

**A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. desztináció és  
turizmusfejlesztési stratégiája\*  
2016-2020**

**Készítette:** Barcza Attila

\*A desztináció és turizmusfejlesztési stratégia a "*Turisztikai szervezetek (TDM) fejlesztése*"  
GINOP - 1.3.4 -15 pályázat mellékletét képezi

## Tartalomjegyzék

1. Vezetői összefoglaló
2. A TDM szervezet bemutatása
3. Helyzetelemzés
  - 3.1. Kereslet-kínálat elemzése
    - 3.1.1. A helyi szintek kínálatát meghatározó attrakcióknak, szolgáltatásoknak és azok térségi szintű integrálási és fejlesztési lehetőségeinek bemutatása
    - 3.1.2. Piacelemzés - vendégkör célcsoportok szerinti elemzése (bel- és külföldi turisták szemszögéből egyaránt), potenciális piacok
    - 3.1.3. Versenyhátrány-analízis, kiemelve az egyedi jellemzőket, kiemelten hasonló kínálattal rendelkező, külföldi térségek vizsgálata
4. Szervezeti háttér, kapcsolatrendszer elemzése
  - 4.1. A TDM fejlesztésében érintett szervezetek, külső szervezeti kapcsolódások
  - 4.2. Térségben működő helyi TDM szervezetek bemutatása
5. Tematikus SWOT-analízis Sopron és környéke turizmusáról
6. Jövőkép
  - 6.1. Meglévő vagy kialakítandó kínálati profil
    - 6.1.1. Kulturális és műemléki turizmus, örökségturizmus - prioritás
    - 6.1.2. Egészségturizmus - prioritás
    - 6.1.3. Ökoturizmus - prioritás
    - 6.1.4. További kínálati elemek
  - 6.2. Létrehozandó szervezet kínálatának piaci pozicionálása
    - 6.2.1. A Sopron Régió Nonprofit Kft., TDM szervezet tevékenységével összefüggő változások
  - 6.3. Illeszkedés a szomszédos, illetve hasonló profillal rendelkező térségek pozicionálásához, de legfőképpen a Magyarország-brand-hez
7. Összegzés
8. Irodalom

## 1. Vezetői összefoglaló

A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. (TDM) 2016-2020 közti időszakra készült stratégiája egy olyan időszakban készült, amikor a mikro-, mezo- és makrokörnyezet gazdasági, társadalmi és politikai történései a turizmus fejlesztésének tervezési, szervezési és megvalósítási feladataihoz nehezen kiszámítható körülményeket biztosítanak.

A jövőképek, a stratégiai céloknak és alcéloknak, a megvalósításaikat segítő eszközöknek és forrásoknak alkalmazkodniuk kell az új utazási trendekhez és szokásokhoz, az infokommunikációs társadalom sajátos körülményeihez és segíteniük kell a térségi turizmust érintő kedvezőtlen tendenciák visszaszorítását. A 2016-2020 közti tervezési időszak országos, regionális, megyei, járási, települési és szervezeti szinteken is új tervek, koncepciók, stratégiák, programok és intézkedési tervek készítésének időszaka, valamint változás történik az EU-források célkitűzéseiben és támogatási rendszereiben is. A meghatározó országos, térségi és megyei dokumentumok a fő irányvonalakra vonatkozólag a stratégia készítésének időpontjában részben vagy egészben már rendelkezésre állnak, de a részletes programokban, a végrehajtás mikéntjében még sok a kérdőjel, hiszen most történik ezek kidolgozása, ami nehezíti a konkretizálást, az időbeli ütemezést, az előzetes tervezést.

Jelen stratégia és a TDM tevékenységének célja, hogy olyan kedvező változások előmozdítója legyen Sopron és térsége turizmusában, melyek a fejlődést minőségi és mennyiségi komponensek alapján egyaránt elősegítik és a turizmus pozícióit erősítik. A stratégia alapidokumentumként vette figyelembe a Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepcióban és a Győr-Moson-Sopron Megye Területfejlesztési Koncepciójában rögzített stratégiai célokat, feladatokat, területeket, prioritásokat és kiemelt turisztikai termékeket, melyek nagyfokú egyezést mutatnak Sopron és térsége turisztikai profiljával. A teljes stratégiai dokumentumban megjelölt fejlesztési irányok meghatározását, kategorizálását és részletezését az intézkedési terv tartalmazza.

A fejlesztési időszakra az alábbi fő célok és prioritások határozhatók meg:

- A korszerű trendekhez igazodó turisztikai termékfejlesztés, kiemelten az ökoturizmus, az egészségturizmus és a kulturális turizmus területén.
- A turizmusban érdekelt szolgáltatók, civil szervezetek, intézmények és turisztikai szervezetek hálózatosodásának, klaszterbe szerveződésének elősegítése, tapasztalatainak monitorozása, a térségi idegenforgalmi trendek, elvárások és tapasztalatok feltárása a turisták körében végzett felmérésekkel, konzultációkkal.
- A desztinációk adottságaira szerveződő aktív turisztikai szolgáltatások fejlesztése és csomagajánlatban történő megjelenítése, a célcsoportok igényeihez illeszkedő fejlesztések.
- Együttműködés és marketing a kiemelkedő vonzerők különböző szintű desztinációvá fejlesztése érdekében (Barlangszínház, Páneurópai Piknik Emlékpark, Sopron történelmi belváros, stb.).
- A turisztikai infrastruktúra infokommunikációs és egyéb területeket érintő fejlesztése érdekében történő együttműködésekben, pályázatokban való közreműködés.
- A desztinációmenedzsment folyamatos belső és külső fejlesztése, korszerű szemlélet és gyakorlat megvalósítása. A térség vonzerőihez kapcsolódó imázs- és brandformálás.

A stratégia a TDM szervezet bemutatása után helyzetelemzés formájában tekinti át a térség alapvető turisztikai fogadási feltételeit, keresleti és kínálati viszonyait, piaci szegmenseit, a célcsoportokat motivációjuk és az adottságok, lehetőségek összefüggésében vizsgálva. Kitér a

piaci környezetben jelenlévő versenytársak desztinációra gyakorolt hatására. Részletes SWOT-analízis formájában történik az erőségek, gyengeségek lehetőségek és veszélyek számbavétele. A monitoring indikátorok meghatározásával mérhetővé válik a fejlődés dinamizmusa. Sopron és térsége a magyar turizmusnak tradicionálisan magas turisztikai értékekkel és termékekkel rendelkező területe, melynek azonban nehezedő versenyhelyzetben, változó, kedvezőtlen jelenségeket is hordozó piaci körülmények között kell megújulnia, meghatározó turisztikai termékeit hazai és nemzetközi desztinációvá formálnia, az új igényekhez igazodóan tematikus és célcsoporti mennyiségi és minőségi kínálatot fejlesztenie és mindezt a korszerű infotechnikát és marketingkommunikációt alkalmazva elvégeznie. A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. (TDM) 2016-2020-ra vonatkozó stratégiája ezeknek a céloknak a megvalósításához kíván hozzájárulni.

## 2. A TDM szervezet bemutatása

A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. aktív működését 2013-ban kezdte, két főállású alkalmazottal (ügyvezető és szakmai menedzser) a Tourinform iroda (2 fő) és a Tűztorony információs (2 fő) pontjának munkatársaival.

Az eltelt viszonylag rövid idő alatt a TDM szervezet irányításával több, pályázati forrásból finanszírozott turisztikai fejlesztés valósult meg, melyek közül kiemeljük a legjelentősebbeket:

- fejlesztési stratégia elkészítése a 2014-2020 időszakra,
- szolgáltatói felmérés, vendégelégedettségi felmérés,
- tematikus útvonalak kialakítása Sopronban,
- egységes honlap kialakítása és működtetése
- térségi hálózatszervezési tevékenység (145 szerződött partnerrel),
- részvétel és a Sopron Régió képvisellete hazai és nemzetközi idegenforgalmi rendezvényeken,
- a legkorszerűbb mobil alkalmazások kidolgozása és hozzáférhetővé tétele Sopronban,
- 6 érintőképernyős idegenforgalmi információs terminál üzembe helyezése,
- információs és tájékoztató rendezvények a TDM munkájáról,
- nyomtatott és online kiadványok a térség turisztikai értékeiről (eseménynaptár, image-kiadvány, stb.),
- sikeres pályázat a Páneurópai Piknik Emlékhely Európai Örökség cím elnyeréséért

A TDM szervezet tevékenységét a Kft. tulajdonosi közösségének ellenőrzése alatt végzi.

Tulajdonosi összetétel: Sopron Megyei Jogú Város Önkormányzata (10%), Pro Kultúra Sopron Nonprofit Kft. (10%), Sopron Vízmű Zrt. (10%), Sopron és Térsége Önkormányzati Társulás (10%), Sopron Turizmusáért Egyesület (10%), Sport Club Sopron (10%), Bormarketing Műhely Nonprofit Kft. (20%), VOLT Produkció Kft. (10%), Pannon Sopron Regionális TV Műsorgyártó és Szolgáltató Kft. (10%).

A TDM szervezeti rendszerfejlesztése sokoldalú együttműködésen alapul, melyet a partneri szerződéssel rendelkező résztvevők magas száma is jelez.

