatójaként kiemelt szerepet vállalhatunk a hazai kulturális élet egyik meghatározó nyári könnyűzenei eseményének megvalósulásában.”- nyilatkozta Felkai György az MVM kommunikációs igazgatója 2014-ben az együttműködés létrejöttkor.³⁹ A Szerencsejáték Zrt. 2015-ben árbevételének 0,75 %-át fordítja adományozásra illetve szponzorációra a kultúra, művészet és sport területén. Ez az összeg körülbelül 1,5

³⁹ Forrás elérhetősége: <http://www.mvm.hu/hu/hirek/SitePages/newsDetails.aspx?NewsID=463>, olvasva: 2015. október 3.

milliárd forint, amiből a VeszprémFest 20 millió forinttal részesül.⁴⁰ A TV2 kereskedelmi csatorna több műsorában – Tények, Kalandjárat – is szerepelt a fesztiválról szóló bemutató illetve interjú az igazgatóval valamint 50 darab reklámot is leadtak a fesztiválról. A Kinizsi Bank, aki a veszprémi férfi kézilabdacsapatot is szponzorálja, évek óta támogatja a minőségi kulturális fesztivált. Veszprém szinte összes nagyvállalatát sikerült megnyernie a szervezőknek, így maguk mellé tudták állítani többek között a Continental-t, a Balluff-ot vagy a Veleo-t. A médiatámogatók részletes elemzése az 5.12. *Marketingeszközök* fejezetben lesz. 2015-ben a szponzori támogatás is csaknem az összköltségvetés 40 %-át tette ki, akár a jegybevétel, vagyis körülbelül 120 millió forintot. Bár szponzorok szempontjából érezhető biztonság, 90 %-uk biztosan hosszabbít szerződést a következő évre is, de azért mindig van kockázat. Ezért új szponzorok folyamatos keresése és a meglévőkkel való tárgyalások állandó feladat.

A harmadik bevételi forrás az **önkormányzati és állami támogatások**. Ezek jelentős része minden évben pályázatokhoz kötődik, vagyis nagyon nehezen számítható ki előre. 2015-ben ezek a források csupán 20 %-ban játszottak szerepet a költségvetésben. Veszprém város önkormányzatának támogatása míg a kezdőévben 5 millió forint volt, addig az elmúlt években 20-22 millió forint között mozgott.⁴¹ Ebből látszik, hogy a város is kiemelt fesztiváljának tekinti a VeszprémFestet. Az állam támogatása a miniszteri keretből 2012-2014 között évente 5 millió forint, 2015-ben 7 millió forint. A Nemzeti Kulturális Alap Kulturális Fesztiválok Kollégiuma több éves garantált támogatás kiegészítésben részesíti a fesztivált, ami annyit jelent, hogy minden évben biztos 20 millió forinttal számolhatnak a VeszprémFest szervezői. A Rozé, Rizling, Jazz napok is kezdete óta nyer NKA pályázaton évente 3 millió forintot a rendezvény megszervezésére. 2013 minijubileumi év pályázati szempontból is kiemelkedő volt, a VeszprémFestre a garantált támogatáson túl plusz 20 millió forintot és a Rozé, Rizling, Jazz napokra plusz 1 millió forintot nyert a Kft.⁴²

A VeszprémFest 2006-ban létrehozta a **Pártoló klubot**, ahol vállalkozások és magánszemélyek is támogathatják a fesztivál szervezését. A klubhoz már jóval kisebb összeggel is lehet csatlakozni, mint a hivatalos szponzori csomagok. A tagság éves díja 100.000 forint. Az együttműködés több ellenszolgáltatást is magába foglal: VIP

⁴⁰ Forrás elérhetősége: http://www.fortunaweb.hu/Ha_Fidesz_kozeli_cegeket_tamogatna__jatsszon_a_Szerencsejatek_Zrt-nel_358, 2015. október 12., olvasva: 2015. október 22.

⁴¹ Forrás elérhetősége: <http://www.veszprem.hu/veszpremieknak/onkormanyzat/kozerdeku-adatok/372->, olvasva: 2015. október 29.

⁴² http://www.nka.hu/keresheto_adatbazis, olvasva: 2015. október 29.

jegyeket két nagyszínpadi előadásra és a FestGarden egyik előadására, két Fesztivál pólót, illetve a műsorfüzetben és a weboldalon név szerinti megjelenést.

A legkényesebb dolog egy fesztivál életében az anyagi források előteremtése. A VeszprémFest több lábon áll, kihasználja a pályázatok, az önkormányzati és az állami források adta lehetőségeket. A szponzorok hozzájárulásait megfelelően honorálja, így minkét fél számára gyümölcsöző kapcsolat áll fenn.

5.12. Marketingeszközök

Ahhoz, hogy a marketingkommunikációs stratégia eredményes legyen az elsődleges dolog a célcsoport(ok) pontos meghatározása (*lásd: 5.5.Célcsoport*). Majd ki kell jelölni a kommunikációs cél, hogy a fesztivál mit szeretne a célcsoport felé közvetíteni (*lásd: 5.4.Cél*). Az üzenet megtervezésénél fontos figyelembe venni a célcsoport ízlését, az iskolázottságot, a termék jellegét és a versenytársak üzenetét. A kommunikációs csatornák kiválasztása után már ki lehet dolgozni a teljes költségvetést, ami 2015-ben elérte az 50 millió forintot a VeszprémFest esetében. Elengedhetetlen a promóció után a hatékonyság mérése, hogy mennyire volt eredményes, mennyire érte el a hatását a célközönségnél. A VeszprémFest minden évben készít felmérést (*lásd: 5.6.Kutatás a látogatók körében*) a vendégek körében, így a közönség reakcióin és igényein kívül arról is tudomást szereznek, honnan hallott a vendég a fesztiválról, milyen kommunikációs csatornán keresztül érték el a legtöbb látogatót, melyik volt a legeredményesebb.

A magas marketing költségvetés lehetővé teszi, hogy a szervezők sok helyen reklámozzanak és igényes, jól kidolgozott hirdetések kerüljenek a médiába. A médiában csaknem 40 különböző helyen volt olvasható, látható vagy hallható a VeszprémFest reklámja 2015-ben, plusz az óriásplakátok országsherte. Elsődleges volt a vizuális média alkalmazása. A szervezők több mint tízezer darab tájékoztató füzetet készítettek, amit minden jegyet vásárló megkapott illetve az irodában ingyenesen hozzá lehetett jutni. A tájékoztató magyar nyelvű, idegen nyelvű kiadvány még nem készült. Információt ad a füzet a fellépőkről, a kísérőrendezvényekről és a szponzorokról. Minden évben fontos esemény a koncert előtt körülbelül másfél hónappal a sajtótájékoztató. Az országos média számára a Budapest Musik Center a helyszín, míg a veszprémi média számára a Veszprém Hangvilla. Budapesten 2015-ben nemcsak az igazgató illetve a marketing ügyekért felelős Szily Krisztina volt jelen,

hanem Veszprém város polgármestere Porga Gyula és az MVM kommunikációs igazgatója Nagy Csilla is. A fesztivál minden olyan médiumnak sajtóbelépőt biztosít az akkreditáció után, melyek célközönsége megfelel a VeszprémFestnek.

A legtöbb hirdetés újságban jelent meg, például a következő újságokban: Metropol, HVG, Népszabadság, Veszprémi7nap, Érdi Újság, Veszprémi Napló vagy a Nők Lapja Café. A cikkek mellett képes ajánló is szerepelt. Turisztikai kiadványokban is helyet kapott a fesztivál: Nagyon Balaton, Fesztiválkalauz és Pesti Műsor. A kiemelt médiatámogató a TV2, összesen 50 darab spot hirdetést adott le júniusban és júliusban a koncert előtt illetve a TV2 közismert műsora a Kalandjárat forgatott is a fesztiválról. A sajtóhirdetés rendkívül előnyös, hiszen gyorsan, nagy tömeget ér el nemcsak helyi, de országos szinten is. Hatását gyorsan, rövid idő alatt kifejti és akár többször is felhasználható.

Az auditív médiában három rádió a Jazzy, a Petőfi Rádió és a Class FM adott le 20 másodperces spotokat és interjúkat Mészáros Zoltánnal. A médiatámogatók VIP jegyeket kapnak a szervezőktől a nagyszínpadon megrendezett koncertekre, például a TV2 20 db, HVG 10 db, Népszabadság 6 db.

Országsszerte 2015. június 1. és július 15. között 800 darab óriásplakát jelent meg, népszerűsítve a rendezvényt. Az Ab Ovo Média, a Sensomédia és a Citylight segítségével közel száz darab plakát került Spar üzletekbe, plázákba, port-bike-okra illetve épületekre, leginkább Budapesten. A plakátok nemcsak összességében a VeszprémFestet, de a Rozé, Rizling, Jazz napokat és Emeli Sandét is reklámozták. Ezen plakátok figyelemfelkeltő hatása igen erős.

Már szinte nincs olyan háztartás Magyarországon, ahol ne lenne internet. Az emberek életviteléhez már hozzátartozik az internet napi használata. Nagy előnye, hogy itt nincsenek területi határok. Sok, különböző internetes fórumon látható a VeszprémFest reklámja, többek között: kulturpart.hu, nyugat.hu, index.hu, jazzma.hu, boraszportal.hu, jegy.hu, port.hu. Kutatás szerint a legtöbben a google.hu keresőmotor alkalmazásával érték el a fesztivált, de népszerű volt a facebook, a port.hu és a veszprémi Tourinform oldala is. A fesztiválnak saját weboldala is van a www.veszpremfest.hu. Itt minden fontos információt megkap az érdeklődő a programról, a fellépőkről, a helyszínekről, a jegyvásárlási lehetőségekről valamint a városról is.

A VeszprémFest már kifejlesztett egy saját mobil applikációt is, ami ingyenesen letölthető. Könnyebb eligazodást biztosít a helyszínek között, információkat szolgáltat a programokról.

A kedvezmények mindig jobban csábítják a vendégeket. Mint az az *5.7. Program, fellépők és jegyárak* fejezetből kiderül, a szervezők sokféle módon nyújtanak kedvezményeket. Nyereményjátékkal például páros belépőt szereztek a Class FM hallgatói (15 db).

