

# Szekszárd Megyei Jogú Város komplex marketingstratégiája

---

2014-2020



2014.



Nemzeti Fejlesztési Ügynökség  
www.ujszechenyiterv.gov.hu  
06 40 638 638



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

DDOP-4.1.1/C-09-2f-2010-0001







# ÚJ SZÉCHENYI TERV

Készült a DDOP-4.1.1/C-09-2f-2010-0001 szs. projekt soft tevékenységi keretében.

**Megbízó:** Szekszárd Megyei Jogú Város Önkormányzata  
**Megbízott:** Dunaújvárosi Területi Tervező és Humánszolgáltató Bt.  
H-2400 Dunaújváros, Batsányi J. út 51.  
asz: 22330934-2-07  
cj: 07-06-014171  
**Megbízás ideje:** 2014. április 28.  
**Elkészítési határidő:** 2014. október 15.

## KÉSZÍTETTÉK:

**Megbízott vezetője:** Dr. Huszti Zsolt PhD  
**Szakmai vezető:** Dr. Slezák-Bartos Zsuzsanna PhD  
**Készítették:** Balog István  
Dr. Fekete Richárd PhD  
Dr. Gonda Tibor PhD  
Dr. Huszti Zsolt PhD  
Jaszenovics Balázsné  
Dr. Máté Andrea PhD  
Nagy Enikő  
Dr. Oroszi Viktor György PhD  
Dr. Raffay Zoltán PhD  
Dr. Slezák-Bartos Zsuzsanna PhD  
Vas Gáborné Guld Zsuzsanna

## Tartalomjegyzék

<b>Tartalomjegyzék</b>	<b>5</b>
<b>1. Vezetői összefoglaló</b>	<b>6</b>
<b>2. Módszertan</b>	<b>7</b>
2.1. Szekunder anyaggyűjtési módszerek	7
2.2. Statisztikai elemzés módszerei	8
2.3. Kérdőíves felmérések és mélyinterjúk módszerei	9
<b>3. Környezet- és helyzetelemzés</b>	<b>12</b>
3.1. Szekszárd, mint települési egység	12
3.1.1. Szekszárd rövid települési múltja az OSZK anyagai alapján	12
3.2. Szekszárd számokban – településstatisztikai értékelés	19
3.2.1. Szekszárd természeti környezete és helyzete	37
3.2.2. Szekszárd társadalmi-gazdasági helyzete várostérségében	68
3.2.3. Szekszárd és a bor viszonyának értékelése	69
3.3. Szekszárd eddigi marketingtevékenysége	81
3.3.1. Dokumentumok elemzése	81
3.3.2. Szlogenek, üzenetek	85
3.4. Ilyennek lát a világ – kérdőíves elemzések	86
3.4.1. Szekszárd városmarketingje a generációk szemével	86
3.4.2. Szekszárd a szüreti napokon /2009-2013/	103
3.5. Mélyinterjúk	118
<b>4. Marketingterv</b>	<b>135</b>
4.1. Honnan indulunk? A felmérések eredményeinek összegzése	135
4.2. Elemzések	135
4.2.1. Problémafa és célfa	136
4.2.2. SWOT-analízis és követendő stratégia	138
4.2.3. Érintettek elemzése	143
4.2.3.1. Civil kezdeményezések	145
4.2.4. Szekszárd marketingtermékei – BCG mátrix	145
4.3. 7P	148
4.3.1. Termékpolitika /product/	148
4.3.1.1. Vonzerőleltár	152
4.3.2. Árpolitika /price/	153
4.3.3. Értékesítési utak politikája /place/	154
4.3.4. Reklámozás /promotion/	158
4.3.5. Emberek /people/	161
4.3.6. Folyamat /process/	163
4.3.7. Fizikai megjelenés /physical evidence/	165
4.4. Következtetések, javaslatok	169
4.4.1. Következtetések	169
4.4.2. Intézkedési terv és stratégia	171
4.4.3. Szervezet	174
<b>5. Mellékletek</b>	<b>175</b>
5.1. Statisztikai adattáblák	175
5.2. Kérdőívminták, mélyinterjú-kérdések	176

## 1. Vezetői összefoglaló

/Husztai Zsolt/

Jelen Marketingstratégiát Szekszárd Megyei Jogú város felkérésére a Dunaújvárosi Területi Tervező Iroda készítette 2014-ben. A meglehetősen komplex feladatot Szekszárdon dolgozó és élő szakemberek készítették el a DDOP-4.1.1/C-09-2f-2010-0001 ssz. projekt soft tevékenységi keretében.

Jelen munka három fő fejezetből áll össze. Az első rész a kutatási módszertanokat adja meg, mind a szekunder, mind pedig a primer kutatásokra. A második fejezet maga a szekunder és primer kutatáson nyugvó környezet- és helyzetelemzés, mely sok részletre kiterjedően írja le Szekszárd helyzetét és fejlődésének irányát. A szekunder kutatások nagyon sok bázist használtak fel: könyvek és könyvtári adatbázisok, statisztikai adatbázisok, tudományos dolgozatok, értekezések, tudományos publikációk, egyéb közzétett tanulmányok és fejlesztési dokumentumok is az analízis alapját adták. A statisztikai elemzések egyszerű adatokat és idősoros adatokat egyaránt tartalmaznak.

A primer kutatásokat részben a szekunder forrásokban szereplő információk kontrolljaként, részben új információk fellelésére használtuk. Alapvetően két kérdőíves (egy idősoros és egy statikus adatú) felmérés, illetve egy mélyinterjú felmérésre került sor a munka elvégzése során.

A harmadik fejezet maga a Marketingterv, melyben a kapott információk elemzése szerepel, melyet a – marketingnyelven „7P”-nek nevezett – marketingleltár követ a termék-, az ár-, az értékesítési utak, a reklámozás, az emberek, a folyamatok és a fizikai megjelenés kapcsán. Ezt követi a „Következtetések és javaslatok” fejezet, mely maga a stratégia.

A törzsanyagokat mellékletek egészítik ki, melyek a primer kutatás alapjául szolgáló kérdéssorokat és a települési adattáblákat tartalmazzák, utóbbit elektronikus formában.

A feldolgozáshoz jó munkát kívánunk!

A Szerzők

## **2. Módszertan**

### **2.1. Szekunder anyaggyűjtési módszerek**

/Raffay Zoltán/

Szekszárd Megyei Jogú Város marketingtervének elkészítéséhez számos szekunder forrás használható fel. A főbb feldolgozott forrástípusok:

- Könyvek
- Statisztikai adatbázisok (KSH, EuroStat, NFÜ)
- Tudományos dolgozatok
- Értekezések, tudományos publikációk
- Közzétett tanulmányok
- Saját ötlet is
- Jelen speciális esetben: fejlesztési dokumentumok (Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Koncepció, OFTK, az Új Magyarország Fejlesztési Terv Dél-Dunántúli Operatív Programja, a Tolna Megyei Területfejlesztési Program és Szekszárd MJV 2010-2014 évre szóló Gazdasági Programja).

A fejlesztési dokumentumok mellett szól azok frissessége (az OFTK-t és a megyei fejlesztési programot 2014. év legelején fogadták el; a város gazdasági programjának érvényessége éppen ebben az évben jár le, de a regionális szintű dokumentum megállapításai sem elavultak még), illetve hogy azok készítését optimális esetben – remélhetőleg – kiterjedt társadalmi és szakmai egyeztetések sora előzte meg, így a kormányzati oldal mellett a gazdasági szereplők, a civil szervezetek és a magánszemélyek gyakran eltérő szempontjai, véleményei is visszaköszönek bennük. Másik előnyük a dokumentumokat készítő komplex szakembergárda, a szakértői teamekben ugyanis a társadalom- és természettudományok képviselői egyaránt helyet kaptak, így a kész anyagok vélhetően az adott térség valós problémáit és fejlesztési lehetőségeit tartalmazzák.

Felhasználható továbbá minden korábbi városmarketing-terv vagy hasonló dokumentum. A vendégelégedettség-felmérés jelenleg van készülőben 300 fős mintavétellel, kérdőíves módszerrel – tehát ennek eredménye még nem használható.

## A szekunder adatok kiegészítésének módszerei

Ugyanakkor két kérdőíves kutatás felhasználásával megtörténik a primer adatok kinyerése is. A kérdőívet nem csupán látogatók, hanem helybeliek is kitöltik, így képet kaphatunk a rendezvényekről is. Az eredmények utalni fognak a helyi városukkal való elégedettségének mértékére és a javítás, változtatás lehetséges irányaira is. A kérdőívet (amely tartalmaz számos olyan kérdést, amely a város jelenlegi imázsára és optimális jövőbeli állapotára vonatkozik) a melléklet tartalmazza.

Az adatok értékelése elsősorban a szakértői team helyismeretén alapul, az esetlegesen felmerülő hiányosságok, bizonytalanságok, kételyek a város vezetésében és marketingtevékenységében kompetens szervezetek, illetve személyek megkeresésével és megkérdezésével zajlik.

Emellett, sor került néhány (x>10) mélyinterjú elkészítésére is, melynek kérdéseit szintén a melléklet tartalmazza.

## 2.2. Statisztikai elemzés módszerei

/Husztai Zsolt/

A jelen dokumentumokban fellelhető statisztikai adatokat törvényes forrásokból merítettük. Alapvetően kétféle adattípust használtunk:

- egyszeri adatok,
- idősoros adatok.

Az idősoros adatokat – amennyiben erre lehetőség volt – előre- és továbbszámításnak vetettük alá. A trendek számítása során következtetéseket igyekeztünk levonni az adatokból. Elvégeztük az adatok csoportosítását és összehasonlítását, valamint kerestük a kapcsolati pontokat. Ahol ennek szükségét láttuk, viszonyszámokat és részviszonyszámokat alkalmaztunk.

Az adatfeldolgozások jogtiszta MS Excel és SPSS programokkal készültek. Előbbi segítségével települési adatokat dolgoztunk fel a KSH adattára nyomán, utóbbi pedig a saját, jelen dokumentum készítéséhez felhasznált primer kutatások feldolgozásában segített.



### **2.3. Kérdőíves felmérések és mélyinterjúk módszerei**

/Máté Andrea – Raffay Zoltán – Huszti Zsolt/

Két kérdőíves kutatás kapcsolódik jelen dokumentumhoz:

- Szekszárdi Szüreti Napok értékelése a vendégkör megkérdezése alapján, 2009-2013 /Máté A./
- Szekszárd településmarketing vizsgálatának néhány aspektusa kérdőíves felmérés alapján /Máté A. – Nagy E./

A két felmérés közül az első dinamikus (flow), míg a másik álló (stock) típusú kutatást tartalmaz.

A tanulmányhoz tartozó adatrögzítést és az adatokból összeállított táblázatok többváltozós, keresztábrák és egy utas (ONEWAY Anova) varianciaelemzéssel kerültek feldolgozásra SPSS 21 programmal.

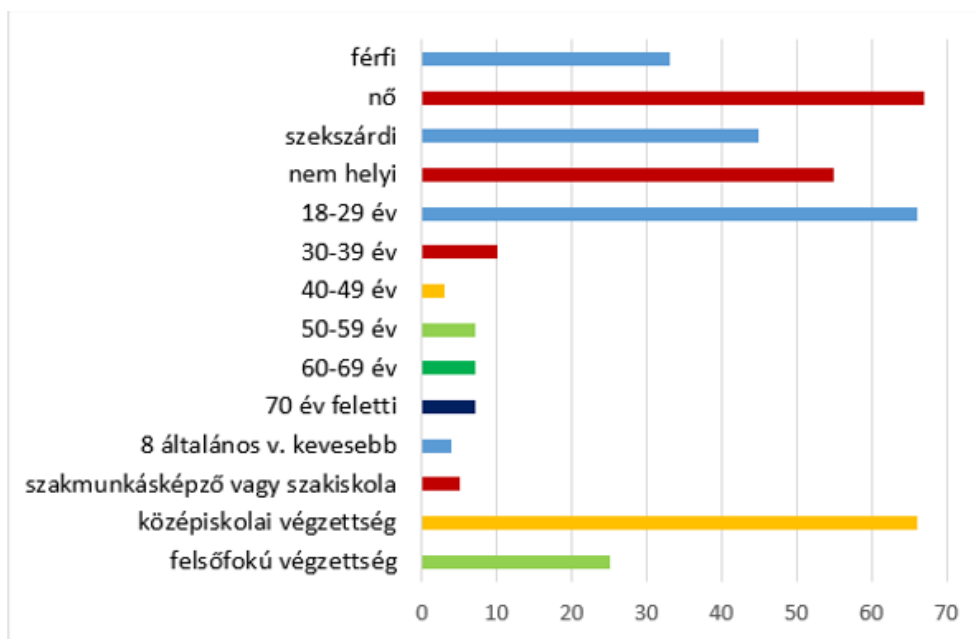
A kutatások 2014 nyarán zárultak és 2014-es adatokat nem tartalmaznak. 10 kérdőív anketőr segítette a munkát, mely a kitöltéssel, majd az eredmények értékelésével és javaslatok megfogalmazásával zárul.

Szekszárd városmarketingjének területén azt a néhány aspektust emeltük ki, amelyet a megkérdezettek értékelték. A válaszadók a várost értékelték lakóhelyként, minősítették annak tulajdonságait, turisztikai fejlesztéseit, ismertségét, logóját és szlogenjeit, továbbá javaslatokat tehettek, hogy mit változtatnának annak érdekében, hogy jobban érezzék magukat Szekszárdon. A megkérdezések véletlenszerűek, önkéntesek és anonimok voltak. A lekérdezés 2013 őszétől 2014 nyaráig tartott.

Az egyszerűbb feldolgozás érdekében a kérdéstípusok többsége (előre meghatározott válaszokat tartalmazó) zárt-, valamint értékelési skálába (1-től 5-ig számmal, vagy jelzőkkel) sorolt válaszokat tartalmazó kérdés volt. A feldolgozás során az Excel adatbázis alapján összesítő, értékátlagokat bemutató kör-, vonal- és oszlopdiagramok készültek. Az adatok feldolgozása az SPSS 21 Statisztikai program segítségével történt. A feldolgozási módszerek közül többváltozós, keresztábrák és egy utas varianciaelemzéseket (One Way Anova) végeztünk (Sajtos L. – Mitev A. 2007). Végignéztük az egyes kérdéseket, kérdéscsoportokat és megvizsgáltuk, hogy van-e releváns összefüggés az egyes elemek között. Elsősorban azt vizsgáltuk, hogy van-e jelentősebb eltérés a korcsoportok között az egyes alkérdések tekintetében. Amely kérdésnél szignifikáns összefüggéseket kaptunk, ott a szöveges elemzésben erre kitérünk (2. melléklet).

A Szekszárd településmarketing kérdőívesezésében (SZT 2013-14) 101 megkérdezett vett részt. A válaszadók egyharmada férfi, kétharmada nő volt, 45%-a helyi lakos, míg 55%-a nem szekszárdi. A

minta többsége (66%) a fiatal korosztályból került, így a mintában a túlréprezentált fiatalok véleménye erőteljesebben jelenik meg, azonban ők azok, akik mobilabbak, így könnyebben települést váltanak, ha a lehetőségekkel nem elégedettek. A megkérdezettek 20%-a a középkorosztályhoz (30-59 év) tartozik, míg 14% az idős korosztályhoz (60 év feletti). A minta többségének (66%) középiskolai végzettsége van, emellett a felsőfokú végzettségűek aránya jelentős (25%).



A városmarketing-kutatás mintavételének megoszlása (%) (szerk. Máté A.)

A Szekszárdi Szüreti Napokon a Pécsi Tudományegyetem Illyés Gyula Karán folyó turizmus-vendéglátás alapszakon és idegenforgalmi szakmenedzser képzés keretében tanuló hallgatók több éve minden ősszel kérdőíves megkérdezést végeznek, ezáltal primer adatokhoz jutottunk a vendégkörtől. A mintavétel véletlenszerű, mivel nincs viszonyítási alap, azonban nemre, korra, lakhelyre és iskolai végzettségre is gyűjtöttünk információt. Az egyszerűbb feldolgozás érdekében a kérdéstípusok többsége zárt, vagy értékelési skálába (számmal, vagy jelzőkkel) sorolt válaszokat tartalmazó kérdés volt. A megkérdezettek válaszadása önkéntes és anonim volt, az adatgyűjtés statisztikai célra történt.

A rendezvényhelyszíneken (Szüreti Napok több éves merítése) kerül a legtöbb kérdőív kitöltésre, mivel itt a legbiztosabb a vendég megtalálása, és egyben a legnagyobb a valószínűsége annak, hogy a vendégnek van néhány szabad perce a kérdőív kérdéseire válaszolni (arról nem is beszélve, hogy a működő szálláshelyek és így a férőhelyek száma meglehetősen csekély még Szekszárdon). Ennek megfelelően a kérdőívek kitöltői közt jelentős arányban voltak helyiek is, akiknek a véleménye akár külön is elemezhető, s ötleteket adhat a város marketingtevékenységének formálásához.

A kérdésekre adott válaszok értékelése komoly segítséget jelenhet Szekszárd MJV marketingtevékenységének javításához.

A mélyinterjúk készítése /Slezák-Bartos Zs./ során a város találmra választott, de prominens személyiségeinek véleménye került lekérdezésre, melynek célja a kérdőíves kutatások képének árnyalása. Elemszáma annak érdekében alacsony, hogy jól megfogható eredményt produkáljon.

### 3. Környezet- és helyzetelemzés

#### 3.1. Szekszárd, mint települési egység

/Fekete Richárd kutatása nyomán/

##### Név, fekvés

Szekszárd nevének eredete körül meglehetősen bő helytörténeti diskurzus folyik. Mai ismereteink szerint Vadas Ferenc természetföldrajzi teóriája a legvalószínűbb, aki a jellegzetesen sárközi Szeg-szár összetételben feltételezi a település néveredetét.

Szekszárd a Sárköz és a Szekszárdi-dombság találkozásánál található. Sárközt Kövér György *Magyarország társadalomtörténetében* ökológiai kistájként jellemzi, hiszen a Duna-szabályozás a terület egyes falvait a Dunántúlra, másokat a Duna-Tisza közére helyezte, ám néprajzilag Sárköz egységes maradt. Szekszárd mai belvárosa tulajdonképpen a Sárköz mocsaras árterülete volt, a Sárvíz folyó medre pedig kettészelte a mai Szekszárdot. A folyóba ömlött például a Séd-patak és a Csatári-patak is. A régi Sárvíz folyó körülbelül három kilométer szélességen folyt, három ágát a 19. századi Szekszárd-térképeken jól lehet látni. A földrajzi környezet tehát meglehetősen vadvízinek mondható, művelése/átalakítása csak a 19. században vált jelentőssé.

A mintegy 150 km<sup>2</sup>-es, aszimmetrikus felépítésű, mély völgyhálózatú és lösz által fedett, völgyközi háttakkal borított Szekszárdi-dombság a Tolnai-dombság legtagoltabb részeként a Völgységi- és a Lajvér-patak, illetve a Tolnai-Sárköz között található. Legmagasabb pontja a 295 méter magas Óriás-hegy. A kistájat leginkább barnaföldek jellemzik, a természetes növénytakarót a tölgy-kőris-szil ligeterdők, a cseres-, illetve a tatárjuhar-tölgyesek adják. Az erdők inkább a nyugati részen maradtak meg, a keleti részt ma már szőlők és szántók borítják.

##### 3.1.1. Szekszárd rövid települési múltja az OSZK anyagai alapján

/Fekete Richárd kutatása nyomán/

##### Településtörténet

Paleolitikus lelőhelyként az ún. gravetti kultúra, neolitikus lelőhelyként pedig a kelta kultúra maradványai fontosak. Palánkon avar, illetve hun-germán sírhelyeket is feltártak a régészek, a mai Bogyszlói úton pedig egy közel 800 sírhelyet tartalmazó avar temetőt. Az avar állam bukása után a Honfoglalás, illetve az államalapítás századaiban Szekszárd környékén hét helyütt létezett lakosság,

ebből az időszakból három leletegyüttes maradt ránk. I. István korában még Tolnán volt az ispáni székhely. Szekszárd birtok bevételei a pécsváradi benedekrendi monostort szolgálták. Az akkori népesség feltehetőleg a mai Bartina utcában lakott.

A város a kelta gyökerű Alisca település helyén jött létre, először a pécsváradi apátság – egyébként hamis – alapítólevelében említik 1015-ben (e szerint a mai Bartina-hegy alatt feküdt). Később a környező települések közül az apátság tette lehetővé Szekszárd felemelkedését. A szekszárdi apátságot I. Béla 1061-ben alapította (a jelenlegi kutatások szerint a királyt – a közhiedelemmel ellentétben – nem itt temették el), az itteni bencés rendi apát pedig rögtön különleges jogokkal bírt. Az apátság királyi hiteles helyként működött. Mivel I. Béla saját majdani nyughelyeként kezelte az apátságot, ezért jobbágyokat telepített ide, s további adófizető apparátust adományozott az apátságnak. A történet fonákja, hogy az apátság nem készült el I. Béla haláláig, ezért sem tekinthetünk rá a király nyughelyeként (az 1063-ban elhunyt király feltehetőleg a korábbi plébániatemplom kriptájában nyugszik).

A szekszárdi bencés apátság egyházi működéséről mindazonáltal kevés adatunk van (de például tudjuk, hogy politikai színtérként szolgált Géza herceg és Salamon király „tróncsatájában”). Név szerint 33 szekszárdi apátot ismerünk, az apátság tevékenységszerűen biztosította az országos konvent működését, értelemszerűen ellátta egyházi feladatait, továbbá kvázi földesúrként irányította a szekszárdi uradalmat. Dózsa György parasztfelkelése táján a szekszárdi apátsághoz tartozó uradalomhoz körülbelül 35 helység tartozott. A szekszárdi apátoknak jellemzően magasabb tisztségeik is voltak az apátságnál, ezért leginkább intézőik foglalkoztak a helyi ügyekkel. Az apát intézménye az 1529-es török invázióval egy időre véget ér. A török kiűzése után viszont még szűk hetven évig létezik a szekszárdi apát, többen fel is veszik a címet. Közülük Mérey Mihály, Trautshon János és Rodt Ferenc emelkednek ki, akik az apátsághoz befolyó javak nagy részét építkezésre fordították. Az apátsági templom helyreállítását például Mérey Mihály apát kezdte meg a századfordulón, a templom viszont jó száz évvel később – az 1794-es tűzvész során – leégett. 1777-ben Mária Terézia az apátság birtokait a Magyar Tudományegyetemnek adományozta, ennek kezelését pedig 1848-ig a szekszárdi közalapítványi tiszttartóság végezte.

A 15. század elején két oklevél is faluként (villa) jelöli Szekszárdot. Ezekből a falukból alakulnak ki később a mezővárosok (oppidum). A kifejezés először egy Faddhoz kapcsolódó 1419-es oklevélben szerepel. Szekszárd akkoriban további kilenc falut foglalt magában, melyek adózása Faddéhoz hasonló volt (ez általában két részletben 100 dénárt és egy évben háromszor 200 dénár értékben földesúri ajándékot jelentett). A mezővárosok (mint Szekszárd) viszont többé-kevésbé szabadon rendelkezhetek a jobbágyaikkal (míg a faluk nem).

Nagy valószínűséggel 1441 után lett Szekszárd mezőváros, először 1485-ben említik ilyen titulussal. A 15-16. század fordulóján a szekszárdi szőlőművelés területi kiterjesztése miatt

feltehetően emelkedett a napszámosok száma, továbbá Mátyás király uralkodása alatt sok jobbágy települt át a mezővárosokba. Mezővárosként Szekszárd öt darab éves vásárt tarthatott. A vásárok híre Pozsonyból is vonzotta a kereskedőket. A Mátyás-éra mindazonáltal nem volt zökkenőmentes Szekszárdon. A király a század második felében elrendelte a 15. század elején felépült vár lerombolását, mert Vitéz János, aki többek között a szekszárdi apát címét is viselte, itt szervezte meg a Mátyás eltávolítását megcélzó híres összeesküvést.

A mohácsi csata után Szulejmán Szekszárdon is átkelt, az átvonulás során – számos tolnai és baranyai településhez hasonlóan – az apátságot és a várat (feltehetően a monostorral együtt) felégették a törökök. Mindazonáltal a várnak jut szerep a török hódoltság alatt is, s csak az 1686-os visszafoglaláskor válik rommá. Végül az 1543-as hadjárat során olvadt be Szekszárd (és környéke) a Török Birodalomba. A város Kászim (mohácsi szendzsákbég) vezetésével török helyőrség lett, a régióban pedig katonai létszámával kiemelkedett, s így vált náhije-székhellyé.

1572-től 1591-ig majdnem felére csökkent Szekszárd mezőváros adófizető lélekszáma (400-ról 235 főre). Ebben az időben a szandzsákbégek 20 adófajtát szedtek be. A borvidék történetének szempontjából fontos, hogy a török hódoltság alatt jelent meg itt a vörösbor, például a rácok által behozott kadarka. A borvidék fejlődése egyébként viszonylag egyenes vonalúnak mondható. A török hódoltság alatt meglepő módon nem pusztultak el a szőlőtermelő területek. A török uralom második felében kezdenek Szekszárdra áramolni a délszláv etnikumok, főleg Boszniából. Az ő társadalmi (kereskedelmi és mezőgazdasági) szerepvállalásuktól nem független, hogy a magyar lakosság elkezdett Nyámád és Őcsény felé áttelepülni (közülük kerültek ki a törökök ellen felkelő hajdúk).

A marginális területekre kiszorult lakosok a török kiűzése után hamar visszaköltöztek a városba. Ebben az időben az adózó rácok száma mintegy negyede az adózó magyarokénak. Az 1686-os felszabadítás ugyanakkor a német telepések bejövételét és jelentette. A betelepülés a Rákóczi-szabadságharc – s a vele párhuzamos pestisjárvány – miatt rövid időre megakadt. A szabadságharcban a szekszárdi lakosság Rákóczihoz csatlakozott. A történelem folyásának ide vonatkozó fontos momentuma Béri Balogh Ádám elfogása. A szabadságharc egyébként Mérey Mihály apátsága alatt, tulajdonképpen újjáépülése közben érte Szekszárdot. Mérey Mihály apátságának idején nemcsak a templom, hanem a mezőváros is újjáépült. 1716-ban 6 zsellér és 60 jobbágy élt itt.

A 18. században az apátság megszűnése, illetve az 1783-ban elnyert megyeszékhelyi rang a legfontosabb események. A lakosság nemzetiségi összetételének változásában továbbá fontos szerepet játszott a német betelepítés (a század végére már bő hatezren élnek itt), illetve a céhek létrejöttei. Tolna vármegye megyeszékhelyi rangjának elnyerésével a város átvette a közszolgáltatás fontosabb terepeit (építészeti felügyelet, egészségügyi szolgálat, államigazgatási szolgálat, adóhatóság, etc). A 18. században a magyaron kívül tehát német és szláv volt a lakosság. A rácok főleg a palánki vámszedőnél, illetve mezőgazdasági területen dolgoztak, asszimilációjuk

zökkenőmentesen ment végbe. A rácoknál viszont sokkal jelentősebb számban laktak Szekszárdon németek, akik elsősorban kereskedelemről és szakmunkáról, illetve szőlőművelésről éltek. A 18. században a zsidók letelepedése még nem jellemző. Az 1780-as években II. József ugyan komoly engedményeket tesz a zsidók letelepedését illetően, viszont Szekszárdon a 19. század elején is csak elvétve találni zsidó kereskedőt (az 1810-es évek szám szerint három volt). A zsidók itteni letelepedése 1840 után válik jelentőssé, a legfontosabb kereskedő a század második felében Pirnitzer József lesz. A szakirodalom csak zárójelben tesz említést a 18. században ide érkező cigányokról.

A 18. század második felében már tisztán látszik a szőlőművelés központi szerepe. A mezőgazdaság egyéb formái elmaradottak voltak Szekszárd környékén, s a népességhez képest nem is volt elég termőterület. 1828-ban az adózók majd' 90%-a bírt szőlőbirtokkal. A 19. század második felének földkataszteréből jól látszik a szőlőművelés szerepe, e szerint ugyanis a szekszárdi térség tiszta jövedelmének több mint fele boreladásból származik. Ugyanezen összeírás több mint 300 kézművest számolt össze a városban, akik leginkább ruházattal foglalkoztak. Az egyre nagyobb számban itt élő lakosok 18. századi anyagi gyarapodása a kultúrát, illetve az oktatást is fellendítette. A 19. század közepére már egy állami és két felekezeti iskola volt a városban (nem beszélve az 1836-os alapítású híres Brunsvik Teréz-féle kisdedővő intézetről).

A forradalom és szabadságharc idején a konzervatív szekszárdi városvezetés hamar felülkerekedett a reformértelmiség. 1848 tavaszán több mint 500 fő volt a szekszárdi nemzetőrség létszáma, elsősorban a szláv etnikumokkal történt konfliktusok miatt. Az itteni események egyébiránt párhuzamosan zajlottak az országban történt változásokkal. Fontos viszont, hogy a földesúri intézményrendszer megszűnt, s így megkezdődhetett a polgárosodás, bár a bordézsmá visszaállítása rögtön érzékenyen érintette a szőlőművelésre szakosodott lakosságot. Azért volt ennek különös jelentősége, mert a település bevételének döntő hányada éppen a bor eladásából származott (előtte 8000 pengő évi átalányt fizetett Szekszárd). Az örökváltság bő nyolcévnyi pereskedés után 1848 őszén jött létre, bár ennek összege a helyi gazdálkodók pénztárcáját évtizedekre megterhelte. A jobbágyfelszabadítás az 1870-es évek közepén valósult meg, s egy paraszti agrártársadalom alakult ki. Ebben fontos szerepet kapott a jó húsz évvel korábbi vízszabályozás, melynek következményeként lassan újabb megművelhető földterületek szabadultak fel (a vízszabályozást egyébiránt kielégítően csak a század végére sikerült megoldani).

1871-ben a közigazgatási törvény megváltozásával Szekszárd városból nagyközséggé vált(ozott vissza). Ez az állapot egészen 1905-ig tartott. Kevés példát találhatunk Magyarországon arra, hogy egy több mint harminc évig faluként veszteglő település hogy maradhat ez idő alatt megyeszékhely (s hogy avanszálódhat ismét várossá). A magyarázat abban rejlik, hogy az iparosodás, illetve a tágabb értelemben vett gazdasági fejlődést nemcsak Szekszárdon, hanem az egész megyében nem indult meg. A régióknak viszont szüksége volt kulturális, s – fontosabb, hogy –

közigazgatási központra. Mindazonáltal a század eleji várossá nyilvánítás után még jó harminc évet kellett várni, hogy Szekszárd beépítettségét, s általában küllemét tekintve is várossá váljon. A századfordulón például még nem sok nyoma volt a csatornázásnak.

A kiegyezés után a szőlőtelepítés túlbujánzott, s a század első felétől a vele párhuzamosan fejlődő legelőket elkezdte kiszorítani. Közlekedési szempontból is problémába került a város. A vasútépítés elmosta a keresztülmenő Eszék-Buda országút jelentőségét, a Szekszárdon áthaladó vasutat pedig Pécs irányába tervezték. Ennek következtében a bor eladását sem lehetett a korábbi mértékben megoldani. 1883-ban megindult Rétság felől a vasút, illetve a század végére a bátaszéki vonal is létrejött. Ez utóbbinak köszönhető Szekszárd, hogy be tudott kapcsolódni a Budapest-központú áruforgalomba. Ez az 1890-es évek filoxéria-járványa után egy időre gazdaságilag megmentette a várost. A szőlők pusztulása és újratelepítése az állomány megváltozását vonta maga után. Ekkor került vezető szerepbe a kadarka, továbbá olyan, új művelésmódok jelentek meg, mint a műtrágyázás vagy a rigolírozás. Mindezek ellenére a mezőgazdaság a század első felére válságos állapotba került. A birtokok elaprózódtak, s a törpebirtokos szőlőművelés nem tudta megfelelően értékesíteni a bort. A földművelés, illetve az állattenyésztés hagyományának hiánya pedig eleve kizárta a korszerű mezőgazdaság létrejöttét.