2015-ben a Modern városok programjának keretein belül több olyan fejlesztés állami finanszírozására is ígéretet kapott a város, melyek lényegesen befolyásolják a Sopron Régió idegenforgalmi fejlődését. Ezek közül a leglényegesebbek a következők: a történelmi belváros megújítása, a Fertő tó ökoturisztikai fejlesztése, a M85-ös főútvonal fejlesztése Csorna-Sopron között az országhatárig, Lőverek program.

Lényeges, hogy ezeknek a fejlesztéseknek a megvalósítása során a TDM partnereivel együtt megfelelő szinten képviselhesse a térség turizmusát.

### **3. Helyzetelemzés**

Az alábbi helyzetelemzés tartalmazza a TDM-hez tartozó turisztikai térség fő keresleti-kínálati elemeit, piacelemzését és a versenytárs-analízist. A három terület egyes elemei jellegüknél fogva a részfejezetekben is megjelennek.

#### **3.1. Kereslet-kínálat elemzése**

##### **3.1.1. A helyi szintek kínálatát meghatározó attrakcióknak, szolgáltatásoknak és azok térségi szintű integrálási és fejlesztési lehetőségeinek bemutatása**

###### ***3.1.1.1. Az utazás szervezési formáival összefüggő piaci változások***

Az utazási szokások egyik legjelentősebb átalakulása közé sorolható a csoportos utazások arányának csökkenése, mely nagymértékben érinti Sopront. A korábbi időszakokban a város idegenforgalmában jelentős volt a csoportos utazások aránya, melynek keretében a vendégek egyrészt tranzitszállás jellegű vendégéjszakákat vettek igénybe, másrészt a város, mint úti cél szerepelt többnapos programjukban. Ezeknek a változásoknak az egyik következménye az egyéni szervezésű utazások arányának növekedése, melyben felértékelődött az internetes információk és a foglalási lehetőségek jelentősége. Ezzel összefüggésben a versenyképesség egyik alapvető tényezője lehet a folyamatos infokommunikációs fejlesztés (technikai és tartalmi), hogy az egyéni turisták úti cél választásában Sopron és környéke vonzóerő megfelelően jelenhessenek meg.

Fejlesztési javaslat:

- Az informatikai háttér és tartalom fejlesztésének egy lehetősége lehet a TDM pályázati támogatásból megvalósuló honlapfejlesztése (infokommunikációs fejlesztések).

###### ***3.1.1.2. Az ifjúsági turizmus támogatott utazásaiból adódó piaci helyzet***

A korábbi időszakokban kulturális, örökségturisztikai és ökoturisztikai értékeinél fogva az osztálykirándulások népszerű célpontja volt Sopron. Ezen a téren visszaesés következett be, melynek okai összetettek. A város és térsége határhelyzete ellenére nem került be a Határtalanul program preferált térségei közé. Az ide szervezett kirándulásokra pályázati támogatás nem kérhető, ami jelentős hátrányt jelent. Lecsökkent az erdei iskolai programokat támogató pályázatok száma is, ami mind a soproni térség, mind a Fertő-Hanság Nemzeti Park Fertő-táj térségének vendégforgalmára kedvezőtlen hatást gyakorol.

Fejlesztési javaslatok:

A kedvezőtlen tendenciák mérséklésének lehetősége lehet:

- Lobbizás a térség bevonásáért a Határtalanul programba
- Ifjúsági csomagajánlatok, kedvezménycsomagok és tematikus útvonalak kidolgozása pályázati támogatásból
- Adatgyűjtés az ifjúsági turizmus alakulásáról
- Adatbázis létrehozása és együttműködés kialakítása az ifjúsági csoportokat fogadó szállásadókkal, vendéglátóhelyekkel és programszervezőkkel
- Az ifjúsági turizmus lehetőségeinek megjelenítése a honlapon

###### ***3.1.1.3. Bevásárlóturizmus***

Sopronban és térségében földrajzi fekvése alapján jelentős az átutazó turizmus és a bevásárló turizmus, melyet az egyes árfolyammozgások fluktuáló hatással determinálnak. Az osztrák

bevásárlóturisták vonatkozásában az árak emelkedésével mennyiségi visszaesés következett be. A közelebbi térségekből érkező osztrák turisták még mindig jelentős számúak, de fajlagos költségük mérséklődött. Jelentős az az általában nyugdíjas korú réteg, mely takarékoságból vesz igénybe magyar szolgáltatásokat (fodrászt, kozmetikust, gyógyászati szolgáltatásokat, medical wellnesst) és azt kisebb bevásárlással, étkezéssel köti össze. A bevásárlóturizmus területi áthelyeződése is problémát jelent Sopronban. Korábban egyértelműen a történelmi belváros és környéke volt a bevásárlóturizmus színtere, mely jelentős parkolási kapacitást igényelt. Ebben az időszakban a Várkerületen lévő üzletek viszonylag nagy távolságon történő elhelyezkedése ellenére is élénk volt a forgalom. A térség nagyobb városaihoz hasonlóan azonban az új vásárlói szokásokhoz igazodó bevásárlóközpontok kiépüléséhez a történelmi belvárosban nem volt elég hely. Eleinte még a városközpont közelében, a határátkelő felé vezető belső út mentén létesültek nagyobb üzletközpontok (Stadion üzletház, Kristály üzletház, Interspar, MOMA, Sopron Plaza, Mediterraneo) és változó időtartamban nagy forgalmat bonyolítottak le a turisták viszonylagos városközpontban tartása mellett. A soproni elkerülőút megépítése, majd az Alpha park és a Tesco köré csoportosuló Family Center, mint külső bevásárlóközpont létrejöttével a bevásárlóturizmusban gyökeres átalakulás és egyben forgalomáthelyeződés következett be.

Ez a célszegmens viszont még mindig lényeges gazdasági tényezőt jelent, tehát megtartása lényeges feladat.

A térségi bevásárló- és szolgáltatásturizmus piaci szegmensének alapvetően az osztrák bevásárlóturisták tekinthetők, melyek zöme a határ menti térségből vagy viszonylag közeli településekről érkezik. Kisebb arányban vehetők figyelembe a szervezett utak keretein belül érkező külföldi turisták. A tervezési időszakra vonatkozólag viszont szükséges megvizsgálni az európai turizmusban mind nagyobb arányban megjelenő keleti (orosz, stb.) turisták térségi jelenlétét, melyek fajlagos költség tekintetében jó kategóriát képviselnek.

Fejlesztési javaslatok:

- A pályázati támogatás segítségével vendégelégedettségi felmérés készítése a bevásárlóturizmus célszegmensének igényeiről, ezek folyamatos monitorozása érdekében
- Ezen felmérés alapján a megújult Várkerület további forgalom-fejlesztési lehetőségeinek feltérképezése
- A helyi termékek és bevásárlási lehetőségek honlapon történő megjelenítésének igényfelmérése
- A térségi specialitásoknak és helyi termékeknek megjelenési lehetőséget szükséges biztosítani a honlapon

#### **3.1.1.4. Egészségturizmus**

Sopron pozíciója erős az egészségturizmus, ezen belül a fogászati (dentalturizmus) és egyes gyógyturisztikai területeken, melyben a vállalkozói kör szerepvállalása a meghatározó. Sopron „a fogorvosok fővárosa”, ahol a legkorszerűbb fogászati eljárások igen rövid határidővel igénybe vehetők. A fogászati magánvállalkozások szolgáltatásait egyre nagyobb mértékben komplex csomagban értékesítik, ami szállítást, egészségügyi ellátást és szállást, étkezés biztosítását is magában foglalhatja. Hegykő térségi szerepe egyre erősebb az egészségturizmusban és termálturizmusban a közelmúltban történt fejlesztéseknek köszönhetően. Balf esetében jelentős fejlesztések indultak meg a megfelelő egészségturisztikai mennyiségi és minőségi kínálat kialakításához.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Konceptió és a Győr-Moson-Sopron Megyei Területfejlesztési Konceptió a többi fejlesztési dokumentummal együtt kiemelt területként

kezeli a 2014-2020 időszak vonatkozásában az egészségturisztikai fejlesztéseket, melyekhez már az utóbbi időben is jelentős források érkeztek a térségbe. A fejlesztési elképzelések, a lehetséges partnerek összehangolása segítheti a pályázati támogatások megszerzését. Vélhetőleg tartósan fennmarad a magánvállalkozások magas aránya a fogászati, szépségszépítő és kisebb szolgáltatói infrastruktúrát igénylő más egészségturisztikai (pl. gyógymasszázs, aromaterápia, stb.) területeken.

Fejlesztési javaslatok:

- Már most meg kell kezdeni az érdekelt intézményekkel együttműködve annak az egészségturisztikai marketingstratégiának a kialakítását, mely az új létesítmények és szolgáltatások célközönségét célozza.
- Adatbázis kialakítása az együttműködő intézményekről, az egészségturisztikai kínálatról és a potenciális együttműködő intézményekről és célcsoportokról.
- Egészségturisztikai infokommunikációs fejlesztés.

### ***3.1.1.5. Kulturális, örökség- és műemlékturizmus, zenei turizmus, fesztivál- és rendezvényturizmus, világörökség turizmus***

Sopron és térsége tradicionális turisztikai termékeinek tekinthetők a kulturális, örökség- és műemlékturisztikai értékei, melyekhez egyre gyakrabban zenei és fesztiválrendezvények társulnak.