A VeszprémFest emléktárgyakat is készít, melyek a honlapjukról lehet megrendelni. VeszprémFest logóval ellátott pólókból, válogatás cd-kből és dvd-kből lehet válogatni.

További lehetőség lenne a vásárokon, bemutatókon való részvétel. Mivel a veszprémi mozi elég népszerű, a film előtti hirdetések közt is szerepelhetne.

A VeszprémFest köszönhetően a nagy marketing költségvetésnek sok helyen és különféle módokon tud hirdetni, így a fesztivál ismertségét tudják növelni országosan. A kutatások szerint az óriásplakátok, a facebook és egyéb internetes hirdetések vonzzák a legtöbb embert, így ezekre az eszközökre még inkább nagyobb hangsúlyt kell fektetni. Természetesen az elégedett vendég a legjobb reklám, így a vendégek igényeinek kielégítése a legfontosabb.⁴³

5.13. Jövőbeli tervek, újdonságok

Folyamatos fejlődés és fejlesztés jellemzi a fesztivált. 2004-ben az induló évben egy színpad volt és 75 millió forintos költségvetés, ez már 2015-re öt helyszínt jelent és közel 250 millió forintos költségvetést. Ez hatalmas fejlődés egy vidéki fesztiválhoz képest. Mindig vannak fejlesztési tervek, hiszen ez a fennmaradás és a sikeresség egyik kulcsa a piacon. Természetesen ennek mindig van pénzügyi korlátja is, de a szervezők prioritizálnak és igyekeznek több szponzori támogatást szerezni, hogy minél több élményt tudjanak nyújtani.

Már lehet tudni, hogy 2016-ban a nyitónapon az Operaházzal közös szervezésben a fesztiválon mutatják be a Toscát Eszenyi Enikő rendezésében Rost Andrea főszereplésével.⁴⁴ Az opera már jó pár éve nem szerepelt a programban, így egy kicsit más célcsoportot is megnyerhetnek.

⁴³ A VeszprémFest marketingeszközeinek forrása: Szily Krisztinával (VeszprémFest marketingese) folytatott elektronikus levélváltás

⁴⁴Forrás elérhetősége: <http://www.veszpremkucac.hu/szazhusz-grammy-dijnyi-vilagsztar-veszpremben/> olvasva: 2015.09.11.

A nekem adott interjúban Mészáros Zoltán elmondta, hogy folyamatban lévő nagy projekt a nagyszínpad színpadfedésének átalakítása, hogy jobban védjen eső ellen. Így egy rövid, nyári zápor miatt nem kell félbe szakítani a koncertet a hangulatos Várban vagy áthelyezni az Arénába egy előrejelzés miatt.

2015-ös nagy újdonság volt a FestMobilok bevezetése. Ezek az elektromos autók a nagyszínpadi koncertek helyszínéről az Óváros térre a Rozé, Rizling, Jazz napokra szállították az embereket. Óriási siker volt, főleg a nagy hősében. Jövőre még több autó beszerzését tervezik.

2015-ben a legnagyobb fejlesztés a plusz két színpad bevezetése volt. Amikor 2011-ben bevezették a Rozé, Rizling, Jazz napokat óriási siker volt és egyre népszerűbb. A sikereken fellelkesülve nyitották meg a két új színpadot fizetős koncerthelyszíneként. A FestGarden három napja igazán jól sikerült 1000 néző részvételével, így jövőre is potenciális koncerthelyszín lesz. Míg a FestPresszó két koncertjére a vártnál kisebb volt az érdeklődés írta Mészáros Zoltán a 2015-ös szakmai beszámolóban.⁴⁵ Egyszerre öt helyszínen helytállni a szervezőknek nagyon kemény feladat, rengeteg probléma merül fel. A következő három év terve, egy igazán stabil fesztiválprofil létrehozása.

⁴⁵ Forrás elérhetősége: http://veszpremfest.hu/data/file/2015/09/21/szakmai_beszamolo_2015.pdf, 2015.szeptember 21., olvasva: 2015.október 27.

5.14. SWOT analízis

<p>Erősségek</p> <ul style="list-style-type: none"> • világsztárok fellépése • a város kulturális és oktatási központ • állami és önkormányzati támogatások kihasználása • folyamatos fejlődés, újítások • különleges helyszín • erős marketingkampány • országos ismertség • Balaton közelsége • városfejlesztések 	<p>Gyengeségek</p> <ul style="list-style-type: none"> • drága belépőjegy • nyáron a Balaton-parti fesztiválok elszívó hatása • korlátozott befogadóképesség a Várban • külföldi marketing hiánya • szűk fizetőképes célcsoport
<p>Lehetőségek</p> <ul style="list-style-type: none"> • együttműködés több kulturális intézménnyel • több fiatal bevonása • ismertség bővítése külföld felé is • nagyobb koncerthelyszín (Aréna állandó helyszínné tétele) • vásárokon való részvétel (Utazás Kiállítás...) • EU támogatások bővülése • testvérkapcsolat külföldi fesztiválokkal 	<p>Veszélyek</p> <ul style="list-style-type: none"> • sok, gyorsan fejlődő fesztivál • megszorítások, állami támogatás elvesztése • közterhek növelése miatti jegyáremelés • kultúrafogyasztó fiatalok hiánya-nincs utánpótlás • fizetőképes kultúra iránt érdeklődő kereslet csökkenése

A VeszprémFest tett róla, hogy az ország méltán híres fesztiválja legyen. Nincs hiába a rengeteg állami, önkormányzati és szponzori támogatás, hiszen minden év júliusában világsztárok állnak a Vár kultikus színpadán kielégítve az igényes zenére szomjazó közönséget. Többek között az igényes szervezés, a gondosan megválogatott előadók és a jó marketingkampány miatt a legnagyobb költségvetésű és az egyik legigényesebb fesztivál vidéken a Sziget-csoport rendezvényei után. A folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően a fesztivál a gyengeségein is képes túllépni. A korlátozott befogadóképességet például kompenzálja a varázslatos hangulat, a kísérőrendezvények valamint az Aréna jelenléte. A fesztiválpiac gazdasági kiszolgáltatottsága (szponzori támogatások, fizetőképes kereslet...) nem lehet azt mondani, hogy az elkövetkező húsz, ötven, száz évben biztos helye és kereslete lesz a fesztiválnak. Ezért a szervezők évről évre keményebben dolgoznak és igyekeznek megteremteni a pénzügyi forrásokat a világhírű fellépőkre és a profi szervezésre. Úgy gondolom, még vannak kiaknázatlan területek, előnyt jelente az egész városnak, ha a fesztivál szervezői szorosabb kapcsolatban lennének más kulturális szervezetekkel és a város, a környék, a Balaton fesztiváljai kölcsönösen segítséget nyújtanának egymásnak. A VeszprémFest a város imázsának növeléséhez nagyban hozzájárul növelve ezzel turisztikai keresletét.

6. A fesztiválok hatása

A fesztiválok hatása nemcsak egy-egy területen nemcsak egy-egy gazdasági szektorban érzékelhető. Hatásukat kifejtik a társadalmi, kulturális és gazdasági életben is valamint a környezetre is nagy hatással bírnak. Időtartam szerint beszélhetünk rövid, közép és hosszú távú hatásokról, amik kifejtethetik helyi, regionális, nemzeti, nemzetközi és globális szinten is hatásukat. természetesen itt nemcsak pozitív hatásokról van szó, bár azok vannak többségben, minden fesztiválnak akad árnyoldala is. A hatások pontos mérése igen nehéz feladat, mivel Magyarországon a rendelkezésre álló adatok nagymértékben hiányosak. Ami rendelkezésre áll az a kereskedelmi szálláshelyek vendégszámai, vendégéjszaka számai valamint a cégek éves beszámolóí. Bár az éves vendégadatok rendelkezésemre álltak a kistérségben a kereskedelmi szálláshelyektől, havi bontásban nincsenek pontos számok, így a fesztiválok idején nehéz meghatározni, hogy pontosan mennyivel nőttek a vendégéjszaka számok.

6.1. Gazdasági hatás

A fesztiválok hatása a gazdaságra igen sokrétű, több gazdasági ágazatot erősít, vagyis érvényesül a multiplikátor hatás, de mégis az idegenforgalomban a leglátványosabb. Gazdasági eredményhez a fesztiválok turisztikai vonzereje vezet nem a fesztivál önmagában. Vagyis közvetetten a látogatók, a szponzorok, a szervezők költségei, az adóbefizetések nagyobb gazdasági eredményt generálnak, mint a közvetlen jegybevétel, habár a VeszprémFest esetében ez már több, mint 100 millió forint, ami azért nem elhanyagolható. A fesztivál, mint szolgáltatás hozzájárul az ország GDP-jéhez, jövedelemteremtő képessége van és a fizetési mérlegre is hatást gyakorol, bár ez akkor igazán jelentős, ha a fesztivál külföldieket is vonz, vagyis már nemzetközi szintű, akik a rendelkezésükre álló jövedelmükből Magyarországon költenek. Ebből a szempontból a VeszprémFest és a kistérség fesztiváljai elhanyagolható hatást fejtenek ki a fizetési mérlegre, hiszen a külföldi látogatók száma igen csekély. Tőkeimportra kifejtett hatás a külföldi multinacionális cégek szponzori támogatásában nyilvánul meg. Növeli a kis és középvállalkozások szerepét és bevételét (panziók, ajándékbolt, borászok a Rozé, Rizling, Jazz napokon, nyomtatásalon, ahol a kiadványokat készítik...). Szponzoráció által a vállalkozások ismertsége nő, ami fellendítheti a helyi gazdaságot és további befektetők figyelmét

irányítják a város, a régió felé. A helyi vállalatok adóbefizetéseiből⁴⁶ és a fesztivál előkészítésével és lebonyolításával összefüggő kifizetésekből az önkormányzat számára is keletkezik bevétel, amit közvetetten a fesztivál generál. Egy nagy fesztivál új munkahelyeket is teremt, ezzel hozzájárul a munkanélküliség csökkentéséhez, a szervező bért fizet s ezzel egyidejűleg adót is az állam számára. Mivel a VeszprémFest és a kistérség többi fesztiválja is csak néhány napos ez a foglalkoztatás a legtöbb alkalmazottra nézve határozott időtartamú, csak a fesztivál idejére szól, így ez a bővítő hatás itt elenyésző. A VeszprémFesten az állandó alkalmazottak száma kevés (*lásd 5.9.Szervezők*).