A polgárosodás alatt Szekszárdon az oktatás vált a rétegváltás legfőbb színterévé. A várostér alakításában a rendiség által meghatározott polgárosodó csoportok inkább idegen mintákat követtek. A század második felére már három felekezeti (egy református, egy zsidó és egy római katolikus) iskola működött, s létezett magániskola is. A népiskolázás folyamata a hetvenes évek közepétől a századfordulóig tartott (a gimnázium 1896-ban nyitotta meg kapuit).

A 19. században épül meg a legtöbb középület (városháza, megyeháza, takarékpénztár), illetve kórház, gimnázium és múzeum is létrejön Szekszárdon. A kultúra tekintetében a kaszinó, illetve a különböző alapítású egyletek játszottak kiemelkedő szerepet. Ebben a században lendül fel a Bezerédjek által preferált selyemhernyó-tenyésztés, továbbá a század közepén szabályozzák a Sió-Sárvízet és a Dunát, s így még nagyobb terület jut a szőlőművelésnek. A század végére Szekszárd a vármegye legnépesebb városa több mint 14.000 lakosával. Ahogy arról szó volt, a vas-, illetve közútépítési hullám idején viszont Szekszárd nem fejlődött a várakozásoknak megfelelően, a 20. század elejére sem alakult ki megfelelő ipari tevékenység a városban, amely ennek ellenére megmaradt a régió közigazgatási és szellemi központjának (ez jól megmutatkozik például abban, hogy a 19. századtól kezdve folyamatosan van jelentős irodalmi kötődése a városnak, elég csak Garay János, Babits Mihály, Mészöly Miklós, vagy Baka István nevét említeni).

A huszadik század elején, 1905-ben kap Szekszárd rendezett tanácsú városi rangot. 1910-ben mintegy 15.000-en lakják. A századforduló tájékán a gazdák továbbra is bortermeléssel foglalkoztak, ezen nem változtatott a szőlőművelés sem. A szőlők rehabilitására felvett kölcsönök visszahatottak a



családszerkezetre is. Egyrészt a fiatal családok rögtön beleszóppentek a nagycsaládi kölcsöntörlesztésbe, másrészt a gazdák a reálörökösödés miatt – s így a birtok felaprózódása ellen – a születésszabályozást alkalmazták. A városban ekkortájt alakult ki az immár kispolgárinak nevezhető magyar-német katolikus nemzetiség. Ez a csoport elsősorban az elhagyott szőlőterületek felvásárlásával és rekonstrukciójával (tehát tőkés szemlélettel) érvényesült, s a kispolgári létformának megfelelően taníttatta gyermekeit. A népesség jó 65%-át viszont ekkortájt a törpebirtokos parasztok, illetve az alacsony finánciális- és mobilitási potenciállal rendelkező „szegények” adták. A szegények rétege között külön beszélhetünk a református felekezeti parasztokról, akik jellemzően elvándoroltak és állami szolgálatba léptek, illetve katolikus szegényparasztokról, akik születésszabályozással próbáltak védekezni az elszegényedés ellen. A falusias városi berendezkedésben külön csoportot alkottak a zsellérek (más néven „kis házasok”). Ők a háztáji önellátás mellett bérmunkát is vállaltak, eszmeiségük pedig inkább volt kispolgári. A város marginális rétegein már éltek a századfordulón paraszti kultúrával bíró pre-proletárok, akik alacsony keresetük miatt nem töreked(het)tek a magántulajdon megszerzésére. A kis lélekszámú cigányságot egyrészt az alacsony státusszal bíró, ám integrálódni igyekvő városi cigányok, másrészt az ártereken mozgó teknővájók adták.

Az első világháború kitörésekor Szekszárd vidéki kisvárosnak számított, viszont a világháború (s főleg a több mint 400 fős áldozat) így is visszahatott a település életére. Politikai szintéren Szekszárdon a Károlyi-féle párt élvezett előnyt, a világháború második felére a szociáldemokraták meggyengültek. Az utolsó háborús évben viszont problémamentesen megtörtént a nemzeti tanács létrejötte (megalakult a polgárőrség, a munkástanács, illetve a katonatanács is). A tanács hatalom ideje alatt egyébként Szekszárd – elsősorban baloldali hagyományainak hiánya miatt – nem volt szélsőségesen kommunista város. A két világháború közötti időszakban a városban csökkent a mezőgazdasági keresők száma, az eltartottaké viszont nem változott. Szekszárd azonban nem esett áldozatául ennek a változásnak, hiszen a közszolgálatot végzők, illetve a szabadfoglalkozásúak húsz év alatt megkétszereződtek. A húszas években mindazonáltal Szekszárdra nem voltak jellemzőek a pártpolitika harcai. A nyugalom ellenére viszont gazdaságilag nem fejlődött a város (ennek az okát a monográfusok egyaránt a dualizmus időszakának köz-, illetve vasútépítésében látják). A harmincas évek első felére Szekszárd tulajdonképpen csődbe jutott, ezt a városi párt államsegéllyel kívánta megoldani.

A második világháború idején a szekszárdi zsidókat deportálták, a harcképes katonákat hadba hívták, az emberveszteség szűk hat és félszázra rúgott. Komoly csaták nem alakultak ki Szekszárd körzetében. Ungváry Krisztián könyvéből ismerjük a honvédség szekszárdi összetételét. A 18. gyalogezred 10. gyaloghadosztálya volt Szekszárdé, valamint a 48. gyalogezred 12. tartalékadosztálya is. Fontos továbbá, hogy a 16. újvidéki határőrség-zászlóalj 1000 tagja (mintegy

fele) Szekszárdon esett hadifogságba 1944. november 29-én. A szovjetek bevonulása után a város fontos egészségügyi központtá vált, a középületek tulajdonképpen kórházként működtek. Etnikai szempontból fontos megemlíteni, hogy a világháború végén jelennek meg a megyében, s így Szekszárdon a bukovinai székelyek.

A második világháború után Szekszárdot sem kerülték el a pártmozgalmak. Szekszárdnak MKP-s polgármestere lett, a városi nemzeti bizottság pártképviselőinek nagy része pedig a megyei bizottságnak is tagja volt. Ennél fogva a város erősen megyei irányításúvá vált. A földosztás a földnélkülieknek nem tudott segíteni, ehhez kevés volt a felosztható föld. A kulákosítás jelentős károkat okozott a paraszti őstermelők között. Később – az ország többi részéhez hasonlóan – komoly nehézségek adódtak a termelősövetkezet beindításával, főleg mert a mezőgazdaság egy konkrét ágára szakosodott település új gazdáinak nem volt mezőgazdasági tudása (és apparátusa sem). A 1956-os forradalom Szekszárdon is a szokott – ám annál fontosabb – forgatókönyv szerint zajlott: civil fegyveres csoportok, kisgyűlések, tömegtüntetés, etc. Az ötvenes évek végén aztán országos szinten megkezdődött a termelősövetkezeti rendszer újbóli megszervezése (ennek közvetett hozadéka a lakosság hatvanas évekbeli létszám-emelkedése). Szekszárdon is több TSZ alakult, melyek a hetvenes években összeolvadtak. A tényleges gazdálkodás a hatvanas évek közepén az állami támogatás beindításával kezdődhetett meg. A szocializmus évtizedeiben a helyi TSZ-ek a mutatók szerint ugyan gazdaságosak voltak, ám országos szinten nem mutattak kiemelkedő eredményeket. Szekszárd emellett az ipar terén sem jeleskedett (megyeszékhelyként nem volt itt fontosabb üzem). A hiányzó gépesítést kézi erővel próbálták kompenzálni, s a mindennapi szakmai kisipari tevékenységen túl a város közigazgatási, illetve szőlészeti dominanciája nem engedett teret a komolyabb iparúzásnak. A tény, hogy a szocializmus éve alatt Szekszárd Tolna megye iparának abszolút középpontjaként tudott létezni, inkább a megye helyzetéről árulkodik. A rendszerváltást követően ismét a magángazdálkodás került előtérbe. A TSZ-tagok által művelt háztáji gazdaság megszűnt.

A közelmúltban Szekszárd interurbán közlekedése kapcsán a Duna-híd, illetve az autópálya megépítése számít fontos eseménynek. A kilencvenes években sok munkahelyet teremtő ipari fejlődés az ezredfordulóra vesztett a lendületéből, a szőlőművelés viszont nagyon jó időszakát éli a városban, a település az ország borkultúrájának fontos, szerves része. 1990-ben bő 36.000-en laktak Szekszárdon, ez a szám 2001-re minimális csökkenést mutat. Az ezredfordulón a lakosság mintegy 3%-a német nemzetiségű.

### **Kultúra**

Szekszárd népessége az 1800-as évek eleje óta meghatszorozódott, a nemzetiségek viszont szinte eltűntek a városból. Nemzetiségi szempontból Magyarország egyetlen német színháza, a Deutsche Bühne Ungarn emelkedik ki. A felekezeti tekintetében katolikus többségről és

református kisebbségről beszélhetünk, de van metodista, illetve evangélista templom is (továbbá Jehova imaház).

A legfontosabb középkori építészeti emlékek a bencés templom romjai számítanak. A 19. századból a Pollack Mihály által tervezett megyeházát – a mai Levéltárat – érdemes kiemelni, továbbá a Lechner Ödön építtette Szegzárd Szállót, illetve a mai Művészetek Házát. A századfordulóról származnak a Wosinsky Mór Megyei Múzeum tervei is. Szekszárd vonzáskörzetében kulturális szempontból a sárközi népművészetről érdemes szólni.

A fontosabb műemlékek közül érdemes kiemelni a 18. századból a Szentháromság-szobrot, illetve a Szent János és a Pál-kápolnát; a 19. századból a zsinagóga, a Krehlmüller-ház, a már említett – Pollack Mihály építtette – régi megyeháza, vagy az Auguszt-ház; a 20. századból pedig az előző bekezdésben érintett Wosinsky Mór Múzeum vagy a Gemenci Vadászati Múzeum emelkedik ki.

Végezetül külön kell szólni a borkultúráról. Mint arról már szó volt, Szekszárd – és vidéke – elsősorban borvidékként híres. Ennél fogva nem meglepő, hogy tradícióit tekintve mezővárosként tekintünk rá. A Habsburg idők alatt a régió kifejezetten borairól vált híressé. A fejlődést nagyban elősegítette a 18. század eleji német szőlőtermesztő telepések érkezése. Az történt ugyanis, hogy a bortermelés innovációjának érdekében az apátság kilenced helyett csupán tized adóval illetve a szőlőtermelőket, s ez számos német telepest (továbbá bosnyákokat és szerbeket) a környékre vonzott. Az 1820-as évek végén mintegy 65 fajta szőlőről tudunk, melyet itt termeltek, a század második felének filoxerajárványa viszont jelentősen megtizedelte a szőlőterületeket. A mai Szekszárdi Borvidék területe bő 2600 hektár, mely 15 település szőlőit foglalja magában. A borvidéken 70 százalékban a kék szőlő termelése jellemző. Ez különböző nagyüzemek, közepes vállalkozások, illetve kis- és őstermelők között oszlik meg.

### 3.2. Szekszárd számokban – településstatisztikai értékelés

/Balog István – Huszti Zsolt/

#### A) A népszámlálási adatsorok települési képe

A 2011-es népszámlálási adatok szerint Szekszárdon 34.296 ember él életvitelszerűen (állandó népesség 34.368 fő), ez 1933 fővel kevesebb, mint a tíz évvel korábban mért adat. A település lakosainak nemek és korok szerinti összetétele trendjeiben leköveti az országos korfát, a 35-39 éves korosztálytól kezdődően kerülnek a nők túlsúlyba (35-39 éves korosztálytól átlag 52%), nyolcvan éves kor fölött a hölgyek rendre kétszer annyian vannak, mint a férfiak.

Népesség nemenkénti összetétele 2011			
	FÉRFIAK	NŐK	ÖSSZESEN
00-04 éves (fő)	868	759	1 627
05-09 éves (fő)	726	717	1 443
10-14 éves (fő)	759	753	1 512
15-19 éves (fő)	1 146	1 132	2 278
20-24 éves (fő)	863	935	1 798
25-29 éves (fő)	979	907	1 886
30-34 éves (fő)	1 272	1 272	2 544
35-39 éves (fő)	1 408	1 470	2 878
40-44 éves (fő)	1 214	1 257	2 471
45-49 éves (fő)	1 000	1 150	2 150
50-54 éves (fő)	989	1 300	2 289
55-59 éves (fő)	1 375	1 705	3 080
60-64 éves (fő)	1 125	1 416	2 541
65-69 éves (fő)	790	1 065	1 855
70-74 éves (fő)	556	875	1 431
75-79 éves (fő)	410	695	1 105
80-84 éves (fő)	271	574	845
85-XX éves (fő)	143	420	563
<b>Összesen:</b>	<b>15894</b>	<b>18402</b>	<b>34296</b>

Szekszárd állandó népessége												
	2009			2010			2011			2012		
	férfi	nő	össz.	férfi	nő	össz.	férfi	nő	össz.	férfi	nő	össz.
00-14 évesek száma (fő)	2 311	2 226	4 537	2 292	2 200	4 492	2 251	2 130	4 381	2 252	2 133	4 385
15-17 évesek száma (fő)	607	579	1 186	579	522	1 101	524	505	1 029	501	492	993
18 évesek száma (fő)	186	233	419	225	225	450	198	189	387	175	158	333
19 évesek száma (fő)	226	185	411	183	233	416	226	218	444	198	183	381
20-29 évesek száma (fő)	2 206	2 235	4 441	2 179	2 138	4 317	2 094	2 108	4 202	2 070	2 096	4 166
30-39 évesek száma (fő)	2 870	2 925	5 795	2 827	2 911	5 738	2 821	2 847	5 668	2 772	2 761	5 533
40-49 évesek száma (fő)	2 210	2 356	4 566	2 239	2 362	4 601	2 297	2 381	4 678	2 350	2 449	4 799
50-59 évesek száma (fő)	2 521	3 065	5 586	2 457	2 993	5 450	2 385	2 944	5 329	2 343	2 852	5 195
60-64 évesek száma (fő)	1 016	1 296	2 312	1 072	1 379	2 451	1 096	1 432	2 528	1 104	1 427	2 531
65-X évesek száma (fő)	2 051	3 411	5 462	2 089	3 471	5 560	2 154	3 568	5 722	2 219	3 671	5 890
<b>Összesen:</b>	<b>16 204</b>	<b>18 511</b>	<b>34 715</b>	<b>16 142</b>	<b>18 434</b>	<b>34 576</b>	<b>16 046</b>	<b>18 322</b>	<b>34 368</b>	<b>15 984</b>	<b>18 222</b>	<b>34 206</b>

A 2011-ben mért adatok alapján Szekszárd lakosságának 46,34%-a férfi, 53,66%-a nő. A település legnépesebb korcsoportja az 55-59 éves korosztály volt, így 2014-re nagy valószínűséggel már a közvetlen nyugdíjazás előtt állók csoportja lehet a legszélesebb, illetve tekintve az azt megelőző osztályokat, gyakorlatilag folyamatos növekedésre lehet számítani. A területi statisztikai adatok eredményei megerősítik ezt a feltételezést. Ezek alapján Szekszárd lakossága 2009 és 2012 között összesen 509 fővel csökkent, ugyanakkor korosztályonként vizsgálva a változásokat láthatjuk, hogy a 00-39 éves korosztály összesen 998 fővel csökkent, míg a negyven év fölöttiek 489 fővel gyarapodtak úgy, hogy az 50-59 éves korosztály létszáma 391 fővel csökkent.

	Szekszárd			
	2009	2010	2011	2012
Állandó elvándorlások száma (fő)	711	745	815	690
Ideiglenes elvándorlások száma (fő)	740	770	1176	1206
Elvándorlások száma (fő)	1451	1515	1991	1896
Állandó odavándorlások száma (fő)	631	657	661	620
Ideiglenes odavándorlások száma (fő)	787	759	1005	1160
Odavándorlások száma (fő)	1418	1416	1666	1780
Élveszületések közül férfi (fő)	187	179	160	167
Élveszületések közül nő (fő)	139	162	149	153
Élveszületések száma (fő)	326	341	309	320
Halálozások közül férfi (fő)	176	163	188	185
Halálozások közül nő (fő)	187	191	172	205
Halálozások száma (fő)	363	354	360	390
Elvándorlások egyenlege:	<b>-80</b>	<b>-88</b>	<b>-154</b>	<b>-70</b>
Elvándorlások egyenlege (ideiglenessel):	<b>-33</b>	<b>-99</b>	<b>-325</b>	<b>-116</b>
Születés/halálozás egyenlege:	<b>-37</b>	<b>-13</b>	<b>-51</b>	<b>-70</b>

A KSH népességmozgásra vonatkozó adatait tekintve látható, hogy Szekszárd település lakossága lassú fogyatkozást mutat, évi átlagos 120-190 fő között. Az el- és odavándorlások az állandó lakossághoz viszonyítva a népességátlag 4,5-4,9%-át érintik, mely folyamat 2010 és 2011 között több mint egy százalékot emelkedett mind a két esetben. Szekszárdon a 2009-2012-es időszakban a népességfogyás elsősorban a migrációs folyamatoknak tudható be, ugyanakkor a születés/halálozás aránya is folyamatosan csökken.

A migrációs mutatókat tekintve láthatjuk, hogy az állandósuló helyváltoztatásnál lényegesen magasabb az ideiglenes jellegű áttelepülések száma. Vélhetőleg ezt az „ideiglenes munkavállalás” eredményezheti, illetve a munkavállalással kapcsolatos helyváltoztatás. Érdemes további vizsgálatokat folytatni, hogy a kitelepülők az ország mely térségeibe jutnak el, illetve hogy a betelepülők a kistérségen belülről, esetleg az azzal szomszédos területekről, vagy az ország más tájairól költöznek-e Szekszárdra.



Lényeges, bár nem népszámlálási adatsor a vállalkozások száma, mely a népesség aktivitásával van összefüggésben. A regisztrált (egyéni vagy társas) vállalkozások képe nem különbözik az országos adatoktól annyiban, hogy túlnyomó többségben vannak az egyéni vállalkozások és az alkalmazott nélküli cégek, illetve a mikrovállalkozások (0-9 fő). Szerencsére látható, hogy Szekszárd városában jelen vannak a nagyfoglalkoztatók. Ők a teljes lakosság körülbelül 4-6%-át foglalkoztathatják, ugyanez az adózók számát alapul véve 12-13% körül alakul, így tehát arra következtethetünk, hogy minden 10 szekszárdi munkavállalóból jó eséllyel 1-2 fő a négy legnagyobb vállalkozás alkalmazottja, illetve sikeres vagy sikertelen működésük közvetlenül a lakosság 25-30 %-ára lehet hatással. A KSH elérhető területi statisztikai adatai 2011-től kezdve nem tartalmazzák a működő vállalkozások számát, ugyanakkor 2009 és 2010 esetében ez átlagosan körülbelül 60-70%-a volt a regisztráltak számához képest az „alsóbb” kategóriákban. Ebből következtethetünk arra, hogy a regisztrált vállalkozások közel harmada inaktív, kényszer szülte, vagy csak projekt alapon tevékenykedő cég lehet.

regisztrált társas vállalkozások száma				
	2009	2010	2011	2012
0 és ismeretlen fős	798	825	614	566
01-09 fős	1401	1404	1439	1492
10-19 fős	72	76	72	82
20-49 fős	46	52	41	43
50-249 fős	27	23	24	17
250-499 fős	3	1	1	3
500 és több fős	2	2	2	1

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

regisztrált vállalkozások száma				
	2009	2010	2011	2012
0 és ismeretlen fős	1672	1761	1621	1643
01-09 fős	4578	4586	4607	4569
10-19 fős	76	80	77	86
20-49 fős	47	53	41	43
50-249 fős	27	23	24	17
250-499 fős	3	1	1	3
500 és több fős	2	2	2	1

	Szekszárd													
	2011				2012				2013				2014	
	I. né	II. né	III. né	IV. né	I. né	II. né	III. né	IV. né	I. né	II. né	III. né	IV. né	I. né	II. né
8 általánosnál alacsonyabb végzettségűek száma (db)	60	58	45	47	58	59	57	62	63	60	60	53	31	55
Általános iskolát végzett munkanélküliek száma (db)	461	427	366	376	446	386	378	410	497	438	403	349	277	377
Szaktanácsképzőt végzett munkanélküliek száma (db)	445	396	353	375	426	350	367	376	447	382	323	326	27	299
Szakisikolai végzettségű munkanélküliek száma (db)	41	40	42	41	43	39	32	36	39	35	38	28	280	32
Szakközépiskolai végzettségű munkanélküliek száma (db)	292	266	281	256	297	261	265	271	300	259	237	204	120	219
Technikumi végzettségű munkanélküliek száma (db)	51	47	49	50	52	48	35	38	55	42	39	35	202	27
Gimnáziumi végzettségű munkanélküliek száma (db)	166	178	179	172	171	154	146	154	159	170	150	136	38	135
Főiskolai végzettségű munkanélküliek száma (db)	123	114	116	112	113	112	113	96	106	106	107	83	76	59
Egyetemi végzettségű munkanélküliek száma (db)	49	51	56	36	45	37	54	45	51	41	45	34	27	26
<b>Összesen:</b>	<b>1688</b>	<b>1577</b>	<b>1487</b>	<b>1465</b>	<b>1651</b>	<b>1446</b>	<b>1447</b>	<b>1488</b>	<b>1717</b>	<b>1533</b>	<b>1402</b>	<b>1248</b>	<b>1078</b>	<b>1229</b>
20 év alatti regisztrált munkanélküliek száma (db)	18	19	29	35	18	19	29	35	33	23	31	28	24	25
20-24 év közötti regisztrált munkanélküliek száma (db)	205	180	209	156	186	143	178	182	214	186	209	169	141	148
25-29 év közötti regisztrált munkanélküliek száma (db)	240	225	227	207	227	207	201	203	246	225	182	162	136	151
30-34 év közötti regisztrált munkanélküliek száma (db)	237	203	182	190	228	182	183	164	200	183	165	149	136	142
35-39 év közötti regisztrált munkanélküliek száma (db)	244	239	207	216	226	207	206	204	226	206	173	157	142	153
40-44 év közötti regisztrált munkanélküliek száma (db)	204	193	170	190	221	187	172	186	212	197	173	149	120	150
45-49 év közötti regisztrált	179	175	150	163	195	175	167	190	209	177	164	157	132	144

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

munkanélküliek száma (db)														
50-54 év közötti regisztrált munkanélküliek száma (db)	193	175	161	150	168	156	153	147	169	156	139	118	92	138
55-59 év közötti regisztrált munkanélküliek száma (db)	154	155	141	143	160	147	144	160	184	157	142	131	118	127
59 év feletti regisztrált munkanélküliek száma (db)	14	13	11	15	17	16	21	20	24	23	24	28	37	51
Összesen:	<b>1688</b>	<b>1577</b>	<b>1487</b>	<b>1465</b>	<b>1646</b>	<b>1439</b>	<b>1454</b>	<b>1491</b>	<b>1717</b>	<b>1533</b>	<b>1402</b>	<b>1248</b>	<b>1078</b>	<b>1229</b>
Regisztrált munkanélküli férfiak száma (db)	869	765	687	727	874	742	704	753	923	800	719	676	582	635
Regisztrált munkanélküli nők száma (db)	819	812	800	738	777	704	743	735	794	733	683	572	496	594
Összesen:	<b>1688</b>	<b>1577</b>	<b>1487</b>	<b>1465</b>	<b>1651</b>	<b>1446</b>	<b>1447</b>	<b>1488</b>	<b>1717</b>	<b>1533</b>	<b>1402</b>	<b>1248</b>	<b>1078</b>	<b>1229</b>

*Munkanélküliségi adatok (saját szerkesztés TEIR alapján)*

Szekszárd munkanélküliségi adatai a 2011. I. negyedétől 2014. II. negyedévéig terjedő időszakban lassan csökkenő tendenciát mutatnak, legmagasabb értéke 2013. I. negyedében volt (1717 fő), a legalacsonyabb 2014. I. negyedében (1078 fő), a 13 negyedéves periódus átlaga 1461 fő.

A munkanélküliség végzettségek szerinti összetételét vizsgálva megállapíthatjuk, hogy az összes munkanélküliek közel egy harmada (átlag 27,33%-a) általános iskolai végzettségű, ezt követi a középfokú végzettségűek és a gimnáziumi végzettségűek csoportja. Az előbbiek összesen 12,17%-át, míg utóbbiak 10,31%-át tették ki a regisztrált munkakeresőknek.

<b>7 éves és idősebb népesség legmagasabb befejezett iskolai végzettség szerint (2011)</b>		
Az általános iskola első évfolyamát el nem végzők száma (fő)	351	1,10%
Az általános iskola első hét évfolyamát elvégzők száma (fő)	2 780	8,68%
Az általános iskola nyolcadik évfolyamát elvégzők száma (fő)	6 688	20,87%
Középfokú iskolai végzettség, érettségi nélküli, szakmai oklevéllel rendelkezők száma (fő)	5 665	17,68%
Érettségizettek száma (fő)	9 948	31,04%
Egyetemi, főiskolai, egyéb oklevéllel rendelkezők száma (fő)	6 614	20,64%
Összesen:	32 046	-

Az 2011. évi népszámlálás legmagasabb befejezett iskolai végzettségeit bemutató táblázatából látható, hogy Szekszárdon a hét évesnél idősebb lakosság közel egy harmada érettségivel rendelkezik, illetve közel azonos aránnyal szerepel a nyolc általános iskolai és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők száma.

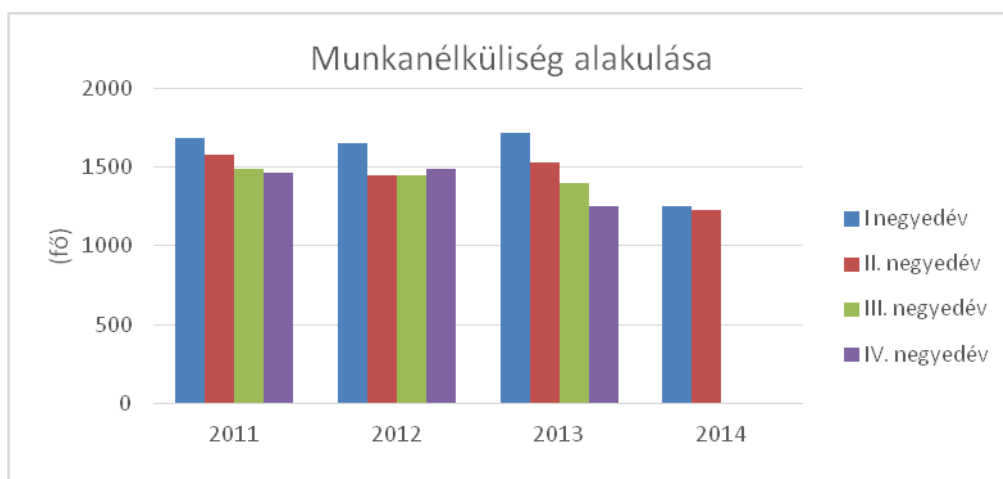
A két, végzettségekre vonatkozó adatsort összevetve a következő fontos jellemzők állapíthatóak meg:



- A munkanélküliek között a csupán általános iskolát végzettek száma némileg magasabb arányú, mint a teljes hét évesnél idősebb lakosság körében.
- A csupán nyolc általánost végzett munkanélküliek aránya az összes, csupán alapközü végzettséggel rendelkező lakosokhoz viszonyítva 6% körül alakul, ez az azonos összevetések közül a legmagasabb érték.
- Megbontva a középfokú, de érettségi bizonyítványt nem adó képzettséggel rendelkező csoportját láthatjuk, hogy a szakmunkásképzővel rendelkező munkanélküliek közel ugyanannyian vannak, mint az általános iskolai végzettséggel rendelkezők, a két csoport együttesen átlagosan a munkanélküliek felét teszik ki.

A munkanélküliség életkor szerinti megoszlását bemutató táblázatból látható, hogy a 20 és 59 év közötti sávokban (öt év szélességgel) az álláskereső viszonylag arányosan oszlanak el (sávonként átlagosan 12,08%), az álláskereső fele 39 éves, vagy fiatalabb.

A korcsoportok szerinti megoszlást együtt vizsgálva a 2011. évi népszámlálás életkor szerinti adataival (a 15-től 69 éves korig terjedő sávon) azt a következtetést vonhatjuk le, hogy munkanélküliség tekintetében a 20-24 és a 25-29 éves csoportok felülreprezentáltak (9,72% és 10,36%) a korosztályok – szűkített – lakosságon belüli megoszlásaihoz (6,98% és 7,32%). A 30-59 éves életkort lefedő korosztályok munkanélküliségi rátája 6-7% körül alakult (átlag 6,59%), ezt tekinthetjük a jellemző munkanélküliségi rátának.



A munkanélküliek számának időbeli alakulását vizsgálva láthatjuk, hogy összes létszámuk csökken, illetve negyedéves bontásban vizsgálva erős szezonalitást mutat (I. negyedév). Elhagyva a két nagyszámú munkanélküli csoportot ez a szezonalitás erősen csökken.

A munkanélküliség nemenkénti megoszlása közel azonos arányú (férfiak átlag 51,2%, nők 48,8%), ugyanakkor a 2011. évi mérés nemenkénti arányaihoz viszonyítva fordított, így arra következtethetünk, hogy a nők foglalkoztatottsága magasabb arányú, mint a férfiaké.

Összefoglalva kijelenthetjük, hogy a munkanélküliség által legveszélyeztetettebb csoport Szekszárdon a

- 20-29 év közötti;
- általános iskolát vagy szakmunkásképzőt végzett;
- férfiak

csoportja.

### **B) Kvalitatív szekunder tényezők**

Az alábbi táblázat Szekszárd lakóinak személyi jövedelem-adózási (jövedelmi) szerkezetét mutatja, a 2009 és 2012 közötti időszakban, az éves statisztikák alapján. Az adók aggregát összegéből, valamint a sávok súlyából következtetni lehet a település lakosságának jövedelmi helyzetére. A táblázat vizsgálatának szempontjai:

- az egyes sávokra eső adóbevételek összegének változása
- az egyes sávokban adózó személyek számának változása

Az adók összegének és az adott sávban adózók számának változása mögött az alábbi főbb okok állhatnak:

- jövedelmek változása
- eltitkolt jövedelmek /feketegazdaság/ arányának módosulása
- adójogszabályok változása
- munkahelyek létrejötte/megszűnése
- kisebb mértékben migráció

Azt, hogy egy adott kategóriában megfigyelhető változás mögött pozitív vagy negatív tendencia húzódik-e meg, leginkább az adott kategória egy főre jutó adóbevétele fejezi ki (összes adó/adózók száma).