Az új turisztikai trendek előrevetítik, hogy ezeknek az értékeknek pusztán a megléte már nem jelent automatikusan vonzerőt, hanem élményturisztikai, tematikus, célcsoportos vagy komplex desztinációs csomag szintű megjelenítésük piacképes.

A kulturális és műemléki turizmus pozícióját erősíti, hogy több soproni és térségi múzeumban történtek múzeumpedagógiai és élménypedagógiai fejlesztések, melyek interaktív módon teszik lehetővé a látogatók megismerését. A továbbiakban is az élmény jelleg és interaktivitás erősítése lehet feladat.

Örökségturisztikai vonatkozásban sok potenciál rejlik a Páneurópai Piknik Emlékhely nemzetközi desztinációvá fejlesztésében, de ez jelentős támogatást igényel. A jelenleg rendelkezésre álló körülmények és források csak kisebb léptékű fejlődést tesznek lehetővé. Az Európai Örökség pályázat elnyerése (2015) kedvező folyamatok elindítója lehet.

A fertődi Esterházy-kastélyban megvalósuló felújítás és fejlesztések, a Haydn-programoknak paralel a Lisztvárosi rendezvényekhez kapcsolódó rendezvényei a zenei turizmus fejlesztésében fontos helyet foglalnak el. A zenei turizmus vonatkozásában, mind komolyzenei, mind könnyűzenei értelemben jó pozíciókkal rendelkezik Sopron (pl. VOLT fesztivál).

A külföldi vendégek, főleg német, osztrák és a Bükfürdőről érkező orosz látogatók részéről jelentkezik nagy érdeklődés a könnyű- és komolyzenei koncertek iránt. Érthető az igényük, hiszen „Liszt városától” elvárható az ilyen jellegű kínálati elem. A fertőrákosi Barlangszínház 2015. évi felújítása után európai színvonalú fogadóhellyé vált. Az Novomatic Aréna sikeres musical produkciói a kínálat egy újabb szegmensét képviselik.

Ezek a turisztikai területek illeszkednek országosan, regionálisan és megyei szinten az újtervezési ciklusban prioritásként kezelt célokhoz és a térséget érintően is javasolt fejlesztésekhez.

Fejlesztési javaslatok:

- A történelmi belváros rekonstrukciójához kapcsolódóan további tematikus útvonalak kialakítása.
- Látogatói infrastruktúra fejlesztése.



- Kapcsolatfelvétel és együttműködés kialakítása a bevezetett, tradicionálisnak tekinthető rendezvények szervezőivel, a rendezvények honlapon történő megjelenítésének áttekintésével.
- A kevésbé ismert rendezvények finanszírozásának és rendezési feltételeinek stabilizálásának szorgalmazása.
- Együttműködés a térségi programok időbeli és térbeli szervezésében.
- A kínálat tematikus, célcsoporti programajánlatként történő megjelenítésének kidolgozása.
- Adatgyűjtés az egyes programok és látóvalók látogatottsági mutatóiról.
- Pályázati források bevonása a Páneurópai Piknik Emlékhely nemzetközi desztinációvá fejlesztéséhez, az előzetes fejlesztési elképzelések egyeztetése.
- A komolyzenei kínálat ismertségének növelése a büki TDM-mel történő térségi együttműködéssel.
- További együttműködési lehetőségek feltárása a VOLT fesztivál szervezőivel.
- Együttműködés az egyedülálló fertőrákosi Barlangszínház és Kőfejtő attrakcióinak népszerűsítésével kapcsolatban.
- Együttműködés a világörökségi helyszínekkel.

### **3.1.1.6. Wellness-, fürdőturizmus, vízi turizmus**

Sopron kínálati profiljának rendkívül hiányzó része a megfelelő kapacitású termálfürdő, élményfürdő, megfelelő mennyiségű és minőségű melegvizes medencével rendelkező fürdő, ami pedig egy alternatív lehetőség volna a vendégforgalom szezonális mérséklésére.

A nemzetközi felmérések alapján a turisták helyszínválasztásában, különösen a klímaváltozás folytán, meghatározó feltételként jelenik meg a helyi fürdőturisztikai kínálat. Igen jelentős azoknak a vendégeknek a száma, akiket a megyei vagy térségi termálfürdők kínálata, mint konkurencia „tántorít el” Sopron választásától. Az idősebb korosztály és a családi turizmus számára is egyre fontosabb a megfelelő vízhőfokú, termálturisztikai jellegű fürdőhelyek léte és az üdülőhelyen való hozzáférhetősége, amit Hegykő dinamikus fejlődése jól példáz. A vendégforgalom növekedésével járhat, ha a megújuló energiák lehetőségeinek alkalmazásával a soproni uszoda és külső medencéinek hőmérsékletét mind az idősebb, mind a legfiatalabb korosztály számára optimalizálják.

Tómalom turisták körében való ismertségének növelése indokolt, infrastruktúráját a korszerű igényeknek megfelelően kialakítva nagyobb mértékben jelenhet meg a város vonzerői között.

A Fertő tó egyik nagy problémája a várostól és Fertőrákostól való távolsága, ami utazást igényel a turistától tömegközlekedés vagy személygépkocsi igénybevételel. A másik nagy probléma a turisztikai célra hasznosítható víz- és partfelület méretének viszonylag csekély volta és a tó marketing pozicionálásának problémái. Az országos marketingben csak nemrég kezdődött kisebb változás abban az értelemben, hogy mindeddig a Fertő tavat, mint nagyobb tavi üdülőlehetőséget pozicionálták. A helyi földrajzban csak kevésbé tájékozott hazai turisták jelentős része nincs tisztában azzal, hogy a Fertő tó egyetlen magyar fürdőhelye csupán Fertőrákos és a strand „ráadásul” a településtől 3 km-re található. Ezáltal az „Üdüljön a Fertő tónál” szlogen félrevezető, hiszen a magyar Fertő parti településeken töltött üdülés effektíve a tótól minimum 3 - maximum akár 12 km távolságra vagy még többre is lehet, és a „szorosán vett” hagyományos tóparti üdülés feltételei (tóparti séta, csónakázás, víz közeli szállás, stb.) még Fertőrákos esetében sem teljesülnek. A turista tehát azzal szembesül, hogy a félrevezető marketing miatt tóparti üdülésre csak Ausztriában van lehetősége. A nem pontos információk közlése forgalomcsökkentő hatású.

A vízi turizmus fejlesztésére a Fertő tónál 2016-tól rendelkezésre álló források a Modern városok program keretein belül lesznek elérhetőek, a tervek szerint 4 ütemben megvalósítva.

Sopronban közel 5 milliárd forintból épül új uszoda egy 50 m-es és egy 33 m-es medencével, ugrótoronnyal, lelátóval, melyek sportcélből magas szinten kielégítik majd az igényeket. Ezzel szemben a meleg vizes medencék, csúszdák hiánya miatt turisztikailag nem lesz meghatározó vízi vonzerő, amely vetekedhetne a környező fürdőkomplexumokkal.

Fejlesztési javaslatok:

- Vízi turisztikai és termálfürdős elemeket tartalmazó csomagajánlatok kidolgozása.
- Adatgyűjtés a vendégek vízi turisztikai és termálfürdős igényeiről, szokásairól.
- A fejlesztések megvalósulásáig a programkínálatban a térségi vízi turisztikai és termálfürdős lehetőségeinek szerepeltetése.
- Magas színvonalú marketing- és tájékoztatási rendszer kidolgozása a Fertő tóval kapcsolatosan.
- Tapasztalatcsere és tanulmányút az osztrák oldal fejlesztéseiről és működési gyakorlatáról, a tapasztalatok beépítése a magvalósuló fejlesztésekbe.
- A vízi és termálturisztikai ajánlatok megjelenítése a honlapon.
- Közreműködés a városban esetlegesen épülő új szállodákkal a magas színvonalú vízi fejlesztések megtervezésében és megvalósításában, a célból, hogy ezek elérhetőek legyenek mind a városba érkező, de máshol megszálló turisták, mind a helyiek számára egyaránt.
- Együttműködés a hegykői és balfi fürdőkkel, közös csomagajánlatok kidolgozása.
- Marketing- és kommunikációstratégia kidolgozása a desztináció fürdőturizmusára és annak fejlesztéseire épülve, nemzetközi kampány.

### ***3.1.1.7. Aktív és természetturizmus, ökoturizmus, kerékpáros turizmus, sportturizmus (outdoor rekreációs lehetőségek)***

Az ökoturizmus és kerékpáros turizmus, mint aktív rekreációs tevékenységek tipikus helyszíne a Fertő-Hanság Nemzeti Park, a Neusiedler See-Seewinkel Nationalpark és a tó körül kiépült kerékpárutak rendszere. Ez az egyik legdinamikusabban fejlődő területe a térségi turizmusnak. Az új kerékpáros útvonal (Apetlon-Fertőújlak-Sarród) kialakításával és a Balf - Fertőrákos szakasz elkészültével további forgalomnövekedés várható.