A fesztiválok legfontosabb turizmusra gyakorolt hatása, hogy meghosszabbítják a turisztikai főszezont, mint például a májusban megrendezett Csirke-Csülök fesztivál Nagyvázsonyban vagy a Gizella-napok Veszprémben, szeptemberben a Mecs-Napok Mecs helyen vagy Veszprémben a Szent Mihály napi búcsú.

Mivel a fesztiválok széles célközönséget tudnak elérni, a városon kívülről érkező vendégek száma is aránylag magas, akik a városban költenek szállásra, vendéglátásra, ajándéktárgyakra, belépőjegyekre. A fentebb említett kutatásból is látszik, hogy például Budapestről sokan keresték fel a VeszprémFest programjait, egy részük szállást is igénybe vesz a városban, de a legtöbben vagy a Balaton parton vagy barátoknál, rokonoknál töltik az éjszakát vagy hazautaznak a koncertek után. Így Veszprém városának szálláshelyei csak kis részben jutnak hozzá többletbevételhez a fesztivál által.

Érdeklődtem több veszprémi kereskedelmi szálláshelynél, hogy a fesztiválok ideje alatt érznek-e növekedést a vendégforgalomban illetve az éttermi részen. Négy panzió (Péter Pál Panzió, Völgyikút Ház, Biotourist Vendégház és Baláca Panzió), egy kollégium (Veszprémi Központi Kollégium) és két szálloda (Oliva Hotel és Étterem, Villa Medici Hotel**** & Étterem) állt rendelkezésemre viszont pontos adatokkal sajnos nem tudtak szolgálni. Mindegyikük kiemelte, hogy többlet forgalmat érez a veszprémi fesztiválok alatt, különösen a VeszprémFest illetve az Utcazene fesztivál idején, amikor általában teltházzal üzemelnek. Növekedik a szobafoglaltság, a vendég szám, a vendégéjszaka szám és természetesen a bevétel is. A központi kollégium két hónapig⁴⁷ üzemel szálláshelyként és a fiatal korosztályból kerül ki a vendégek nagy többsége, így inkább az Utcazene fesztivál alatt érznek nagyobb

⁴⁶ idegenforgalmi adó, ami Veszprémben 400 forint, helyi iparüzési adó, ami Veszprémben a nettó árbevétel 2%-a...)

⁴⁷ júliusban és augusztusban, a nem aktív egyetemi időszakban

vendégforgalmat, bár 2015-ben a VeszprémFest alatt is nagyobb forgalom volt, mint az előző években, árulta el Hézsó Károlyné a Hostel Hungary Kft.-től. Úgy gondolom, ez Emeli Sandé fellépésének volt köszönhető, aki a fiatalabb korosztály számára is vonzó program volt. A szállodákban általában teltház van, de az éttermi részen kevésbé érzékelik a növekedést. Az Oliva Hotel és Étterem vezetője elmondta, hogy éttermében viszont a fesztiválok ideje alatt jelentősen megnő a forgalom. Ez a belvárosi, központi elhelyezkedés, a fesztiválok helyszínéhez való közelsége miatt is lehet.

A fesztiválok sok esetben hatással vannak egyéb turisztikai attrakciók vendégforgalmára is. A Veszprémi Állatkertet is arról kérdeztem, hogy a fesztiválok ideje alatt érzékel-e többletforgalmat. Azt a választ kaptam, hogy az évi 250.000 látogatót számláló állatkertre a vendégszámban nincs befolyása a fesztiváloknak. Viszont a múzeumok látogatottságánál már más a helyzet. A Gizella Királyné Múzeumtól Udvarhelyi Erzsébet úgy tájékoztatott, hogy jelentős többlet forgalmat érzékelnek a fesztiválok alatt mind külföldi és magyar turistákból illetve helyi lakosokból is. A VeszprémFest idején leginkább a külföldiek aktívak. A múzeum a fesztiválok közül a Gizella-napok alatt bonyolítja a legnagyobb vendégforgalmat, hiszen a történelmi fesztivál megnyitója is itt kerül megrendezésre. A Laczkó Dezső Múzeum részlegvezetője Kiss Dávid azt az információt adta, hogy VeszprémFest alatt a forgalom körülbelül 5-6 %-kal növekszik, de a látogatottság nem. Ez azt mutatja, hogy vendégszámban nincs különbség, vagyis a fesztiválra látogatók nem látogatják meg a múzeumot, sem az általa üzemeltetett kiállítóhelyeket, a Tűztornyot, a Bakonyi Házat a Hősök Kapuja helytörténeti kiállítást. Az emelkedés az általuk üzemeltetett nyilvános illemhely használatából adódik a Várban. Jelentősebb többlet forgalom a Múzeumok Éjszakáján tapasztalható illetve a múzeum által rendezett fesztiválok idején a Szent Mihály Ünnepen vagy a Kulturális Örökség Napján.

A kistérségi fesztiválok szélesítik Veszprém, a térség, a régió turisztikai kínálatát és versenyképességének javítását valamint kevésbé ismert településeket ismertté tesznek, például a Művészetek Völgye fesztivál Kapolcs községet országosan ismertté tette. Vagyis egy fesztivál pozitívan javítja a desztináció imázsát, egyedi terméket adnak a településnek, vonzó városképet formál.

A fesztiválok lebonyolításához a gazdasági szektor és a kulturális intézmények összefogására van szükség. Ez a kölcsönös együttműködés elősegíti a fesztiválok hirdetését, népszerűsítését, gördülékeny lebonyolítását. Az összefogás a szervezetek között mérsékli a versengést is.

Mivel a fesztiválok komoly fizikai környezetet igényelnek a város és a térség infrastrukturális fejlődése elengedhetetlen ahhoz, hogy színvonalas fesztivált tudjanak létrehozni. Az infrastrukturális fejlődés az önkormányzat és a helyi vállalkozások segítségével valósulhat meg. A kereskedelmi szálláshelyek bővülése és fejlesztése Veszprémben folyamatos. 13 panzió és 7 szálloda várja a látogatókat, amiből 4 négycsillagos besorolású. A VeszprémFest igazgatójának elmondása alapján a fesztivál idején, mivel a célközönség a tehetősebb osztályból van, a magas besorolású szállodák teljesen megtelnek. A teltház természetesen nemcsak a fesztivál miatt van, hanem a főszezon miatt is, hiszen júliusban a fesztivál idején amúgy is magasabb a szobafoglaltság. Ebből kifolyólag még szerencsés körülmény is, hogy a Balaton a közelben van és sokan az ottani szállodákban szállnak meg Balatonfüreden vagy Balatonalmádiban.

A közép és felsőosztályba sorolható célközönség igényli a magas színvonalú szálláshelyeket, vendéglátóegységeket, s ez a folyamatos innovációt és a szolgáltatások minőség-növekedését eredményezi.

A fesztivál magával vonja az egész város megszépülését, hiszen a felújításokkal, beruházásokkal, közterületek színesítésével több látogató jön a fesztiválra és a városba is. A fesztivál számára nélkülözhetetlen parkolók és illemhelyek kialakítása, így ez is a városfejlesztést szolgálja. A városkép megszépülése pedig a helyi lakosság általános elégedettségét és életminőségét javítja illetve megállíthatja a kedvezőtlen demográfiai folyamatokat, mint a fiatalok elvándorlását.

A VeszprémFest erős marketingkampánya nagyon figyelemfelkeltő, vonzza a médiát és az egész országra kiterjed. Ez nagyban erősíti Veszprém pozícióját. A média hirdetések felkeltik a turisták, a szponzorok, a befektetők figyelmét, értékteremtő hatása van.

Veszprémen kívül a kistérség egyéb fesztiváljai inkább a helyi lakosságot tekintik célközönségnek, így a fent említett hatások gyengébben érvényesülnek és az infrastrukturális fejlődés is elmaradottabb.

6.2. Társadalmi-kulturális hatás

A mai társadalmi és kulturális helyzet azt mutatja, hogy a népesség jelentősen megnövekedett, a tömeg stílusa az uralkodó, nő az élmény iránti igény, felértékelődik a szabadidő és növekedik a kulturális időtöltésre való igény. A VeszprémFest mivel széles tömegeket mozgat meg, igényes zenei kultúrát képvisel és élményt ad, a kor igényeinek megfelel, így sikeres tud lenni. Felpezsdíti Veszprém kulturális turizmusát, ünnepélyes alkalmat kínál és hasznos szabadidős tevékenységet hoz létre. Javít a kulturális minőségen.

Bár a megvehető javak túlkínálata jellemző, az olyan szolgáltatásokból, ahol közösségi élményben lehet része az embereknek vagy olyan intézményekből, ahol közösségben szórakozhatnak az emberek hiány van. A fesztiválok ezt az űr képesek kitölteni közösségi jellegüknél fogva. Növeli a kultúra iránt érdeklődők számát, közösségi cselekvésre ösztönöz, közösségi összetartást eredményez.

A kulturális intézmények, a gazdasági szereplők és az önkormányzat között is szorosabbá válik a kapcsolat, egymást erősítve a közös cél (sikeres fesztivál) elérése érdekében együttműködnek, így nagymértékben hozzájárulnak a település és a saját bevételeik növeléséhez. Vagyis a fesztivál összefogásra ösztönöz csökkentve a versenyhelyzetet, befolyásolja a szereplőkről kialakított képet.

Nemcsak az emberek, a szervezők és a város formálja a fesztivált, de a fesztivál is visszahat rájuk. A városra a beruházásokkal, felújításokkal hat, az emberekre szellemileg, érzelmileg. Inspirálóan hat, feltöltődést nyújt, növeli az érzékenységet és szellemi értéket teremt. Amellett hogy értéket ad, egyfajta státuszt is jelent annak, aki részt vett egy nagyszínpadi koncerten illetve a helyszín varázsa kiváltságérzetet kelt. A helyszín inspirálóan hat a fellépőkre és a közönségre is egyaránt, kizökkent a hétköznapiokból. Esélyegyenlőséget is nyújt és összehozza az elit társadalmi réteget az alsóbb osztállyal. Mindenki számára elérhető programokat vonultatnak fel. Mindezt többek között az ingyenes kísérőrendezvényekkel tudják elérni.