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

SZJA ADATOK – Szekszárd																				
	2009					2010					2011					2012				
	Ft	fő				Ft	fő				Ft	fő				Ft	fő			
0-300 000 Ft	28 359 841	1 215	-	7,40%		20 729 110	1 266	51	7,74%		55 782 220	2 569	1303	15,86%		79 148 874	2 524	-45	15,82%	
300 001-600 000 Ft	14 739 158	1 061	-	6,46%	13,86%	21 454 335	1 125	64	6,87%	14,61%	38 850 176	1 164	39	7,19%	23,05%	63 393 374	989	-175	6,20%	22,02%
600 001-800 000 Ft	22 045 993	824	-	5,02%	18,88%	18 974 638	803	-21	4,91%	19,52%	26 106 634	743	-60	4,59%	27,63%	64 185 879	668	-75	4,19%	26,21%
800 001-1 000 000 Ft	94 966 388	1 365	-	8,31%	27,19%	90 246 922	1 277	-88	7,80%	27,32%	81 213 054	1 087	-190	6,71%	34,34%	82 683 461	683	-404	4,28%	30,49%
1 000 001-1 200 000 Ft	129 703 251	2 009	-	12,23%	39,42%	143 089 142	1 923	-86	11,75%	39,07%	153 951 598	1 707	-216	10,54%	44,88%	151 493 653	985	-722	6,17%	36,67%
1 200 001-1 500 000 Ft	203 653 826	1 899	-	11,56%	50,99%	194 394 681	1 892	-7	11,56%	50,63%	191 789 564	1 699	-193	10,49%	55,37%	446 610 437	2 251	552	14,11%	50,78%
1 500 001-1 800 000 Ft	393 721 102	1 780	-	10,84%	61,83%	320 443 929	1 738	-42	10,62%	61,25%	250 088 000	1 378	-360	8,51%	63,88%	329 667 538	1 422	44	8,91%	59,69%
1 800 001-2 000 000 Ft	223 514 775	861	-	5,24%	67,07%	174 517 184	808	-53	4,94%	66,19%	173 983 094	803	-5	4,96%	68,84%	231 856 891	836	33	5,24%	64,93%
2 000 001-2 500 000 Ft	618 793 076	1 621	-	9,87%	76,94%	473 281 991	1 656	35	10,12%	76,30%	456 090 183	1 425	-231	8,80%	77,63%	558 462 340	1 670	245	10,47%	75,40%
2 500 001-3 000 000 Ft	580 681 506	991	-	6,03%	82,97%	450 184 938	1 060	69	6,48%	82,78%	441 842 104	885	-175	5,46%	83,10%	475 188 413	1 077	192	6,75%	82,15%
3 000 001-4 000 000 Ft	891 532 788	1 060	-	6,45%	89,43%	776 306 164	1 159	99	7,08%	89,86%	745 452 854	1 111	-48	6,86%	89,96%	694 662 609	1 166	55	7,31%	89,46%
4 000 001-5 000 000 Ft	809 793 093	657	-	4,00%	93,43%	672 791 136	629	-28	3,84%	93,71%	488 257 673	576	-53	3,56%	93,51%	449 982 376	555	-21	3,48%	92,94%
5 000 001-10 000 000 Ft	1 801 234 349	901	-	5,49%	98,92%	1 716 837 067	850	-51	5,19%	98,90%	1 127 841 730	856	6	5,28%	98,80%	1 120 460 356	922	66	5,78%	98,72%
10 000 001-20 000 000 Ft	670 708 864	149	-	0,91%	99,82%	711 265 900	156	7	0,95%	99,85%	415 521 573	163	7	1,01%	99,80%	413 454 955	170	7	1,07%	99,79%
20 000 001-	313 340 604	29		0,18%	100,00%	266 675 867	24	-5	0,15%	100,00%	287 279 130	32	8	0,20%	100,00%	225 295 424	34	2	0,21%	100,00%
Összesen:	6 796 788 614	16 422	-	100,00%	-	6 051 193 004	16 366	-	100,00%	-	4 934 049 587	16 198	-	100,00%	-	5 386 546 580	15 952	-	100,00%	-

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

	JÖVEDELEM ADATOK – Szekszárd											
	2009			2010			2011			2012		
	össz. jöv.	fő	Ft/fő	össz. jöv.	fő	Ft/fő	össz. jöv.	fő	Ft/fő	össz. jöv.	fő	Ft/fő
0-300 000 Ft	119 084 404 Ft	1 215	98 012 Ft	140 190 224 Ft	1 266	110 735 Ft	240 583 235 Ft	2 569	93 649 Ft	211 441 074 Ft	2 524	83 772 Ft
300 001-600 000 Ft	482 325 185 Ft	1 061	454 595 Ft	507 818 797 Ft	1 125	451 394 Ft	530 928 880 Ft	1 164	456 124 Ft	453 986 978 Ft	989	459 036 Ft
600 001-800 000 Ft	577 634 399 Ft	824	701 013 Ft	562 382 721 Ft	803	700 352 Ft	523 133 642 Ft	743	704 083 Ft	466 651 966 Ft	668	698 581 Ft
800 001-1 000 000 Ft	1 218 649 757 Ft	1 365	892 784 Ft	1 146 234 180 Ft	1 277	897 599 Ft	985 828 828 Ft	1 087	906 926 Ft	616 740 414 Ft	683	902 987 Ft
1 000 001-1 200 000 Ft	2 207 609 414 Ft	2 009	1 098 860 Ft	2 120 369 912 Ft	1 923	1 102 636 Ft	1 906 690 007 Ft	1 707	1 116 983 Ft	1 093 145 599 Ft	985	1 109 792 Ft
1 200 001-1 500 000 Ft	2 550 647 836 Ft	1 899	1 343 153 Ft	2 530 150 301 Ft	1 892	1 337 289 Ft	2 272 764 888 Ft	1 699	1 337 707 Ft	3 019 127 081 Ft	2 251	1 341 238 Ft
1 500 001-1 800 000 Ft	2 946 074 200 Ft	1 780	1 655 098 Ft	2 871 804 496 Ft	1 738	1 652 362 Ft	2 284 214 287 Ft	1 378	1 657 630 Ft	2 335 996 919 Ft	1 422	1 642 755 Ft
1 800 001-2 000 000 Ft	1 628 323 597 Ft	861	1 891 200 Ft	1 526 178 426 Ft	808	1 888 835 Ft	1 523 912 741 Ft	803	1 897 774 Ft	1 586 206 339 Ft	836	1 897 376 Ft
2 000 001-2 500 000 Ft	3 622 124 085 Ft	1 621	2 234 500 Ft	3 694 731 497 Ft	1 656	2 231 118 Ft	3 189 313 438 Ft	1 425	2 238 115 Ft	3 753 154 710 Ft	1 670	2 247 398 Ft
2 500 001-3 000 000 Ft	2 699 456 495 Ft	991	2 723 972 Ft	2 867 365 987 Ft	1 060	2 705 062 Ft	2 413 395 742 Ft	885	2 727 001 Ft	2 937 979 710 Ft	1 077	2 727 929 Ft
3 000 001-4 000 000 Ft	3 652 179 610 Ft	1 060	3 445 452 Ft	3 925 776 878 Ft	1 159	3 387 210 Ft	3 806 458 907 Ft	1 111	3 426 156 Ft	4 003 346 728 Ft	1 166	3 433 402 Ft
4 000 001-5 000 000 Ft	2 919 367 340 Ft	657	4 443 481 Ft	2 716 719 327 Ft	629	4 319 109 Ft	2 556 035 806 Ft	576	4 437 562 Ft	2 476 295 715 Ft	555	4 461 794 Ft
5 000 001-10 000 000 Ft	5 947 973 199 Ft	901	6 601 524 Ft	5 460 104 536 Ft	850	6 423 652 Ft	5 740 109 277 Ft	856	6 705 735 Ft	6 193 055 916 Ft	922	6 716 980 Ft
10 000 001-20 000 000 Ft	1 916 345 416 Ft	149	12 861 379 Ft	1 895 258 129 Ft	156	12 149 091 Ft	2 117 965 430 Ft	163	12 993 653 Ft	2 195 961 593 Ft	170	12 917 421 Ft
20 000 001-	882 696 841 Ft	29	30 437 822 Ft	628 179 099 Ft	24	26 174 129 Ft	1 303 740 958 Ft	32	40 741 905 Ft	1 083 597 476 Ft	34	31 870 514 Ft
Összesen:	33 370 491 778 Ft	16 422	-	32 593 264 510	16 366	-	31 395 076 066	16 198	-	32 426 688 218	15 952	-

	Egy főre jutó SZJA			
	2009	2010	2011	2012
0-300 000 Ft	23 341 Ft	16 374 Ft	21 714 Ft	31 359 Ft
300 001-600 000 Ft	13 892 Ft	19 071 Ft	33 376 Ft	64 098 Ft
600 001-800 000 Ft	26 755 Ft	23 630 Ft	35 137 Ft	96 087 Ft
800 001-1 000 000 Ft	69 572 Ft	70 671 Ft	74 713 Ft	121 059 Ft
1 000 001-1 200 000 Ft	64 561 Ft	74 409 Ft	90 188 Ft	153 801 Ft
1 200 001-1 500 000 Ft	107 243 Ft	102 746 Ft	112 884 Ft	198 405 Ft
1 500 001-1 800 000 Ft	221 192 Ft	184 375 Ft	181 486 Ft	231 834 Ft
1 800 001-2 000 000 Ft	259 599 Ft	215 987 Ft	216 666 Ft	277 341 Ft
2 000 001-2 500 000 Ft	381 735 Ft	285 798 Ft	320 063 Ft	334 409 Ft
2 500 001-3 000 000 Ft	585 955 Ft	424 703 Ft	499 257 Ft	441 215 Ft
3 000 001-4 000 000 Ft	841 069 Ft	669 807 Ft	670 975 Ft	595 766 Ft
4 000 001-5 000 000 Ft	1 232 562 Ft	1 069 620 Ft	847 670 Ft	810 779 Ft

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

---

5 000 001-10 000 000 Ft	1 999 150 Ft	2 019 808 Ft	1 317 572 Ft	1 215 250 Ft
10 000 001-20 000 000 Ft	4 501 402 Ft	4 559 397 Ft	2 549 212 Ft	2 432 088 Ft
20 000 001-	10 804 848 Ft	11 111 494 Ft	8 977 473 Ft	6 626 336 Ft
Összesen:	413 883 Ft	369 742 Ft	304 609 Ft	337 672 Ft

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A Szekszárdról származó összesített SZJA-bevételek 2011 és 2012 között 9,17%-kal (452,5 mFt-tal) növekedtek. A legkiugróbb növekedést a 600e-800e Ft és 1.200e-1.500e jövedelemkategóriák mutatják (145,8% és 132,8%). A teljes idősort vizsgálva a 2012. év eredményei a 2009. évi szintet mind adózók száma (-420 fő), mind az összes SZJA bevétel tekintetében (-1,41 milliárd Ft) alulmúlták.



Szekszárdon 2011 és 2012 között az egy adózóra vetített átlagos SZJA bevétel 305 eFt-ról 338 eFt-ra növekedett (+33.064). Adósávonként tekintve, az éves 2.500.000 Ft-ig terjedő sávok mindegyikében növekedés tapasztalható az egy főre jutó adóbevételek tekintetében, legnagyobb mértékben a 601e-800e Ft-os sávban, itt a növekedés +173,46%-os. A 2009. és 2012. évi adatok összehasonlítása szerint ugyanakkor az egy fő adózóra vetített SZJA 414 eFt-ról 338 eFt-ra csökkent (-76.211 Ft). A vizsgált időszak kezdetéhez képest 2012-re továbbra is bevétel növekedés tapasztalható a 2,5 millió Ft-os sávig, legnagyobb mértékben a 301e-600e Ft-os sávban (+361,41%).

Az egy fő adózóra jutó SZJA bevétel tekintetében legnagyobb mértékű csökkenést 2011. és 2012. évek között a 20 millió Ft feletti sáv mutatja (-2.351 eFt; -26,19%). Míg 2009. és 2012. viszonylatában százalékos arány tekintetében a 10-20 millió Ft közötti sáv (-2.069 eFt; -45,9%), összeg csökkenésének nagyságában a 20 millió Ft feletti sáv (-4.178 eFt; -38,67%).

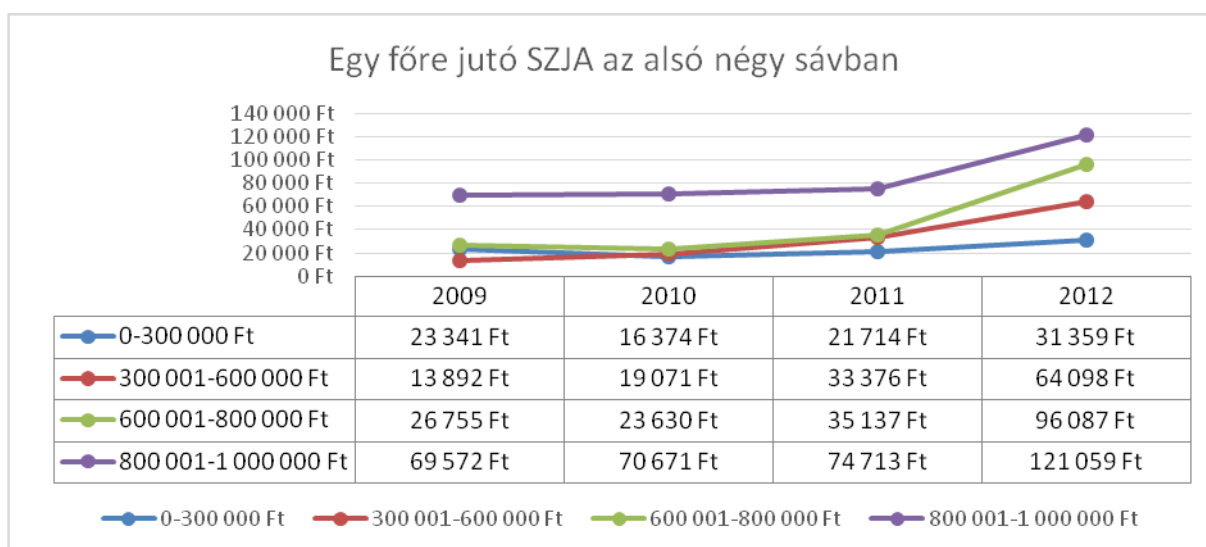
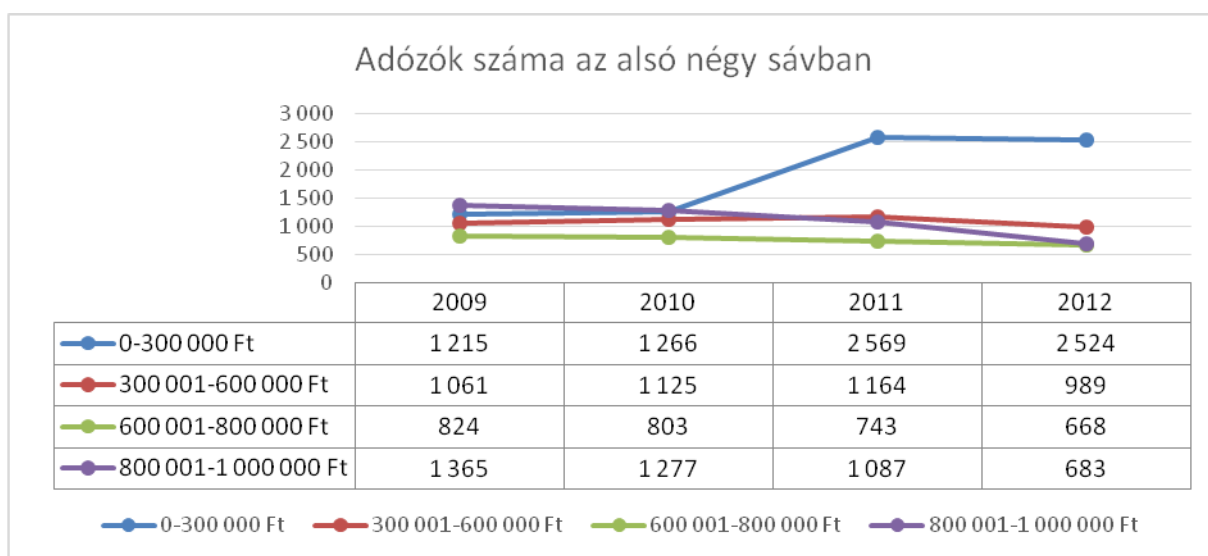
Az alsó négy adósávban 2011 és 2012 között átlag kétszeresére növekedtek az egy főre jutó adóbevételek, miközben összesen 699 fővel csökkent az e sávokban adózók száma. A 800e-1.000e-ig terjedő sávban például 2011-ben a 1087 fő adózó 74.713 Ft/fő adót fizetett, ez 2012-re 683 fő esetén 121.059 Ft/főre bővül.

Az egy főre jutó SZJA növekedésének értékeléséhez szükséges megvizsgálunk, hogy miként alakultak azonos időszakban a jövedelmek. A NAV 2011. és 2012. évi adatai alapján az azonos sávfelosztás szerint vett, egy fő adózóra jutó bérek a 1,8-2,0 millió Ft-os sávig mindenhol csökkentek (kivételek az alól az alulról vett 2. és 6. sávok) átlagosan -1,55%-kal (max. -10,55 %, a legalsó adósávban).

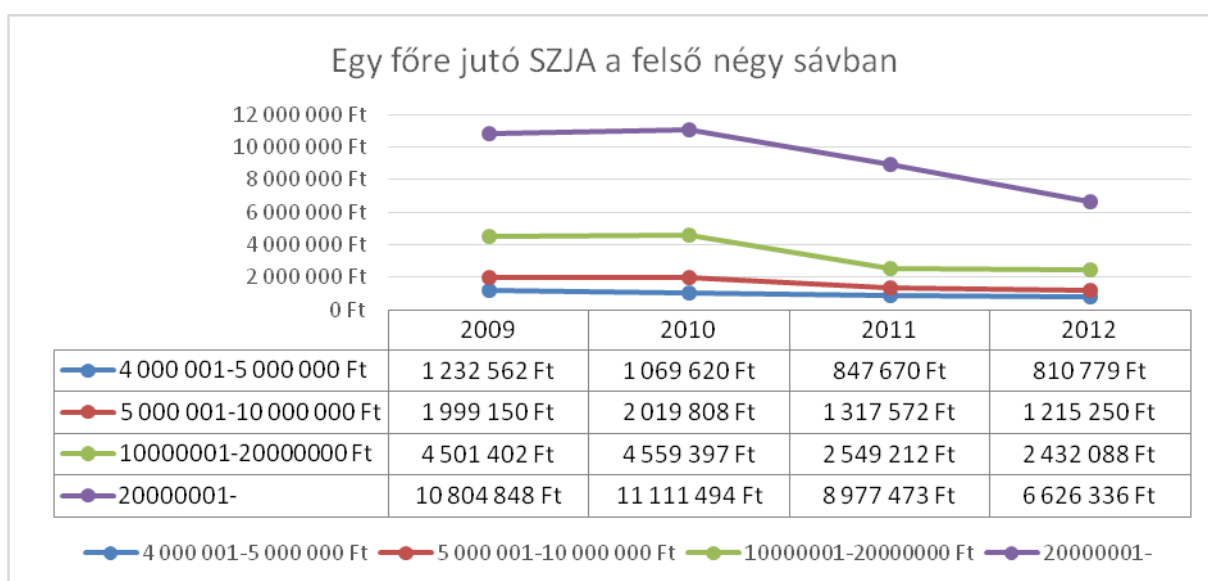
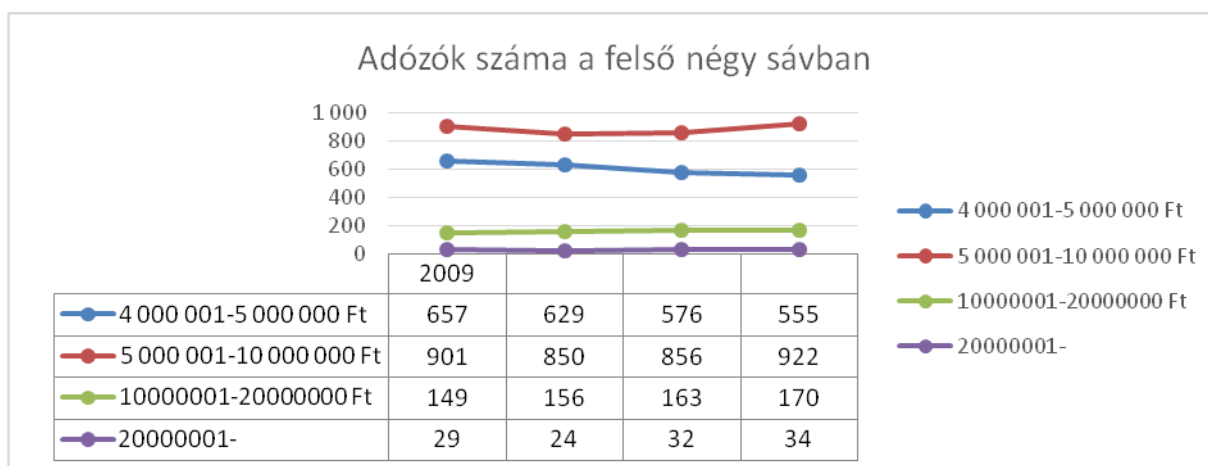
## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Ezzel együtt érdekes, hogy a település egészét tekintve az egy adózóra jutó jövedelem 3,29%-kal növekedett.

Az adózási eredmények pontosabb megértését segíti az adózók változásainak mélyebb vizsgálata. Az alsó négy sáv értékeit megfigyelve láthatjuk, hogy adózók tekintetében egyedül a legalsó kategóriában történt bővülés, az azt követő három sáv lényegében csökkent. Az egy adózóra jutó adóbevételek a 2009. és 2011. évek között többé-kevésbé változatlanok, majd 2011 és 2012 között egy erős növekedés tapasztalható mind a négy sávban.

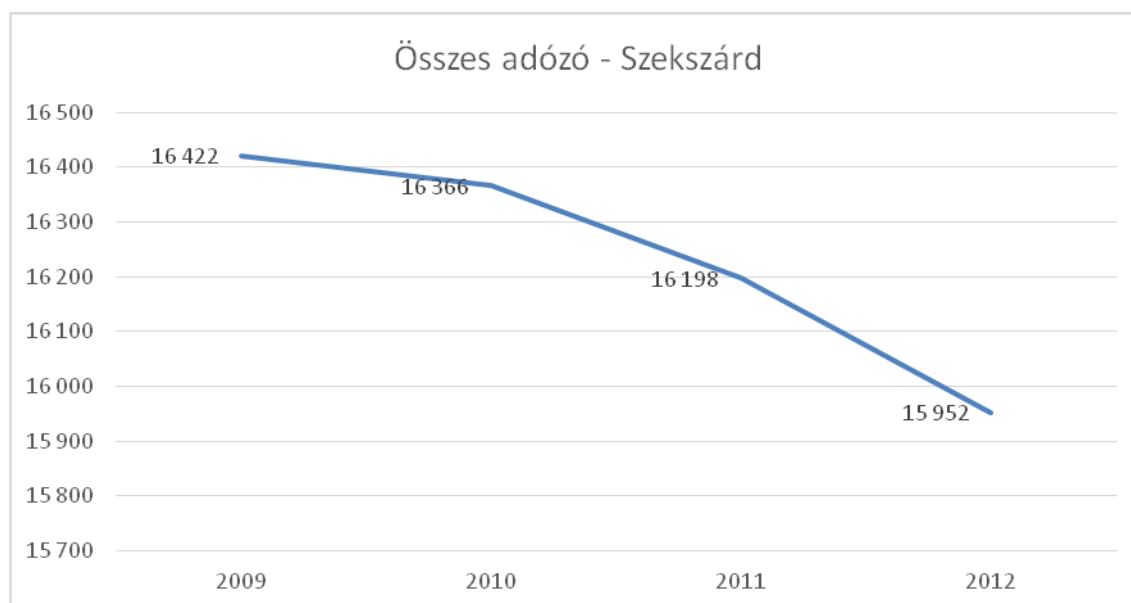


## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



A szerepeltetett felső négy adósávba tartozó adózók száma a 2009. évtől kezdődően csökkent (-55 fő; -6,8%), és ezzel párhuzamosan az egy adózóra jutó adók éves összege is (-1.863 eFt; -40,21 Ft). Ugyanez a változás 2011 és 2012 között -19,04%-os (-652 eFt), az előző évihez képest 54 új adózóval együtt. Eközben a felső négy sáv esetén az egy adózóra jutó jövedelmek növekedése 2009 és 2012 között +5,77%-os (+388 eFt/fő). A 2011. és 2012. év azonos kategóriáinak vonatkozásában 1,3%-os csökkenés tapasztalható (-94 eFt), szintén 54 új adózó megjelenése mellett.





Összességében elmondható, hogy az adózási eredmények közel sem biztatóak, az összkép egy alacsony jövedelmű, szegényedő lakosságra enged következtetni.

Az összesítő táblákban látható, hogy az adózók fele minden vizsgált évben az 1,2-1,5 millió forint éves jövedelmi, vagy az alatti kategóriába esik. Az egyes években befizetett összes adó felét 2010-ben még a 4-5 millió Ft-os kategóriáig bezárólag fizették meg az adózók, 2012-ben már a 2,5-3 millió Ft-os sávig bezárólag.

Az egyes sávokban tapasztalható adóbevételek növekedése nem párosul az egy főre jutó jövedelmek növekedésével, így a növekedés háttérben

- a) az adózók számának növekedése
- b) az adók emelkedése

húzódhat meg.

A vizsgált időszakban a legmagasabb elsődleges jövedelmet egyéni vállalkozással lehetett elérni, 2009-ben 847 egyéni vállalkozó átlagosan 2.484.536 Ft jövedelemre tett szert, 2012-ben már 747 fő esetében 2.578.186 Ft-ról beszélhetünk.

A leginkább szembetűnő változás ugyanakkor a mezőgazdasági kistermelők eredményeiben mutatkozik. Számuk négy év alatt 86-tal bővült (minden más kategória létszáma csökkent), az egy termelőre jutó jövedelem 75,89%-kal csökkent.

A főállásúak és társas vállalkozások száma egyaránt csökkent, előbbi 13.262-ről 13.134-re, utóbbi 613-ról 486-ra. Főállásúként az éves jövedelem 2.211.522 Ft-ra (+5,86%), társas vállalkozások esetén 1.580.078 Ft-ra (-8,91%) változott.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Szekszárdon az „egyéb jogcímen kapott” és a „társas vállalkozásból származó” összesített jövedelem csökkent, míg a munkaviszonyból (+7,54%), egyéni vállalkozói kivétekből (+2,2%) és a mezőgazdasági őstermelésből (+106,48%) származó jövedelmek növekedtek.

	Szekszárd (2009-2012)			
	2009	2010	2011	2012
Összes jövedelem főállásból (Ft)	27 704 827 035	27 300 280 819	27 760 443 070	29 046 134 223
Összes főállású darabszáma (db)	13 262	13 335	13 415	13 134
Összes jövedelem egyéni vállalkozásból (Ft)	2 104 401 663 Ft	2 114 454 450 Ft	1 786 757 814 Ft	1 925 904 588 Ft
Összes egyéni vállalkozó darabszáma (db)	847	748	669	747
Összes jövedelem társas vállalkozásból (Ft)	1 063 380 515 Ft	1 023 634 747 Ft	749 293 542 Ft	767 918 086 Ft
Összes társas vállalkozás darabszáma (db)	613	576	489	486
Összes jövedelem mezőgazdasági kistermelésből (Ft)	25 360 426 Ft	27 454 312 Ft	8 335 590 Ft	15 675 330 Ft
Összes mezőgazdasági kistermelő darabszáma (db)	55	41	37	141
Egyéb jogcímen kapott jövedelem (Ft)	161 410 765 Ft	66 573 789 Ft	122 219 950 Ft	76 115 657 Ft
Egyéni váll.-i kivétekből szárm. jöv. (Ft)	492 839 483 Ft	457 165 392 Ft	469 743 721 Ft	503 702 977 Ft
Mg.i őstermelésből származó jöved. (Ft)	12 153 313 Ft	14 396 833 Ft	11 340 649 Ft	25 094 112 Ft
Munkaviszonyból származó jövedelem (Ft)	27 715 987 768 Ft	27 689 471 322 Ft	29 013 596 099 Ft	29 806 053 907 Ft
Társas vállalkozásból származó jöv. (Ft)	1 037 440 232 Ft	847 203 862 Ft	989 060 562 Ft	918 045 370 Ft

### C) Külső forrásbevonás - elnyert pályázatok Szekszárdon az utóbbi öt évben

Átlagos támogatási nagyság: 57.445.645,03 Ft  
 Szórás: 250.785.648,16 Ft  
 Mennyiség: 593 db (597 db)

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Legnagyobb támogatási összeg: 3.991.213.951 Ft (Szekszárd Megyei Jogú Város Önkormányzata; „Szekszárd Megyei Jogú Város hosszú távon egészséges ivóvízzel való ellátása” c projekt)

Egy évben legtöbb sikeres pályázat: Klebelsberg Intézményfenntartó Központ (2012; 20 db)

Támogatott pályázatok száma OP-k szerint, éves bontásban

OP	2009	2010	2011	2012	2013	2014	ÖSSZ
ÁROP				1	3		4
DDOP	7	6	4	11	5	10	43
GOP	25	30	48	127	84		314
HEFOP	4						4
KEOP	4	14	8	6	23	1	56
KÖZOP	1						1
TÁMOP	11	15	5	71	33	19	154
TIOP	4	5	2	3	2	2	18
egyéb	2	1					3
<b>ÖSSZ</b>	<b>58</b>	<b>71</b>	<b>67</b>	<b>219</b>	<b>150</b>	<b>32</b>	<b>597</b>

Megítélt támogatás összege és megoszlása OP-k szerint, éves bontásban

OP	2009	2010	2011	2012	2013	2014	ÖSSZ
ÁROP				34 808 935 Ft	166 999 992 Ft		201 808 927 Ft
DDOP	2 218 226 200 Ft	520 910 125 Ft	2 194 163 418 Ft	1 068 545 189 Ft	375 722 630 Ft	408 590 167 Ft	6 786 157 729 Ft
GOP	531 641 051 Ft	317 551 351 Ft	797 618 579 Ft	1 853 494 139 Ft	2 476 268 483 Ft		5 976 573 603 Ft
HEFOP	35 355 158 Ft						35 355 158 Ft
KEOP	82 168 740 Ft	486 861 351 Ft	570 108 002 Ft	4 225 219 493 Ft	4 003 928 467 Ft	461 977 859 Ft	9 830 263 912 Ft
KÖZOP	0 Ft						0 Ft
TÁMOP	858 968 253 Ft	536 723 592 Ft	224 241 551 Ft	1 679 629 431 Ft	1 067 874 203 Ft	312 288 659 Ft	4 679 725 689 Ft
TIOP	2 340 206 053 Ft	141 067 966 Ft	3 318 717 920 Ft	310 491 691 Ft	247 409 153 Ft	167 890 704 Ft	6 525 783 487 Ft
egyéb	17 425 000 Ft	12 174 000 Ft					29 599 000 Ft
<b>ÖSSZ</b>	<b>6 083 990 455 Ft</b>	<b>2 015 288 385 Ft</b>	<b>7 104 849 470 Ft</b>	<b>9 172 188 878 Ft</b>	<b>8 338 202 928 Ft</b>	<b>1 350 747 389 Ft</b>	<b>34 065 267 505 Ft</b>
ÁROP	-	-	-	0,10%	0,49%	-	0,59%
DDOP	6,51%	1,53%	6,44%	3,14%	1,10%	1,20%	19,92%
GOP	1,56%	0,93%	2,34%	5,44%	7,27%	-	17,54%
HEFOP	0,10%	-	-	-	-	-	0,10%
KEOP	0,24%	1,43%	1,67%	12,40%	11,75%	1,36%	28,86%
KÖZOP	-	-	-	-	-	-	0,00%
TÁMOP	2,52%	1,58%	0,66%	4,93%	3,13%	0,92%	13,74%
TIOP	6,87%	0,41%	9,74%	0,91%	0,73%	0,49%	19,16%
egyéb	0,05%	0,04%	-	-	-	-	0,09%
<b>ÖSSZ</b>	<b>17,86%</b>	<b>5,92%</b>	<b>20,86%</b>	<b>26,93%</b>	<b>24,48%</b>	<b>3,97%</b>	<b>100,00%</b>

Pályázati aktivitás az egyes pályázók nyertes pályázatain alapján (db; TOP 10)

Pályázó	DB
Klebelsberg Intézményfenntartó Központ	25
Szekszárd Megyei Jogú Város Önkormányzata	25
Tolna Megyei Kormányhivatal	17
SZ+C STÚDIÓ Építőipari, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.	9