Fejlesztési javaslatok:

- A látnivalók és szolgáltatások tematikus ajánlatban / célcsoporthoz igazodva (pl. családbarát) történő megjelenítése, ezek komplex szolgáltatássá kapcsolása.
- Szezonon kívüli időszakokra programok szervezésében való együttműködés (pl. versenyek, teljesítménytúrák), ezek ajánlása.
- Aktualizált információkat tartalmazó marketingkiadványok elkészítése (online és nyomtatott).
- A térségi szolgáltatók együttműködésének, hálózatfejlesztésnek további elősegítése (TDM).
- Adatgyűjtés a vendégforgalom volumenéről és igényeiről.
- Infokommunikációs fejlesztés a térségi útvonalakkal (tanösvények, látnivalók, szolgáltatói hálózat) kapcsolatban.
- Együttműködés és kezdeményezés a természet- és környezetvédelmet, a fenntartható fejlődést, az esélyegyenlőséget szolgáló érzékenyítő programok szervezésében.
- Előadások szervezése a turisztikai szolgáltatóknak az új tematikus útvonalakról a további programajánlás érdekében.

### **3.1.1.8. Élményturizmus**

Az élményturizmus térségi helyszíneiként említhető a soproni nyári bobbálya, a Lóvér Kalandpark, a Bányászati Múzeum élménybányája, az országos hírnevű Harrer Csokoládémanufaktúra, valamint a fertőrákosi Kőfejtő és Barlangszínház látnivalói. Kevésbé ismert a Ligneum programkínálata. Az osztrák területen a St. Margarethenben zajló operaelőadások, a mörbischi Vízeszínpad operettelőadásai és a szintén St. Margarethenben létesült Familypark Neusiedler See (korábbi nevén Märchenpark) kedvelt programjai, az élményturizmus kedvelt programjai, melyek több tízezer látogatót vonz.

Fejlesztési javaslatok:

- További élményturisztikai fejlesztési lehetőségek feltárása.
- A meglévő lehetőségek programcsomagban történő megjelenítése.
- Kapcsolódó infokommunikációs fejlesztések.
- Vendégelégedettségi mérések.

### **3.1.1.9. Borturizmus és gasztronómiai turizmus**

A desztináció kulináris kínálatát a szelídgesztenye, a babos fogások, a halételek és a bor határozza meg. A történelmi borvidékhez kapcsolódóan jelentős a bor-gasztronómiai témájú rendezvények száma. Ehhez köthető a Soproni Borünnep, a soproni Szüreti Napok. Emellett jellemzőek egész évben a borbárok, vinotékák és természetesen a borászok által szervezett különleges, adott téma vagy bor köré szervezett borkóstolók.

A térségi borturizmus turisztikai termékpozícióját erősítik a borkóstolási lehetőségek, „Kékfrankos fővárosa” szlogen marketingkommunikációs szerepeltetése.

Fejlesztési javaslatok:

- Helyi termékek feltárása, pozicionálása és népszerűsítése a turisztikai kínálatban.
- Helyi termékeket népszerűsítő infokommunikációs fejlesztések.
- Egyeztetések a vendéglátókkal a térségi gasztronómiai és borászati értékek állandó kínálatba való beépítéséről.
- Előadások, képzések szervezése termelőkkel, szolgáltatókkal, civil szervezetekkel a gasztronómiai és borturisztikai értékekről, megjelenítési lehetőségeikről honlapon, ezek turistacsalogató, vásárlói magatartásra való hatásáról.

### **3.1.1.10. Falusi turizmus**

A falusi turizmus a térségben meghatározóan nem önálló kínálattal, hanem a nemzeti parki attrakciókhoz, a kerékpáros turizmushoz és a világörökségi területekhez kötődve alakult ki, elsősorban szálláshely funkcióval, amit a térségi szállásadatok teljes mértékben tükröznek.

A szálláshelyek mennyisége és minősége nagy területi eltérést mutat. Kihasznátlóságuk meghatározóan a nyári szezonhoz kötődik, változó intenzitású vendégforgalommal. Elsődlegesen Hegykő esetében találunk a termálfürdő kínálatán kívüli rendszeres szezonális programajánlatot a turisták számára. A többi település programokkal való ellátottsága eseti, ami a szabadidő eltöltésében problémát okoz. Gondot jelent a kistelepüléseken a vendéglátó létesítmények számának és minőségének, illetve a helyi étkezési lehetőségek és szabadidős programok hiánya. A térségi rendezvények finanszírozása még mindig az éves költségvetéshez kötődik. Rendezésük, szervezésük, programtervezésük, marketingjük turisztikai szempontból esetleges, összehangolatlan.

Fejlesztési javaslatok:

- Együttműködés a térségi Leader szervezettel a minőségi fejlesztések, helyi programkínálat kialakítása érdekében.
- Egységes jellegű infokommunikációs fejlesztések szorgalmazása az illetékes önkormányzatokkal együttműködésben.
- Hálózatosodás elősegítése.

### **3.1.1.11. Zarándoturizmus**

A térségi turizmus kínálatában új elemként jelenik meg a 2014-2020 közti időszakban a zarándoturizmus.

Fejlesztési javaslatok:

- A Mária-út és egyéb nemzetközi zarándokútvonalakhoz kapcsolódó infokommunikációs fejlesztések.
- Tematikus útvonalak és csomagajánlatok kidolgozása az érdekelt szolgáltatókkal együttműködve.

### **3.1.1.12. MICE turizmus**

A MICE turizmus jellegénél fogva az egyik legjövödelmezőbb turisztikai terület. Sopron és térsége MICE turisztikai adottságai viszont aktuálisan még nem megfelelőek. A gyönyörű környezet és kedvező földrajzi adottságok mellett, egy kialakított konferencia- és rendezvénykörnyezetben nem áll rendelkezésre megfelelő mennyiségű és minőségű szálláshely, rendezvényterem, járulékos tényezők. A Liszt Ferenc Konferencia és Kulturális Központ éves kihasználtsága még elmarad a kívánatostól. A konkurens hazai és osztrák települések erős pozíciói, a MICE turizmus válság következtében mérséklődő volumene bizonytalanná teszi a terület fejlesztésébe való befektetések megtérülését.

A MICE turizmus lényeges felfutására a tervezési időszakban nincs reális esély.

## **3.1.2. Piacelemzés - vendégkör célcsoportok szerinti elemzése (bel- és külföldi turisták szemszögéből egyaránt), potenciális piacok**

A TDM területi kiterjedésének széleskörű turisztikai termékkínálata miatt többféle belföldi célcsoport vehető figyelembe.

A táblázat kitöltésekor figyelembe vettük a 2013-2014-ben lebonyolított szolgáltatói és vendégelégedettségi felmérés eredményeit.

### **3.1.2.1. Belföldi célcsoportok**

Célcsoportok:

1. D: Diákcsoportok: általános iskolás és középiskolás csoportok: A szervezett diákcsoportok a kulturális- és örökségturisztikai vonzerők, az ökoturisztikai nevezetességek és programok (nemzeti park, erdei iskola programok) és élményturisztikai programok látogatói közé tartoznak.

2. AF: Aktív fiatalok: Az aktív fiatalok a látogatói a hagyományos fesztivál és zenei rendezvényeknek, a térség klasszikus kulturális- és örökségturisztikai vonzerőinek, de jelentős arányban képviseltetik magukat a kerékpáros turizmushoz, ökoturizmushoz, élményturizmushoz köthető területeken illetve a magyar és osztrák területeket érintő programlehetőségekben.

3. SZF: Szórakozást kereső fiatalok: Ez a réteg a fesztivál- és rendezvényturizmus kiemelt résztvevője, akiket elsősorban a soproni és térségi könnyűzenei és szórakoztató programok,

helyi szórakozási lehetőségek vonzanak, kiegészülve a helyi gasztronómiai és borturisztikai értékek és a vízi turisztikai lehetőségek (Fertő-tó) megismerésével.

4. EF: Egészségtudatos fiatalok: Ez a piaci szegmens nagyobb arányban a térségi kerékpáros turizmus, ökoturizmus, természetturizmus, wellnessturizmus, egyes egészségturisztikai lehetőségek kihasználására érkezik. Megnyerhető az örökség- és műemléki turizmus, élményturizmus, kulturális turizmus értékeinek megismerésére.

5. TF: Tanuló fiatalok: Elsődlegesen a fesztivál- és rendezvényturizmus ill. a helyi szórakozási lehetőségek kihasználásában vehető figyelembe ez a célszegmens, mely kiegészülhet a tanulásuk jellegéből adódó céladekvált programokkal (terepgyakorlat, szakmai gyakorlat).

6. CSF: Családos fiatalok: Nagyobb arányban igénylik az élményturisztikai, kerékpáros, kulturális, örökség- és műemlék-, vízi turisztikai programokat. Anyagi lehetőségeik függvényében a falusi turizmus célszegmensét is jelenthetik.

7. CSK: Családos középkorúak: Változatos termékkínálat célcsoportját alkotják. Jobb anyagi lehetőségeik révén csomagajánlatokkal fajlagos költségük növelhető.

8. EK: Egészségmegőrző középkorúak: Megnyerésük a jelenlegi és fejlesztés alatt álló egészségturisztikai, ökoturisztikai értékek kihasználása érdekében lényeges. Járulékosan változatos termékkínálati elemek célcsoportjai is egyben.

9. AK: Aktív középkorúak: Gyakorlatilag a térségi turisztikai termékkínálat teljes palettájánál célszegmensenként figyelembe vehetők, de elsősorban a szezonális rendezvények célközönségét alkotják.