A világsztár művészek fellépése a hazai művészeket is inspirálja, magasabb minőségre ösztönzi. A Rozé, Rizling, Jazz napokon hazai feltörekvő jazz zenében érdekelt fiatal tehetségek léphetnek föl, ezzel támogatják a művészeket.

A fesztiválok közönségnevelő hatásáról sem szabad megfeledkezni. Ízlésformáló hatásúak, jó irányba befolyásolják az embereket.

A helyi lakosságra is nagy hatása van. A helyiek saját fesztiváljuknak tekintik, a kulturális élet nélkülözhetetlen része lett. A lakosság büszke, arra hogy országosan elismert, egyedi fesztiválja van erősítvén a helyi identitást. Felrázza, mozgósítja a helyieket, olyan kulturális értéket teremt, ami fogyasztható a helyiek számára is. A fejlesztések által a kedvező környezeti kép a lakosság közérzetét, életminőségén és általános elégedettségén javít, jobban kötődnek a városhoz.

Hosszú távon a társadalmi és kulturális hatások jobban befolyásolják a desztinációt és a fesztivált látogatókat, így ez a hatás jelentősebbnek mondhatóbb a gazdasági hatásoknál. Jó irányba befolyásolja az emberek értékrendjét, kedvet csinál a kultúra fogyasztásához.

7. Összegzés

Szakterdolgozatomban arra kerestem a választ, hogy vajon milyen hatása van a fesztiváloknak a veszprémi kistérségben illetve, hogy egy ilyen színvonalas fesztivál, mint a VeszprémFest, hozzá tud-e hozzájárulni a város és a fesztiválon részt vevők fejlődéséhez. Kiderült, hogy a fesztiválok jelenléte jelentős pozitív befolyással bír a gazdaságra, társadalmi és kulturális életre. A kistérség kisebb fesztiváljai is ugyanolyan kedvező hatásokkal bírnak, mint az országosan ismert VeszprémFest, csak kisebb mértékben érezhetőek a hatásaik és leginkább a helyi lakosság és helyi kisvállalkozók életminőségére hatnak. A kereskedelmi szálláshelyek, a vendéglátóegységek és múzeumok körében végzett kutatásom is azt bizonyítja, hogy jelentős gazdasági hatása van a fesztiváloknak. A magasabb színvonalú kereskedelmi szálláshelyeken jelentős a vendégéjszaka növekedés, míg a múzeumok kevésbé érzékelik a látogatószám bővülését. A fesztiválok, a múzeumok és egyéb kulturális intézmények hatékonyabb összefogásával, nagymértékben nőhetne a látogatószám, és ez Veszprém kulturális turizmusának növekedéséhez járulna hozzá.

A VeszprémFest, mint a város legkiemelkedőbb rendezvénye a színvonalas világsztár fellépőkkel, egyedi helyszínéből adódó különleges hangulatával és jól megválasztott marketingkommunikációjával országosan is ismert lett és az állam, az önkormányzat és sok neves szponzor támogatását élvezi. A folyamatos vendégelégedettségi kutatással a szervezők követni tudják a keresleti trendeket és sikeresek tudnak maradni. További fejlődési lehetőséget adhat a Veszprém Aréna nagyobb mértékű kihasználása illetve a külföld felé való nyitás. A VeszprémFest a városnak pozitív imázst teremt. Veszprém természeti és épített örökségeivel jó környezetet biztosít a fesztiválnak, ehhez ráadásul nagymértékben hozzájárultak az elmúlt évek beruházásai, amik tovább növelték Veszprém turisztikai vonzerejét, ezzel is hozzájárulva a fesztivál infrastruktúrájának színvonalához.

Kutatásom alapján azt mondhatom, hogy a kistérség bár gazdag természeti és épített örökségekkel és történelmi kultúrával rendelkezik mégsem képes teljes mértékben kihasználni jó adottságait. Természetesen lehet ezt a Balaton turistákat elszívó hatására fogni, de úgy gondolom, hogy a kistérség egy koncentráltabb marketingkommunikációval és egy egységes arculat létrehozásával több turistát csábíthatna a térségbe és „fővárosába” is. Természetesen ennek legfőbb akadálya

pénzügyi jellegű. Az önkormányzat nagyobb támogatására és a helyi nagyvállalatok szponzorációjára lenne szükség, hiszen ez számukra is, bár hosszú távon, de nagy nyereséget hozhat.

Úgy gondolom a VeszprémFest még szélesebb támogatókörrel és még intenzívebb marketingkommunikációval külföldön is méltán képviselhetné az országot, hiszen a színvonal, a profi szervezés, a széles programkínálat a kísérőrendezvényekkel már adott.

8. Mellékletek

Interjú kérdések Mészáros Zoltánhoz a VeszprémFest igazgatójához

- Miért a rendezvényszervezést választotta hivatásnak?
- Mikor kezdett a szakmában dolgozni?
- Mi a rendezvény célja?
- Milyen volt a fogadtatása 2004-ben?
- Hány jegy fogyott el 2015-ben? Növekvő a tendencia?
- Érzékelhető volt a válság hatása?
- Hogyan tudják biztosítani a stabil pénzügyi hátteret?
- Van lehetőség pályázni?
- Milyen marketingeszközöket használnak a fesztivál népszerűsítésére? Hogyan tudják finanszírozni?
- Milyen fejlesztési tervek vannak kilátásban a jövőben?
- Hatással van a fesztivál a város szálláshelyeire, vendéglátóegységeire?
- Milyen befolyása van a fesztiválnak a gazdasági és társadalmi fejlődésre?
- Balaton közelsége milyen hatást gyakorol a fesztiválra?
- Hogyan értékeli a veszprémi fesztiválokat?

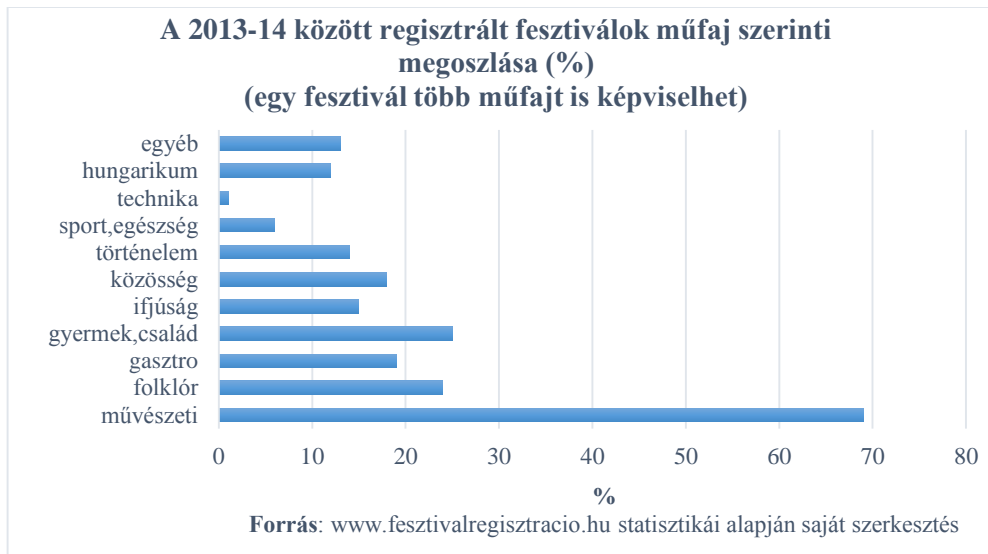
2015. szeptember 3. Veszprém

Interjú kérdések Dr. Burján Jenőnéhez veszprémi fesztiválszervezőhöz

- Milyen a fesztiválhelyzet Veszprémben?
- A helyi lakosság szempontjából milyen a fesztiválok fogadtatása?
- Miért mondják a városra, hogy „halott város”? Igaz a jelző?
- A Balaton közelsége milyen hatással van a városra fesztiválszempontról?
- Az önkormányzat támogatja a fesztiválokat? Ha igen, milyen formában?
- Milyen eszközökkel lehetne több látogatót csábítani a fesztiválokra illetve több turistát Veszprémbe?
- Milyen gazdasági/társadalmi hatása van a fesztiváloknak?
- Mitől vonzó Veszprém?