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

PTE Illyés Gyula Gyakorlóiskola, Alapfokú Művészeti Iskola és Gyakorlóóvoda	8
V & PERIKO Kereskedelmi Szolgáltató és Ingatlanhasznosító Kft.	6
Gemenc Bau Tolna Építőipari és Szolgáltató Kft.	5
Geodézia Földmérnöki Szolgáltató Kft.	5
Kék Madár Alapítvány	5
Samsonite-Hungária Bőrönd Kft.	5
ÖSSZ	110

Pályázati aktivitás az egyes pályázók nyertes pályázatainak alapján (Ft; TOP 10)

PÁLYÁZÓ	ÖSSZ TÁMOGATÁS
Szekszárd Megyei Jogú Város Önkormányzata	11 779 493 673 Ft
Gyógyszerészeti és Egészségügyi Minőség- és Szervezetfejlesztési Intézet	3 797 447 557 Ft
Tolna Megyei Kormányhivatal	3 014 489 017 Ft
Samsonite-Hungária Bőrönd Kft.	1 528 480 018 Ft
Magyar Közút Nonprofit Zrt.	839 055 039 Ft
Közép-dunántúli Vízügyi Igazgatóság	658 961 208 Ft
Klebelsberg Intézményfenntartó Központ	655 553 464 Ft
MÉSZÁROS-BORHÁZ Borászati Kft.	581 143 265 Ft
Garay János Általános Iskola	463 971 222 Ft
Kék Madár Alapítvány	394 611 097 Ft
ÖSSZ	23 713 205 560 Ft

Egy sikeres pályázatra jutó támogatás összege (Ft/db; TOP 10)

Sorcímek	ÁTLAG
Gyógyszerészeti és Egészségügyi Minőség- és Szervezetfejlesztési Intézet	1 265 815 852 Ft
Magyar Közút Nonprofit Zrt.	839 055 039 Ft
Közép-dunántúli Vízügyi Igazgatóság	658 961 208 Ft
Szekszárd Megyei Jogú Város Önkormányzata	471 179 747 Ft
Samsonite-Hungária Bőrönd Kft.	305 696 004 Ft
MÉSZÁROS-BORHÁZ Borászati Kft.	290 571 633 Ft
"SIKÉR" Malomipari Zrt.	285 526 739 Ft
COMMITMENT Szolgáltató és Tanácsadó Zrt.	275 617 920 Ft
GEOLOGISTIC Építőipari és Szolgáltató Kft.	248 715 983 Ft
Garay János Általános Iskola	231 985 611 Ft

Pályázatok száma kiírás szerint; összes támogatás és az egy projektre jutó támogatás összege (db; TOP 10)

PÁLYÁZATI KIÍRÁS	LEHÍVOTT FORRÁSOK	DB	Ft / projekt
Mikrovállalkozások fejlesztése	1 215 971 660 Ft	187	6 502 522,25 Ft
Mikro-, kis- és középvállalkozások technológiai fejlesztése	463 473 954 Ft	46	10 075 520,74 Ft
Munkahelyi képzések támogatása mikro- és kisvállalkozások számára a konvergencia régióban	92 309 232 Ft	22	4 195 874,18 Ft
Vállalati folyamatmenedzsment és elektronikus kereskedelem támogatása	90 720 383 Ft	18	5 040 021,28 Ft
Gyakornoki program a tanulószervezet keretében tanult pályakezdeők támogatására a konvergencia régiókban	257 386 505 Ft	17	15 140 382,65 Ft
Referencia-intézmények országos hálózatának kialakítása és felkészítése	76 972 876 Ft	17	4 527 816,24 Ft

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Komplex vállalati technológia-fejlesztés mikro-, kis- és középvállalkozások számára	759 571 406 Ft	13	58 428 569,69 Ft
Központi költségvetési szervek energiahatékonysági beruházásai	2 552 000 000 Ft	13	196 307 692,31 Ft
Egészségre nevelő és szemléletformáló életmód programok - lokális szinterek	114 225 329 Ft	12	9 518 777,42 Ft
Innovációs eredmények hasznosításának támogatása KKV-k részére	245 174 824 Ft	11	22 288 620,36 Ft

OP	kft.	államháztartási szerv	ev.	oktatási intézmény	Bt.	önkormányzat	alapítvány	egyéb	egyesület	kult.	Zrt.	állami, egészségügy	önkormányzat; társulás	szövetkezet	egyház	önkormányzat; kisebbségi	szövetség	kkt.	önkormányzat; megyei	szakszervezet	ÖSSZ	
ÁROP		1						1	1										1		4	
DDOP	26					10	3	1	1		1		1									43
GOP	246		34		24			4			6											314
HEFOP				4																		4
KEOP	17	15		5		9	4	1	1					2	1			1				56
KÖZOP											1											1
TÁMOP	49	24		19	3	4	12	5	14	8	2	3	2	4	1	1	2			1		154
TIOP		4		1		2		6		3		1	1									18
egyéb	2							1														3
ÖSSZ	340	44	34	29	27	25	19	19	17	11	10	4	4	4	3	2	2	1	1	1		597

### 3.2.1. Szekszárd természeti környezete és helyzete

/Oroszi Viktor György kutatása nyomán/

#### Elhelyezkedés

Szekszárd MJV közigazgatási területe két eltérő arculatú kistáj, a Tolnai-Sárköz és a Szekszárdi-dombság határán helyezkedik el. A város települése abból a szempontból kedvező, hogy ennek a két kistájnak a határvonala egyúttal az Alföld és a Dunántúli-dombság határvonala is. Ezen a peremterületen haladt keresztül a római limes nyomvonala is, tehát jelentős hadi és kereskedelmi útvonalként funkcionál már évezredek óta.

#### Geológiai adottságok

A pannóniai alapzatú, löszös dombvidék legszembevetőbb formái É-i és K-i peremének töréslépcsői. A széles platójú (100-200 m) töréslépcsők már messziről felhívják a figyelmet,

mert éles, meredek peremükkel a Sárköz, illetve a Völgységi-patak alluviális felszínéből 100-150 m viszonylagos magasságra emelkednek ki. A Szekszárdi-dombság domborzatának kialakításában a szerkezeti mozgásoknak volt a legnagyobb szerepük. A harmad- és negyedidőszaki rétegek dőlése és vetődése is erről árulkodik. A szerkezeti mozgások figyelembevétele, a földtani felépítés és földtörténeti eseményei nélkül nem tudnánk megmagyarázni a dombság jelenlegi abszolút magasságát, környezetétől való éles elhatárolódását és nagymértékű belső tagoltságát, a pannóniai üledékek jelenlegi 200-220 m tszf.-i magasságban való elhelyezkedését sem.

A Tolnai-Sárközben az alaphegységet főleg triász-jura törmelékes-karbonátos képződmények alkotják. A kistájon később a pannóniai képződményekre a Dunántúl irányából érkező folyók hordalékkúpja, majd az újpleisztocéntól a Duna ártéri hordalékanyaga rakódott. A Kalocsa-Mohács közötti hosszanti süllyedésben a Duna 40-60 m vastag, alulról felfelé finomodó folyami üledéksort akkumulált a würm közepe óta. A felszínen mindenütt holocén üledékek találhatóak. Az alacsony ártereket általában tömörebb iszapos-agyagos, a magas ártereket iszapos-homokos üledékek építik fel.

A Szekszárdi-dombvidék szabálytalan alakú felszíne alatt nem nagy mélységben, a Mórággyi-rög folytatásaként nagyjából D-É-i csapásirányban erősen összetöredezett és különböző mélységbe süllyedt gránitvonulat húzódik, melyet helyenként felső-permi vörös homokkő és neogén rétegek borítanak. A gránit az Óriás-hegy térségében van legközelebb a felszínhez (270 m). A középső-miocénban az ősi kristályos szárazulat, váltakozó irányú, szakaszos mozgások kíséretében, vetődések mentén szabálytalan rögökre darabolódott s K-i szárnya különböző mélységekbe süllyedt. Ez teljesen egybevág a Szekszárdi-dombság K-i peremének lépcsős letörésével. A Sárköz É-i részén már 885 m mélységben található meg.

A pliocén folyamán a pannóniai transzgresszió és regresszió térben is időben gyakran váltogatta egymást. Nagyoobb részben a süllyedő mozgások jutottak túlsúlyba, ami a Pannon-tenger térfoglalásában és lerakott üledékeinek vastagságában is kifejezésre jut. A Szekszárdi-dombságot csak nagyon vékony kifejlődésű (csatár 145 m) felső-pannóniai üledékek fedik. Vastagságuk ismereteink szerint 100-200 m között változik. A Szekszárdi-dombság területén leggyakrabban a völgyoldalak lejtőin, a keskeny szurdikokban, mélyre vágódott löszmélyutakban és a dombvidék lépcsősen töredezett peremlejtőin bukkannak a felszínre. Leggyakoribb előfordulásuk a Parászta-völgyből ismert. Legnagyobb abszolút magasságban az É-

i területen fordulnak elő (átlag 200-220 m tszf.). A dombvidék középső részétől D, DK felé haladva egyre mélyebb szintben helyezkednek el, s a lösztakaró alatt a D-i határa mentén már a Lajvér-patak alluviális szintje (110 m) alá süllyednek. A Sárközben már lényegesen vastagabbak, D-ről É-felé fokozatosan 500-600 m-re vastagodnak ki (Szekszárd 250-350 m). A felső-pliocén, alsó-pleisztocén folyamán a pannóniai üledékek letarolása különböző mértékű volt, a Szekszárdi-dombság É-i részének üledékes takarója pusztult le a legnagyobb mértékben, ezt az időszakot vékonyabb-vastagabb pannóniai homok és agyag, görgetett mészkonkréció és homokkő-kavics keverékből kifejlődött törmelékes szint képviseli. Ezen a felszínen képződött az alsó-pleisztocén folyamán kedvező éghajlati feltételek között nagy kiterjedésű fosszilis vörösayag takaró. Ez a Szekszárdi-dombságban nagymértékben leerosdálódott, vastagsága csak 0,3-0,8 m. Erre a dombság nagy részén újpleisztocén lösz települ, s ahol a vörösayag teljesen lepusztult, ott a fiatal lösz közvetlenül az erodált pannóniai felszínen halmozódott fel.

Tér- és időbeli kialakulása nagyon egyenlőtlenül történt, vastagsága mégis igen tekintélyes, általában 20-50 m között váltakozik. Nagyobb részén „in situ” települt típusos száraztérzíni löszből áll és zömében az utolsó jégkorszakban keletkezett. Erre utalnak a löszkötegeket tagoló fosszilis talajzónák is. Általában két vörösbarna fosszilis talajréteget azonosíthatunk, de ismeretes három talajzónával megosztott lösz is (leginkább a dombvidék ÉK-i részén, pl. a Bagó-völgyben). Nagy területet borítanak az áttelepített, lejtőtörmelékes, szennyezett löszök is, melyek részben periglaciális szoliflukciós áttelepítéssel, részben pedig felszíni leöblítés útján kerültek mai másodlagos helyükre. Elsősorban a meredekebb peremterületeken, völgyoldalak lejtőin (Csatári-, Bartina-, Parászta-, Tót-völgy) és a széles talpú völgyek alluviális felszínén halmozódott fel. Elvesztette jellegzetes lösz szerkezetét és cserepes-leveles szerkezetűvé vált. A lösz átmosása, áttelepítése napjainkban is folyamatban van, amit minden kiadósabb záporosó alkalmával megfigyelhetünk. Az átmosott löszök vastagsága a Sárköz Ny-i szegélyén helyenként a 10 m-t is meghaladhatja.

A középső-pleisztocén folyamán a szekszárdi dombvidék kiemelkedése, feldarabolódása és lepusztulása volt már folyamatban. Ez elsősorban a dombvidék fővölgyeinek és egyben jelenkori vízálózatának kialakulásában volt döntő befolyással. Nagyjából egyidejűleg következett be a peremi területek lépcsős levetődése és a szomszédos Sárköztől való elkülönülése, mely az újpleisztocénban végig folyamatban volt. A posztglaciális éghajlatváltozás jelentékeny völgybevágódást eredményezett. Különösen a dombvidék völgymedenceszerűen

kiszélesedő völgyeiben volt erős a posztglaciális bevágódás és kitakarítás, ahol a Sárközre nyíló völgyek patakjai temérdek löszös üledéket hordtak ki és teregettek szét a Duna teraszfelszínén.

A dombsági táj legfontosabb felszíni képződményei tehát a mezőgazdasági művelés alatt álló területek termékeny talajtakarójának anyagkőzetét szolgáltató lösz és a különböző jellegű deluviális löszös üledékek. Fontosságát nem elég hangsúlyozni a város morfológiája, gazdasági élete, továbbfejlődése szempontjából sem. Mezőgazdasági, építészeti és ipari célú hasznosítása mellett turisztikai irányultságú kiaknázásának lehetőségeit már más környező településeken is felismerték. Az alábbi két projekt rövid bemutatásával is ezt kívánjuk érzékeltetni:

*„A paksi löszfal tudományos, ritkaság és esztétikai értékeit például egy a Paksi Városi Múzeum keretében létrehozandó „Klímatörténeti Múzeum” tárná a széles nagyközönség elé. A múzeum a löszfal 20-22 fosszilis talajrétege által jelzett klímacyklusok interaktív bemutatásával, a jelenkorban zajló éghajlatváltozások, a „globális felmelegedés”-ként jellemzett folyamat megértéséhez járulna hozzá. A Városi Múzeum másik fejlesztése a Deák ház felújításával helyet kapó „Duna Múzeum” (a már régóta működő esztergomi intézményhez hasonló elnevezéssel), amely a Duna és a folyóparti települések évezredes hatásrendszerét mutatná be a helytörténeti gyűjtemény természeti és kultúrtörténeti elemeinek a modern felfogású megújításával. A nagyságrendileg 900 millió forint értékű és két összekapcsolódó (egy telken zajló) fejlesztés eredményeként egy országosan, sőt nemzetközileg is újdonságnak, rendkívül izgalmasnak számító tematika kapna bemutatkozási lehetőséget. A múzeumi fejlesztés központja, meghatározó attrakciója és turisztikai terméke lenne a projektnek, egyben a térség többi, alig ismert természeti értékére is ráirányítaná a figyelmet. A két összefüggő, időrendjében és taglalt témáiban is egymást kiegészítő kiállítás a mai posztmodern múzeumi felfogásnak megfelelően interaktív, tematikus, a bemutatást és élményszerzést a tanulással, új tudások és tapasztalatok megszerzésével fűszerezi. Potenciális vendégköre igen széles spektrumú, úgy az elérhető korcsoportokat, mint motivációikat tekintve.*

*A lösz földtani védelmének kezdeti lépésére kiváló példa lehet a szerémségi Ingyia település 'Loessland' elnevezésű, 2008-ban indított projekt ötlete is a zalánkeméni lösz profil védelmének és bemutatásának érdekében. Egy oktatási és kutatási célokra is megfelelő, teljes mértékben felszerelt, modern látogató- és kutatóközpont létrehozásával, amely a tudományos és kulturális intézetek (pl. szerb, kínai, magyar, lengyel, osztrák stb.) közötti kapcsolatok intenzitásának fokozására is hivatott. A teljes megvalósításra váró projekt kezdeti lépései közé turista jelzések és információs táblák kihelyezése tartozott.”*

### **Domborzati adottságok**

A Tolnai-Sárköz 88,1 m és 162 m közötti tszf-i magasságú, ártéri szintű síkság. Az É-i része (így a Szekszárd környéki területei is) 91 m jellemző magasságú, összefüggő alacsony ártér. Átlagos relatív reliefe csupán 1-2 m/km<sup>2</sup> közötti. Nyugati peremén a dombvidék felől



érkező patakok (Cinka-patak, Szekszárdi-Séd, Parásztai-Séd stb.) által felhalmozott hordalékkúpok találhatóak. Így a holocén ártéri rétegeket sok helyen a hegylábi törmelékkúpok alakjában a lemosott löszös anyag fedi be. Ez az átmosott lösz nem nagyon keveredett pliocén korú üledékekkel, csigaanyaga már erősen összetöredezett. A lösz helyenként mesterségesen jelenik meg. A mészben szegény, réti agyagos talajok elmeszesítése végett a lösziszapban gazdag árvizeket a fekete réti agyagfelszínekre vezették és ülepítették le, néhány dm vastagságban, ami nagyban fokozta a termőképességet. Az alluviális síkon eredeti településű lösz a Szekszárdi-dombság keleti lábához csatlakozó újpleisztocén Duna-teraszon jelentkezik. A II. sz., csak 3-4 m magasra felemelkedő teraszt a 3-6 m vastag fiatal lösz egységes takarója fedi be, ami jól látszik a volt Schmideg-féle téglagyár agyaggödrében. Ez a teraszsziget hol keskenyebb, hol szélesebb pásztaban tapad a dombvidék keleti széléhez. Elrombolt, lecsonkolt részletei még tovább kelet felé több helyen nyomozhatók ki. Ezek a kis teraszszigetek már csak 3-4 m magasra emelkednek, egykor, mint árvízmentes magaslatok szerepeltek. Ilyen van pl. a szekszárdi vasútállomástól kb. 1 km-re K-re. A Sárköz területén az egyetlen nagyobb, összefüggő löszfolt Ócsény és Decs községek környékén emelkedik ki az alluviális síkságból, mintegy 5 km<sup>2</sup>-es kiterjedésben.

A Szekszárdi-dombság erős függőleges tagoltságú, aszimmetrikus felépítésű dombvidék, sűrű és mély völgyhálózattal (átlagos völgyészsége 2,7 km/km<sup>2</sup>). A legmagasabbra kiemelt és legaprólékosabban tagolt tolnai kistáj. Reliefenergiája a peremterületeken és a központi részeken km<sup>2</sup>-enként a 150 m-t is meghaladja. Platókkal, lealacsonyodott völgyközi hátakkal, éles peremű töréslépcsőkkel és meredek csuszamlásos lejtőkkel jellemezhető. A dombvidék sajátos geomorfológiai arculatát elsősorban szerkezeti formái határozzák meg. Belső területe különböző irányú szerkezeti vonalak mentén féloldalasan kiemelt, mozaikszerűen elhelyezkedő, szabálytalan alakú, aszimmetrikus löszhátakból, valamint a hátak között kialakult zezugos futású, mélyre vágódott eróziós völgyekből áll. Emellett a különböző típusú deráziós völgyek és fülkék sűrű hálózata, a régi suvadások „koporsói”, valamint a lösz változatos lepusztulás-formái (löszmélyút, löszszakadék, löszcirkusz, löszpiramis, löszkút, löszszurdok stb.) tagolják a dombhátakat, s a terület mezőgazdasági művelését nagymértékben megnehezítik. Központi részét a kistáj legmagasabb pontja, a 285 m magasra kiemelt Óriás-hegy löszháta adja, amit a Börzsöny-Kakasdi-löszplatóval együtt löszdolinák hálózata be. A nagyobb völgyek többnyire már bőségesen fel vannak töltögetve a lejtőkről letarolódott löszsel, ezért jól fejlett 100-300 m

széles alluviális pászta húzódik bennük végig. Ilyen K-en a Csatári-völgy, a Tót-völgy, D-en az Alsónána, Szálka és Grábóc felé levezető völgyek, Ny-on pedig a Sötét-völgy és annak K-i oldalvölgye. A rövidebb völgyek, főleg az előbb felsoroltak mellékvölgyei, nagyobb esésük miatt általában még bevágódóban vannak, záporok idején ezekben sok hordalék mozoghat. A nagyobb völgyek közül erősebben bevágódó állapotban főleg a Remete-völgy és a Parásztavölgy vannak. A völgyek bevágódása geológiai értelemben véve fiatalos, valószínűleg csak a levantei emelet után kezdődött el.

Érdeemes részletesebben foglalkozni a város dombsági részének lepusztulás-formáival, mivel ezek nagymértékben meghatározzák a táj arculatát, befolyásolják a mezőgazdasági termelést, évszázadok óta összefüggenek például a szőlőtermesztéssel, valamint olyan sajátosságot kölcsönöznek a városnak, mellyel csupán néhány hazai település rendelkezik. A város attrakciói közé tartozik a nemrégén elkészült Löss-szurdik tanösvény, melynek továbbfejlesztése megvalósításra vár.

A kisformák közül a Szekszárdi-dombság morfológiai arculatát a legszembetűnőbben tehát a lösz lepusztulás-formái jellemzik. Elterjedésük eléggé heterogén, egyes részein nagy változatosságban és tömegesen alakultak ki. Ezeken a helyeken a nagyformák mellett is számottevő felszínformáló szerepük van. Kialakulásuk és elterjedésük egyéb tényezők mellett szoros összefüggésben van a dombság mezőgazdasági művelésével, illetve a művelési ágak tér- és időbeli változásával.

Leggyakoribb és legjellemzőbb lepusztulás-formái a löszmélyutak. Kialakulásukban a lösz kapilláris szerkezete mellett a vonalas erózióknak és a gazdasági élet felszínformáló szerepének van elsődleges fontossága. Leggyakrabban a határba vezető forgalmas dűlőutak alakulnak át löszmélyutakká. A dűlőutak lösze a közlekedés (lovasszédők, traktorok, állatok, emberek tiprása) nyomán fellazul, s valósággal porrá őrlődik. A mélyebb kerékvágásokban lefolyó csapadékvizek a fellazuló löszanyagot kihordják és az utat fokozatosan mélyítik, míg végül az évtizedeken át lezajló folyamat működése nyomán az egykori dűlőutak függőleges löszfalakkal határolt löszmélyutakká alakulnak át. Elterjedésük szorosan összefügg a dombság mezőgazdasági művelésével. A leggyakrabban látogatott területeken a legjellemzőbbek, legnagyobb számban és legszebb kifejlődésben az intenzívebb művelés alatt álló szőlős területeken alakultak ki. Jóval kevésbé jellemzőek az erdővel fedett területeken. Jelenkori fejlődésüket nagyban befolyásolja az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból a

mezőgazdasági utak fejlesztéséhez nyújtott támogatás, melynek kapcsán a löszmélyutakat szilárd burkolatú vápás vízlevezetővel bélelik ki, így a továbbiakban csupán oldalirányú pusztulásuk következhet be.

A megyeszékhely 2009 végén nyújtotta be a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztériumhoz pályázatát három méter széles, betonvápás vízlevezető építésére több völgyben és szurdikban. A város önerővel együtt közel 500 millió forintot fordíthat a beruházásra. A Csötönyi-, a Faddi- és Lisztes-völgyekben, a Szúcs-szurdikban, a Cinka-dűlőben és másutt végzendő munka közvetlenül ötven-hatvan, közvetve pedig legkevesebb száz, de akár százötven gazdát is érint. S nem elhanyagolható szempont, hogy a néhány ponton támfalfelhúzással, valamint a későbbi közművesítés okán a vezetékeket befogadó alagcsövek fektetésével is számoló beruházás nemcsak a vízlevezetés, az erózióvédelem, a közlekedés, hanem a turizmus szempontjából is jelentőséggel bír. Hiszen könnyen megközelíthetőek lesznek azok a kiváló bortermelő helyszínek, melyekről szép kilátás nyílik a megyeszékhelyre.

A löszmélyutak nem maradandó formák. Fejlődésük előrehaladott szakaszában felnyílnak és löszszakadékká alakulnak át. Kialakulásuk a nyári esőzések idején a leggyakoribb. Megjelenésük mezőgazdasági szempontból rendkívül káros, mert részben új dűlőutak létesítését teszik szükségessé, ami a megművelt területek rovására történik, részben pedig a löszszakadékok szaporodásával a felszín lepusztulásának hatékonysága állandóan fokozódik.

A löszszakadékok továbbfejlődése igen gyakran új formák kialakulására vezet. A villásan szétágazó völgyfőkben löszcirkuszok, lösztornyok képződnek. Területünkön a legbizarrabb formák az egymás szomszédságában felnyílt löszszakadékok, valamint a löszszakadékok, továbbá a löszszakadékok és löszmélyutak közti löszfalakból kialakult löszpiramisok.

A löszmélyutakból és löszszakadékokból akár 15-25 m mélységű eróziós szakadékvölgyek képződhetnek. A Parászta-, Bartina- és Csatári-völgyre nyíló nagy esésű deráziós völgyek fenekén csaknem mindenütt ott találjuk a pannóniai feküig bevágódott keskeny löszszurdikokat, melyeket mindenütt függőleges, vagy túlhajló oldalfalak határolnak. Ezeket sokszor érdekes kisformák jellemzik: löszhidak, bűvópatakok, 4-5 m magas többlépcsős szubszekvens vízesések és evorziós üstök. Ez a formaegyüttes legszebb kifejlődésben a Faddi-, a Pux- (Fuksz-) és a Palánki-szurdikban volt tanulmányozható a 60-as évek folyamán, de a Bagó-szurdikban is például a puha pannóniai agyagréteget lezáró 0,3 m vastag mészmárgapad 4 m-es vízlépcső kialakulására vezetett. Említést érdemelnek még a löszszakadékok mentén kialakult

lőszkutak. Ezek az érdekes, kút formájú függőleges üregek a Tolnai-dombság területén csak a Parászta-völgyből voltak ismeretesek, de a geocaching.hu honlapja alapján napjainkban Gurovicában is többen keresnek fel egy hasonló felszínformát.

Érdekességet jelentenek a periglaciális területekre jellemző lejtőstundra jelenségek. Az állandóan fagyott talaj felett időszakosan felmelegedő képlékeny talajnak a nehézségi erő hatására történő lejtőn való mozgása, áttelepülése (szoliflukció és geliszoliflukció). Ennek emlékei a dombság legjobban tagolt peremi lejtős területein maradtak fenn. A hűvösebb és nedvesebb mikroklimájú lejtők szolgáltatják hozzá a legkedvezőbb feltételeket, így leginkább az északi kitettséggű lejtőkön fordulnak elő. A Parászta-, Bartina- és Csatári-völgy északi lejtőin csaknem mindenütt periglaciális lejtőstundra jelenségek figyelhetők meg.

A domborzat formálásában a szerkezeti mozgások, az areális és lineáris erózió, valamint a periglaciális szoliflukció mellett a lejtősuvadásoknak, csuszamlásoknak is jelentékeny szerepük volt. Méretük, formáik és egyéb morfológiai jellemvonásaik alapján pleisztocén, holocén és recens suvadásokat lehet megkülönböztetni. Kialakulásukat egy egész sereg természeti (kőzettani, rétegtani, szerkezeti, éghajlati, hidrológiai, morfológiai stb.) tényező befolyásolja. A legfontosabb feltétel azonban itt is a csúszópályát szolgáltató vízzáró agyag jelenléte. A dombvidék ÉK-i és É-i szegélyén előforduló domború lejtőjű „púpszerű” formák egytől-egyig pleisztocén suvadások emlékei. A lejtők ugyanis a würm jégkorszak felmelegedő, csapadékos fázisaiban itt állandóan mozgásban voltak, majd az erdőirtás és intenzív szőlőművelés következtében meggyorsult erózió eredményeként exhumálódtak. Természetesen nemcsak a nagyobb suvadások könnyen pusztuló formaelemei (szakadásai és nyelvei), hanem a kisebb suvadások is teljesen elpusztultak. A legszebb előfordulások a Várhegy, a Bati-hegy, a Gyertyános-hegy és a Cserhát-hegy É-i lejtőjéről, valamint a Palánki-hegy D-i és K-i lejtőjéről ismertek. Legutóbbi terület több részletben csúszott meg és különböző időben keletkezett testvérsuvadásokat, valamint egyidejű ikersuvadásokat is tartalmaz hatalmas (10 000 m<sup>2</sup>) suvadásrendszere. A Szekszárdi-dombvidék K-i, Sárköz felé néző töréslépcsős peremén is jellemzőek ilyen korú csuszamlások, de itt nem az egész lejtőt leszánkázató formák alakultak ki, hanem karéjos szakadások mentén egyedül álló suvadások keletkeztek. Legszebb előfordulásaik a Bottyán-hegy, az Óriás-hegy, Görögszó és Kút-völgy környékéről ismertek.

A holocénban is jelentékeny suvadások keletkeztek, de kisebb számarányuknál fogva a domborzat formálásában már nem játszottak olyan fontos szerepet. Formaelemeik frissebbek, környezetükből általában takaratlanul emelkednek ki és méreteikben is különböznek. Leggyakrabban magányosan fordulnak elő pleisztocén suvadásos lejtőkön, illetve töréslépcsős peremeken, eróziós völgyek völgyfőiben. Ide tartoznak az Elő-hegy, Bartina-hegy, a Bödő-hegy, a Bakta-hegy és az Őcsényi-szőlőhegy K-i lejtőjének különböző suvadásformái, valamint a Sötét-völgy baloldali ágának völgyfője.

Recens csuszamlások általában a nagyobb pleisztocén kori suvadások területén karéjos szakadások mentén váltak le, fióksuvadásoknak tekinthetőek. Ilyen például a csatári téglagyár területe, ahol 500 m<sup>2</sup>-nyi lejtős terület vált el közvetlen környezetétől 1959-ben, vagy a Decsi-szőlőhegyen 2004-ben megfigyelt csuszamlás.

A fentiekből is látszik a város domborzatának sokszínűsége, mely nagyban összefügg a mezőgazdasági művelés évezredes változásaival. Érdemes lenne ezeket az adottságokat kihasználni és nem olyanformán kezelni, mint sok löszszurdok esetében láthatjuk, melyek szemétlerakóként funkcionálnak, illetve a város ki nem mondott hozzájárulásával, rosszabb esetben jóváhagyásával figyelni, amint építési törmelékkel kerülnek feltöltésre, mint például a Faddi-völgy területén található lösz szurdik.

### **Éghajlat**

A két nagy tájegység találkozásánál sajátos éghajlat alakult ki, mindkét tájegység hatásai érvényesülnek. Az eltérő domborzati viszonyok különböző mikroklímákat hoztak létre kis területeken.

A város éghajlata mérsékelt meleg – mérsékelt száraz. Az évi napfénytartam 2040-2050 óra, ami a szőlőtermesztésnek kiváló feltételeket biztosít. Különösen a kora őszi időszakban hat kedvezően a szőlőültetvényekre. Erős kontinentális hatás érvényesül a levegő hőmérsékletében, némi mediterrán befolyással fűszerezve. Az évi középhőmérséklet 10,2-10,5°C. A vegetációs időszak középhőmérséklete 17,0°C. A 10°C-ot 194-198 napon keresztül haladja meg a napi középhőmérséklet (ez egyúttal a szőlő tenyészidejének felel meg), ápr. 3-6. és okt. 18-20. között. Az utolsó tavaszi fagyok K-en ápr. 5. és 10. között várhatóak, míg az első őszi fagyok okt. 26-31. között lépnek fel, így a fagymentes időszak kb. 205 nap. A legmagasabb

## **SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

---

nyári középhőmérsékletek sokévi átlaga 33,0 és 33,5 °C között várható. Az évi abszolút minimumok átlaga -16,0 és -17,0 °C között alakul.

Az évi csapadékösszeg 630-650 mm körüli. A vegetációs időszakban 350-380 mm csapadék várható. A legcsapadékosabb hónapok a május és a június. Júniusban, júliusban és augusztusban előfordul jégeső formájában érkező csapadék, ami a szőlőművelésre különösen veszélyes. A környék 24 órás csapadékmaximumát Szálkán jegyezték fel (112 mm), de nem ritka nyáron az olyan zivatar, amely nemegyszer 20 mm csapadékot zúdít le nagy intenzitással a városra, komoly eróziós károkat okozva. A téli időszakban a kistáj peremén 30-34, a dombságon 34-38 hótakarós nap várható. Az átlagos maximális hóvastagság 22-24 cm. Az ariditási index a dombsági területeken 1,05- 1,10 körüli, míg a Sárköz síkján 1,10-1,20-as értékek között változik. Leggyakoribbak az ÉNY-i és É-i szelek (a harmadik leggyakoribb irány a DK-i), melyek 2,5-3 m/s-os, a dombtetőkön ennél valamivel nagyobb átlagos sebességgel fújnak.