10. AI: Aktív idősek: A térségi turisztikai termékkínálat összes eleménél figyelembe vehetők, megnyerésükkel a szezonális mérséklői lehetnek. Potenciálisan figyelembe vehetők az új egészségturisztikai fejlesztések vonatkozásában.

11. EI: Egészségmegőrző idősek: Az egészségturizmus, a wellnessturizmus, kulturális és örökségturizmus, zenei turizmus, fesztivál- és rendezvényturizmus, bor- és gasztronómiai turizmus célszegmensébe is sorolhatók. Életkoruknál fogva a szezonális mérséklésében jelentős szerepet játszhatnak. Jelenlegi arányukat meghaladóan célszerű rájuk koncentrálni a megvalósuló egészségturisztikai fejlesztések függvényében is.

12. GYI: Gyógyulni vágyó idősek A hagyományosnak tekinthető gyógyhelyhez kötődő egészségturisztikai szegmenshez sorolhatók. Jelenlegi arányukat meghaladóan célszerű rájuk koncentrálni a megvalósuló egészségturisztikai fejlesztések függvényében is.

13. MSZ: Műtét utáni rehabilitációra szorulóak: A hagyományosnak tekinthető gyógyhelyhez kötődő egészségturisztikai szegmenshez sorolhatók. Jelenlegi arányukat meghaladóan célszerű rájuk koncentrálni a megvalósuló egészségturisztikai fejlesztések függvényében is.

Kínálati elemek:

Eg. = egészségturizmus

Kult. = kulturális turizmus

Örök. = Örökség- és műemlékturizmus

ZeKo = Komolyzenei turizmus

ZeKö = Könnyűzenei turizmus

Feszt. = Fesztivál- és rendezvényturizmus

Well. = Wellnessturizmus

Vízi = Vízi turizmus

Term. = Természetturizmus

Öko = Ökoturizmus

Ker. = kerékpáros turizmus

Élm. = élményturizmus

Bor = borturizmus

Gaszt. = gasztronómia turizmus

Falu = Falusi turizmus

Zar. = zarándokturizmus

	1.D	2.AF	3.SZF	4.EF	5.TF	6.CSF	7.CSK	8.EK	9.AK	10.AI	11.EI	12.GYI	13.MSZ
Eg.								X	X	X	X	X	X
Kult.	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Örök.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ZeKo		X		X	X			X	X	X	X	X	
ZeKö		X	X		X				X				
Feszt	X	X	X	X	X	X	X		X	X			
Well		X	X	X		X	X	X	X	X			
Vízi	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Term.	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		
Öko	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		
Ker.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
Élm.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Bor		X	X				X		X	X	X		
Gasztr		X	X				X	X	X	X	X		
Falu		X			X	X	X	X	X	X	X	X	
Zar.	X	X			X				X	X			
	9	14	9	10	12	10	12	12	16	15	10	5	3

A felmérések adatai alapján az aktív fiatalok, a családos középkorúak, az aktív középkorúak és az aktív idősök jelentik a legszélesebb profilú célcsoportot. Lényeges a diákcsoportok pozíciójának erősítése és az egészségturisztikában érdekelt célcsoportok arányának növelése. A belföldi célcsoportok köre széles, de a piaci igények átrendeződése miatt egy egész évben működő, megfelelő kapacitású soproni fürdő létesítése hozhat áttörést a forgalom fejlődésében.

### 3.1.2.2. Külföldi célcsoportok

Külföldi célcsoport vonatkozásában elsősorban Ausztria, Németország, kisebb mértékben Szlovákia, Oroszország vehető figyelembe. Az adatok pontosításához további felmérés szükséges.

A külföldi célcsoportok közül tartósan a legnagyobb arányban a burgenlandi térségben élő aktív középkorúak, családos középkorúak, aktív idősök, egészségmegőrző idősök és gyógyulni vágyó idősök vehetők figyelembe.

A kínálati elemek közül őket érinti szinte minden célcsoportra vonatkozólag: a bevásárlóturizmus, szolgáltatásturizmus, egészségturizmus, termálturizmus, bor- és gasztronómia turizmus.

Az aktív életmódot folytatók körében népszerű a kulturális- és örökségturizmus, természet- és ökoturizmus, kerékpáros turizmus.

A lehetőségek jobb kihasználása szükséges a zenei turizmus mindegyik területén, a kulturális- és örökségturizmusban, a zarándokturizmusban.

### **3.1.2.3. Potenciális piacok**

A 2015-ös év politikai eseményeinek tükrében a potenciális piacok köre nehezen meghatározható.

Lényeges feladat a keleti és nyugati országokból érkező turisták arányának növelése a vendégkörben, ezen belül is a minél nagyobb költséssel rendelkező célcsoportok megnyerése.

Belföldi piacbővítésre az idegenforgalmi fejlesztések és egészségturisztikai beruházások alapján célcsoportnak tekinthető rétegekre irányuló marketing adhat lehetőséget.

Lényeges külföldi piacok közül a régi piacnak tekinthető osztrák és német turisták, mint elsődleges célpiac további megtartása és más nyugat-európai országok turistáinak megnyerése. A lehetőségek függvényében az Európán kívüli célpiacokról érkező vendégek számának növelése. Másodlagos célpiacként az orosz turisták (Bükfürdő) irányába történő nyitás és a térségi szlovák turizmus soproni térségre történő kiterjesztése a kívánatos.

A hazai piac vonatkozásában fontos a viszonylag magasabb fajlagos költségű vendégkör arányának növelése, az ifjúsági turizmus pozícióinak megerősítése, a kerékpáros és ökoturisztikai fejlesztésekhez kapcsolódóan a potenciális célszemcsek (lásd 3.1.2 1. alfejezet) megfelelő megnyerése és az egészségturisztikai fejlesztésekkel összefüggésben a gyógyítási profilt igénybe vevő, hazai és nemzetközi nemcsak idős korosztály irányába történő nyitás.

Fejlesztési javaslat:

- Egy 2016-tól kezdődő, több évre, illetve belföldi és külföldi vendégkörre egyaránt kiterjedő látogatói felmérés és adatgyűjtés szükséges, mely pontosíthatja és kiegészítheti a stratégia megállapításait.

### **3.1.3. Versenyárs-analízis, kiemelve az egyedi jellemzőket, kiemelten hasonló kínálattal rendelkező, külföldi térségek vizsgálata**

#### **3.1.3.1. Megyei konkurencia: Győr és Mosonmagyaróvár**

Megyén belül jelentős versenyársként Győr ill. kisebb mértékben Mosonmagyaróvár nevezhető meg. Kínálati profiljuk több egyezést mutat. Fő erősségük Sopronnal szemben, hogy termálfürdővel és szabadtéri stranddal rendelkeznek, ami jelentősen befolyásolja a turisták helyválasztását. A termálfürdő jelenléte mérsékli ezeknek a városoknak a vendégforgalmi szezonálisitását.

Győr erőteljes idegenforgalmi és marketingfejlesztéseket végzett az elmúlt időszakban, melynek forrását kedvezőbb gazdasági helyzete teremtette meg. Sopron forrásai vélhetően nem tesznek lehetővé olyan volumenű rendezvényeket, mint a Négy Évszak Fesztivál, a Barokk napok, a Györköcfsztivál. Jól pozícionált a Mobilis Interaktív Kiállítási Központ és a hozzá tartozó tudományos játszóház. Műemlék- és örökségturizmus vonatkozásában a győri történelmi belváros építészeti szempontból lényegesen kedvezőbb állapotban van. Térszerkezeti összetétele folytán a városközpont idegenforgalmilag frekvenciált területei és a bevásárlóutca kevésbé különül el. A bevásárlóközpontok forgalom elvonó és vendégforgalom megosztó hatása kevésbé érvényesül, mint Sopron esetében. A város idegenforgalmi attrakcióinak internetes megjelenítése újszerű. Győr, mint fürdőváros és rendezvényi helyszín Sopron egyik legnagyobb konkurenciájának tekinthető.

Mosonmagyaróvár lényegesen gyengébb pozíciókkal rendelkezik. Turistaforgalmában lényeges visszaesés tapasztalható. A vendégéjszakák egy része a belföldi migrációval érkező, Ausztriába ingázó vendégmunkásokból adódik. A Futura interaktív kiállítóhely forgalma az adatok szerint elmarad az előzetes várakozásoktól.

### **3.1.3.2. Megyén kívüli térségi konkurens: Bükfürdő, Szombathely**

A közeli Bükfürdő és a hasonló adottságokkal és termékkínálattal rendelkező Szombathely versenypozíciója erős. Mindkét település esetében a fürdővárosi pozíció jelenti az egyik legerősebb pozíciót és egyben a szezonális kibővítést.

Bükfürdő szerepel a Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepció kiemelt helyszínei között az egészségturisztikai, egészségipari fejlesztésekben, ami vélhetőleg tovább erősíti ezt a kínálati profilt. Sopronnak a tervezett bővítendő és új egészségturisztikai termékkínálatát tehát igen komoly versenykörnyezetben (Bük, Ausztria) kell pozicionálnia és piaci részesedését megszereznie. A büki fürdőhöz kapcsolódó attrakciófejlesztések változatosak (élményfürdő, kalandpark) és várhatóan tovább bővülnek.