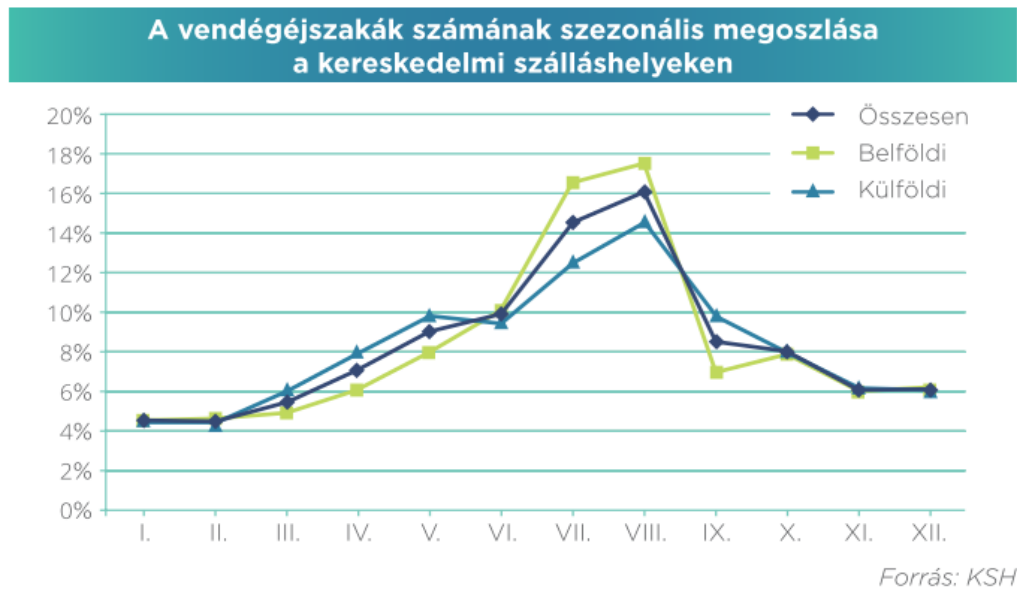
2015. szeptember 3. Veszprém

1. diagram

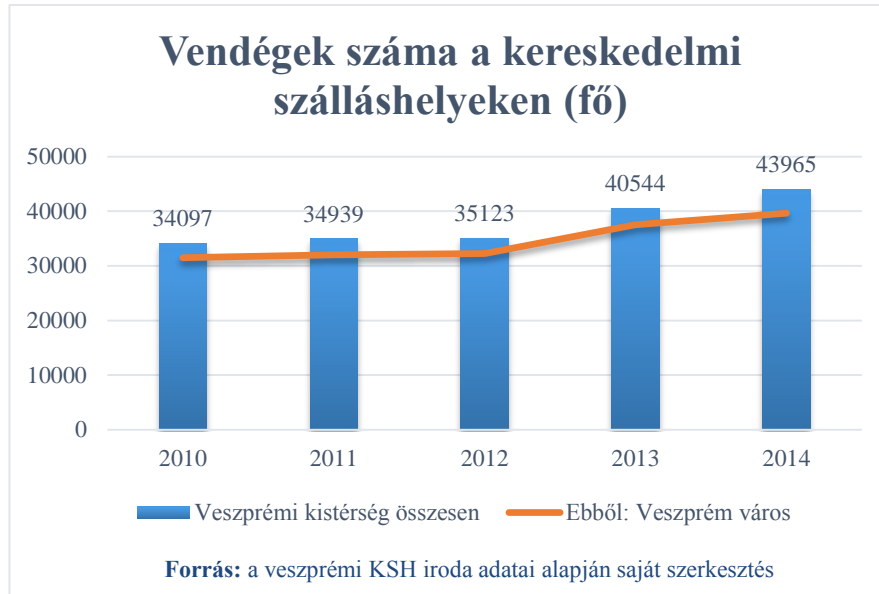


2. diagram

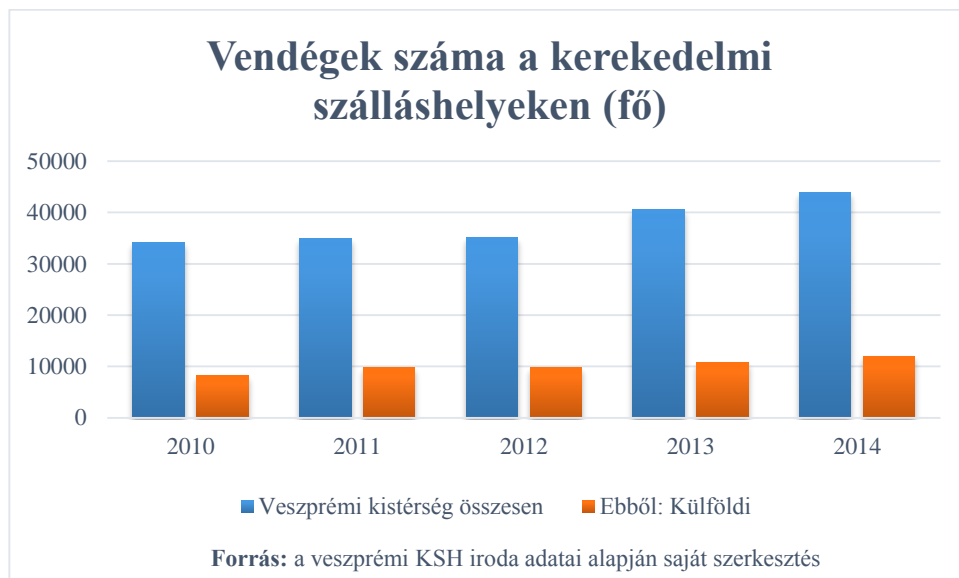
A vendégéjszakák számának szezonális megoszlása a kereskedelmi szálláshelyeken,
Magyarországon 2014-ben