2009. szeptember 24-én Szekszárd közgyűlése a 195/2009. (IX. 24.) számú határozatával kinyilvánította, hogy – egyetértve az egyesület céljaival – csatlakozni kíván a Klímabarát Települések Szövetsége Egyesülethez, majd 2009. október 13-án a Klímabarát Települések Szövetségének rendkívüli közgyűlésén Szekszárd Város rendes tagként felvételre került az egyesületbe. 2009. februárban megalakult a Szekszárdi Klímakör. Tevékenységének koordinálására az önkormányzat a Zöldtárs Környezetvédelmi Alapítványt kérte fel. **Szekszárd MJ Város Közgyűlése 2010. november 25-én a képviselő testület egyhangú támogatásával elfogadta a város Klímastratégiáját, majd később öt munkacsoportot alakított.** A klímaváltozással kapcsolatban települési szinten az alábbi két általános cél fogalmazható meg:

- az üvegház gázok kibocsátásának csökkentése, amivel a település is hozzájárul a globális kibocsátás-csökkentési célokhoz,
- a már jelenleg is érzékelhető időjárási anomáliákhoz való alkalmazkodás, a személyi és vagyoni károk minimalizálása érdekében.

A fenti célokat a város az alábbi táblázatban látható részcélok megvalósításán keresztül kívánja elérni (3.2.1.a. ábra).

Cél	Részcél
<b>Az üvegházgáz-kibocsátás visszafogása</b>	Energiatakarékosság javítása (Önkormányzati intézmények, lakosság, vállalkozások).
	Energiahatékonyság növelése (Önkormányzati intézmények, lakosság, vállalkozások).
	A helyi tömegközlekedés feltételeinek javítása.
	Környezetbarát közlekedési módok népszerűsítése.
	Kerékpáros közlekedés infrastruktúrájának fejlesztése.
	A keletkező hulladékok mennyiségének csökkentése, tudatos vásárlással.
	A keletkező hulladékok mennyiségének csökkentése, közösségi és lakossági komposztálással.
	A keletkező hulladékok mennyiségének csökkentése, szelektív gyűjtéssel.
Régi lerakók depóniagáz gyűjtése, kezelése.	
<b>Széndioxid üvegház gáz megkötése</b>	A település zöldítése: <ul style="list-style-type: none"> <li>- települési fakataszter elkészítése,</li> <li>- zöldfelület gazdálkodási terv elkészítése,</li> <li>- közterületi fatelepítések,</li> <li>- lakossági, telephelyi zöldítési programok bevezetése (fatelepítés, sövények, zöldkerítések, zöldfalak, zöldtetők, stb.)</li> </ul>
<b>Alkalmazkodás</b>	Hőhullámok Extrém csapadékesemények Erdőtüzek Aszály, vízszűkösség

3.2.1a. ábra: Szekszárd MJV éghajlatváltozással kapcsolatos intézkedéseinek céljai (Forrás: Szekszárd MJV környezetvédelmi programjának felülvizsgálata)

### **Hidrográfia**

A Duna szabályozása és az ármentesítési munkálatok a XIX. sz. derekától zajlottak le, így ma már jóval messzebb folyik a Duna és a Sárvíz is a várostól, mint másfél évszázaddal korábban. A Gemenci-erdő hullámterének védgátjai mögött csupán a csapadékosabb években megjelenő belvízfoltok árulkodnak erről. Az egykor a Szekszárdi-dombság lábai előtt kanyargó Sárvíz a szabályozások óta Sióagárdnál ömlik a Sióba. A várostól északra halad a Duna felé a Sió-csatorna, amely a Balaton vizét is szállítja, s a vízeresztések alkalmával főleg a Sióagárdi lakosoknak okoz fejtörést magas vízállása. A Sió menti területeken komoly gondot okoz nagyvizes, áradásos időszakokban, hogy a Sió vízgyűjtőjén a Duna és a Sió magas vízállása

egybeesik a balatoni vízeresztéssel. Sióagárd határában folyik a Sióba a Völgység-patak és abba a sötétvölgyi horgásztónál a Rák-patak.

A sárközi vízfolyások esése minimális, a jelenlegi belvizes helyzetben a csatornák telítettek, melynek következménye a talajvíz jelentős megemelkedése. A mélyen fekvő területek és építmények pincéi, alagsorai víz alá kerülnek, továbbá nagy területen a szántóföldi kultúrák víz alá kerülnek, vagy a terület vízzel telített lesz. A Magura-csatorna záportározója Szekszárd déli városrészén 2009-ben épült meg a nagyáruházak mögötti területen. A záportározó sok évtizedes gondot oldott meg, a Magura ugyanis nem volt képes elszállítani a hatalmas esőzések után a közel 400 hektárnyi vízgyűjtő területről lezúduló csapadékot, a visszaduzzadt patak pedig sok kárt okoz a déli városrészen lakóknak és a termőföldeken. A város keleti szántóit terhelő belvizek elvezetése kistérségi összefogást igényel, mely a Szekszárd-Bátai főcsatorna komplex vízrendezésével megvalósulni látszik.

Csapadékvíz-elvezetési szempontból nem bír jelentőséggel, de a környező területek kis belvíztározója is lehet a Csörge-tó. A tó korábban megfelelő vízpótlással rendelkezett, de a csörgei kutak folyamatos üzemeltetésének idején a tó teljesen kiszáradt. Ehhez járult még hozzá, hogy a nagyüzemi mezőgazdasági gazdálkodással együtt járó vízrendezések a tó amúgy is csekély mértékű felszíni eredetű vízpótlását megszüntették. A tó és környéke a könnyű elérhetősége miatt kedvelt kirándulóhelyként szolgált. Mára már nagyobb csoport fogadására alkalmas infrastruktúrával is ellátott (víz, villany). A tó a környék meghatározó hangulati eleme, ezért legalább eredeti állapotának visszaállítása mindenképpen indokolt volt, melyre 2014-ben került sor.

Hasonló szerepet tölthetne be a Füstösként ismert, a város ÉK-i részén, a Sióhoz közel található egykori holtág szakasza, mely jelenleg az eutrofizáció előrehaladott állapotában van, de meder-rehabilitációt követően a város egy újabb rekreációs tere lehetne.

A dombvidéken már a rómaiak által is használt források (csurgók) – így a Bartina-csurgó, Bődői-, Remete- és Tót-völgyi forrás – ereket és patakokat táplálnak. Régen a népnyelv sédeknek nevezte ezeket a vízfolyásokat. A városon keresztülfolyó Szekszárdi Séd partját az első világháború előtt már támfalak védték. 1926-ig olyan mértékben elfajult, hogy házak csúsztak a medrébe és két partja között csak nagy kerülővel lehetett közlekedni. Ekkor építette meg a város a Bálint-hidat, mely alá többlépcsős vízmosáskötő gát épült. Majd 1938-ig további 8 gát készült el. A patak városközpontban húzódó szakaszának lefedésére első ütemben az 1990-es



évek első felében került sor, majd 2005-ben tovább folytatódott. A dombvidéki vízrendezés, a rendkívüli csapadékok helyben tartása, a fölösleges vizek elvezetésének megoldása, a lakosság, a földtulajdonosok tájékozottsági szintjének, kárenyhítő képességének javítása önálló távlatos programot, új szemléletet igényel.

Vizes témakörben az egyik legfontosabb megoldandó feladat az új vízbázis kialakítása, miután a Szekszárd Lőtéri Vízbázis területén 1993-ban észlelték a hálózati ivóvízben a klórozott alifás szénhidrogén (CAH) szennyezettséget. A város hosszú távú érdekét a Dombori-Bogyiszló térségi vízbázis kiaknázása szolgálja legjobban, melynek munkálatai megkezdődtek.

### **Talajadottságok**

A Szekszárdi-dombság legnagyobb részén jó vízgazdálkodású, agyagbemosódásos barna erdőtalajokat találunk, amelyek a dombság nyugati részén, pannóniai üledékeken képződtek, s többnyire erdővel borítottak. A magasabb domboldalakon löszön képződött barna erdőtalajok, illetve a keleti részen csernozjom barna erdőtalajok alakultak ki, nagyobb részét szőlőt művelnek rajtuk. Az alacsonyabb dombháton a löszön termékeny mészlepedékes csernozjomok képződtek, ezeket szántóföldek foglalják el. A patak völgyekben réti öntéstalajokat találunk, amelyeknek kétharmadán rétek és legelők vannak.

A Tolnai-Sárközben a talajtakaró az alacsony ártereken iszapos-agyagos, a magasabb ártereken iszapos-homokos, 94%-át a réti talajok teszik ki. Ezek túlnyomórészt gyengébb minőségű agyagos-vályogos réti öntéstalajok, mintegy harmadrészükön erdőgazdálkodást folytatnak, kb. a felén pedig szántóföldi termelést. A magasabb térszínnek infúziós löszel fedett foltjain termékenyebb réti csernozjomok is előfordulnak, ezeken szántókat és a településeket találjuk. Talajtani érdekesség a Sió-Sárvíz torkolatában előforduló néhány kisebb szikes folt. A kistáj nyugati szegélyén, ahol a szomszédos dombsági területek kezdődnek, barna erdőtalaj is található, amit jórészt a települések foglalnak el.

A legnagyobb problémát a talajerózió okozza a város dombsági területein, mely hosszú távon a szőlőművelés, a borok minőségét kockáztatja, ezért egyáltalán nem hagyható figyelmen kívül a város számára. A Szekszárdi-dombságban igen súlyos a helyzet. Az erősen és közepesen tagolt dombsági felszínnek kétharmad része az erősen erodált területek közé tartozik, és csak egyharmad része közepesen, vagy gyengén erodált. A gyengén és alig erodált talajszelvények jobbára csak erdő alatt fordulnak elő. A legjobban erodált a dombvidék peremi lépcsős területe,

ami kifejezetten az intenzív mezőgazdasági műveléssel (hiszen évszázadok óta szőlőművelés alatt áll) kapcsolatos antropogén hatások következménye. Az egykor mészlepedékes csernozjonnal és barnafölddel fedett felszíneken a megmaradt csonka szelvények mellett ma már csak napjainkban képződött „kultúrcsernozjomot”, humuszkarbonát és lejtőhordalék talajt, rosszabb esetben földes kopárokat, vázталajokat találunk. A művelési módok helyes megválasztása, a lejtőre merőlegesen telepített szőlősorok, a megfelelően kialakított teraszok stb. mind csökkenthetik ennek mértékét.

### Növényzet

A Szekszárdi-dombság a növényföldrajzi besorolás szerint Dél-Dunántúl (Praeyllyricum) flóraterrületébe, illetve a Mecseki flórajárásba (Sopianicum) tartozik. Flórája a Mecsekéhez hasonló, délies (szubmediterrán) fajokban azonban sokkal szegényebb. A Szekszárdi-dombság jellemző erdőtársulásai a gyertyános-tölgyesek és cseres-tölgyesek, de extrazonálisan még bükkösök és foltszerűen molyhos tölgyesek is előfordulnak. A terület erdősültsége közel 30%-os, de ebből jelentős hányaddal részesednek a nem őshonos fajokból álló ültetvények: akácok, erdei- és feketefenyvesek, feketediósok, nemesnyárasok, kisebb foltokban lucfenyvesek. Az öreg gyertyános-bükkösöktől az ezüsthársas-gyertyános tölgyeseken keresztül az ezüsthársas-cseres tölgyesekig, valamint vizenyős völgytalpakra telepített égerligetekig sokféle, mozaikosan elhelyezkedő erdei élőhely előfordul. A szubmediterrán hatást jelzi az elegyfaként megjelenő ezüsthárs.

A molyhos tölgyesekben számos szubmediterrán és balkáni (illír) hatást jelző védett növény (pirítógyökér – *Tamus communis*, jerikói lonc – *Lonicera caprifolium*, nagyzezerjófű – *Dictamnus albus*, bársonyos kakukkszegfű – *Lychnis coronaria*, epergyöngyike – *Muscari botryoides*, pázsitos nőszirm – *Iris graminea*, gérbics – *Limodorum abortivum*, valamint a szúrós és lónyelvű csodabogyó) fordul elő. A múlt század elején ebben a társulásban élhetett a már kipusztult bíboros sallangvirág (*Himantoglossum caprinum*) is. Szekszárd határában, gyertyános-tölgyesben él a szubmediterrán keleti zergevirág (*Doronicum orientale*). Kora tavasszal, lombfakadás előtt virágpompa várja a látogatókat, amikor a májvirág, az epergyöngyike, a dunavölgyi csillagvirág virít. Március közepén a Haramia-forrás közelében még a hűvös, nedves mikroklímát kedvelő kakasmandikót is felfedezhetjük. Április végén, május elején a Fekete-forrás felé a völgytalpat fehérbe borítja a medvehagyma. Az erdő az orchideák

paradicsoma, felmérések szerint 12 fajuk fordul itt elő, mint például a bíboros kosbor, a madárfészek kosbor, a kétlevelű sarkvirág és a nőszőfüvek négy faja. Júliustól augusztusig a sűrű erdővel borított, nedves völgyek alján virágzik a hegyvidéki bükkösök jellemző növénye a farkasölő sisakvirág.

A tájban löszgyepfoltok is előfordulnak, a következő ritka fajokkal: szennyes ínfű (*Ajuga laxmannii*), kiséfű hangyabogánca (*Jurinea mollis*), leánykörtörcsin (*Pulsatilla grandis*), fekete körtörcsin (*P. nigricans*), fehér csüdfű (*Astragalus vesicarius* subsp. *albidus*). Kakasd határában természetes boróka egyedekkel (*Juniperus communis*) tarkított legelők találhatók, amelyeket a becserjésedés veszélyeztet. A Hidaspetre-völgy további értékes védett növénye a gyapjas gyűszűvirág (*Digitalis lanata*), amely a homoktövishez (*Hippophaë rhamnoides*) hasonlóan, feltételezhetően telepítés útján került a dombságra. Fajsám: 500-600; védett fajok száma: 50-60; özőnfajok: akác (*Robinia pseudoacacia*), aranyvessző-fajok (*Solidago* spp.), zöld juhar (*Acer negundo*), bálványfa (*Ailanthus altissima*), selyemkóró (*Asclepias syriaca*).

A Tolnai-Sárköz, a Duna egykori ártere ma döntő részben ármentett és belvízmentesített kultúrtáj. A megmaradt hullámtéren található azonban Közép-Európa legnagyobb ártéri erdeje, Gemenc. Növényföldrajzi szempontból a kistáj az Alföld flóravidékébe (*Eupannonicum*), azon belül a Mezőföldi flórajárásba (*Colocense*) tartozik. A terület nagy része ma már ugyan tipikus kultúrsztyepp, de természetes társulások is jelentős területeket borítanak, különösen a természetvédelem alatt álló területeken. Az ártéren jól megfigyelhető a társulások zonációja. Területén a természetes erdőket elsősorban tölgy-kőris-szil liget- és fehérynárliget-állományok (ligeti csillagvirág – *Scilla vindobonensis*, fürtös gyűrűvirág – *Carpesium abrotanoides*, borostás sás – *Carex strigosa*, ligeti szőlő – *Vitis sylvestris*, nyári tőzike – *Leucosium aestivum*, sarkvirágfajok – *Platanthera* spp., kígyónyelv – *Ophioglossum vulgatum*) képviselik. A fehérfűz-ligetek visszaszorultak, még kisebb arányban jellemzők a feketenyárligetek; helyüket főleg ültevények (nemes nyár, nemes fűz) foglalják el. Az ártér magasabb szintjein feketedió- és akáctelepítések is gyakoriak. A gyertyános-kocsányos tölgyes a hullámtéren nem jellemző, az ármentett oldalon is csak kevés állomány maradt fenn. A legmagasabb térszíneket gyöngyvirágos tölgyesek (*Convallario-Quercetum danubiale*) foltjai foglalják el. A Duna homokzátonyain és feltöltődő mellékágak, holtágak menti iszapon bokorfüzesek fejlődnek. A víz visszahúzódása után az iszapfelszíneken pionír törpekákás társulások jelennek meg (iszappalka – *Cyperus michelianus*, iszaprojt – *Limosella aquatica*,

iszapfű – *Lindernia procumbens*). Az ártér bennszülött faja a fekete galagonya (*Crataegus nigra*), mely több erdőtársulásban is előfordul, illetve önálló cserjést is alkot. A holtágakban gazdag hínárnövényzet (tündérfátyol – *Nymphoides peltata*, fehér tündérrózsa – *Nymphaea alba*, vízitök – *Nuphar lutea*, sulyom – *Trapa natans*, rucaöröm – *Salvinia natans*) és fejlett parti zonáció (tavikákás, gyékényes, nádas, nyílfüves, magassásos) jellemző. A vizenyős területeken magassásrétek, nádasok, magaskórósok (kisfészű aszat – *Cirsium brachycephalum*) is gyakoriak, néhol lápi jelleggel (szibériai nőszirm – *Iris sibirica*, lápi csalán – *Urtica kioviensis*, békaliliom – *Hottonia palustris*). A kaszált vagy legeltetett ártéri mocsárrétek (réti iszalag – *Clematis integrifolia*, mocsári aggófű – *Senecio paludosus*, gyíkpohár – *Blackstonia acuminata*, kornistárnics – *Gentiana pneumonanthe*) és fás legelők egyre fogyatkoznak. Fajsám: 600-700; védett fajok száma: 30-40; özőnfajok: zöld juhar (*Acer negundo*), bálványfa (*Ailanthus altissima*), gyalogakác (*Amorpha fruticosa*), selyemkóró (*Asclepias syriaca*), tájidegen őszirózsa-fajok (*Aster* spp.), amerikai kőris (*Fraxinus pennsylvanica*), kisvirágú nebáncsvirág (*Impatiens parviflora*), akác (*Robinia pseudoacacia*), aranyvessző (*Solidago* spp.).

### Állatvilág

A Szekszárdi-dombság állatvilága gazdag, közülük sok a védett, illetve fokozottan védett faj. Májustól szép számmal láthatjuk a fák törzsein a szarvasbogarakat (*Lucanus cervus*) és nagy hősincéceket (*Cerambyx cerdo*). A terület egyik kiemelkedő ritkasága a keleti ajtóscsiga (*Pomatias rivulare*), melyet hazánkban csak itt és Bátorligeten írtak le. Rovarkülönlegessége a havasi cincér (*Rosalia alpina*), a Völgységi-patakban él a fenékjáró küllő (*Gobio gobio*). Igen gazdag a madárvilág is. A rendszeresen költő fajok száma 50-60 körül alakul. A tavak mentén sokféle vízimadár figyelhető meg, az idősebb erdőkben az énekesmadarak mellett elsősorban a fekete gólya (*Ciconia nigra*), a fekete harkály (*Dryocopus martius*) és a kék galamb (*Columba oenas*), valamint két fokozottan védett ragadozó madár: a békászó sas (*Aquila pomarina*) és a törpe sas (*Aquila pennata*) képviselik a legnagyobb értéket. A faodvakban fészkel a búbosbanka (*Upupa epops*), a löszfalakban gyakoriak a gyurgyalagok (*Merops apiaster*) telepei. Az emlősök közül kiemelt érdemelnek a pelék, valamint az Óriás-hegy környékén a vadmacska (*Felis sylvestris*). Gazdag az erdő nagyvadállománya is, jó eséllyel kerül a szemünk elé őz, gímszarvas, dámvad, vagy vaddisznó, melyek a vadászturizmus alapját is szolgáltatják.

Az eddigi kutatások 51 halfaj előfordulását bizonyították a dunai területről. A Duna halai közül a kecsege (*Acipenser ruthenus*) és a menyhal (*Lota lota*) még elég gyakran előfordul. A holtágak ragadozó hala a csuka (*Esox lucius*). Sokféle kétéltű él a területen. Gyakori fajok Gemencen a kecskebéka (*Pelophylax kl. esculentus*), a vöröshasú unka (*Bombina bombina*) és a barna varangy (*Bufo bufo*). Elsősorban belső tavakban él meg a pettyes gőte (*Triturus vulgaris*) és a tarajos gőte (*Triturus cristatus*). A hüllők közül a vízisiklót (*Natrix natrix*) és a mocsári teknőst (*Emys orbicularis*) láthatjuk a leggyakrabban. Gemenc és Béda-Karapancsa madárvilágának a fekete gólya- (*Ciconia nigra*) és a rétisas-állománya európai jelentőségű. A legnagyobb hazai fekete gólya populáció megvédése a nemzeti park kiemelt feladatai közé tartozik. Az érdeklődők már évek óta webkamera segítségével is nyomon követhetik egy költő pár életét. A rétisas (*Haliaeetus albicilla*) Európa egyik legritkább ragadozó madara, évtizedeken keresztül használja hatalmas, nagy magasságban épített fészket. Biztosítani kell mindkét madár zavartalan fészkelését, mert a zavarásra a legkényesebbek. Gyakori a barna kánya (*Milvus migrans*), mely a környezeti hatások változásaira érzékenyen reagál, ezért indikátor fajnak tekinthető. A gémfélék közül a nádasokban fészkelnek a kis kócsagok, nagy kócsagok, bakcsók (*Nycticorax nycticorax*), vörös gémekek, néhány pár bölömbika. A gyakori szürke gém (*Ardea cinerea*) fűzligetekben költ. A terület déli részén a nyári lúd (*Anser anser*) szigetszerű előfordulású. A vonulási időszakban madárvendégek ezrei találnak táplálkozó és pihenőhelyet az ártéren. A récék, ludak, kárókatonák gyakran áttelelnek. A veszélyeztetett denevérfajok menedéket találnak a háborítatlan erdőkben. Az öreg fák odúiban szülőhelyet és nappali szálláshelyet talál a tavi denevér (*Myotis dasycneme*) és a pisze denevér (*Barbastella barbastellus*). A vízi életmódhoz alkalmazkodott vidra (*Lutra lutra*) halakkal táplálkozik. Az európai hódot, mivel kipusztult a XIX. században, visszatelepítették Gemencre. 1996-ban a nemzetközi civil szervezet akkori elnöke, a brit Fülöp herceg jelenlétében a WWF Magyarország indította el a magyarországi hód-visszatelepítési programot. 1996 és 2007 között összesen 234 hódot telepítettek Gemencen, a Hanságban, a Mátrában, illetve a Tisza és a Dráva mentén. Az állatok túlnyomó többsége, 90-95%-a Bajorországból származik, a Regensburg-Bajor erdő-Duna vonalról. A fennmaradó egyedek Ausztriából és Lengyelországból érkeztek. A 2011-es összesítés szerint a magyarországi hódállomány növekvő tendenciát mutat, és jelenleg majdnem 600 egyedet számlál. A hódok állománya Gemencen többnyire stabil. Az éjszaka aktív vadmacska (*Felis sylvestrus*) csak a zavartalanabb, a nádasokkal határos erdőket kedveli. A Gemencen

elejtett gímszarvasok (*Cervus elaphus*) trófeái világhírűek. Az itt élő állomány kiemelkedő genetikai adottságú, erőteljes, mégis finomvonalúan arányos testalkatú. A vaddisznó (*Sus scrofa*) állomány is igen jelentős az ide érkező vadász vendégek legnagyobb örömeire. A Sárköz nyíltabb szántóföldjeinek térségében nagyobb létszámú őz (*Capreolus capreolus*) populáció él.

A Gemenc térséget veszélyeztető tényezők közé tartozik az intenzív erdőgazdálkodás, a Sió és a Dunán levonuló vízszennyezések, az engedély nélküli halászat és vadászat, valamint a turizmus.

### Védett területek

Szekszárd térségében országos és helyi jelentőségű védett terület is található. Emellett ex lege védett értékek, a NATURA2000 hálózat és a Nemzeti Ökológiai Hálózat területei, valamint Környezetileg Érzékeny Területek (ESA) közé sorolt térségek és egyedi tájértékek is vannak.

A Szekszárd-Geresdi dombvidék és a Kapszeg-tó területe volt kijelölve országos jelentőségű védelem alá. A dombvidék a természetvédelmi hatóság döntése következtében kikerült a védelemre tervezett területek köréből, de később a Natura 2000 hálózat része lett.

Az 1977-ben tájvédelmi körzetté nyilvánított **Gemenci-erdő** területe 17779 hektár, ebből fokozottan védett 2761 hektár. 1996-tól (7/1996. (IV. 17.) KTM-rendelet a Duna-Dráva Nemzeti Park létesítéséről), mint a Duna-Dráva Nemzeti Park törzsterülete funkcionál. Szekszárd közigazgatási határain belül a törzsterület 313,848 hektár kiterjedésben helyezkedik el külterületi földrészleteken. Gemenc 1997 óta szerepel a Nemzetközi jelentőségű vizes élőhelyek jegyzékében (Ramsari-egyezmény) 16 873 hektáros területtel, valamint a 2012 júliusában az UNESCO által elfogadott és öt ország területén elnyúló Mura-Dráva-Duna Bioszféra Rezervátum része, így nemzetközi védelmet is élvez.

Gemenc felfedezhető egyénileg, szervezett szakvezetéses túrákon és kenutúrákon. A kijelölt turistautakon, tanösvényeken szabadon látogatható. Szekszárd vasútállomáson ér véget az országos jelentőségű Rockenbauer Pál Dél-dunántúli Kéktúra útvonala és innen a gemenci erdő irányába vezet tovább az Alföldi Kéktúra. A tájegység alaposabb megismerése végett azonban célszerű szakvezetést igénybe venni. A Sió víziturizmusának fellendítésére is akadtak próbálkozások az elmúlt néhány évben. Nem csupán Szekszárd, hanem a vízfolyás mentén elhelyezkedő települések is felismerték az ebben rejlő lehetőséget. Szekszárd határában két

kiváló kikötőhelyet is kialakítottak. Az egyik potenciális állomás lehet vízitúrázók számára a palánki Sió-híd szomszédságában működő kajak-kenu sporttelep és a szintén itt található Kolping Szakképző Iskola Palánki Kertészetének épületegyüttese, mely zárandokszállásként is üzemel és egyúttal a vízitúrázók igényeit is kielégítő szálláshelyet tud biztosítani. Folyásirányban haladva a következő kikötési pont a város határában a Sió-árvízkapu, ahol a vízitúrázóknak át kell zsilipelni, s ahol a műtárgy alvizi oldalán pontonhidat is kialakítottak számukra a kikötés megkönnyítésének érdekében. A Gemenc Zrt. által szervezett, kisvasutazással kombinált Sió túrák gyakran e két állomás közötti szakaszon, Keselyűstől Ny-ra indulnak. A víziturizmus aktív résztvevője mind a Duna-Dráva Nemzeti Park, mind pedig a Gemenci Erdő és Vadgazdaság, akik az érdeklődőknek kenukat és teljes felszerelést adnak bérbe, valamint igény esetén túravezetést is biztosítanak.

A **Kapszeg-tó** területe esetében a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság lefolytatta védetté nyilvánítást, és a terület 2006-ban felkerült az országos jelentőségű védett területek sorába Kapszeg tó TT néven (28/2006. (V. 22.) KvVM rendelet). Területe 156,2 ha (ebből fokozottan védett 0 ha), mely területen Mözs és Szekszárd együttesen osztozik. Szekszárdon a 01617/a–d, 01617/f–h hrsz.-ú földrészletek tartoznak védelem alá. A Kapszeg-tó a Dunáról lefűződött Morotva-tó maradványa, melyet napjainkra nádas és fűzláp borít. Számos állatfaj számára szolgál élő-, szaporodó-, táplálkozó- és telelőhelyeként. Halfaunájából előkerült a fokozottan védett lápi póc, a védett réti csík, kételtű faunájának faj- és egyedszám-gazdagsága kiemelkedő. Legnagyobb értéke gazdag madárvilága. Itt található Tolna megye legnépesebb, kiemelkedően fajgazdag gémtelepe, mely olyan ritka és fokozottan védett gázlőmadaraknak ad otthont, mint az üstökös-gém, a kis kócsag, a nagy kócsag, a szürke gém, a bakcsó és a vörös gém. A telepen kívül költ a fokozottan védett cigányréce, a kanalasgém, költési és vonulási ideje alatt rendszeresen táplálkozik a területen a kis békászósas és a rétisas. Legértékesebb védett növényei a békaliliom, a békakonty, a lápi csalán, a nyári tőzike és a hússzínű ujjaskosbor. A terület jobb megismertetése érdekében a rendeletben megfogalmazott természetvédelmi stratégia szerint bemutató-tájékoztató táblák, megfigyelő torony, szóróanyagok készítése és terjesztése, szemléletformáló előadások szervezése szükséges, melyből a mai napig még kevés valósult meg. A gémtelepet és a nádas területeken fészkelő védett madarak fészkeit költési, fiókanevelési időszakban (február 15. és július 31. között) tilos megközelíteni vagy zavarni, a terület többi része gyalogosan vagy kerékpárral egész évben szabadon látogatható. Gépkocsival

történő behajtás csak természetvédelmi kezelési, valamint egyéb karbantartási munkák, illetve havária esetén lehetséges.

Az **ex lege** latin kifejezés, annyit jelent: a törvény erejénél fogva. A természet védelméről szóló törvény értelmében védelem alatt áll valamennyi forrás, láp, barlang, víznyelő, szikes tó, kunhalom és földvár hazánkban. Az e bekezdés alapján védett természeti területek országos jelentőségűnek minősülnek. Ezek közül Szekszárdon csupán a forrás és földvár előfordulása valószínűsíthető. Az ex lege védett értékek kataszterezését a DDNPI köteles elvégezni.

**Helyi jelentőségű védett természeti területeknek** nevezzük a települési – Budapesten a fővárosi – önkormányzat által, rendeletben védetté nyilvánított természeti területeket. Védelmi kategóriájukat tekintve lehetnek természetvédelmi területek (TT) vagy természeti emlékek (TE) is.

Megyei szintű védetté nyilvánításokra 1971-től került sor, amikor a megyei tanácsok és azok végrehajtó bizottságai (Budapesten a Fővárosi Tanács és Végrehajtó Bizottsága) megkapták ezt a jogkört. Számos tanácsrendelettel és VB határozattal védetté nyilvánított megyei (helyi) védett természeti terület jött létre 1990-ig, amikor aztán az önkormányzatok megalakulásával a helyi védetté nyilvánítás a jegyző (főjegyző) hatáskörébe került. A helyi jelentőségű védett természeti területek védetté nyilvánítása és a fenntartásukról való gondoskodás a települési önkormányzatok hatáskörébe tartozik. A helyi jelentőségű védett természeti területek országos nyilvántartását a természetvédelemért felelős tárca vezeti (Védett Területek Törzskönyve).

Az összesen 1195 db hazai helyi jelentőségű természetvédelmi státuszú területből Tolna megyében 2013-ban összesen 39 terület volt (park: 10 db, arborétum: 1 db, füves terület: 7 db, vizes terület: 8 db, erdő: 9 db, egyéb: 4 db). Ezzel az alacsony értékkel csupán három megyét sikerült megelőzni. Ebből a 39-ből a megyeszékhelyen csupán egyetlenegy található (igaz, területét tekintve a legnagyobb kiterjedésű), miközben például Dombóváron 9, Pakson 6 és Tengelicen 3 db is. Mindezt felismerve az önkormányzat Városüzemeltetési és Városfejlesztési Bizottsága 2014 áprilisában felhívást tett közzé a lakosság körében is helyi jelentőségű védett természeti területek (TT) és természeti emlékek (TE) kijelölésére.

Jelen pillanatban a Szekszárd MJV területén található egyetlen helyi védettséget élvező terület a **Sötétvölgyi-erdő**, melynek területe 502,899 ha és 1975-ben nyilvánították védetté. A 6-os sz. főközlekedési útról Pécs irányába haladva a 147,7 km-nél Kakasd előtt balra



lekanyarodva egy 2 km hosszúságú szilárd burkolatú bekötőúton lehet megközelíteni. Az erdőben több turistaút vezet, valamint tanösvény lett kialakítva. A Sötétvölgyi-erdőben gyermektábor, erdei tornapálya és kilátó is található. A gyermektábor az önkormányzat tulajdonában van, amelyben 92 fő gyermek és 11 fő felnőtt egyidejű elszállásolását tudják biztosítani. Innen nem messze található a Sötétvölgyi erdészház, mely szintén Szekszárd város tulajdona és 9 főt tud befogadni. A túraútvonalak mentén több pihenőhely is kialakításra került. A Sötétvölgyi horgásztóval együtt kedvelt kirándulóhelye a környéknek.