### **3.1.3.3. Ausztria – versenytárs és vonzerő**

Ausztria szerepe a térség turizmusában összetett. A térségi burgenlandi termékkínálat, különösen a Fertő tó és környezete, mint egységes táj esetében nagyfokú egyezést mutat. A közelmúlt lezajlott fejlesztései viszont erős pozíciójú desztinációkat hoztak létre. Ezek közé sorolhatók a fürdőturisztikai, egészségturisztikai, családi, indoor és outdoor rekreációs profilú élményfürdők (Lutzmannsburg: Sonnentherme, Frauenkirchen: St. Martins Therme, Bad Tatzmannsdorf, Stegerbach), rekreációs központok (Pamhagen: VilaVita Pannonia). A fürdők erős pozícióit hatékony ország- és tartományi marketing segíti, melyben az informatikai eszközöknek és az internetnek döntő szerepe van. Az osztrák kínálat további erőssége a megfelelő mennyiségű és minőségű programkínálat, melyben a korszerű trendekhez igazodóan az interaktivitás és élményelemek a meghatározóak. Az aktív turizmus térségi pozíciói szintén erősek.

A szezonális működésű szabadterei és strandfürdőhelyek piacszerző tevékenységét árképzésük és marketingjük is elősegíti. Jellemzően a magyar árakkal egyező vagy annál alacsonyabb szinten határozzák meg belépőik árát, mely a járulékos szolgáltatásokkal, fejlett infrastruktúrával kiegészülve oda vezetett, hogy napjainkra a kevés számú és más működési feltételű magyar fürdők vezető versenytársává váltak.

A Fertő tavi strandok lényegesen magasabb száma, medencés fürdési lehetőségei vonzzák a magyar turistákat.

Az osztrák marketing fokozott figyelmet fordít saját belső turizmusának fejlesztésére, megőrzésére, de megszerzendő piacnak tekinti a magyar és a magyar határtérségbe érkező turistákat is. A magyar nyelvű honlapok, a magyar turisták igényeit figyelembe vevő speciális ajánlatok komoly versenypozíciókat eredményeznek és a magyar turisták árérzékenysége ellenére jelentős azoknak a turistáknak a száma, akik térségi osztrák szálláshelyeket és vendéglátóhelyeket keresnek fel.

A családi turizmus igényeinek megfelelő fejlesztések szintén jelentős piaci szegmens elérését célozzák. Az abszolút bababarátság környezetet és programokat biztosító szálláshelyeknek reálisan nézve jelenleg nincs hasonló szintű magyar konkurenciája.

A térség jelentős számú magyar vendéget vonzó attrakciója a Familypark Neusiedler See, mely a rendszeres bővítések ellenére olyan népszerű, hogy kapacitása nehezen tudja kielégíteni a szezonban odaérkező vendégek tömegét.

Az osztrák turizmus versenytársi szerepe emellett azért ellentmondásos, mert a kínálat előbb említett termékei egyben a magyar térségi turisztikai kínálatban is vonzerőként („Szomszédolás” elemeiként) jelennek meg.



## **4. Szervezeti háttér, kapcsolatrendszer elemzése**

### **4.1. A TDM fejlesztésében érintett szervezetek, külső szervezeti kapcsolódások**

- Leader szervezet: Alpokalja-Fertő táj Vidékfejlesztési Egyesület
- Nemzeti park: Fertő-Hanság Nemzeti Park
- Fertő-táj Világörökség Magyar Tanácsa Egyesület
- Jelentős látogatottságú vonzerők, rendezvények fenntartói, üzemeltetői, szervezői: VOLT Produkció Kft., Pro Kultúra Sopron Nonprofit Kft., Sopron Vízmű Zrt., Raabersport Kft. (Novomatic Aréna, Sopron)
- TAEG: Tanulmányi Erdőgazdaság Zrt. (Soproni Parkerdő)
- Környezetvédelmi és vízügyi hatóság: Észak-dunántúli Környezetvédelmi és Vízügyi Felügyelőség
- Közlekedési vállalatok: Kisalföld Volán Zrt. jogutódja Északnyugat-magyarországi Közlekedési Központ Zrt., GYSEV Zrt.
- Bük: Bükfürdő Közhasznú Turisztikai Egyesület
- Vendéglátóhelyek
- Borászatok
- Szálláshelyek
- Nyugat-dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság

Partnerkapcsolati szerződés alapján 145 idegenforgalomban érdekelt szolgáltatóval kötött együttműködési megállapodást.

### **4.2. Térségben működő helyi TDM szervezetek bemutatása**

A térségben az alábbi TDM szervezetek működnek:

- Bük, Bükfürdő Közhasznú Turisztikai Egyesület (Bükfürdő, Vas megye)
- Savaria Turizmus Nonprofit Kft. (Szombathely, Vas megye)
- Szigetköz Turizmusáért Egyesület (Mosonmagyaróvár, Gy-M-S megye)

Az érintett TDM szervezetekkel formális együttműködési megállapodás még nem létesült.

A Bük, Bükfürdő TDM a térségi turizmus vonatkozásában versenytársi pozíciót foglal el.

## 5. Tematikus SWOT-analízis Sopron és környéke turizmusáról

<i>Erősségek</i>	<i>Gyengeségek</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A térség földrajzi fekvése kedvező</li> <li>- A tájpotenciál magas</li> <li>- A határpozíció kedvez a turizmus fejlődésének</li> <li>- A határátkelőhelyek és határátkelési pontok nagy száma</li> <li>- A természeti adottságok változatosak és különlegesen geomorfológiai, klimatikus, hidrológiai és a természeti környezet vonatkozásában egyaránt</li> <li>- Sopron város tradicionális turisztikai központ és célpont, elismert és népszerű történelmi és turisztikai értékekkel</li> <li>- A város és a térség látnivalói sokrétűek és egyedi</li> <li>- A Fertő-Hanság Nemzeti Park növény- és állatvilága nemzetközi szinten is egyedi</li> <li>- A természetvédelmi területek magas aránya kedvező minőségű környezetet jelent</li> <li>- A Világörökség státus turizmust generáló hatása kedvező</li> <li>- A Fertő tó sajátos adottságai különleges vonzerőt jelentenek</li> <li>- A város nyitottsága és vendégszerető légköre</li> <li>- A megvalósult Fertő-menti kerékpárút-hálózat, a kerékpáros határátkelők magas száma</li> <li>- Változatos piaci szegmenseknek megfelelő nevezetességek és programkínálat</li> <li>- Nemzetközi jelentőségű idegenforgalmi értékek: Világörökség, Páneurópai Piknik Emlékhely, Fertő-Hanság Nemzeti Park,...</li> <li>- Bevezetett borturisztikai rendezvények</li> <li>- Nemzetközi ismertségű fesztiválrendezvények</li> <li>- Az élményturisztikai és élménypedagógiai ajánlatok növekedése a kínálatban (ingyenes idegenvezetés, a programok élményjellegű járulékos elemeinek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Az adottságokból adódó értékek megfelelő kihasználása még fejlesztésre szorul</li> <li>- A közlekedési infrastruktúra mennyiségi és minőségi fejlesztésre szorul</li> <li>- A belterületi úthálózat leterheltsége</li> <li>- A kerékpárhálózat kiépítése még nem fejeződött be</li> <li>- A turisztikai desztinációk kialakításához, fejlesztéséhez további források és összehangolt tervezés szükséges</li> <li>- A belváros nevezetességeinek környezete felújításra szorul, a nem megfelelő környezet negatív hatású a turistaforgalomra</li> <li>- A belvárosi nevezetességek közti nagy távolságok közlekedési eszközök nélkül a szenior turisták számára kedvezőtlenek</li> <li>- Megfelelő kapacitású élményfürdő ill. termálfürdő hiánya Sopronban</li> <li>- A Fertő tó turisztikai partszakaszának kis kapacitása</li> <li>- A tó megközelítéséhez a rendelkezésre álló útszakasz a szezon idején nem megfelelő kapacitású</li> <li>- Versenyképes vízi sportkínálat problémái</li> <li>- A vendégforgalom erős szezonalitása</li> <li>- A megnövekedett belföldi migráció kedvezőtlen hatása</li> <li>- A szálláshelyek kapacitásának kihasználatlansága</li> <li>- Forráshiány a desztináció fejlesztésben</li> <li>- A TDM finanszírozási forrásai távlatilag nem tervezhetők</li> <li>- Nem ismert az új informatikai fejlesztések távlati fenntartási és karbantartási költségeinek forrása</li> <li>- A tranzitforgalomból adódó környezeti terhelés</li> </ul>