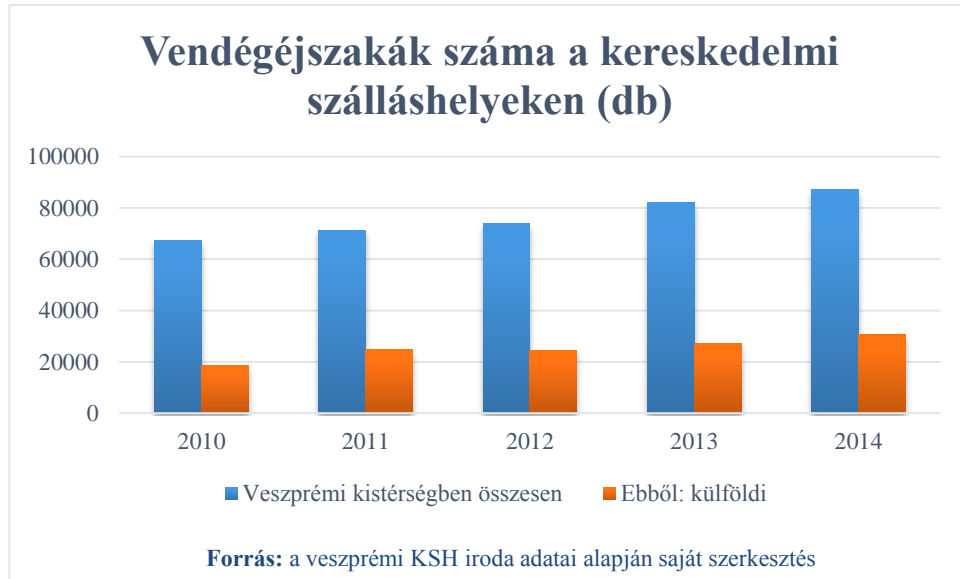
3. diagram



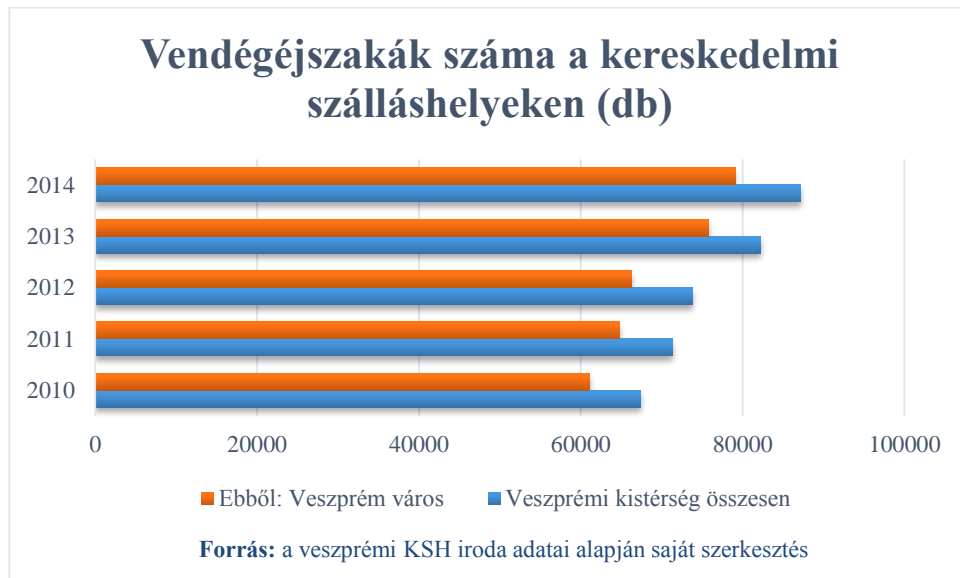
4. diagram



5. diagram



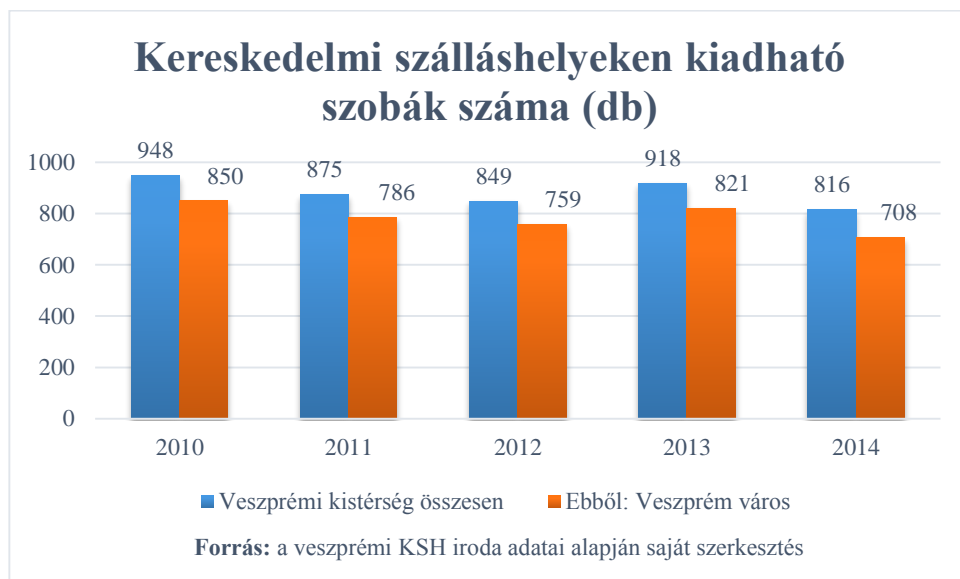
6. diagram



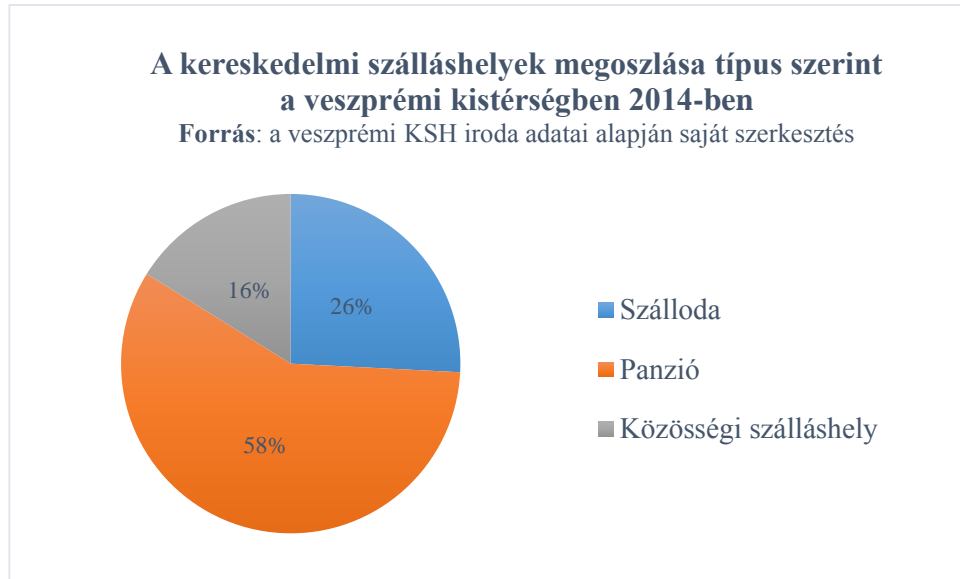
7. diagram



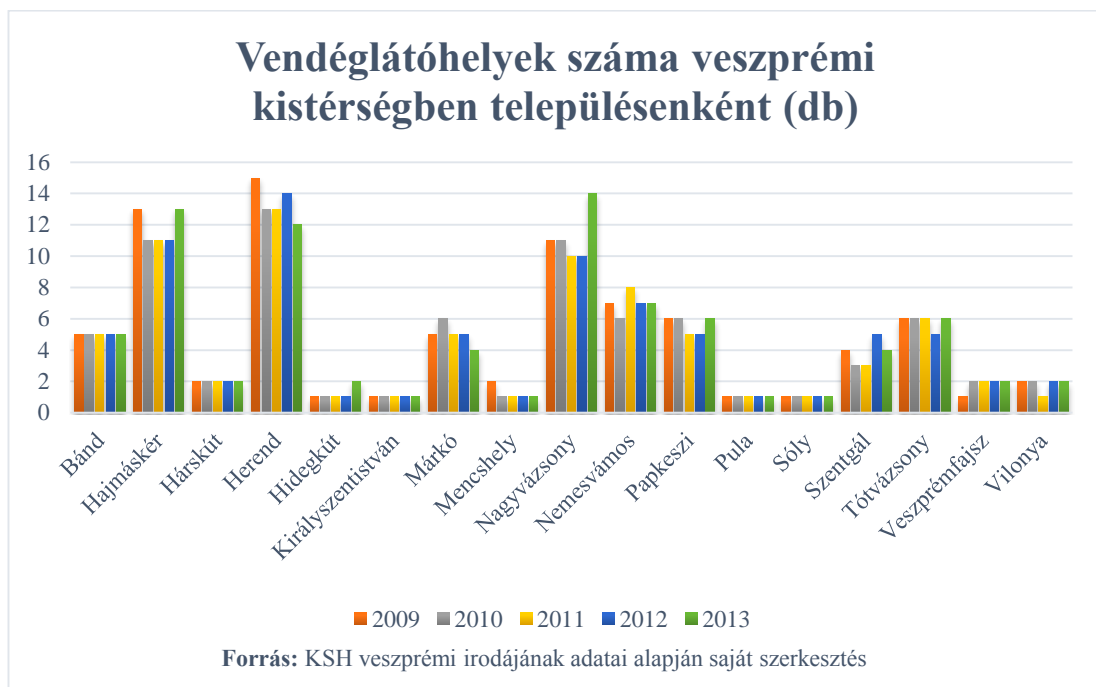
8. diagram

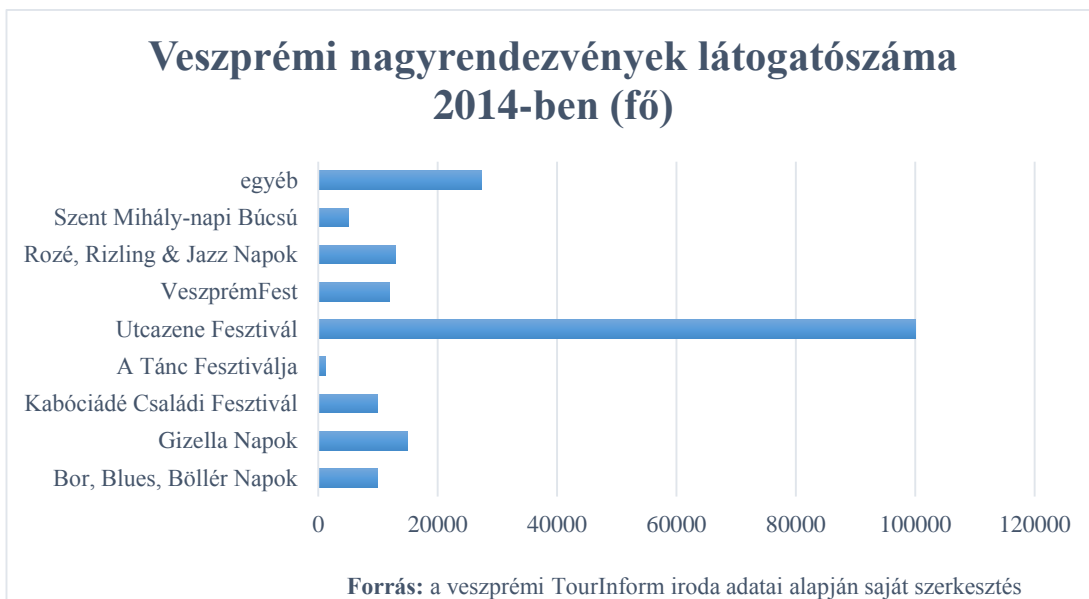
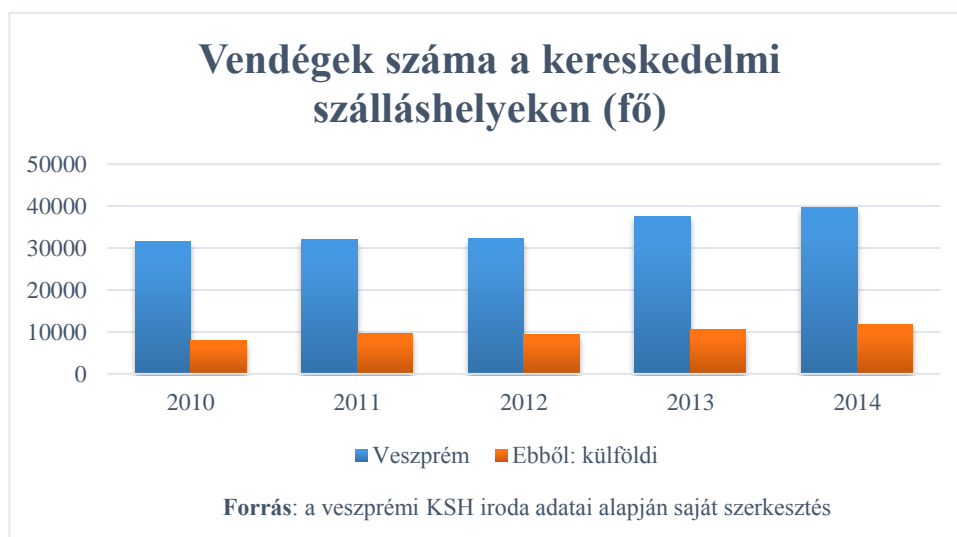