A tájak karakterének fontos összetevői az **egyedi tájértékek**. A természet védelméről szóló törvény értelmében egyedi tájértéknek minősül az adott tájra jellemző természeti érték, képződmény és az emberi tevékenységgel létrehozott tájképző elem, amelynek természeti, történelmi, kultúrtörténelmi, tudományos vagy esztétikai szempontból a társadalom számára jelentősége van. Három tájérték típust különböztethetünk meg: a kultúrtörténelmi értéket, a természeti képződményeket, valamint a tájképi értékeket. A szabvány alapján történő kataszterezés a törvény megalkotását követően nagyon lassan haladt. Nagyobb lendületet a TÉKA projekt beindulásával kapott, mely a Budapesti Corvinus Egyetem Tájépítészeti Karának vezetésével, s a Norvég Alap támogatásával készült 2009 és 2011 között. Segítségével megkezdődött hazánk egyedi tájértékeinek részletes és rendszeres felmérése. Az online adatbázisban jelenleg összesen 114694 db tájérték szerepel. Legnagyobb számban kultúrtörténelmi egyedi tájértékek felvételezésére került sor (a nyilvántartott hazai egyedi tájérték 77,5%-a), melyek a tájban élő és gazdálkodó ember keze nyomát őrzik. E tájértékek a helyi közösségek számára jellemzően kézzelfoghatóbbak, hiszen ők vagy őseik hozták azokat létre, ráadásul nagyobb részük a település belterületén, központi helyen található. A kultúrtörténelmi értékek között legnagyobb számban a településsel kapcsolatos tájértékek szerepelnek, melyek közül a közösség számára fontos, hagyományokat tükröző épületek, épületrészek (mint például a hagyományos kialakítású lakóházak, parasztházak, présházak, pincék, útszéli keresztek, védőszentek, mint pl. Szent Orbán szobra), illetve a hozzájuk kapcsolódó udvarok hazánk leggyakoribb múltidézői. Az összes nyilvántartott egyedi tájérték csupán 20,5%-a természetes eredetű. Míg korábban az ember képzeletét a szokatlan formájú, idős fák vagy a bizarr alakú sziklák gyakran megragadták, addig mára ezek részben jelentőségüket veszítették. Azonban számos régi mondai hagyomány, érdekes történet fűződik ezekhez a tájjelekhez. Elég csak a földtudományi értékek típusába tartozó különleges formájú

sziklaalakzatokra gondolni, vagy a biológiai egyedi tájértékek típusába tartozó facsoportokat, fasorokat említeni. A földtudományi egyedi tájértékek közé tartozó földtani és felszínalaktani képződmények tudományos jelentőségük mellett a helyi lakosság számára is értékesek lehetnek. A hegyvidéki területeinken országszerte a régi kőbányák kőzetanyagának felhasználásával épültek fel a települések lakóházai. Ám nem szabad megfeledkezni e képződmények biológiai jelentőségéről sem. A löszfalak például számos ritka, értékes növényfaj élőhelyét jelenthetik, de megtelepedhet a partifecske vagy a gyurgyalag is rajtuk. Az összes hazai tájérték 2%-a a tájképi értékek közül kerül ki, ez a legnagyobb számban kilátópontokat takar.

Az egyedi tájértékek kataszterét Szekszárd város közigazgatási területén belül a természetvédelmi törvény alapján a DDNPI köteles elkészíteni. Szekszárd település belterülete, a Szekszárdi-dombság és a Tolnai-Sárköz területére eső zártkerti és külterületi övezetek is bővelkednek mindkét csoportba tartozó értékekkel. A TÉKA program adatbázisában jelenleg 259 egyedi tájérték van rögzítve Szekszárd közigazgatási területén belül, de a tájértékekről található információk hiányosak. A felsorolt értékek közé tartozik többek között 92 db emlékmű, szobor, 42 db fészület, 33 db pince, valamint 9 db préház, illetve tanya mellett csupán 10 db jeles fa, 3 forrás és 1 közpark képviseli a természeti képződményeket. Tájképi értéket egyetlenegy sem tartalmaz az adatbázis. Mindezek megőrzése, az újabb értékek feltárása és az egyedi tájértékek idegenforgalmi vonzerőleltárba rendezése is rendkívül indokolt a jövőben.

### **Bemutatóhelyek**

A Duna gemenci árterületén áll Frigyes főherceg vadászkastélyt mintázó, vörösfenyőből készült épülete, amely vadásztrófeáinak bemutatását szolgálta a budapesti millenniumi kiállításon. Ezt követően az épület többször változtatott helyszínt és funkciót is, Bárányfokra az 1980-as években került. A hangulatos belső térben a dunai ártér természeti és kultúrtörténeti értékeit diorámák, korabeli fotók és használati eszközök mutatják be. Az emberi szem számára rejtett élethelyzetek, élőhelyek tárulnak fel és megelevenednek az eltűnt ártéri mesterségek is. Az „**Élet az ártéren**” elnevezésű kiállítás nyitva: március 15. és október 31. között.

A **Bárányfoki tanösvény** a DDNPI gemenci tájegységében található, amely egyben a Ramsari Egyezmény hatálya alá tartozó (2.), valamint Natura 2000 (3.) terület. A Szekszárdtól 6

km-re keletre, a gemenci erdei vasút végállomása körül a Szilágyi-fok mentén, a Sió töltéséhez közel kialakított sétaúton a látogatók megismerhetik a jellegzetes ártéri és ártéri-erdei élőhelyeket, a kubikgyödröket, valamint az ottani élővilág legjelentősebb fajait (pl. zöldes sarkvirág, májusi gyöngyvirág, fehérfűz, vénic-szil, szürke gém, egerészölyv, vidra, hód). A tanösvény korábban megközelíthető volt a Gemenci Állami Erdei Vasúton is, jelenleg azonban a menetrend szerinti járatok nem érintik Bárányfok megállót. Ezenkívül az Országos Kék Túra útvonaláról gyalog és kerékpárral, de autóval és busszal is könnyen elérhető. A sétaút hossza kb. 2,1 km, a melyet megközelítőleg 50 perc alatt lehet végigjárni. Télen is látogatható, de bejárása a tavasztól-őszig terjedő időszakban ajánlott. A tanösvény mentén hat tájékoztató tábla található, amelyek a sárközi táj vízrendezések előtti állapotát, a táj kultúrtörténeti értékeit, valamint a növény és állatvilágot mutatják be. Az ösvény mentén rönkpadoknál és -asztaloknál lehet megpihenni.

A **Lösz-szurdik tanösvény** 2011-ben lett kialakítva és két egymással összeköthető, 3,1, illetve 6,1 km hosszúságú útvonalat kínál a túrázóknak. A hagyományos és modern szőlőterületek mellett vezető útvonal a szőlőtermesztés évszázados hagyományait, a lösz szurdikok, mélyutak, partfalak formakincsét, azok flóráját és faunáját mutatja be. Érint olyan látnivalókat, mint az egykori barlanglakások, a Csontos-szurdik régészeti lelőhelye és a Remete-kápolna zarándokhelye. Csodálatos panorámát kínál a Cserhát-tető, de a tanösvény közelében fellelhető borászatokra is felhívja a figyelmet a tájékoztató füzet.

A Tolna Megyei Természetbarát Szövetség születésének 150. évfordulóján adta át a gurovicai erdőben a **Hollós László gombászösvényt**. Hollós László a magyar mikológia (gombatan) egyik jelentős alakja, a magyarországi gombaflóra fáradhatatlan kutatója volt. Számos új gombafajt írt le, elsősorban Kecskemét és Szekszárd környékéről: szűkebb pátriájában az 1910-es és 1930-as évek között közel 1400 gombafajt azonosított. Tudományos eredményei elismeréseként 1904-ben a Magyar Tudományos Akadémia levelező tagjává választotta. Tiszteletére több gomba- és növényfajt neveztek el róla.

A **Sötétvölgyi erdei tanösvény** a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság Szekszárd-Geresdi Tájégségében található. A 2004-ben kialakított útvonal 4,3 km hosszán, 9 állomáson, tájékoztató táblák segítségével kalauzolja végig a látogatókat a Sötét-völgy erdőin, jelzett turistautak nyomvonalát követve. Az egész környéket behálózzák a jelzett turistautak, ezért a tanösvény bejárását egy hosszabb, a Szekszárd-Geresdi-dombságon vezető gyalogtúra

programjába is be lehet illeszteni. A Duna-Dráva Nemzeti Park munkatársai igény szerint, előzetes egyeztetést követően szakvezetést biztosítanak a tanösvény bejárásához.

### **Szekszárd és Gemenc marketing szempontú értékelése**

/Oroszi Viktor György/

Tágabb értelemben az Alföld és a Dunántúli-dombság, szorosabban véve a Sárköz síkjának és a Szekszárdi-dombság vonulatainak a találkozásánál fekszik Szekszárd. Ehhez hasonlóan város arculata is kettős marketing szempontjából. Általában a borok és Gemenc háziasításaként szokták emlegetni Szekszárdot. Éppen úgy, mint ahogy a kiváló testes szekszárdi bikavérhez is jól illik a szarvas pörkölt, a vaddisznó sült, vagy a fűszeres kadarkákhoz a dunai hallé. A város természeti értékei közül jelenleg a Gemenc térsége a legismertebb, mely nemzetközi természetvédelmi egyezmények hatálya alá is tartozik. Éppen ezért a Gemenci-erdő mindig is fontos volt a megyeszékhely számára, nem csak mező-, erdő- és vadgazdálkodási szempontból, hanem turisztikailag is. Célszerű áttekinteni, hogy jelen helyzetben mi is az, amit Gemenc kínálni tud az ide érkezők számára és a város azt hogyan kommunikálja.

Azokat az eszközöket, amelyek segítik a célpiac igényeinek kielégítését marketingeszközöknek vagy marketing-mix-nek nevezzük. A marketingmix elemei a termék, az ár, az értékesítési csatorna és a marketingkommunikáció. Az angol elnevezések kezdőbetűiből ezeket 4P-nek is nevezik (termék - product, ár - price, értékesítési csatorna - place, marketingkommunikáció - promoció). A 4P mára már kibővült. A marketingeszközök megtervezéséhez a kiindulópontot tehát a termék, szolgáltatás jelenti. Az ár kialakítása összefügg a termékpolitikai és az értékesítési csatorna kiválasztásával kapcsolatos döntésekkel. A marketingkommunikáció eszközeinek meghatározása pedig csak az előző három elem ismerete után kerül sor. A marketingmix elemei egymástól nem elszigeteltek, hanem egymásra hatást gyakorolva szolgálják a vevői igények sikeres kielégítését.

A gemenci erdővel kapcsolatban a legfontosabb szereplők maguk a terület kezelői (Gemenc Zrt.), illetve a természetvédelmi szempontok érvényesítője a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság. A vízügyi igazgatóságnak az árvízvédelem kapcsán és a gemenci öblözet vízháztartásának alakításában, holtágak revitalizációjában akad szerepe. Ki kell emelni a különböző civil, például természetjáró (MTSZ) és természetvédő (WWF, TMTA, MME, BITE stb.) szervezeteket is. Olyan fontos projektek gazdái ugyanis, mint a Gemencen keresztül húzódó Alföldi kék-túra útvonal felújítása, vagy az európai hód visszatelepítése, fekete gólyák fészkeinek bekamerázása és online bemutatása. Kétségtelenül a két legfontosabb szereplő a Gemenc arculatának meghatározásában az erdő és vadgazdaság, valamint a

nemzeti park igazgatóság. Szolgáltatásaikat és árazásukat összevetve, csoportosítva kialakíthatjuk termékpiramisukat.

### **A Gemenc Zrt. termékpiramisa**

Gemenc Zrt. turisztikai termékpiramisának alapját a kisvasutazás képviseli leginkább. Mely az ide érkező vendégek részére a „must see” kategóriába tartozik, tehát a gemenci programok elmaradhatatlan része. A kisvasutazás élményét tovább fokozza a cég által üzemeltetett nosztalgia gőzös, valamint további termékek (souvenirek, tematikus programok, mint pl. a, szarvasbőgés hallgatás, borkóstolók, Mikulás ünnep, vagy hajtányozás a kisvasút napján stb.) épülnek a kisvasútra, illetve kombináltan kínálják (pl. vasutazással kombinált gyalog-, kerékpár- és vízitúrák, ill. sétahajózás stb.) azokat a turisták számára. A kisvasutazáshoz szorosan kötődnek a pörbolyi állomás szolgáltatásai, mely az utas ellátást is biztosítja (büfé, kiadványok, térképek értékesítése). Jelenleg folyamatban van a keselyűsi állomáson a megálló fejlesztése, ahol a jövőben a főszezon folyamán hasonló utasellátó működik majd. Emellett a cég alapvető szolgáltatásai közé tartoznak a Gemenc Zrt. által fenntartott tanösvények (Forgó tó, Őcsény 30C, Malomtelelő tanösvények, vagy a Csertai kirándulóerdő) és a vadmegfigyelő, mint fontos plusz program elem, ami további maradásra bírja a látogatókat. Továbbá a fejlesztés alatt álló arborétum, a 2014-ben megújult (erdészeti és vadászati, halászati, valamint méhészeti kiállítások látogatása, akár filmvetítéssel egybekötve). Az alapkínálatot tovább bővíti a kerékpár- és kenubérlési lehetőség is.

A termékpiramis egyel magasabb lépcsőfokát jelentik az Ökocentrumnak azok a szolgáltatásai, melyek csak speciális igény esetén, csoportok részére kínálnak, valamint a vállalat saját programjainak a lebonyolítása során kerülnek igénybevételre. Ilyen lehetőségek a lovas fogatozás az erdőben, sétahajózás, konferencia terem bérlése, étkeztetés, az itt található vendégházak értékesítése a több napot eltöltők részére, az erdei iskola kiadása iskolás csoportok, vagy nagyobb létszámú turistacsoport részére. Továbbá az Ökocentrum tematikus programjai (szezonnitató rendezvény, kisvasút napja, szarvasbőgés hallgató túrák stb.), melyek minden évben megszervezésre kerülnek, s ilyenkor kibővült programkínálattal (agyagozás, tojásfestés, agancs bemutató, hajtányozás, falmászás stb.) várják a látogatókat. A termékpiramisnak ebbe a csoportjába sorolhatóak a szakvezetést igénylő gyalog túrák, vagy a ritkábban igénybe vett, vezetett fotós és kenuutúrák.

A termékpiramis csúcsát részben a nyári vadásztáborok szervezése és az erdei iskolai programok bonyolítása jelenti, ami kellő szakmai és szervezésbeli felkészültséget, több közreműködőt is igényel. Fontos részét képezi a vadászházak vadászidényen kívüli kiadása turisták számára. De a Gemenc Zrt. profilját és a bevételeket tekintve is a leglényegesebb a vadásztatás és a hozzá kapcsolódó szakmai szolgáltatások, szállásadás és vendéglátás, valamint az egyéb kapcsolódó szolgáltatások (pl. transzfer, tolmácsolás stb.).



*A Gemenc Zrt. Termékpiramisa*

#### **A DDNPI termékpiramisa**

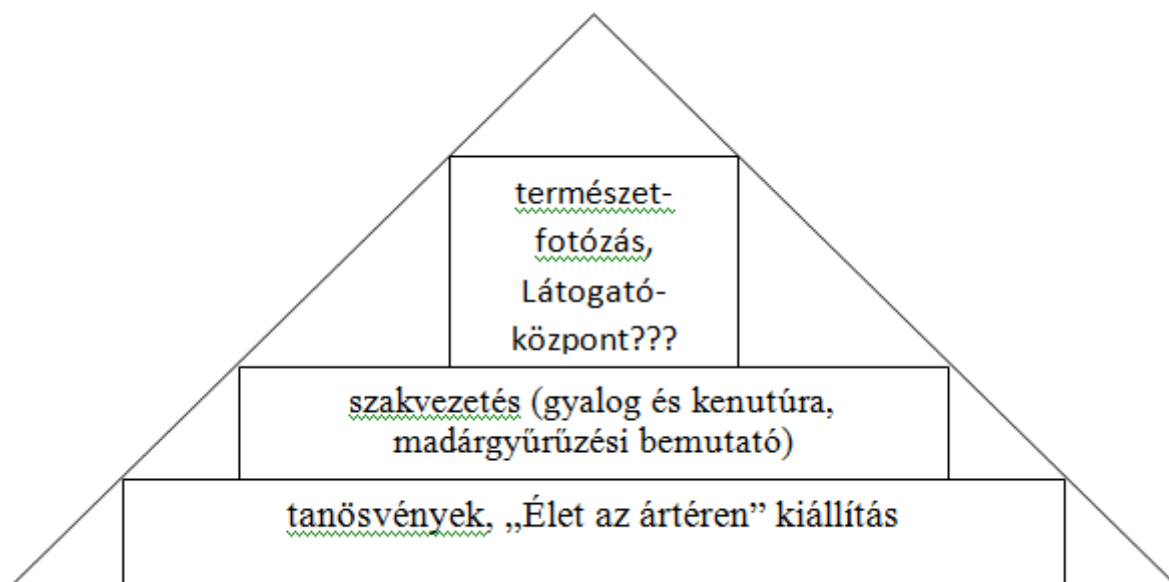
A Duna-Dráva Nemzeti Park termékpiramisát áttekintve elmondhatjuk, hogy az jelen állapotában sokkal szegényebb, kevesebb terméket tartalmaz. Alapját a Gemenc Zrt.-nél leírtakhoz hasonlóan a kialakított tanösvények jelentik, melyek mindenki számára szabadon látogathatóak (pl. Báránfyoki-tanösvény, Nyéki-Holt-Duna tanösvény). Emellett a 2003-ban megnyitott „Élet az ártéren” kiállítás kínál még lehetőséget a térség élővilágának egyszerűbb megismerésére. Ez a kiállítóhely, melyet leginkább Trófea Múzeumként ismertünk, Frigyes főherceg vadászkastélyt szimbolizáló, vörösfenyőből készült épülete, mely vadásztrófeáinak bemutatását szolgálta és az 1980-as években került Báránfyokra. Az épület jelenleg a Duna hullámterén található, így nagyobb áradások alkalmával nem látogatható. Megközelítését tovább nehezíti, hogy az épület körüli területek magántulajdonban vannak az oda vezető bekötő úttal együtt. Ennek köszönhető az is, hogy a gemenci kisvasút gyakran csak Keselyűsig közlekedik, s az eredeti Báránfyok végállomást nem használják.

A termékpiramis következő szintjét a szakvezetett túrák, programok jelentik. Leggyakoribb a csoportok részére nyújtott szakvezetéssel egybekötött gyalogtúra. Emellett kenutúrák igénybevételére is van mód. Speciális igényt tudnak kielégíteni a nemzeti park igazgatóság kollégái az aktív természetvédelemhez kötődően madárgyűrés, vagy denevérgyűrés bemutatása során. Korábban a Taplói-Holt-Duna mentén halászbemutatók szervezése volt napirenden, de ez jelenleg nem működik. A DDNPI Béda-Karapanca tájegységén ez realizálódott (Boki-Duna Halászati Bemutatóhely).

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A termékpiramis csúcsát a fotós túrák jelentik, melynek során szakvezetővel, akár kialakított leshelyről figyelhetik és örökíthetik meg a természetet a fotózást hobby, vagy profi szinten űzők. Ide kellene tartozzon egy, a termékpiramis csúcsát jelentő látogatóközpont, melynek köszönhetően a Gemenc Zrt.-hez hasonlóan bővebb, sokszínű szolgáltatást tudnának nyújtani a látogatók számára s több napot tartózkodásukat is biztosíthatnák. A DDNPI-nak jelenleg 9 bemutatóhelye van a Dél-Dunántúlon, de ebből egy sem esik a legendás Gemenc területére.

Ezeknek a hiányosságnak a pótlására született 2010-ben a DDNPI Szekszárd várossal közös elképzelése egy „Gemenci Ökocentrum és Látogatóközpont” kialakítására, melyre közös pályázatot nyújtottak be a korábbi EU-s pályázati ciklusban. A DDNPI a Mohácsi Történelmi Emlékhely fejlesztésével párhuzamosan pályázott. Nem nyertek támogatást, így az elképzelések mostanáig nem válhattak valóra.



A DDPI termékpiramisa

A „Kádár-villaként” elhíresült keselyűsi Szarvas csárda épülete a Magyar Állam tulajdonában van, vagyongazdálkodója a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatósága. Helyén épült volna a látogatóközpont. A keselyűsi vendégház 1971-ben, a vadászati vilákiállításra épült a gemenci erdőben. A vilákiállítást követően az építetű Gemenci Állami Vadgazdaság átadta a vendéglátó ipari vállalkozásnak, s az működtette, Szarvas csárda néven. különös építészeti stílusával, táj jelegű ételleivel sok vendéget vonzott. Aztán az MSZMP-hez került, illusztris személyek számára fenntartott vendégház lett belőle. Attól kezdve már nem mehetett be akárki. Valószínűleg a rendszerváltás, az MSZMP csillagának leáldozása pecsételte meg a sorsát.

A projekt három programrészéből egy valósult volna meg a Gemenc területén, melynek költségvetése közel 1 mrd Forint volt. Ez a projektrész az alábbi tervezett elemekből állt (Ács R. 2008):

### 1. Ökoturisztikai programelem

#### *Gemenci Ökocentrum és Látogatóközpont:*

A projektem célja a Gemenc ökológia értékeire épülő, bemutató és oktató jellegű központ kialakítása a Gemenci-erdő keselyűsi bejáratánál.

#### *Fogadóépület, beltéri előadóterme és kiállítóhely:*

Kialakításánál arra törekedtek, hogy az épület kapuként jelenjen meg, határvonalat képezzen épített és természeti környezet között, szimmetriájából adódóan útirányt jelöljön, természeti környezetébe belesimuljon. Légies legyen, a szellősség, a jól átláthatóság érzetét keltse. Innen adódnak az épület egyes részeinek elnevezései: madár, fészek és tojás.

#### *A beltéri kiállítóhelyen megvalósuló funkciók:*

Interaktív eszközöket alkalmazó terepasztalok, élőlények folyamatos megfigyelésén alapuló filmek (pl. vidra, rétisas, fekete gólya, róka) és webkamera a nélkülözhetetlen elemei a látványorientált bemutatónak

- Gemenc élővilága
- Gemenc arca a négy évszak alatt
- Gemenci szarvas és vadászat hagyománya
- Időszaki kiállító terület fotókiállításoknak, rajzpályázatoknak, festményeknek, gyűjteményeknek,
- Panoráma mozi
- Folyóvízi akvárium
- Szúnyog-szoba

#### *Külső programhelyszín - szabadtéri bemutató elemek:*

- bemutató park élőhely – állatsimogató
- mocsári teknős élőhely és bemutató; hódvár
- gemenci fok mini ártéri terület kicsiben
- az Ökocentrum egyes elemeit összekötő, a terület erdős részén átvezetett tanösvény – erdő tisztás részein foglalkoztató (padok, asztalok), játszótér ártéri elemekkel. A tanösvény egy része a lombkorona szintjén vezetve egyedülálló élményt nyújtva a látogatóknak.

#### *Főbejárat, előtér díszkúttal*

#### *Trófeamúzeum (meglévő épület áthelyezése)*



A Millecentenárium kiállító épülete romantikus stílusa miatt szív alakú tó partján kapna helyet, tükörképével a vízben, fákkal körülveve.

*„A természet vad erői” új épület (840 m<sup>2</sup>) és újonnan kialakítandó interaktív eszközök a természeti jelenségek bemutatására*

Egy teknőc formájú épület, mely megbújik a tó partján, és természetismerethez szorosan kapcsolódó interaktív funkciót valósít meg. A látogató személyes és közeli tapasztalatokat szerezhet a természeti erőkről. Az épület emeleti része kiállító teremnek, illetve konferenciák szekcióüléseinek is kiválóan alkalmas. A parkban az eredeti növényállomány megőrzése mellett fakéreg borítású gyalogutak kerülnek kialakításra. A fogadóépület közelében a tájra utaló játékokkal (liánhinta, hídvár) berendezett játszóudvart terveztek kialakítani.

### 2. Tematikus park programelem

#### *Csodák Parkja*

Ez a fejlesztési elem tematikus park terméktípusba tartozó elemeket tartalmaz. A fejlesztés célja, hogy egy egész napos programlehetőséget biztosító szolgáltatáscsomag jöjjön létre. A Csodák Parkja elsősorban a kisgyermekes családok, gyermekek, fiatalok részére nyújt szórakozási lehetőséget. Azonban más korosztályok is szívesen kipróbálhatják az élményelemeket. Itt is a természet közelségét sugallják a létesített attrakciók (a Gemenci flórájának és faunájának felhasználásával). Tervezett elemei:

- Sokdimenziós mozi valós-helyzetek szimulációjára
- Árvíz szimulátor -szabadtéri elem
- Szélgenerátor -szabadtéri elem
- Függőhíd -szabadtéri elem
- Vitorlázunk a viharban -szabadtéri elem
- Mézeskalácsház -szabadtéri elem
- Energiajátékok -szabadtéri elem
- Rókalyuk -szabadtéri elem
- Egyéb hagyományos szabadtéri játékok, különféle figurák és játszó

A látogatóközpontoz a Csörge-tó érintésével a Duna menti kerékpárút-hálózathoz kapcsolódó út is épül volna Szekszárd belvárosától.

A termékek és az árak figyelembevételével megalkotott termékpiramis áttekintését követően a Gemencsel kapcsolatos marketing kommunikáció áttekintését is fontosnak tartjuk. Az nemzeti sajtóba, számos hírportálra, a nyomtatott sajtó, rádió stb. képviselőihez is az MTI által befogadott híreken

keresztül lehet eljutni, így hatékony marketing kommunikációt megvalósítani. Továbbá az MTI adatbázisa a legkönnyebben hozzáférhető országos archívum. Ezért alapul vettük Csontos és Kiss 1988-2010-es időszakot felölelő munkáját (Csontos-Kiss 2011), mely elemezte a Gemenc országos média megjelenését az MTI archívumának segítségével és ezt követően kibővítettük azt 2014 augusztusáig.

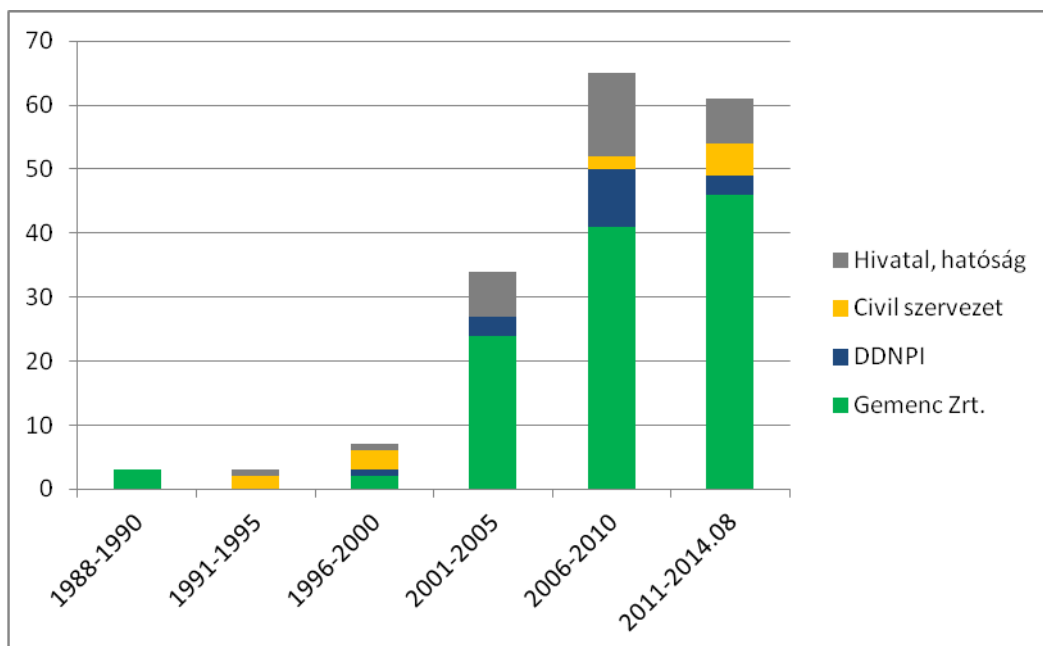
Az elemzés során a „Gemenc” szó megjelenését rögzítettünk MTI hírekben. Relevánsnak azokat a találatokat tekintettük, melyek turizmussal, természetvédelemmel, erdő- és vadgazdálkodással, társadalmi felelősségvállalással, vagy a térség egyéb fontos eseményeivel (pl. árvizekkel) voltak kapcsolatosak. A helyi sajtóorgánumokra vonatkozó adatok ismertetése, a Gemenc lokális kommunikációjának megismerése érdekében a megye vezető napilapja, a Tolnai Népújság archívuma alapján is hasonló vizsgálatot végeztünk és a 2007-10-es időszak szintén 2014 augusztusáig került kibővítésre.

Elmondható, hogy a Gemenc marketing kommunikációjának kezdetét az 1953-ban bemutatott „Gyöngyvirágtól lombhullásig” című film jelentette. Az idősebb generációnak a mai napig ez a film jut eszébe a Gemenc hallatán. Így ez az alkotás hosszú időre megalapozta Gemenc pozitív megítélését és széles körű ismertségét (Csontos-Kiss 2011). A következő évtizedekben a Gemencről egy meglehetősen zárt és titokzatos világ képe alakult ki, főleg a pletykákból ismert állami protokollvadászatok miatt. A rendszerváltás évei is a láthatatlan időszakhoz tartoznak. 1988-tól 1995-ig az országos médiában megjelent két legfontosabb hír a Bárányfoki kirándulóközpont megnyitása és a hullámtéri öblözet revitalizációjára vonatkozó holland elképzelések voltak. 1996-tól az ezredfordulóig az 1996-ban alapított Duna-Dráva Nemzeti Park tevékenységéhez kapcsolódnak a hírek és ez formálta a közvéleményt a gemenci erdővel kapcsolatban. Megújult Gemenci kirándulóközpont, a hódok visszatelepítéséről és a Gemenc Zrt. első tanösvényének átadásáról szóltak a legjelentősebb hírek. 2001-től indul meg az erdőgazdaság fokozott kommunikációs tevékenysége kerékpárúttal, vadgazdálkodással és a Kisvasút Napjához kapcsolódóan. Fontos elem lesz az árvízi védekezés, a természettel való heroikus közdelem és a kárelhárításra, a vadállomány megvédésére irányuló küzdelem. Az erdőgazdaság tudatos arculatépítése zajlik ekkor és alakítja saját témákkal a Gemencről szóló híreket. 2006-tól az erdőgazdaságok, az erdő közjóléti szerepe is előtérbe kerülnek. 2003-ban elkészült az erdei iskola, 2007-ben pedig átadták az Ökoturisztikai Központot Pörbolyön. Javul a kisvasút szolgáltatásainak színvonala is, 2008-tól pedig kirándulóhajó jelenik meg kínálatbővítésként. A sajtó legnagyobb részt a turisztikai programajánlókkal, a vad- és erdőgazdálkodás sikereivel, az erdőgazdaság közjóléti tevékenységével foglalkozik. Emellett csupán a jelentős Világbanki projekt jelenik meg a mellék- és holtágak vízforgalmának javításával, a Duna tápanyagterhelésének csökkentésével a természetvédelem oldaláról. A 2014-ig terjedő időszak lényegében változatlan, csupán a 2013. évi rekord árvíz, az ahhoz kötődő védekezés és kárelhárítás, valamint a Gemencben élő fekete gólya fészek bekamerázása ami némileg

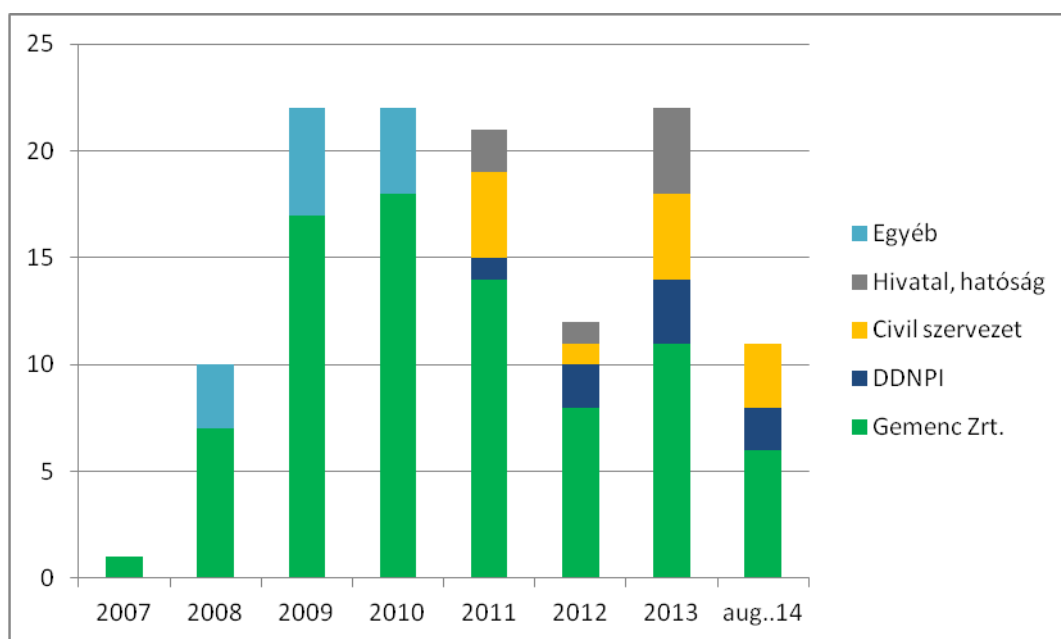
enyhíti az erdőgazdaság dominanciáját. Igaz ez utóbbi is az erdőgazdasággal közös civil projekt. 2012 nyara egyedülálló turisztikai sikert jelentett nemcsak az erdőgazdaságnak, hanem a régióknak is, amit megfelelően kommunikáltak is. **Közel száz amerikai turista látogatott Tolna megyébe a Gemenc Zrt. jóvoltából** A 110 méteres Amadeus Elegant nevű szállodahajóval érkeztek a vendégek a Dunán, és a Gemenc Dunapart kikötőben horgonyoztak le.