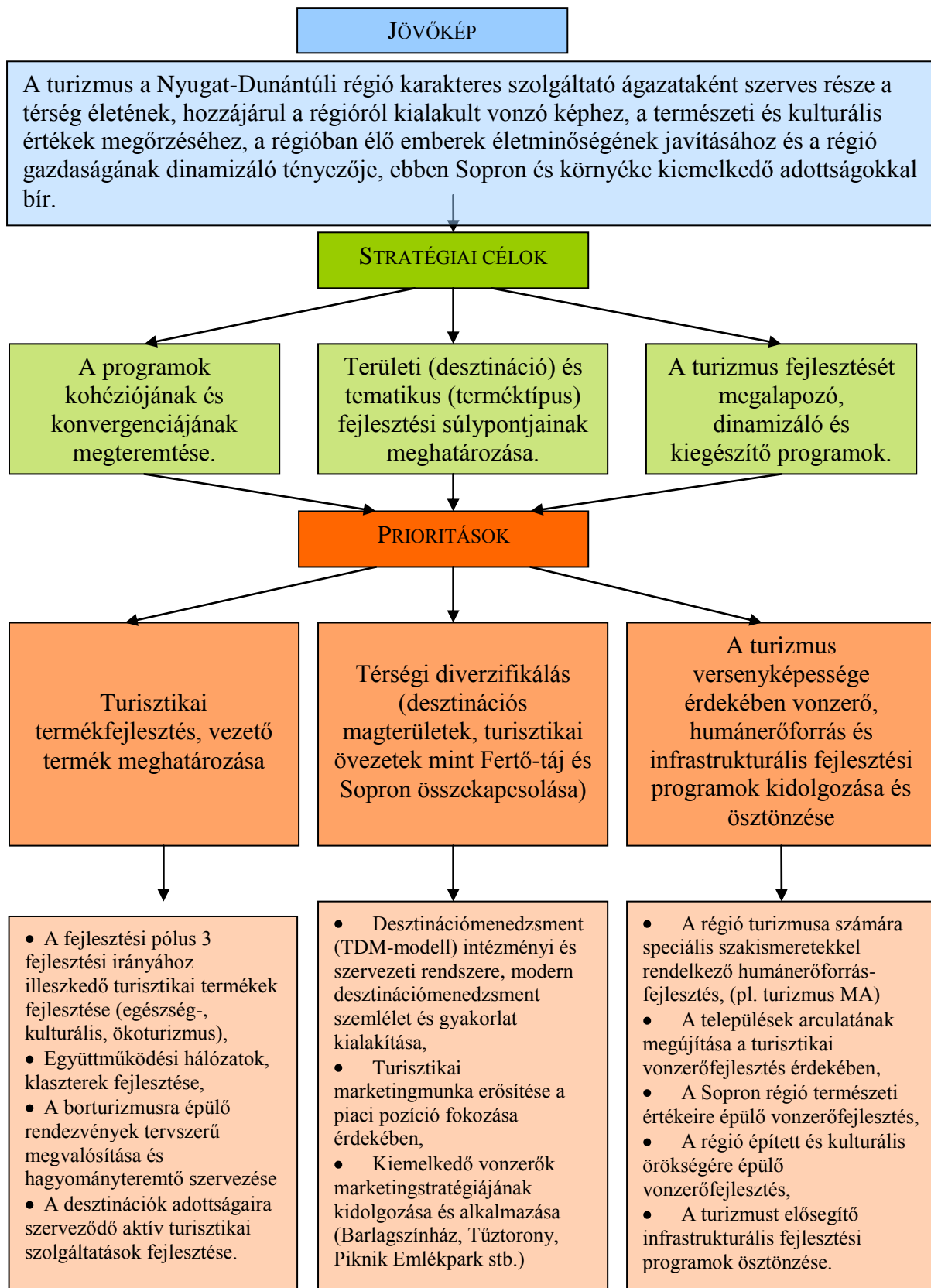
<p>növekedése, élménybánya, csokikóstoló, kalandpark, ...)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A TDM projekt során végrehajtott informatikai fejlesztések a legkorszerűbb technológiát képviselik</li> <li>- A TDM projekt során kialakultak korábban nem létező együttműködések</li> <li>- A megkezdődött egészségturisztikai beruházások forgalomnövelő hatása</li> <li>- Jelentős forrásbővülés áll a tervezett egészségturisztikai fejlesztések mögött</li> </ul>	
<p><b>Lehetőségek</b></p>	<p><b>Veszélyek</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A határ menti fekvés transzborder/interregionális, stb. jellegű pályázati forrásokhoz való hozzáférést tesz lehetővé</li> <li>- A közlekedési infrastruktúra meginduló fejlesztései (közút, vasút, kerékpárút)</li> <li>- A TDM tevékenysége nyomán kialakuló együttműködő hálózatok továbbfejlődése</li> <li>- Egységes megjelenést biztosító komplex honlapból adódó lehetőségek jobb kihasználása</li> <li>- A térségi kínálatban megjelenő csomagajánlatok bővülése</li> <li>- A TDM tevékenységével a programok jobb összehangolásának és időbeli tervezésének megvalósulása</li> <li>- Tervezett város- és térségmarketing létrejötte</li> <li>- Az új fejlesztések és rekonstrukciók turizmusnövelő hatása (Esterházy-kastély, Barlangszínház, Kőfejtő, Belvárosi rekonstrukció, ...)</li> <li>- A helyi és térségi látogatók számának növekedése a programokon és kiállítóhelyeken</li> <li>- Az egészségturisztikai fejlesztések megvalósulásával járó potenciális turisztikai forgalombővülés</li> <li>- Hálózatfejlesztés</li> <li>- Klaszterfejlesztés</li> <li>- Kis- és középvállalkozói idegenforgalmi beruházások</li> <li>- Fejlődő turisztikai infrastruktúra és humán erőforrás</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A külpolitikai helyzet változásaiból adódó forgalomcsökkenés</li> <li>- A belföldi fizetőképes kereslet prognosztizálásának problémái</li> <li>- A TDM fenntarthatóságának forráshiánya</li> <li>- A konkurens városok turisztikai potenciáljának erősödése (Győr, Szombathely)</li> <li>- A pályázati források átstrukturálódása miatt a diákturizmus volumenének visszaesése</li> <li>- A bel- és külföldi migráció kedvezőtlen hatásainak növekedése</li> <li>- A hosszabb időtartamú rekonstrukciók és felújítások miatti turisztikai forgalomcsökkenés</li> <li>- Az osztrák turisztikai marketing kedvezőtlen hatásai</li> <li>- A térségi turisztikai fejlesztések forráshiánya, összehangolatlansága</li> <li>- Szakképzett munkaerő hiányából adódó kedvezőtlen jelenségek a vendéglátásban, az osztrák vendéglátók munkaerő elszívó hatása</li> <li>- A klímaváltozásból adódó kedvezőtlen hatások, időjárási jelenségek</li> <li>- A turizmus környezetkárosító hatásainak növekedése a természetvédelmi területen</li> <li>- A fenntartható fejlődésnek megfelelő turisztikai beruházások forráshiánya</li> <li>- Az osztrák konkurencia intenzív marketingjének és kínálatának kedvezőtlen hatásai</li> <li>- A térségi települési fejlettségi szintek</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>- A megújuló erőforrások nagyobb arányú kihasználása a turizmus költségszerkezetében</li><li>- Forrásbővülés pályázati együttműködések segítségével</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>eltérésének növekedése</li><li>- A természeti erőforrások és környezeti adottságok túlzott megterhelése</li><li>- Vis major események forgalomcsökkentő hatása</li></ul>
---	--

Forrás: Barcza A. - Saját szerkesztés

## 6. Jövőkép

### A Sopron Régió Desztináció és Turizmusfejlesztési stratégiájának összefoglalója:



A célok alapján a Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. (TDM) térségének 2016-2020 időszakra vonatkozó jövőképe az alábbiakban fogalmazható meg:

- Az időszak végére a térség gazdaságának domináns szektorát alkotó turizmus továbbfejlődik.
- A 85-ös és 84-es főút gyorsforgalmi úttá fejlesztésével a térség turizmusának közlekedési feltételeiben jelentős, pozitív minőségi és mennyiségi változás következik be, mely kedvező hatást gyakorol mind a térségi, mind az országos turizmusra.

## **6.1. Meglévő vagy kialakítandó kínálati profil**

### **6.1.1. Kulturális és műemléki turizmus, örökségturizmus - prioritás**

- Megvalósul Sopron történelmi belvárosának felújítása, mely minőségileg magasabb szintre helyezi a kínálatot.
- A felújítás nyomán új tematikus útvonalak kijelölésére nyílik lehetőség.
- A soproni turisztikai fejlesztések nyomán (Várkerület rekonstrukciója, belvárosi turisztikai infokommunikációs infrastruktúra fejlesztése, Erzsébet-kert rekonstrukciója, stb.) a belváros turizmusa új dimenzióban fejlődik.
- A zenei turisztikai kínálatban tradicionális és célcsoportigényeknek megfelelő programok is helyet kapnak soproni és fertői helyszínnel.
- A VOLT fesztivál népszerűsége tovább növekszik. Rendeződik a helyszín infrastrukturális és környezetvédelmi problémája.
- A Páneurópai Piknik Európai Örökség címéhez kapcsolódóan pályázati források nyílnak meg a nemzetközi desztinációvá fejlesztéshez.
- A fertőrákosi Barlangszínház és Kőfejtő hazai és nemzetközi ismertsége nő. További kínálati elemek kerülnek kialakításra.
- A Fertő-táj Világörökség településein helyi programok kidolgozásával segítik a turizmus fejlődését, melynek egyik forrása az idegenforgalmi adó.
- Folytatódik a fertői Esterházy-kastély rekonstrukciója. A már megvalósult fejlesztések hazai és nemzetközi ismertsége egyre nő. Bővül a célszegmenteknek kínált programcsomagok köre.
- A turisztikai termékkínálatban nemzetközi hatókörű desztinációk kerülnek kialakításra.
- Stabilabbá, tervezhetővé válik a turisztikai rendezvények finanszírozása.