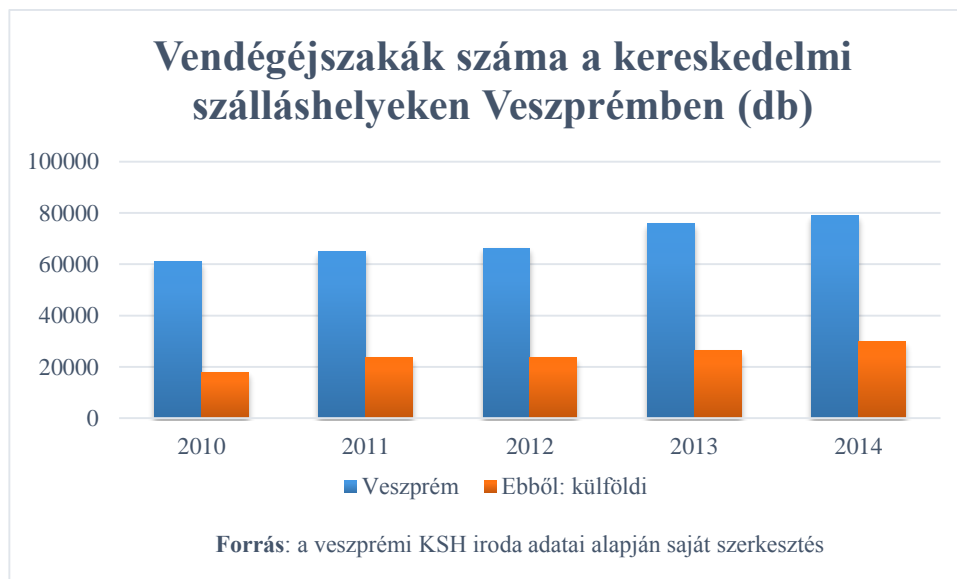
9. diagram



10. diagram



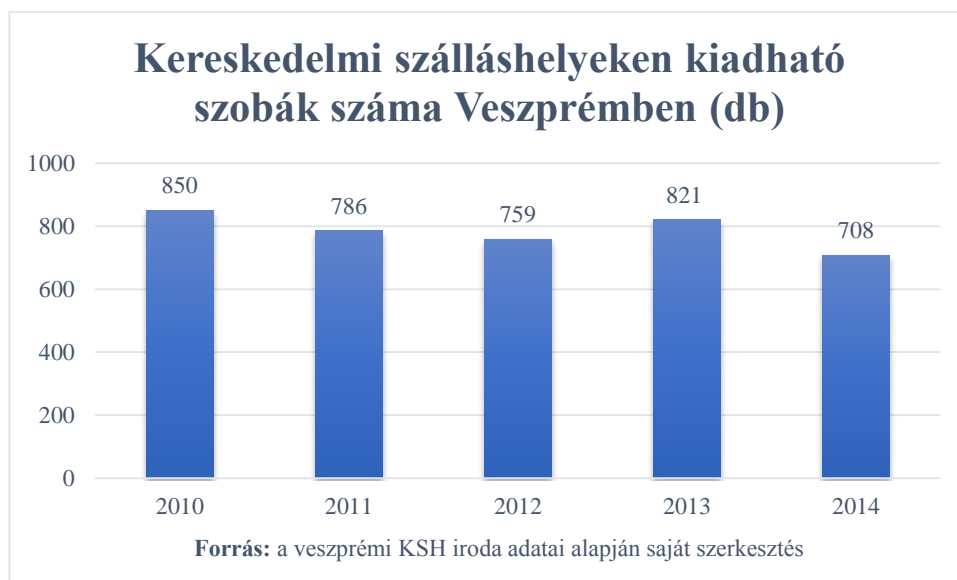
11. diagram**12. diagram**

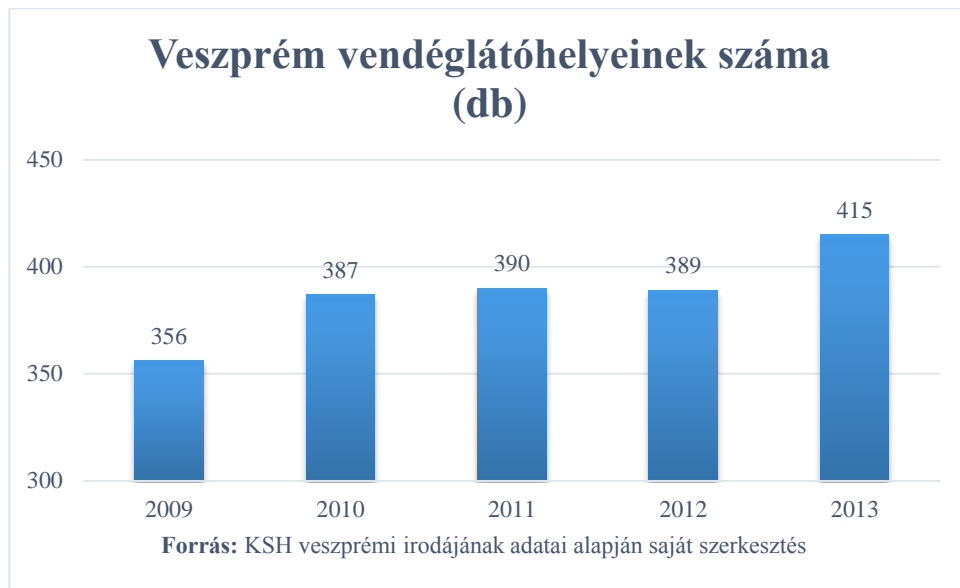
13. diagram**14. diagram**

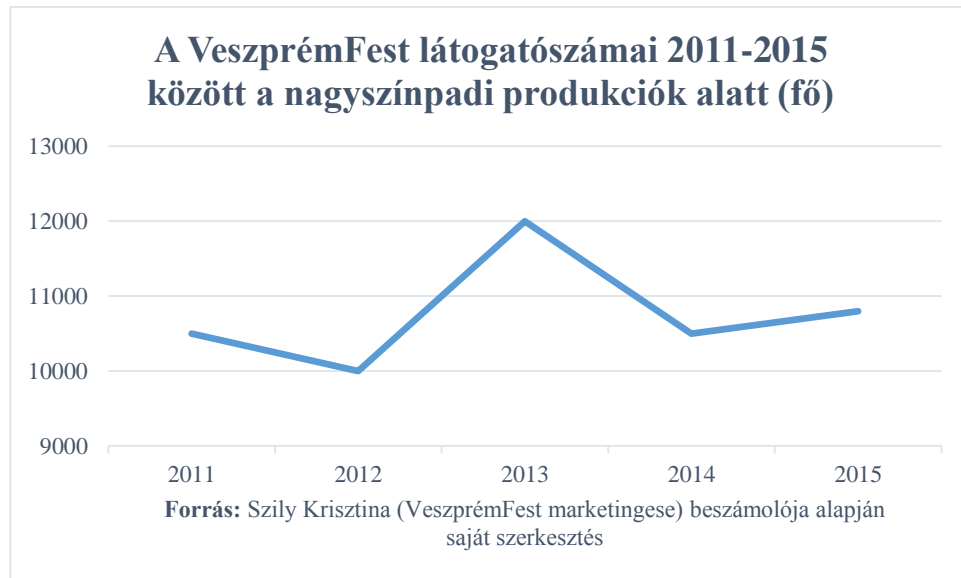
15. diagram



16. diagram



17. diagram**18. diagram**

19. diagram

1. táblázat

A fesztiválok célcsoportjai				
Életkor	2008-2011		2013-2014	
	db	%	db	%
0-14 év	199	62	90	65
15-26 év	266	83	105	76
26+	302	95	118	86

Forrás: www.fesztivalregisztracio.hu statisztikái alapján saját szerkesztés

2. táblázat

Bevételek a 319 fesztiválra összesen		
	Ft (ezer)	%
jegybevétel	5.192.918	23
vendéglátás,bérleti díj,reklám	1.592.631	7
egyéb saját forrás	8.166.213	36
NKA támogatás	1.239.965	5
Más központi,állami forrás	2.953.508	13
önkormányzati forrás	2.095.817	9
szponzor	1.012.061	4
külföldi támogatás	70.597	0
egyéb bevétel	400.014	2
összes bevétel	22.723.724	100

Forrás: www.fesztivalregisztracio.hu 2008-2011 közt regisztrált 319 fesztivál adatai alapján

3. táblázat

Látogatók száma		
	2008-2011	
	fő (millió)	%
Fizető	1,4	20
Nem fizető	5,7	80
Összes	7,1	100

Forrás:www.fesztivalregisztracio.hu

4. táblázat

Külföldi látogatók aránya az utoljára rendezett fesztiválon				
	2008-2011		2013-2014	
	db	%	db	%
nem volt külföldi	29	9	22	16
1-5 %	116	36	47	34
6-10 %	79	25	29	21
11-15 %	28	9	17	12
16-20 %	24	8	4	3
20 % feletti	43	13	19	14
összesen	319	100	138	100
Forrás: www.fesztivalregisztracio.hu				

5. táblázat

A fesztiválszervező jogállása				
	2008-2011		2013-2014	
	db	%	db	%
önkormányzat	18	6	12	9
intézmény (állami, önkormányzati...)	105	33	32	23
egyesület, alapítvány, önkormányzat által alapított kht., közhasznú zrt.	104	33	41	30
nem önkormányzat által alapított kht., közhasznú zrt.	15	5	2	1
gazdasági társaság, vállalkozás	58	18	39	28
egyéb pl. egyházi intézmény	19	6	12	9
összesen	319	100	138	100
Forrás: www.fesztivalregisztracio.hu				

6. táblázat

A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Magyarországon

Forrás: www.ksh.hu

4.5.12. A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma (2001–)

Év	A kereskedelmi szálláshelyek				Ebből: a szállodák			
	vendégei		vendégéjszakái		vendégei		vendégéjszakái	
	összesen	ebből: külföldi	összesen	ebből: külföldi	összesen	ebből: külföldi	összesen	ebből: külföldi
Száma, ezer								
2001	6 073	3 070	18 648	10 894	3 988	2 432	11 626	7 640
2002	6 176	3 013	18 450	10 361	4 060	2 427	11 681	7 529
2003	6 315	2 948	18 611	10 040	4 092	2 375	11 699	7 346
2004	6 616	3 270	18 899	10 508	4 571	2 745	12 638	8 106
2005	7 064	3 446	19 737	10 779	5 018	2 911	13 599	8 465
2006	7 183	3 310	19 652	10 046	5 134	2 788	13 701	7 905
2007	7 474	3 451	20 128	10 171	5 417	2 906	14 129	8 008
2008	7 651	3 516	19 974	10 010	5 623	2 983	14 174	7 919
2009	7 151	3 228	18 710	9 220	5 179	2 728	13 103	7 276
2010	7 473	3 462	19 554	9 614	5 596	3 005	14 098	7 842
2011	8 021	3 822	20 616	10 411	6 183	3 367	15 372	8 642
2012	8 385	4 164	21 805	11 392	6 584	3 689	16 624	9 582
2013	8 885	4 388	22 968	11 983	7 003	3 870	17 568	10 015
2014	9 640	4 618	24 434	12 351	7 514	4 036	18 457	10 274
Az előző év azonos időszaka = 100,0								
2001	102,2	102,6	101,5	103,6	101,0	102,1	101,3	103,7
2002	101,7	98,1	98,9	95,1	101,8	99,8	100,5	98,5
2003	102,3	97,8	100,9	96,9	100,8	97,9	100,2	97,6
2004	104,8	110,9	101,5	104,7	111,7	115,6	108,0	110,4
2005	106,8	105,4	104,4	102,6	109,8	106,0	107,6	104,4
2006	101,7	96,0	99,6	93,2	102,3	95,8	100,8	93,4
2007	104,1	104,3	102,4	101,2	105,5	104,2	103,1	101,3
2008	102,4	101,9	99,2	98,4	103,8	102,6	100,3	98,9
2009	93,5	91,8	93,7	92,1	92,1	91,5	92,4	91,9
2010	104,3	107,1	104,3	104,1	107,9	110,0	107,5	107,7
2011	107,3	110,4	105,4	108,3	110,5	112,1	109,0	110,2
2012	104,5	108,9	105,8	109,4	106,5	109,5	108,1	110,9
2013	106,0	105,4	105,3	105,2	106,4	104,9	105,7	104,5
2014	108,5	105,2	106,4	103,1	107,3	104,3	105,1	102,6

7. táblázat

A szálláshelyek kapacitása és vendégforgalma Veszprém megyében

Forrás: www.ksh.hu

11.1. tábla A szálláshelyek kapacitása és vendégforgalma

Megnevezés	2012	2013	2014
Kereskedelmi szálláshelyek			
Egységek száma ^{a)}	266	246	237
Férőhelyek száma ^{a)}	35 103	32 917	31 582
Vendégek száma	528 457	547 753	582 809
Ebből: külföldi	118 651	119 460	125 820
Vendégéjszakák száma	1 595 772	1 616 955	1 725 738
Ebből: külföldi	541 095	546 191	578 393

8. táblázat

Forrás: Veszprém Megyei Jogú Város Kulturális koncepciója (2014) alapján saját szerkesztés

Veszprémi turizmust szolgáló intézkedések végrehajtásának ütemezése								
Intézkedés megnevezése	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Baltoni Korona térségi fizetőszköz népszerűsítése	■	■	■	■	■	■	■	■
Meglévő Veszprémikumok fejlesztése		■	■		■	■	■	■
Új Veszprémikumok kifejlesztése			■	■	■	■	■	■
Tematikus turisztikai csomagok kidolgozása és további turisztikai attrakciók létrehozása		■	■	■	■	■	■	■
Vendégfogadási feltételek javítása és a turisztikai információs rendszer fejlesztése		■	■	■	■	■	■	■