Ez az év még abból a szempontból is fontos, hogy 2012 júliusában kötött együttműködési keretszerződést Baja és Szekszárd városa, valamint a Gemenc Zrt.. A megállapodás első lépéseként a 2012-es budapesti Utazás kiállításon, majd azóta minden évben közös standon jelentek meg. Időközben elkészült egy 30 másodperces reklám- és egy 5 perces bemutatkozó kisfilm a régióról, valamint a közös nyomtatott kiadvány térképpel kibővített változata.

Jelenleg havi 3-4 Gemencsel kapcsolatos hírre van kereslet az országos sajtóban, s marketing politikájában a Gemenc Zrt. ezt kívánja tartani. Tehát egy tudatos arculatépítés szemtanúi lehetünk, s elmondhatjuk, a gemenci erdővel kapcsolatos marketing tevékenységet az elmúlt években jelentős élénkülés jellemzi, ami alapvetően a Gemenc Zrt. tudatos kommunikációjának megerősödésével ment végbe. Az elmúlt évtizedben a Gemencsel kapcsolatos hírek legnagyobb részét mind a helyi, mind pedig az országos médiákban a Gemenci erdő és vadgazdaság generálta. Szekszárd városának minimális a szerepe és a DDNPI Gemencsel kapcsolatos kommunikációs tevékenysége is elhanyagolható az erdőgazdaságé mellett. Sőt, azok együttesen is csak a civil szervezetek (pl. WWF, BITE, MTSZ stb.) tevékenysége által generált hírekkel egy nagyságrendbe sorolhatóak. A 2012-ben indított kezdeményezés a Gemenc Zrt.-vel és Baja városával jó kiindulópontnak tekinthető a jövőre nézve, amennyiben Szekszárd városa fontosabb szerepet kíván szálni a Gemencnek arculatépítésében, de ezen felül még bőven rejt lehetőségeket a város és dunai hullámtér természeti értékeinek kapcsolata, mely jelenleg nincsen kellő mértékben kiaknázva.



Gemenc megjelenése az MTI hírarchívumában (1988-2014. aug.)



Gemenc megjelenése a Tolnai Népszásg hírarchívumában (2007-2014. aug.)

### 3.2.2. Szekszárd társadalmi-gazdasági helyzete várostérségében

/Husztai Zsolt/

A KSH Magyarország településhálózata 1. – Agglomerációk, településegüttesek című kiadványa a „Szekszárd nagyvárosi településegüttest” Szekszárd mellett 9 környező vonzott településből határolja

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

le, mely Tolna megye lakosságának ötödét képviseli. Fontos, hogy a térségnek nagy a migrációs vesztesége, de a megyei átlagnál kisebb a természetes fogyása. A korösszetétel romlik, az eltartotti arány növekszik, az egy háztartásban élők száma folyamatosan csökken. Az iskolázottsági mutatók a megyei átlag feletti, de az országos átlag alattiak.

A lakásellátottság és a közművek fejlődő képet mutatnak a településekről, évi szinten 0,5%-kal bővül a lakások száma. Az intézményellátottság megfelelő.

A településeggyüttes foglalkoztatási képe valamivel kedvezőbb az országosnál, kevesebb az álláskereső. Meglepő, de más Dél-dunántúli településeggyüttesekkel összevetve itt a legalacsonyabb a szolgáltatásokban dolgozók aránya (66%). Szekszárdon és a kilenc községben az átlagot meghaladó az ipari foglalkoztatottak aránya, de a tradicionális agrár-élelmiszeripari ágazatokról ez nem mondható el. Sajátosságnak tekinthető az alacsony ingázási hajlandóság.

A tíz településen mintegy 4150 vállalkozás működik, ebből 230 külföldi cég. A cégek tőkéje országos átlaghoz képest alacsony. Az itt működő cégek tevékenységük alapján 78%-ban a szolgáltatások területén működnek.

### 3.2.3. Szekszárd és a bor viszonyának értékelése

/Vas Gáborné Guld Zsuzsanna összeállítása/

#### A) A főbb szekszárdi borászok és borászatok elemzése a „7P” szerint

<b>Bodri Pincészet</b> – dr. Bodri István borász, ügyvezető igazgató, a Szekszárdi Hegyközség elnöke	
	<p>A Bodri birtokközpont a város zajától távol, egy nyugodt környezetben, Faluhely dűlőben helyezkedik az öt körülölelő mesés tájjal, tavacskával, egyedi stílussal. 25 ha területet művelnek, a fő szőlőfajták: Kékfrankos, Merlot, Kadarka, Cabernet, Pinot Noir, Sauvignon Blanc, Rajnai Rizling, Olaszrizling.</p> <p>A borászaton kívül rendezvénycentrum, étterem – Optimus a’la carte étterem étkezési lehetőséggel –, látványkonyha búbos-kemencével, disznóölési látványterasz, borbírálóközpont és parkoló (autóknak, lovaknak, de akár helikopternek is) várja az idelátogatókat.</p> <p>A magyar mellett akár angol vagy német nyelven is várják a borkedvelőket egy 5-6-7-8 borból álló borkóstolási lehetőséggel, igény esetén a pincészet teljes palettája is végigkóstolható. Kóstolósor ára: 2000-3500Ft-ig, melyet bankkártyás és OTP Szépkártyás fizetési móddal is rendezhet a vendég.</p> <p>Főbb borok: Rozi, Bodrikutya, Kadarka, Kékfrankos, Bikavér, Civilis QV, Faluhely sorozat, Optimus QV.</p> <p>Maga a pincerendszer a hazai pincék legjelentősebb építőmesterének, Heimann Ferencnek a monumentális alkotása. Az 1800 négyzetméteres alapterületű pince mintegy félmillió nagyméretű, rusztikus téglából épült. Jelenleg ez Közép-Európa legnagyobb újonnan épített kupolás pincéje, melyben 300 kóstolóvendég tud helyet foglalni, így akár lakodalmak lebonyolítására is kiválóan alkalmas.</p>

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

	<p>Árpolitika: állandó akciók, nyereményjátékok, best buy borok.          Reklámozás: saját kiadvány, elektronikus hírlevél borverseny eredményekről, szüretéről, borkóstolókról.          Értékesítési utak: online vásárlás, borszaküzletek.</p>
<b>Dúzsi Tamás – a „Rozékirály”</b>	
	<p>Dúzsi Tamást sok-sok éve rozékirályként emlegetik. „Az a titok, hogy nincs titok” – mondja a rozéről a borász. Aztán mégiscsak kiderül, hogy van. Például evidens: míg mások másutt általában abból indulnak ki, hogy ha nem elég jó minőségű a szőlő, attól rozénak még elmegy, addig Dúzsi Tamás azt mondja, a műfaj ennél sokkal, de sokkal kényesebb. Kizárólag az egészséges, érett, jó savú szőlő alkalmas arra, hogy finom, üde, élénk, illatos, lendületes és tartalmas rozét készíthessenek belőle (<i>termékpolitika</i>).</p> <p>Árpolitika: több árkategória, best buy borok.          Reklámozás: sajátos elektronikus hírlevél borverseny eredményekről, borkóstolókról.          Értékesítési utak: online vásárlás, borszaküzletek.</p>
<b>Eszterbauer Borászat - Eszterbauer János, tulajdonos-borász, Pálinkás László borász</b>	
	<p>Az 1746-os szekszárdi levéltári adatokban már szerepel a szőlőművelő Eszterbauer család, melynek 10. generációja Eszterbauer János, aki Pálinkás Laci borász segítségével működteti a tradíció alapuló, 20 ha megművelt területen fekvő borászati vállalkozást. A szekszárdi adottságoknak megfelelően kínálatuk nagy részét a vörös fajták adják, zászlós boruk a Szekszárdi Kadarka. Őseik tiszteletének jeléül a XIX. és XX. század szekszárdi „paraszt-polgári” világának megtestesítőit, a már másvilágra költözött nagyszüleit és dédszüleit jelenítik meg borcímkéiken. Borkóstolási lehetőséget kínálnak 6-8 féle borral a magyar nyelv mellett angolul, németül, spanyolul 400.-Ft/fajta/fő áron akár bankkártyás fizetési móddal előzetes bejelentkezés esetén.</p> <p>Szőlőfajták: Kékfrankos, Kadarka, Cabernet sauvignon, Cabernet franc, Merlot, Pinot noir, Chardonnay.          Főbb borok: „Nagyapám” Kadarka, „Pinceátlag” Házasítás, „Tüke” Bikavér, „Tanyamacska” Kékfrankos, „Mesterünk” Cuvée, „Tivald” Cabernet Sauvignon.          Árpolitika: állandó akciók, nyereményjátékok, best buy borok.          Reklámozás: sajátos elektronikus hírlevél borversenyek eredményeiről, szüretéről, borkóstolókról.          Értékesítési utak: online vásárlás, saját borszaküzlet, borkereskedések.</p>
<b>Ferger-Módos Borászat – Módos Ernő</b>	
	<p>A szekszárdi történelmi borvidék adottságai, 2000 év hagyományai, közel 30 év borászati tapasztalata társul a legmodernebb technológiával a Ferger-Módos Borászat epreskerti üzemében, ahol 2000 m<sup>2</sup> áll rendelkezésre folyó- és palackos borok temperált tárolására több mint egymillió liter tartálykapacitással.</p> <p>Itt a korszerű laboratóriumban bevizsgált borokat igény szerint szakszerűen kezelik, tárolják, a palackozó üzemben akár különleges üvegekbe is töltik és egyedi címkével látják el. A több mint 400.000 palack kapacitású készáruraktárban lehetőség van a palackok címke nélküli, egységládákban történő, illetve címkével ellátott, kartondobozban való tárolásra. A Módos Borászat a szekszárdi borvidék válogatott szőlőiből nemcsak lédig, valamint asztali, palackos borokat, hanem különlegesen magas minőségű, limitált szériájú borkülönlegességeket is forgalmaz. A hagyományos és legkorszerűbb technológia ötvözésével biztosítja az állandóan kitűnő minőséget.</p> <p>Borászatuk mintegy 2500 vendéglátóhelyre szállítja be közvetlenül termékeit, melyek között éttermek, kávézók, borozók, pubok éppúgy megtalálhatóak, mint szezonális jelleggel működő vendéglátó egységek. Budapest és Pest megye mellett Bács-Kiskun, Baranya, Fejér, Győr-Sopron, Somogy, Tolna és Veszprém megye számos településén az ő boraikat kóstolhatják.</p> <p>A vendéglátó egységek mellett több csemege üzletlánccal is partneri kapcsolatban állnak</p>

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

	<p>sok-sok éve. A Mecsek Fűszért Zrt. szinte mindegyik üzletébe szállítanak folyamatosan, valamint a Roni Manna valamennyi kereskedésébe.</p> <p>Különbéle kiserelésű borokkal segítik elő, hogy a vendéglátó egységek, üzletek megtalálják a számukra legoptimálisabb megoldást.</p> <p>Palackos boraikat többféle árkategóriában és minőségben kínálják, számtalan nemzetközi és hazai borversenyen értek el sikereket (Vinagora, Vinitaly, Les Citadelles Du Vin, Challenge International Du Vin, Prestige Reserve).</p> <p>A vendéglátóiipari hordósbor-forgalmazásban is a fejlesztés mellé tették le voksukat. Mindezt egy speciális csomagolóeszköz segítségével érik el (bag-in-box), amivel még esztétikusabban és higiénikusabban jut el a nedű a vendég poharáig, az erre a célra kialakított hűtőnek és a benne lévő csaprendszernek köszönhetően. Ezáltal kiküszöbölhetővé válik a műanyag kanna és palack.</p> <p>Szolgáltatásként a borkóstolókat, melyeket magyar, angol és német nyelven is vállalnak és az étkezési lehetőséget említik, melyet előzetes egyeztetés alapján lehet igénybe venni.</p> <p>Főbb borok: Fehér, Rosé, Vörös Cuvée, Statio Cuvée, Kékfrankos, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Kadarka, Merlot, Bag-in-Box borok.</p> <p>Értékesítési utak: online vásárlás, saját borszaküzlet, szupermarketek, borkerekedések.</p> <p>Árpolitika: állandó akciók, nyereményjátékok, best buy borok.</p> <p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban.</p>
<p><b>Heimann Családi Birtok – Heimann Zoltán</b></p>	
	<p>Heimann Zoltán a Szekszárdi Borvidék elnöke, HNT elnökségi tag, a PTE IGYK GTI címzetes docense, a Szekszárdi Borkultúra SzabadEgyetem rektora. Heimann Zoltán társadalmi aktivitását 2011-ben a német Artvinum gálán, Stuttgartban, az Év Nemzetközi Borszakértője díjjal ismerték el. Kétszer jelölték a magyar Év Borásza díjra.</p> <p>Heimann Zoltán energikus, lendületes ember, nem véletlenül került annak idején a Béres Rt., utóbb a Bábolna Rt. élére, és nem véletlenül emlegették pár évvel ezelőtt egészen magas posztok várományosaként. Ilyeneket mindazonáltal nem fogadott el, sőt: kisvártatva mindenestül szakított az országos léptékű dolgokkal.</p> <p>A Heimann Családi Birtok ma valamivel több, mint húsz hektáron gazdálkodik. Heimann Zoltán nem tervez nagyarányú bővítéseket, azt mondja, megállna ennyinél. Kis engedményt tesz: ha valaki apró gyöngyszemeket kínálna a legszebb völgyekben, feltétlenül elgondolkodna a lehetőségeken. A legtöbb Heimann-szőlő a Baranya-völgyi- és az Iván-völgyi-tetőn zöldell. Merlot-ból, kékfrankosból, cabernet franc-ból van a legtöbb, telepítettek kadarkát is, valamint most divatosodó fajtákat, mint a syrah és a pinot noir, és a továbbra is különlegességnek számítokat, mint a viognier, a sagrantino és a tannat.</p> <p>A birtok évente hatvanezer palack bornál tart és nem valószínű, hogy ez nagyságrendileg változik. Mintegy százezerig juthatnak el, ha minden termőre fordul.</p> <p>Szolgáltatásaik az alábbi nyitva tartással előzetes bejelentkezés alapján, illetve a „Nyitott Pincék” keretében a következő területekre terjednek ki:</p> <p>Borkóstoltatás 3-5-7 borfajtával, 1.500 Ft-tól 3.500 Ft-ig magyar, angol, német és orosz nyelven, étkezési lehetőséggel: hideg, házi füstölteltől a kemencés vacsoráig egyedi igények alapján. A fizetési módok között a bankkártyás elfogadás nem szerepel.</p> <p>Szőlőfajták: 95 % kék szőlők (Kékfrankos, Cab.franc, Merlot, Kadarka).</p> <p>Főbb borok: Fajta borok, ill. Barbár, Franciscus, Birtokbor cuvéek.</p> <p>Árpolitika: állandó akciók, nyereményjátékok, best buy borok.</p> <p>Reklámozás: sajátos elektronikus hírlevél borverseny eredményekről, szüretéről, borkóstolókról.</p> <p>Értékesítési utak: online vásárlás, borszaküzletek.</p>
<p><b>Márkvárt Pince – Márkvárt János</b></p>	
	<p>A Márkvárt családi pincészetet a régi családi hagyományú szőlőtermesztésre és borkészítésre épülve apáról-fiúra szállva alapították újjá 1996-ban. A szekszárdi borvidékre jellemző,</p>

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

	<p>tradicionális fajták kiváló minőségű szőlőkből – a kiemelt minőségre törekedve – saját feldolgozással készítik egyedi ízvilágú boraikat. Ültetvényeik 10 ha megművelt területtel Szekszárd kiemelt területein helyezkednek el (Baranya-völgy, Faluhely, Istifán-gödre, Bakta-tető, Őcsényi hegy, Cinka dűlőkben).</p> <p>Borkóstolásra egész évben van lehetőség előzetes bejelentkezés alapján, a kóstoló ára: 2000 Ft, 5 féle palackos bor kóstolásával.</p> <p>Étkezésre is van lehetőség: egytálételek (kakas-, marha-, sertéspörkölt, galuska, savanyúság) előzetes egyeztetés és kívánságok alapján.</p> <p>Szőlőfajták: Olaszrizling, Blauburger, Cabernet franc, Cabernet sauvignon, Kadarka, Kékfrankos, Zweigelt.</p> <p>Árpolitika: best buy borok.</p> <p>Reklámozás: személyes részvétel borkóstolókon, borbemutatókon az ország egész területén.</p> <p>Értékesítési utak: borszaküzletek.</p>
<p><b>Mészáros Borház – Mészáros Pál – Az Év Pincészete 2012.</b></p>	
	<p>Több mint 100 hektár szőlőültetvényen gazdálkodnak, széles a fajtaválasztékuk, így több mint 10 féle palackos borral, 3-4 évjáratral tudnak megfelelni a hazai-és külföldi piacokon. Szekszárd belvárosban a Kossuth Lajos utca 26. sz. alatt található a Mészáros Borház és Pince. Ez a több, mint 250 éves pince 2000. évben került tulajdonukba.</p> <p>Szőlőfajták: Kadarka, Kékfrankos, Cabernet sauvignon, Cabernet franc, Merlot, Pinot noir, Rizlingszilváni</p> <p>Szolgáltatások terén borbemutatókat, rendezvényeket szervez és melegkonyhás igényeket is ki tud szolgálni. Kóstoló sor ára: 450,- Ft-tól / Fő / Fajta. Étkezési lehetőség: előre bejelentkezés alapján. Bankkártya elfogadó hely.</p> <p>2012-ben Mészáros Pál Mészikadarka nevű szőlőfajtát (Vitis vinifera L.: Mészikadar) államilag elismert fajtának nyilvánította a NÉBIH a Fajtamínósító Bizottság javaslatára.</p> <p>Árpolitika: állandó akciók, best buy borok</p> <p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban</p> <p>Értékesítési utak: online vásárlás, saját borszaküzlet, borkereskedések, szupermarketek</p>
<p><b>Neiner Családi Pince – Neiner András – kézműves Borászat</b></p>	
	<p>A Neiner Családi Pince egy kis kézműves családi borászat a szekszárdi történelmi borvidéken, ahol csaknem 300 éve foglalkozik borkészítéssel. A gazdaság „ékköve” Szekszárd szimbóluma, az a – mára a borvidékről is majdnem teljesen kiveszett – hagyományos, „bakművelésű” Kadarka szőlő, mely két kiváló dűlőben fekszik: Őcsényi-hegyen és Porkoláb-völgyben. A borászat fajta-összetételében alapvetően a Kárpát-medencében honos szőlőkre helyezik a hangsúlyt: Olaszrizling, Kadarka, Kékfrankos, Zweigelt van legnagyobb mennyiségben, a világfajták közül pedig a Merlot és egy kevés Cabernet sauvignon.</p> <p>Gyakorlatilag manufaktúrális módszerekkel dolgoznak, megőrizve az évszázadok során átadott hagyományos eljárásokat, miközben a mai kor vívmányaiból is használjuk a feltétlenül szükségeseket. Vörösborait 1,5-2 évig tölgyfahordóban ászokolják, palackozás előtt. Az Őcsényi-hegyi birtokközpontban fekvő présházából pazar kilátás nyílik a környékre, az alatt elterülő Sárközre. Kóstoltatáskor itt 40 főt tudnak fogadni. A városközponttól 10 perc sétányira található Bethlen Gábor utcai kóstolópincéjükben egész évben, előzetes bejelentkezés alapján 20 főt tudnak leültetni borkóstoláshoz, melynek ára: 2.500,-Ft. 6-8 fajta borkínálattal különböző évjáratokból, magyar, angol és német nyelven.</p> <p>Étkezési lehetőség: megegyezés szerint hideg- vagy melegétkezésre van lehetőség. A borkóstolóhoz borkorcsolyát (pogácsát, sajtot, stb) kínálnak, ez benne van az árban. Bankkártyát nem tudnak elfogadni.</p> <p>Szőlőfajták: Olaszrizling, Kadarka, Kékfrankos, Zweigelt, Merlot, Cabernet sauvignon.</p> <p>Főbb borok: Olaszrizling, Rozé, Siller (Fuxli), Kadarka, Zweigelt, Kékfrankos, Merlot, Cabernet sauvignon, házasítások (cuvée-k).</p> <p>Árpolitika: best buy borok.</p>



## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

	<p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban. Értékesítési utak: személyes kóstoltatás.</p>
<p><b>Németh János Pincészete - Legeredményesebb Ifjú Borász cím 2008. Szekszárdi hegyközségi borverseny.</b></p>	
	<p>Pincészetük ültetvényei Magyarország egyik legősibb szőlőtermelő területén, a Szekszárdi borvidéken találhatóak. A család generációk óta foglalkozik borkészítéssel, de boraik csak 2007-ben kerültek kereskedelmi forgalomba.</p> <p>Az Iván-völgyi domboldalon található a nagyszülők által épített pince és régi préház, amely a borkóstolás helyszíne, valamint az újonnan épített feldolgozó.</p> <p>Az ültetvények területe 8 hektár, melyek a Szekszárdi borvidék kiemelt adottságú dűlőiben helyezkednek el (Iván-völgyben, Porkoláb-völgyben, Görögszóban, Gyűszű-völgyben, Decsi-hegyen, Baranya-völgyben).</p> <p>A borok sokszínűségéhez hozzájárul, hogy területileg más-más dűlőből és többfajta szőlőültetvényről származnak. A megművelt terület 8 ha.</p> <p>Szőlőfajták: Kékfrankos (45%), Cabernet franc (10%), Cabernet sauvignon (10%), Syrah (10%), Zweigelt (10%), Kadarka (5%), Merlot (5%), Olaszrizling (5%).</p> <p>Főbb borok: Rosé, Virtus Cuvée, Kadarka, Kékfrankos, Sygno Bikavér, Porkoláb Cuvée, Syrah, Cabernet franc, Cabernet sauvignon.</p> <p>Borkóstoló ára: 3.000 Ft-tól 5.500 Ft-ig magyar, angol, spanyol és francia nyelven.</p> <p>A borász célja és termékpolitikája, hogy megőrizze a hagyományos kézművességet mind a szőlőtermesztés, mind a borkészítés munkafolyamataiban és az egyedi ízvilágú, a Szekszárdi borvidékre jellemző gyümölcsös, fűszeres, de mégis testes, elegáns vörösborok készítése.</p> <p>Árpolitika: állandó akciók, best buy borok.</p> <p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban. Értékesítési utak: online vásárlás, borkereskedések.</p>
<p><b>Posta Pincészet</b></p>	
	<p>Tősgyökeres szekszárdi családként mindig is rendelkezett a pincészet kisebb-nagyobb szőlőterülettel. A megművelt terület nagysága 14 ha. Az ültetvények nagy részén vörösbort adó fajták találhatóak: Cabernet franc, Kékfrankos, Merlot, Kadarka, Pinot noir, Cabernet sauvignon. A családi hagyományt folytatva a fehérborok sem hiányozhatnak, így az Olaszrizling és a Sauvignon Blanc.</p> <p>A borászat céljai között szerepel a biodinamikus szőlőtermesztés megvalósítása, melynek segítségével még jobban ki tudják majd hangsúlyozni boraik egyediségét.</p> <p>A borokat hagyományos eljárásokkal, de a legmodernebb technológiával készítik engedélyezett segédanyagok nélkül. Az egészséges, nem túlterhelt tőkékről származó szőlő kézi szüret, és válogatás után kerül feldolgozásra, majd erjesztésre, fajlesztő felhasználása nélkül. Acéltartályos, hűtött erjesztést követően boraik 5hl-es illetve 20hl-es ászokhordókba kerülnek 1-1,5 évig fajtától és évjáratától függően. Cél az egyedi, kézműves borok készítése, melynek érdekében a szőlő feldolgozási technológiát folyamatosan fejlesztik mind szőlőtermesztés, mind a borkészítés során.</p> <p>Borkóstolásra magyar és angol nyelven van lehetőség, a kóstoló ára: 3000 Ft/fő, igény esetén sajttal, sonkával és kolbással.</p> <p>Szőlőfajták: Olaszrizling 1 ha, Sauvignon Blanc 1 ha, Kadarka 2 ha, Kékfrankos 3 ha, Cabernet Franc 3 ha, Cabernet sauvignon 1 ha, Merlot 2 ha, Pinot noir 1 ha.</p> <p>Főbb borok: Sauvignon Blanc, Olaszrizling, Fuxli, Rozé, Kékfrankos, Kadarka, Cabernet franc.</p> <p>Árpolitika: jó ár-érték arány.</p> <p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban. Értékesítési utak: borkereskedések, supermarketek.</p> <p>Termékpolitika: borok, szőlőmag készítmények magas minőségű gyártása, egészségvédő szerep prioritása.</p>
<p><b>Sárosdi Pince</b></p>	

	<p>Gyönyörű élmény végigjárni a szekszárdi borvidéket. Látni a "róna és hegyek" találkozását. Büszke és barátságos túlzás a kétszáz méteres dombokat hegyeknek nevezni. Lányvár, Előhegy, Tót-völgy, Virág-hegy. A horizonton a Sió és a Duna vonalát jelző Gemenci-erdő.</p> <p>E tájon gazdálkodik 20 hektáron a Sárosdi pince. A családi vállalkozás lányvári területén kékfrankos és merlot, az Előhegyen rizlingszilváni, a Tót-völgyben kékfrankos és cabernet franc, a Virág-hegyen az új telepítésű cabernet sauvignon, mind az éghajlati és talajadottságokat maximálisan kihasználó fajták.</p> <p>A szekszárdi borászat igazi "műfaja" a vörösbor. A külföldön is népszerű testes szekszárdi vörösborok optimális savtartalmát a szőlőfajták természetes csersavtartalma, a hosszú, héjon történő erjesztés és az optimális almasavbontás biztosítja.</p> <p>A Sárosdi pince vörösborai között megtalálhatjuk a borvidék szinte teljes skáláját, a világos rubin kékfrankostól az élvezetes merlot-n keresztül a harmonikus cabernet sauvignonig. Ma már szívesen fogyasztják a cuvée borokat. Üdítő, kellemes ízvilágú a Sárosdi pince szekszárdi Rizlingszilvánija, és Kékfrankos-Merlot-Pinot noir Rose bora is. Ma már a szaksajtó is elismeri a mértékletes borfogyasztás egészségre gyakorolt hatását.</p> <p>A megfelelő minőségű bor előállítás a borfogyasztás népszerűsítése, a szekszárdi borvidék hírnevének öregbítése a Sárosdi pince alapvető célja.</p> <p>„Vendégeket hívni annyit tesz, mint garanciát vállalni arra, hogy jól fogja érezni magát.”</p> <p>E mottó jegyében várják kedves vendégeiket a szekszárdi domboldalon kialakított 2 borkostoló helyiségükben, melyek 25 és 50 fős csoportok fogadására alkalmasak (előzetes egyeztetés után).</p> <p>Szálláslehetőség: 6*2 ágyas pótágyazható szobák</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• szállás reggelivel 5900,- Ft/fő/éj</li> </ul> <p>Borkóstoló, pincelátogatás, borvásárlás várja a borkedvelő vendégeket, előzetes egyeztetéssel.</p> <p>Előzetes foglalás esetén előleg (fontosabb eseményekre történő bejelentkezéskor, banki utalással - pl. Szekszárdi szüreti Fesztivál, ünnepek)</p> <p>A Sárosdi féle borok megtalálhatók az alábbi helyeken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Szekszárdi és Balaton környéki borházakban</li> <li>• Számos Borkereskedésben</li> <li>• Kereskedelmi és vendéglátó egységekben.</li> <li>• Metro áruházakban és export Németországba s Belgiumba.</li> </ul> <p>Árpolitika: jó ár-érték arány.</p> <p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban.</p> <p>Értékesítési utak: borkereskedések, szupermarketek.</p>
	<p><b>Sebestyén Pince – Sebestyén Csaba</b></p> <p>A Sebestyén Pincét 1998-ban alapították, Magyarország egyik legjobb klimatikus adottságokkal rendelkező termőhelyén, a Szekszárdon található Iván-völgyben. A Szekszárdi Történelmi Borvidéken a szőlőtermesztés kultúrája egészen a római korig vezethető vissza. Változatos fajtaszerkezetű vidék ez, ami jelmondatában is tükröződik: „Varietas delectat” – A változatosság gyönyörködtet. Jól érzik magukat e tájon a fehér- és kékszőlő fajták, a hungarikumok és a jól ismert világfajták egyaránt.</p> <p>Ez a változatosság a borokban is megmutatkozik: fajtaborai, a Kékfrankos, Kadarka, Zweigelt, Merlot, Cabernet, Sagrantino és a Czerszegi Fűszeres mellett a borvidék sokszínűségét Icze névre keresztelt birtokborukon, Bikavérükön és csúcsborukon, a Gráduson keresztül is szeretnék bemutatni.</p> <p>Borászatuk termőterületeit folyamatosan bővítve, 2013-tól 12,5 hektáron termesztik a szőlőt és – szigorú hozamkorlátozás mellett – mintegy 8-10 hektárról vásárolnak válogatott termést. A kézi szüretig a szőlőfürtök többszöri válogatáson esnek át a lehető legjobb minőség érdekében, s ezt követően a feldolgozást is a legkíméletesebben végzik. Az erjesztés során a tradicionális eljárásokat ötvözik a modern technológiákkal, az azt követő érlelés új és</p>