### **6.1.2. Egészségturizmus - prioritás**

- Új piac- és versenyképes termékekkel bővül a térség egészségturisztikai kínálata.
- A magánvállalkozások fogászati és szépészeti egészségturisztikai kínálata megőrzi pozícióját, sőt bővül.
- A Soproni Egészségcentrum Erzsébet-kórházának és Rehabilitációs Központjának korszerű beruházásokkal megvalósított egészségturisztikai kínálatát mind több hazai és külföldi páciens veszi igénybe.
- A balfi gyógyfürdő megvalósult fejlesztései szélesítik a gyógyturisztikai kínálatot.

### **6.1.3. Ökoturizmus - prioritás**

- Tovább folytatódik Sopron és a Fertő-táj turisztikai kínálatának bővülése, melyben hangsúlyosak az élményturisztikai, interaktív és aktív elemek.
- Sopron természeti értékei továbbra is népszerűek. A Lövérék és a Parkerdő népszerű turisztikai helyszín.

- Az ifjúsági turizmus volumenének csökkenése megáll és fejlődésnek indul.
- A Fertő tó körüli kerékpárúthoz csatlakozóan, Sopronban és környékén biztonságos kerékpárútvonalak kerülnek kialakításra.
- Az ökoturizmus szemléletének megfelelően mind több információs anyag, kiadvány hozzáférhetővé válik nyomtatás nélküli internetes vagy mobilalkalmazással.

#### **6.1.4. További kínálati elemek**

##### ***Vízi turizmus***

- Sopron szállodáinak és az uszodának fűdőturisztikai fejlesztései nyomán bővül a város fürdőkapacitása, mely további vendégkört vonz.
- A Fertő tó vízi turizmusa a fejlesztések nyomán megfelelő standard színvonalat ér el.

##### ***Sportturizmus***

- A sportintézmények fejlesztése révén több jelentős sportesemény helyszínévé válik Sopron.

##### ***Bevásárló- és szolgáltatásturizmus***

- Sopron továbbra is népszerű bevásárló- és szolgáltatás turisztikai helyszín az osztrák turisták körében.

##### ***Zarándokturizmus***

- Fejlődik Sopron és a Fertő-táj zarándokturizmusa. Nő a térségi Mária-út ismertsége és népszerűsége.

## **6.2. Létrehozandó szervezet kínálatának piaci pozicionálása**

### **6.2.1. A Sopron Régió Nonprofit Kft., TDM szervezet tevékenységével összefüggő változások**

- A TDM szervezet a térség turizmusának aktív és ismert szereplője.
- Mind több szolgáltató kínál célcsoportnak megfelelő, rendezvényekhez, eseményekhez, szezonálathoz kötődő csomagajánlatokat.
- Az új marketingterv hatására Sopron megőrzi pozícióját a 10 legnépszerűbb magyar úti cél között.
- Mind több partner és szolgáltató kapcsolódik a TDM által létrehozott egységes turisztikai adatbázishoz és honlaphoz.
- Az egységes honlap igénybevétele nyomán a szolgáltatók internetes megjelenésében mennyiségi és minőségi változás következik be. Megvalósul a legújabb információs technikán alapuló turisztikai információs rendszer.
- A korszerű infotechnikai eszközök elterjedése, az új turisztikai portál használata vendégforgalom növelő hatással érvényesül.
- A tematikus és célcsoportos igényeknek megfelelően kidolgozott utak és csomagajánlatok, a desztinációk komplex termékcsomagként történő kidolgozása elkészül és a turisták körében kedvező fogadtatásra talál.
- A TDM munkatársai a hazai és nemzetközi fejlődési trendeket képzések és konferenciák, kiállítások révén folyamatosan figyelemmel kísérik, és a tapasztalatokat beépítik a TDM és a térség turisztikai fejlesztésébe.
- Mind nagyobb mértékben hangolják össze a turisztikai szolgáltatók az idegenforgalmi rendezvények időpontjait és helyszíneit, mellyel segítik a rendszeres szezonális kínálat megvalósulását.

- A TDM munkája nyomán fejlődik a turizmusban érdekelt szolgáltatók együttműködése, mely hálózatosodásban és klaszterképződésben is megnyilvánul.

### **6.2.2. Illeszkedés a szomszédos, illetve hasonló profillal rendelkező térségek pozicionálásához, de legfőképpen a Magyarország-brand-hez**

Ausztria, mint az egyik legnagyobb versenytárs és egyben kínálati elem

- Általános turisztikai infrastrukturális standardok tekintetében csökken a különbség az osztrák és magyar terület között (pl. kerékpárutak minősége, szerviz- és infohálózat, szállások színvonala).
- A térségi élményturisztikai kínálat kiszélesedik. Az osztrák Familypark, mint vonzerő mellett az eddigi soproni élményturisztikai kínálat (Harrer csokimanufaktúra, bobbálya, Lővér Kalandpark) magánbefektetők révén tovább bővül.
- A korszerű infokommunikációs fejlesztések elősegítik a magyar térségek kedvezőbb pozicionálását.

Illeszkedés a Magyarország brand-hez

- Az időszakban megvalósult fejlesztések révén (Sopron történelmi belváros, fertődi kastély) a kínálati elemek és a desztinációkhoz kapcsolódó egyéb programelemek erősítik Magyarország kulturális értékeihez kapcsolódó brandhatásokat.
- Az egészségturisztikai kínálati elemek hozzájárulnak a Gyógyító Magyarország brandelem formálásához.

### **6.2.3. A Sopron brand és Sopron Régió márkapozicionálás formálása**

A megfelelő brand kialakítása és márkapozicionálás összetett és összehangolt cselekvést igénylő feladat, melynek lényeges elemeit alkotják a következők:

- A turisták meghatározó asszociációinak feltárása Sopronnal és Sopron régióval kapcsolatban vendéglégedettségi felméréssel
- A vonzerők ismételt áttekintése, jelenlegi és tervezett hierarchiájának (nemzetközi, regionális, stb.) felállítása
- Kívánatos a Páneurópai Piknik Emlékhely Európai Örökség, fertőrákosi Kőfejtő és Barlangszínház, Gyógyító Magyarország: Sopron, a gyógyító város – nemzetközi desztinációvá fejlesztésének elősegítése a lehetőségek függvényében
- Az asszociációk és a vonzerők státuszának alapján pozicionálási hierarchia felállítása és a meghatározó brandelemek kiválasztása A márkacél, alapértékek, kulcskompetenciák, fő célcsoportok és aktivitások meghatározása, kidolgozása
- A marketingben domináns brandelemek és marketingjük kidolgozása, a város és környéke turisztikai újrapozicionálása
- Az új brandelemek következetes érvényesítése a marketingben
- A TDM lehetőségeit figyelembe véve az egyes vonzerők fejlesztésében az adott szintnek megfelelő elemek erősítése
- A brandépítés széleskörű támogatása az infokommunikációs eszközök segítségével.



## 7. Összegzés

A stratégia felépítése, megismerése alapján megállíthatjuk, hogy Sopron és térségének turizmusa meghatározó fejlesztési időszakon esik át.

A cél nem lehet más, mint a nemzetközi turisztikai desztinációvá válás. Ehhez a térség természetföldrajzilag és geopolitikailag minden szükséges kritériummal rendelkezik. Alapfeltétel az M85 megépülésével, a 2020-ig tervezett nagyberuházások (uszoda, történelmi belváros megújulása, Löver program, TOP pályázati lehetőségek, Fertő tó fejlesztés) megvalósulásával, és a korábban elkészült nagy turisztikai fejlesztésekkel (Fő tér, Tűztorony, Várkerület, Erzsébet-kert, Barlangszínház) egy nemzetközi vonzerőt képző kínálati profil kialakítása és elérhetővé válása.

Mindezek önmagukban csak úgy generálhatnak jelentős forgalomnövekedést, ha a városi és térségi marketing is új, nemzetközi szintre lép, nemzetközi színvonalon tevékenykedik, ehhez szükséges a TDM szervezet megújulása-bővülése, profi marketingmunkatársak bevonása és a szükséges marketingköltségek biztosítása.

Ennek első lépése a jelenlegi TDM pályázatban elérhető, 30 millió forint értékű, marketingelemek megvalósítására fordítható támogatás elnyerése lehet.

## 8. Irodalom

**Barcza A.:** Rekreálódás határok nélkül – A magyar-osztrák határ menti térség rekreációs turisztikai lehetőségeinek egyes aspektusai a kapcsolatok térbeli és időbeli változásainak tükrében. „Társadalomföldrajzi kihívások a XXI. század Kelet-Közép-Európájában” Nemzetközi Földrajzi Konferencia, Beregszász, 2012. március 29-30. Konferenciakötet II. p. 123-131. ISBN 978-617-596-066-0

**Barcza A.:** Rekreációs turisztikai lehetőségek térbeli és időbeli változásai. Selye János Egyetem Nemzetközi Tudományos Konferenciája – 2012 „Művelődés – Identitás – Egészség” 2012. szeptember 13-14. Komárno, Szlovák Köztársaság. Konferenciakötet CD, (Szerk.: Paed Dr. Nagy Melinda PhD.) ISBN 978-80-8122-044-9

**Barcza A.:** Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. Desztinációfejlesztési stratégiája 2014.