■ előkészítés ■ végrehajtás ■ utánpótlás

9. táblázat

Forrás: www.veszprémfest.hu

július 15. Roger Hodgson a SUPERTRAMP egykori énekese	I. helyár	II. helyár	III. helyár	IV. helyár	Tribün		
	17 900	14 900	11 900	9 900	19 900		
július 16. Kool & the Gang	állóhely		tribün				
	7 900		19 900				
július 17. Dee Dee Bridgewater	I. helyár	II. helyár	III. helyár	IV. helyár	Tribün		
	9 900	8 900	7 900	5 900	14 900		
július 18. Emeli Sandé Veszprém Aréna	I. helyár	II. helyár	III. helyár	IV. helyár	V. helyár	VI. helyár	Tribün
	16 900	14 900	12 900	10 900	9 900	7 900	19 900

10. táblázat

Forrás: www.veszprémfest.hu

július 16. Mike Stern & Didier Lockwood	I. helyár	II. helyár	III. helyár
	7 900	6 500	4 900
július 17. Jack DeJohnette / Made in Chicago	I. helyár	II. helyár	III. helyár
	7 900	6 500	4 900
július 18. Carmen Souza & Theo Pascal	I. helyár	II. helyár	III. helyár
	6 900	5 500	4 500

11. táblázat

Forrás: www.veszpremfest.hu

 július 17. MOVITS!	Állóhely
	2 700
 július 18. Moonlight Breakfast	Állóhely
	2 200

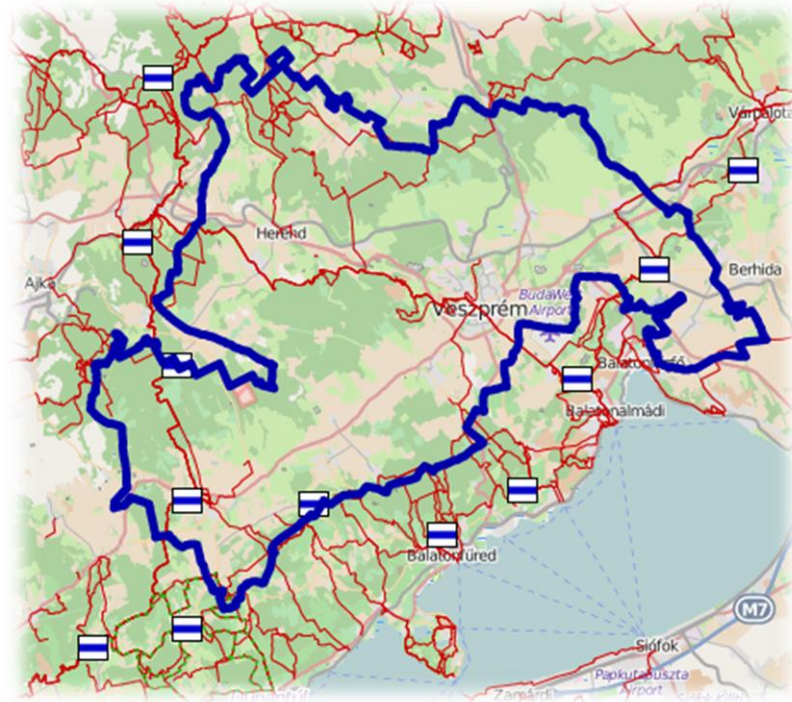
12. táblázat

A VeszprémFest támogatói (2015)					
Főtámogató	Kiemelt támogatók	Kiemelt médiatámogató	VeszprémFest bankja	Támogatók	Médiatámogatók
MVM	Veszprém városa	TV2	Kinizsi Bank	Opel	Magyar Narancs
	NKA			MTD	Pannon Lapok Társasága
	Szerencsejáték Zrt.			Nitrogénművek Zrt.	Index
				Valeo	HVG
				Balluff	port.hu
				Pepperl+Fuchs	Metropol
				Beurer	Népszabadság
				NassMagnet	Class FM
				JOST	Borigo
				Continental	Jazzy rádió
				LOcarGO	Klasszik rádió
				Veszprém Aréna	boraszpotal.hu
					Funzine
Forrás: veszpremfest.hu alapján saját szerkesztés					Libri

1. ábra

A veszprémi kistérség területe (kék vonallal körbekerítve) turistaútvonalakkal (piros vonalak)

Forrás: <http://data2.openstreetmap.hu/terkep/Veszpr%C3%A9mi+kist%C3%A9rs%C3%A9g>

**2. ábra**

Kinizsi-napok Nagyvázsonyban

Forrás: www.veol.hu



3. ábra

25. Művészetek Völgye plakátja

Forrás: <http://fesztivalok.varosom.hu/programok/muveszetek/Muveszetek-Volgye.html>

**4. ábra**

Szentháromság tér a veszprémi várban a Szent Mihály székesegyházzal

Forrás: www.veszpremfest.hu



5. ábra

Veszprém Aréna

Forrás: www.veszpremfest.hu



6. ábra

Nagyszínpad a VeszprémFesten a veszprémi várban

Forrás: www.veszpremfest.hu



9. Felhasznált irodalom

Könyvek:

- DÉR CSABA DEZSŐ (2013). *Kreatív eseménymenedzsment*, Arts & Business Kft., Budapest
- DR. SZALÓK CSILLA ÉS SZELES PÉTER (2006). *Idegenforgalmi kisvállalkozás vezetése*, BGF KVIFK, Budapest
- HUNYADI ZSUZSA, INKEI PÉTER, SZABÓ JÁNOS ZOLTÁN (2006). *Fesztivál-Világ*, KultúrPont Iroda, Budapest
- JUDY ALLEN (2010). *A rendezvényszervezés nagykönyve*, Akadémiai Kiadó, Budapest
- JUHÁSZ J., SZŐKE I., Ó.NAGY G., KOVALOVSKY M. (1972). *Magyar Értelmező Kéziszótár*, Akadémiai Kiadó, Budapest
- KOZMA BOGLÁRKA (2002). *Turizmus marketing*, BGF KVIFK, Budapest
- KUNDI VIKTÓRIA (2012). *Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemzése, doktori értekezés (tervezet)*, Győr, Hozzáférés: rgdi.sze.hu/downloadmanager/download/nohtml/1/id/3784/m/2307 [olvasva: 2015.október 13.]
- KUNDI VIKTÓRIA (2014). *Fesztiválok jellemzői és jelentőségük napjaink turizmusában*, IDRResearch Kft./Publikon Kiadó, Pécs-Győr
- LŐRINCZ KATALIN - RAFFAY ÁGNES (2013). *Vendégelégedettségi vizsgálatok Veszprémben-Boldog utazók, boldoguló desztinációk p.61-72* Hozzáférés: http://www.foldrajzitorsasag.hu/downloads/2014_jollet_es_turizmus.pdf [olvasva: 2015.október 20.]
- ÓRSI ÁGNES (2000). *Vendégváró: Látnivalók Veszprém megyében*, Well-Press Kiadó, Miskolc
- SZABÓ JÁNOS ZOLTÁN (2014). *A fesztiváljelenség*, Kultinex Nonprofit Kft.

Kiadványok, prezentációk:

- LŐRINCZ KATALIN: A kulturális turizmus jellemzői a hazai történelmi városokban, prezentáció, Hozzáférés: http://www.gkrte.hu/user/magazin2/369/A_kulturalis_turizmus_jellemzoi_a_hazai_tortenelmi_varosokban.pdf [olvasva: 2015.október 20.]
- Veszprém Megyei Jogú Város Gazdasági programja, 2015, Hozzáférés: www.veszprem.hu [olvasva: 2015.október 15.]
- Veszprém Megyei Jogú Város Kulturális koncepciója, 2014, Hozzáférés: www.veszprem.hu [olvasva: 2015.október 15.]
- Veszprém Megyei Jogú Város Marketingstratégiája, 2012 augusztus, Hozzáférés: www.veszprem.hu [olvasva: 2015.október 15.]

Folyóirat-,és újságcikkek:

- DR. MELANIE SMITH: Fesztiválok és Turizmus: lehetőségek és konfliktusok, Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám
- Hetiválasz - Rozé, dzsessz, Veszprém, 2014.június 12, p.50-51, XIV. évfolyam 24. szám
- KUNDI VIKTÓRIA (2012). *Fesztiválok társadalmi és kulturális hatásainak mérése: módszertani áttekintés*, E-conom online tudományos folyóirat, 2012. I./2 szám, Nyugat-Magyarországi Egyetem Kiadó, Hozzáférés: <http://real.mtak.hu/29786/> [olvasva: 2015.október 11.]
- KUNDI VIKTÓRIA: Fesztiválok gazdasági hatásmérésére alkalmazott nemzetközi és hazai modellek bemutatása, Tér és Társadalom, 26. évfolyam 4. szám 2012 tet.rkk.hu/index.php/TeT/article/download/2080/4628 [olvasva: 2015.október 22.]
- LŐRINCZ KATALIN: Veszprém turizmusának jellemzői egy belföldi kutatás tükrében, Turizmus Bulletin XI. évfolyam 3. szám
- Népszabadság - Életre kelt elefánt, 2015.július 20, p. 12, LXXIII. évfolyam 168. szám
- Népszabadság - Pavarotti helyett flamenco, 2013.07.20, p.14, XXI. évfolyam 168. szám

Internetes források⁴⁸

- <http://www.bakony-balaton.hu>
- <http://www.fesztival.eu>
- <http://www.fesztivalregisztracio.hu>
- <http://www.fesztivalszovetseg.hu>
- http://www.ksh.hu/teruleti_atlasz_kistersegek
- <http://www.nka.hu>
- <http://www.programturizmus.hu>
- <http://www.szakmai.itthon.hu>
- <http://www.szeretlekmagyarorszag.hu/fesztivalok-2015/>
- <http://www.turizmus.com>
- <http://www.turizmusonline.hu>
- <http://www.veszprem.hu>
- <http://www.veszprem.utisugo.hu>
- <http://www.veszpremarena.hu>
- <http://www.veszpreminfo.hu>
- <http://www.veszpremmegye.eu>
- <http://www.veszpzoo.hu>
- <http://www.vpmegye.hu>

⁴⁸ az alábbi honlapok folyamatos követése volt jellemző