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

	<p>régi tölgyfahordókban történik. Az így kiérlelt bort lehetőség szerint egy tételben palackozzák, garantálva, hogy adott tételben belül a palackok tartalma azonos minőségű legyen. Évente körülbelül 60.000 palack bort készítenek. Boraiknak legjelentősebb magyarországi forgalmazója a Budapest Bortársaság Kft.</p> <p>Szolgáltatások egyedisége:</p> <p>1. Borkóstoló Szekszárdon</p> <p>Előzetes telefonos egyeztetés után a Sebestyén Pince nagy örömmel fogad borbarát társaságokat, maximum 14-16 főig. A borkóstolókat általában Sebestyén Csaba borász tartja. A borkóstoltatás mindig az éppen aktuális palackos forgalmi borokból történik, de a látogatók megtekinthetik ültetvényeiket Iván-völgyben, illetve pincésétát is tehetnek. Egy alkalommal általában 7-9 fajta bort mutatnak be. A kóstolás alatt borkorcsolyaként házi finomságokat – sonkát, kolbászt, szalámit és sajtokat – kínálnak friss kenyérral vendégeik igénye szerint. Szívesen bemutatják dűlőszelektált, illetve régebbi évjáratú palackjaikat, amennyiben a társaság legalább hatfős. A kóstoló végén lehetőség nyílik palackos forgalmi borok megvásárlására. A teljes program időtartama körülbelül 3-4 óra.</p> <p>2. Vidéki borkóstoló</p> <p>Telefonos időpont-egyeztetést követően szívesen vállal a borászat borkóstoltatást éttermek, borklubok, céges rendezvények és baráti társaságok részére vidéken is. A kóstolót Sebestyén Csaba személyesen tartja a közösen kiválasztott borokból.</p> <p>Árpolitika: jó ár-érték arány.</p> <p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban.</p> <p>Értékesítési utak: borkereskedések, szupermarketek.</p>
<p><b>Takler Pince – Takler Ferenc és Takler András</b></p>	
	<p>A családi pincészet az 1700-as évek óta művel szőlőt a szekszárdi dombokon. Jelenleg közel 70 hektáron gazdálkodnak. Pincészetük kínálatában a világfajták borai, vagyis a Merlot, Cabernet Franc és Sauvignon mellett kiemelt hangsúlyt kapnak a táj jellegű vörösborok, a máig különlegességnek számító Kadarka, az egyre kedveltebb Kékfrankos, valamint az előbb említett fajták házasításával készített Szekszárdi Bikavér. A vörösborok mellett üde rosé-t, valamint déli stílusú fehérborokat is készít a borászati vállalkozás.</p> <p>A Pincészetet hárman irányítják (Takler Ferenc és két fia, Ifjabb Ferenc és András). A kitűnő domborzati- és talajadottságokat, valamint a meleg, szubmediterrán klímát kihasználva készítik vörös boraikat.</p> <p>Borászati hitvallásuknak megfelelően sötét, testes, érett, tanninokban gazdag, de bársonyosan lágy, egyedi ízvilágú borokat készítenek a vidék boraira jellemző fűszerességgel, zamatgazdagsággal. Vörös borok 1,5-2 éves ászokhordós, illetve új tölgyfahordós érlelés után kerülnek palackba, ahol fajtától függően hosszú évekre elegendő potenciállal rendelkeznek.</p> <p>Szőlőfajták: Kékfrankos, Kadarka, Merlot, Cabernet Franc, Syrah, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Sauvignon Blanc.</p> <p>Főbb borok: Kékfrankos, Kadarka, Merlot, Cabernet Franc, Syrah, Trió, Bikavér Reserve, Bartina Cuvée, Regnum Cuvée, Primarius.</p> <p>Borkóstolásra magyar és angol nyelven van lehetőség, ára: 3.000 Ft-tól 4.500 Ft-ig.</p> <p>Kóstoló leírás: Csak előzetes időpont egyeztetés alapján. A kóstoló első részében egy rövid pincetúrával kedveskednek vendégeiknek a rusztikusan kialakított pincerendszerben, majd az emeleti kóstolóteremben zajlik a borok kóstolása borkorcsolya kíséretében.</p> <p>Étkezési lehetőség: igény szerint házi paraszttál vagy meleg étel.</p> <p>Árpolitika: jó ár-érték arány, széles termékpaletta változó árkategóriákkal, bankkártyás elfogadóhely.</p> <p>Reklámozás: elektronikus és nyomtatott szaklapokban.</p> <p>Értékesítési utak: saját borszaküzlet, borkereskedések, szupermarketek, webshop.</p> <p>Termékpolitika: mindent egy helyen – termék-előállítás és szolgáltatás – panzió, szálláshely.</p>
<p><b>Vesztergombi Pincészet – Vesztergombi Ferenc és Vesztergombi Csaba</b></p>	

	<p>A szőlőtermeléssel és borászkodással foglalkozó Vesztergombi családról már az 1700-as évekből fellelhető írásos emlék. Ebből az időből származik a családi címer is, mely egyértelműen utal a szőlőtermelő, borászkodó múltra. A pincészet meghatározó borásza Vesztergombi Ferenc, aki 1970-től hivatásszerűen borászkodik. Munkája és hozzáértése elismeréseként 1993-ban elnyerte a megtisztelő "Év Borásza" címet, 2012-től Szekszárd város díszpolgára.</p> <p>2004-ben felépült az a chateau-jellegű épület a 6-os út mellett, a síógárdi elágazásnál, ahol immár egy helyen van meg minden. Itt dolgozzák fel a szőlőt, erjesztik, érlelik, palackozzák a borokat. Az impozáns látványt nyújtó borászat minden igényt kielégít. Már önmagában, pusztán léte által hozzájárul ahhoz, hogy az egész borvidék tekintélye gyarapodjék.</p> <p>Vesztergombiéról nem lehet azt mondani, hogy kaliforniai vagy bordeaux-i módra készítik boraikat, bár talán az utóbbi iskolához állnak közelebb. Fűszeresebbek, zártabbak, tanninosabbak és okvetlenül férfiasak, tekintélyesek ezek a borok. Meglehető, néha túl korán kerülnek a fogyasztók elé, életüknek, fejlődésüknek abban a szakaszában, amely még nem teszi őket hízelgővé és kedvessé, könnyen fogyaszthatóvá, kapásból érthetővé. Ám egyszersmind ez a záloga annak, hogy hosszú életűek lesznek, és minél inkább benne vannak a korban, annál töményebb élvezeteket kínálnak. Miközben mostanában két-három évesen fogyasztásra érett nagy borokat keres a közönség.</p> <p><i>Termékpolitika:</i> Vesztergombiék tudatosan vállalják annak a hátrányát, hogy boraiknak több idő kell. A borász kimondja: ők is árbevételből élnek, de nem biztos, hogy mindenáron minden bort két év alatt csúcsra kell járatni. Mert egy pince akkor hiteles, ha van saját stílusa. Úgy látja, Szekszárd késve indult, de mára eljutott valameddig. Van jó néhány pince a borvidéken, amelyek infrastruktúrája megfelelő ahhoz, hogy a látogatóknak színvonalasan meg tudják mutatni boraikat. Ezek után joggal összegez ekképpen: „ma már egyenes az út előttünk is”.</p> <p><i>Árpolitika:</i> jó ár-érték arány, széles termékpaletta, borkóstolók ára megegyezés szerint.</p> <p><i>Reklámozás:</i> elektronikus és nyomtatott szaklapokban.</p> <p><i>Értékesítési utak:</i> saját borszaküzlet, borkereskedések, szupermarketek, webshop.</p>
<p><b>Vida Péter – Év Bortermelője 2011.</b></p>	
	<p>A családi birtok központja, a feldolgozó és pince Szekszárd déli városrészében, a Bakta dűlőben található. Megművelt terület: 13 ha, ezen felül 4 ha új telepítés 2012 tavaszán.</p> <p>Kóstoló leírás: Kóstolótermük 24 vendég ültetett fogadását teszi lehetővé, tavasztól őszig a teraszukon is további 24 főt tudnak borkóstolón vendégül látni. Vendégein három borkóstoló sor közül választhatnak, a borkóstolóhoz pogácsát vagy többféle sajtot kínálnak. Bejelentkezés előzetes időpont-egyeztetéssel.</p> <p>Kóstolósor ára: 3.000 Ft-tól 5.000 Ft-ig, melyet magyar és angol nyelven bonyolítanak le igény szerint. Bankkártyás elfogadás nincs.</p> <p>Étkezési lehetőség: A borkóstolóhoz igény esetén hidegtálat, vagy 4-5 féle szezonálisan összeállított meleg étel közül lehet választani.</p> <p>Szőlőfajták: Kadarka (Öregtőkék Kadarkája), Kékfrankos, Merlot, Cabernet franc.</p> <p>Főbb borok: Rosé, Kadarka, Kékfrankos, Merlot, Cabernet Franc, dűlőválogatásaik: Hidaspetre Kékfrankos, Baranyavölgy Cabernet franc, és a legmagasabb értékű presztízs boruk: a La Vida Merlot.</p> <p><i>Árpolitika:</i> jó ár-érték arány, széles termékpaletta, változó árkategóriákkal, kedvezmények, akciók, ajándékok és ingyenes kiszállítás Magyarországon 25.000.- és 50.000 Ft rendelés felett.</p> <p><i>Reklámozás:</i> elektronikus és nyomtatott szaklapokban, hírlevelekkel.</p> <p><i>Értékesítési utak:</i> borkereskedések, webshop.</p> <p><i>Termékpolitika:</i> minőség, alázat.</p>

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

### B) A szekszárdi borok elismertsége

Az utóbbi évek eredményei a világ legrangosabb borversenyein:

borászat	verseny	bor	helyezés
Eszterbauer	Vinalies Internationales 2014 Paris	Mesterünk Cabernet Franc, Merlot 2011:	arany
	Les Citadelles du Vin 2014 Bordeaux		arany
	Decanter Fine Wine Encounter 2014 London		ezüst
	Monde Selection 2014 Bruxelles		ezüst
	Vinalies Internationales 2014 Paris	Tivald Cabernet Sauvignon 2011:	arany
	Les Citadelles du Vin 2014 Bordeaux		ezüst
	Decanter Fine Wine Encounter 2014 London		bronz
	Challenge du Vin 2014 Bordeaux	Tüke Bikavér 2011:	ezüst
Dúzsi	Les Citadelles du Vin 2014 Bordeaux	Dúzsi Tamás „Graboc” cabernet franc, cabernet sauvignon, merlot cuvée	arany
		Dúzsi Tamás cabernet franc 2013 rosé; és Pentaton 2009.	ezüst
	Syrah du Monde 2014	Dúzsi Tamás Syrah 2009 és 2013-as Syrah rosé	bronz
Vida (Vida Péter az év Bortermelője Magyarországon 2011.)	Syngenta Országos Borverseny 2011.	La Vida 2007	Quadris-díj (legmagasabb arany)
		Baranyavölgy 2007	arany
	VinAgora Nemzetközi Borverseny 2010	La Vida Cabernet Franc válogatás 2007	ezüst
		La Vida Merlot válogatás 2007	ezüst
	Pannon Top 25	La Vida Merlot válogatás 2007	-
	Challenge International Du Vin 2007	La Vida Cabernet Sauvignon válogatás 2003	arany
		La Vida Merlot válogatás 2003	ezüst
	Pannon Bormustra 2007	La Vida Cabernet Sauvignon válogatás 2003	csúcsbor
La Vida Merlot válogatás 2003		csúcsbor	

A Nagy aranyéremet, aranyéremet nyert pincészetek a Szekszárdi Borvidék mellett méltán képviselik Szekszárd Városát is:

bor	évjárat	pont	érem	név
Obsessio-Merlot	2011	96	Nagy Aranyérem	Szent Gaál Pincészet
Bikavér	2011	94,7	Nagy Aranyérem	Mészáros Borház Kft.
"Tüke" Szekszárdi Bikavér	2011	94,3	Nagy Aranyérem	Eszterbauer Borászat
Szekszárdi Cabernet sauvignon reserve	2012	94	Nagy Aranyérem	Takler Pince Kft.

**SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

Bikavér	2011	93,7	Aranyérem	Fritz Pincészet
Cabernet sauvignon	2012	91,3	Aranyérem	Mészáros Borház Kft.
Kadarka	2012	91	Aranyérem	Tóth Lajos István
Szekszárdi Görögszói Kékfrankos	2011	91	Aranyérem	Takler Pince Kft.
Szekszárdi Regnum cuvée	2011	91	Aranyérem	Takler Pince Kft.
"Nagyapám" Szekszárdi Kadarka	2012	90,7	Aranyérem	Eszterbauer Borászat
Bikavér "Iván-völgyi"	2011	90,7	Aranyérem	Sebestyén Pince
Szekszárdi Optimus cuvée	2011	90,7	Aranyérem	Bodri Pincészet
5V Házasítás	2008	90,3	Aranyérem	Halmosi Pincészet
Bikavér	2011	90	Aranyérem	Vesztergombi Pince
Turul	2011	89,7	Aranyérem	Vesztergombi Pince
Szekszárdi Bikavér	2011	89,3	Aranyérem	Bodri Pincészet
Bikavér	2009	89,3	Aranyérem	Márkvárt Kft.
Syrah	2012	89,3	Aranyérem	Twickel Szőlőbirtok Kft.
Szekszárdi Syrah reserve	2012	89,3	Aranyérem	Takler Pince Kft.
Merlot Válogatás	2009	89,3	Aranyérem	Halmosi Pincészet
"Tivald" Szekszárdi Cabernet sauvignon	2011	89,3	Aranyérem	Eszterbauer Borászat
Rajnai rizling	2013	89	Aranyérem	Prantner Ferenc
Château Kajmád Sauvignon blanc	2013	89	Aranyérem	Twickel Szőlőbirtok Kft.
Szekszárdi Kékfrankos	2011	89	Aranyérem	Bodri Pincészet
Cabernet sauvignon	2011	89	Aranyérem	Prantner Ferenc
Birtokbor	2011	89	Aranyérem	Heimann Családi Birtok
Szekszárdi Cabernet franc	2011	88,8	Aranyérem	Bodri Pincészet
"Sógor" Szekszárdi Kadarka	2012	88,7	Aranyérem	Eszterbauer Borászat
Cabernet franc	2012	88,7	Aranyérem	Mészáros Borház Kft.
Szekszárdi Cabernet franc	2011	88,7	Aranyérem	Gódor Attila
Barbár cuvée	2011	88,7	Aranyérem	Heimann Családi Birtok
Syrah	2011	88,5	Aranyérem	Mészáros Borház Kft.
Kadarka	2011	88,3	Aranyérem	Prantner Ferenc
Szekszárdi Merlot 1	2011	88,3	Aranyérem	Bodri Pincészet
Cabernet franc barrique kishordó	2012	88,3	Aranyérem	Schieber Pincészet
Cabernet sauvignon Szálkai	2012	88,3	Aranyérem	Mészáros Borház Kft.
Illyés Kúria Szekszárdi Kadarka	2012	88	Aranyérem	Illyés Kúria
Merlot	2012	88	Aranyérem	Fritz Pincészet
Merlot	2011	88	Aranyérem	Posta Borház Kft.
Illyés Kúria Szekszárdi Cabernet sauvignon	2012	88	Aranyérem	Illyés Kúria
Cabernet sauvignon	2012	88	Aranyérem	Herr Pince
Szekszárdi Szeleshát cuvée	2011	88	Aranyérem	Szeleshát Szőlőbirtok
Csaba	2011	88	Aranyérem	Vesztergombi Pince
Cuvée "Grádus"	2009	88	Aranyérem	Sebestyén Pince
Chardonnay	2013	87,7	Aranyérem	Mestrineli Borászati Kft.
Kékfrankos	2011	87,7	Aranyérem	Fritz Pincészet
Merlot	2011	87,7	Aranyérem	Prantner Ferenc

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Szekszárdi Cabernet franc reserve	2009	87,7	Aranyérem	Takler Pince Kft.
Cabernet sauvignon	2011	87,7	Aranyérem	Fritz Pincészet
Primus cuvée	2011	87,7	Aranyérem	Trieber Pincészet
Cabernet franc	2011	87,5	Aranyérem	Trieber Pincészet
Olasz rizling	2013	87,3	Aranyérem	Mestrineli Borászati Kft.
Kadarka	2012	87,3	Aranyérem	Trieber Pincészet
Kadarka	2011	87,3	Aranyérem	Posta Borház Kft.
Bikavér	2012	87,3	Aranyérem	Kehl János
Kékfrankos	2011	87,3	Aranyérem	Trieber Pincészet
Shiraz	2011	87,3	Aranyérem	Vesztergombi Pince
Passionata-Cabernet franc	2011	87,3	Aranyérem	Szent Gaál Pincészet
Cabernet franc	2011	87,3	Aranyérem	Posta Borház Kft.
Cabernet franc "Görögzői"	2011	87,3	Aranyérem	Sebestyén Pince
Szekszárdi Cabernet sauvignon reserve	2009	87,3	Aranyérem	Takler Pince Kft.
Illyés Kúria Szekszárdi Kadarka	2013	87	Aranyérem	Illyés Kúria
Bikavér	2012	87	Aranyérem	Rochi László
Bikavér	2011	87	Aranyérem	Prantner Ferenc
Bikavér	2011	87	Aranyérem	Vida Családi Birtok
Hidaspetrei Kékfrankos	2011	87	Aranyérem	Vida Családi Birtok
Szekszárdi Syrah reserve	2011	87	Aranyérem	Takler Pince Kft.
Cabernet franc	2011	87	Aranyérem	Prantner Ferenc
Cabernet franc	2011	87	Aranyérem	Németh János Pincészet
Cabernet franc	2008	87	Aranyérem	Dániel Pince
Château Kajmád Cuvée	2011	87	Aranyérem	Twickel Szőlőbirtok Kft.

A XXXV. Országos Borverseny 2014. főbb releváns eredményei:

- Mészáros Borház - Merlot válogatás 2011 – Nagy Arany
- Takler Pince Kft. - Szekszárdi Syrah Reserve 2011 - Nagy Arany
- Heimann Családi Birtok Kft - Franciscus Cuvée 2009 - Arany
- Mészáros Borház - Ohmerops Cuvée 2011 - Ezüst
- Vesztergombi Pince - Csaba cuvée 2011 - Ezüst
- Takler Pince Kft. - Szekszárdi Kékfrankos Reserve 2011 - Ezüst
- Eszterbauer Borászat - "Tivald" Szekszárdi Cabernet sauvignon 2011 - Ezüst
- Heimann Családi Birtok Kft – Birtokbor 2011 - Ezüst
- Heimann Családi Birtok Kft - Kékfrankos Alte Reben 2012 - Ezüst
- Virághegyi Bor - Cabernet Sauvignon 2011 - Ezüst
- Eszterbauer Borászat - "Mesterünk" Szekszárdi Cuvée 2011 - Ezüst
- Vesztergombi Pince - Kékfrankos válogatás 2012 - Ezüst
- Heimann Családi Birtok Kft - Barbár Cuvée 2011 – Ezüst

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

- Twickel Szőlőbirtok Kft. - Chateau Kajmád Sauvignon Blanc 2013 - Ezüst

### C) Városi rendezvények látogathatósága és célközönsége a bor kiemelt szerepével

rendezvény	időpont		célközönség	
	egész évben	szezonális	szakma számára	nyitott, érdeklődők számára
Szekszárdi Szüreti Napok		X		X
Iván-völgyi Kadarkatúra		X		X
Borvidék Félmaraton		X		X
Szekszárdi Borkultúra SzabadEgyetem	X		X	X
Nyitott Pincék		X*		X
Tematikus fajtakóstolók	X		X	
Kadarka projekt		X		X
Borkút	X		X	X
Kilátó	X		X	X

\* = évente többször

### D) A szekszárdi borvidék és Szekszárd MJV kapcsolatának SWOT-analízise

<p><b>Erősségek:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Garay élménypince – egyedülálló földalatti bortúra, interaktív borkóstolási lehetőséggel</li> <li>• Húzónevek – szekszárdi borászok</li> <li>• Jó talajadottságok (borminőség, egyediség) szőlőfajták széles választéka</li> <li>• Jó megközelíthetőség</li> <li>• Tájfajták, hungarikumok őrzése</li> <li>• Megfelelő technológiai háttér – magas minőségű borok készítése – hazai és nemzetközi borversenyeken elért eddigi kimagasló eredmények (ld. később)</li> <li>• Civil szervezetek összefogása, segítő munkája</li> <li>• Jó nemzetközi kapcsolatok, testvértelepülések</li> <li>• Tradíciók, nemzetiségi kultúra megőrzése</li> <li>• Bővülő rendezvénykínálat</li> <li>• Idegenforgalmi vonzerők közelsége</li> <li>• Többgenerációs termelési kultúra</li> </ul>	<p><b>Gyengeségek:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kevés szállás- és vendéglátóhely</li> <li>• Borvidéki bormarketing hiányossága</li> <li>• Informatikai eszközök hiánya</li> <li>• Centralizált borvidék</li> <li>• Kevés és nem aktualizált információs kiadványok</li> <li>• Információs rendszerek fejletlensége, információs pontok hiánya</li> <li>• Egy Tourinform iroda a borvidéken</li> <li>• Kedvezőtlen tőkeellátottság</li> <li>• Egységes borvidéki arculat hiánya</li> <li>• Infrastrukturális problémák</li> </ul>
<p><b>Lehetőségek:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pályázati források kihasználása</li> <li>• Merops Borhotel</li> <li>• Fejlődő fogyasztói borkultúra - a bor és az egészséges életmód kapcsolatának felismerése</li> <li>• Egységes palack használata a borvidéken</li> <li>• Közös brand kialakítása</li> </ul>	<p><b>Veszélyek:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piaci verseny fokozódása</li> <li>• Hamisítás, gyenge minőség</li> <li>• Időjárás változatossága</li> <li>• Talajerózió</li> <li>• Kedvezőtlen törvényhozás</li> <li>• Szőlőterületek csökkenése</li> <li>• Fizetőképes kereslet csökkenése</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuxli kezdeményezés</li> <li>• Magasabb színvonalú szakmai képzések – oktatás</li> <li>• Borturizmus iránti növekvő érdeklődés</li> <li>• Partnerségi kapcsolatok kialakítása</li> <li>• Új piaci lehetőségek keresése (külföld)</li> <li>• Mellékutak, aszfalt utak javítása</li> <li>• Információs anyagok kiadása</li> <li>• Honlapok fejlesztése, frissítése, aktualizálása</li> <li>• Tapasztalatcsere/Jó gyakorlatok átvétele a többi borvidékkel</li> <li>• Táblarendszerek teljes kiépítése a borvidéken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alkohol fogyasztás elleni kampányok</li> <li>• Vonzerők állapotának romlása</li> <li>• Nem minden borvidéki település rendelkezik turisztikai látnivalóval</li> <li>• Külföldi borok térhódítása</li> <li>• Többi borvidék konkurenciája</li> <li>• Borturizmus, borfesztiválok, rendezvények szezonálisága</li> <li>• Szigorú törvényi szabályozás</li> <li>• Állandóan változó bortörvények</li> <li>• Értékrendek átalakulása</li> </ul>
--	--

### 3.3. Szekszárd eddigi marketingtevékenysége

#### 3.3.1. Dokumentumok elemzése

/Raffay Zoltán és Huszti Zsolt/

#### **A) Szekszárd megjelenése tágabb térségének területfejlesztési anyagaiban**

*Szekszárd az Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Konceptióban*

A dokumentum rendkívül alapos helyzetelemzést tartalmaz, benne Magyarország helyével a világban, illetve a hazánkon belüli társadalmi-gazdasági helyzetképpel és környezeti trendekkel.

A hosszú távú (2014-2030) fejlesztési célkitűzések közt nevesítve Szekszárd a főváros körüli külső városgyűrű meghatározó gazdasági szerepkörrel rendelkező városai közt szerepel, az alábbi megállapításokkal: „Szekszárd adottságait és történelmi hagyományait tekintve méltán viseli a „bor és a kultúra városa” címet, de jelentős mértékben támaszkodhat a tejipar, borászat, textilipar, fémfeldolgozó-ipar, építőipar húzóágazataira, valamint a tudás alapú iparágak és az autóiipari fejlesztések terén elért eredményeire is. Új közlekedési csomópontként (M6-M9) logisztikai jelentősége is nőhet, és látogatottsága a minőségi (bor-, öko-, vadász-, vízi-) turizmusra irányuló fejlesztésekkel növekedhet. Közvetlen városi vonzáskörzete kiegészül a Szekszárdi-Geresdi-dombság egyes településeivel, a Sárköz és kisebb részben a Völgység egyes területeivel, hatása a Duna mentén Pakstól Mohácsig érzékelhető.” (OFTK 2014, p. 146.)

A megyék és Budapest területfejlesztési igényei és feladatai közt Tolna megye erőteljes agrárjellegét emeli ki, mint a települések arculatát meghatározó tényezőt. A turisztikai vonzerők közt értelemszerűen említésre kerülnek a Szekszárdot közvetlenül érintő történelmi borvidékek, de az erdők

(a Gemenc közelsége), a népművészet, továbbá a gyógy- és termálfürdők Szekszárdon is értelmezhető vonzerők, amelyekre a város marketingje építhet.

Az azonosított fejlesztési irányok közt Szekszárdot érintheti

- a Paksi Atomerőmű fejlesztéséhez kapcsolódó szak- és felsőoktatási képzés biztosítása (elsősorban a Pécsi Tudományegyetem szekszárdi Illyés Gyula Kara számára lehetőség);
- piacképes, hagyományosan jelenlévő ipari ágazatok fejlesztése (élelmiszeripar, textil- és bőripar, fémfeldolgozás), mezőgazdasági termékek feldolgozása, piaci értékesítése; a biotermelés ösztönzése, az agrármarketing-tevékenység fejlesztése – van már ilyen irányú kezdeményezés, a „Minőségi helyi élelmiszer - Szekszárd és vidéke” védjegy (lásd: [www.szekszarditermek.hu](http://www.szekszarditermek.hu));
- a közúti és vasúti közlekedés infrastruktúra fejlesztése (M9 gyorsforgalmi út, ami után komoly esélye van Szekszárdnak kiemelt logisztikai központtá válni, s ez a város arculatát is meghatározhatja);
- a turizmus jelenlévő ágazatainak fejlesztése, tematikus összekapcsolása, amely Szekszárd esetében a kulturális turizmus, a helyi fesztiválok segítségével a borturizmus, a Sió-csatorna fejlesztése esetén a vízi turizmus fejlesztését jelenti.

A dokumentumban kiemelten szerepel Szekszárd, mint megyei fejlesztési pólus központi és idegenforgalmi funkcióinak megerősítése, amely a marketingtevékenység során feltétlenül felhasználandó.

### *Szekszárd a 2007–2013-as Dél-dunántúli operatív programban*

A dokumentum Szekszárdot a régió székhelyének, Pécs egyik társközpontjaként említi, olyan településként, amely **Kaposvárral és Péccsel együtt** valós térségi központi funkciókat tölt be, és ahol már megindult az agglomerálódás és a szuburbanizációs folyamat. A régió legfejlettebb térségei közt említi a dokumentum Szekszárdot két megyeszékhely, illetve Siófok társaságában.

A város gazdaságában kiemelkedik a szerveződő autóiipari klaszter. A régióban pozitív változás a speciális igényeket kielégítő szakképzési programok megjelenése, melyek közül a Szekszárdon induló borászati képzés kiemelt jelentőségű, s tovább erősítheti a „Szekszárd, a bor városa” image-et.

A Paks-Szekszárd-Mohács tengely a régió három növekedési zónájának egyike. Az autópálya-fejlesztések hatására erősödő logisztikai potenciált a város kihasználhatja marketingtevékenysége során, akár csak a Duna-mentén a tolnai, szekszárdi és mohácsi borvidékre, mint turisztikai magtermékre épülve megvalósítandó turisztikai termékfejlesztéseket (ez a jelleg a térség természeti és kulturális értékeivel egészül ki).

## **SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

---

A kultúrának a turisztikai vonzerők közt kiemelt szerepe van, a régióban többek között Szekszárdon komoly esélyt jelent a jelenlegi, részben már most is kultúrára épülő kínálat szélesítésére, a város újrapozicionálására („Szekszárd, a bor városa” helyett „Szekszárd, a bor és a kultúra városa”).

### *Tolna Megyei Területfejlesztési Program*

A program Tolna megyében területi dimenzionáló elemként említi például a szekszárdi borászatot, illetve a Szekszárdot ugyancsak közvetlenül érintő M6-os autópályát.

A kiemelt prioritásként említett turizmusfejlesztésben a szekszárdi bor, mint turisztikai attrakció közvetlenül érinti a várost, de a közeli Gemenc fejlesztése is Szekszárd, a Gemenc városa image-t erősítheti.

A szekszárdi járásnak a város marketingtevékenysége során kihasználható erősségei az alábbiak:

- A leginkább prosperáló járás Paks mellett
- Szekszárd központi helyzete (foglalkoztatási hatás, szolgáltatások)
- Logisztikai potenciál: központi szerepben az M6-os autópálya, a jövőben pedig az M9-es gyorsforgalmi út
- Jelentős igazgatási és közszolgáltatási központ (például egészségügy, oktatás)
- Több lábon álló gazdaság: jelentős élelmiszeripar, feldolgozóipar, agrárium és ahhoz kapcsolódó magas hozzáadott értékű szolgáltatások
- Borvidék: prosperáló borászatok, jelentős turisztikai potenciál a borászatokban és a szüreti fesztiválban
- Gemenci erdő

### *Szekszárd MJV Gazdasági Program 2010–2014*

Érdemes megnézni, milyen marketingtevékenységgel számol „Szekszárd, a fejlődő város”. A fejlesztések legelső prioritása a gazdaság versenyképességének javítása a befektetés-ösztönzésen belül számol a befektetés-marketing működtetésével. Nem megy azonban túl a dokumentum az általánosságok szintjén, amikor csak a logisztikai szereppel számol, illetve azt a nehezen kézzelfogható feladatott határozza meg, miszerint „a befektetés-ösztönző programot a gazdasági élet szereplőinek minél szélesebb körében ismertté kell tenni”.

Már a bevezetésben is szerepel, hogy „intenzívebb marketingpolitikát kell folytatni”, de az már nem, hogy ez pontosan mit takar: turizmusmarketinget? Befektetés-ösztönzést? A helyi lakosságnak a városi fejlesztési célokkal való azonosulását segítő marketingtevékenységet?

Konkrét tevékenység, ahol felmerül a marketing szerepe, a rendezvény- és konferenciaturizmus fejlesztése, illetve a már említett befektetés-marketing működtetése.

**B) Szekszárd releváns fejlesztési dokumentumai**

A TEIR-ben működő Rendezési Terv Kataszter az alábbi tervezési dokumentumokat ismeri Szekszárd kapcsán:

<b>Terv.bef./jövőh.</b>	<b>Terv címe</b>	<b>Terv típus, szabvány</b>	<b>Döntés</b>	<b>Vonatkozás</b>	<b>Hatályon kívül ?</b>
2013.03	Szekszárd, szabályozási terv és HÉSZ - egységes szerkezetben 2013	Helyi építési szabályzat Szabályozási terv	8/2004. (III. 1.) rendelet	teljes t.	-
2007.05	Szekszárd, szabályozási terv és helyi építési szabályzat módosítása	Helyi építési szabályzat Szabályozási terv	21/2007. (V. 14.) Rendelet	t. rész	-
2004.03	Szekszárd, szabályozási terv és helyi építési szabályzat	Helyi építési szabályzat Szabályozási terv	8/2004. (III.01.) rendelet	teljes t.	-
2004.02	Szekszárd, településszerkezeti terv	Település szerkezeti terv	36/2004. (II.26.) határozat	teljes t.	-
2002.12	Szekszárd, városfejlesztési koncepció	Településfejlesztési koncepció	251/2002 (XII.19.) határozat	teljes t.	-
2003	BM adatgyűjtés	Helyi építési szabályzat (OÉSZ) Települési rendezési terv (OÉSZ)			-

A fenti dokumentumok közül csupán a „Szekszárd, szabályozási terv és HÉSZ - egységes szerkezetben 2013” volt elérhető és megfelelően transzparens. Ez ugyanakkor – részben frissessége okán – megfelelő és szakszerű. A Hübner Tervező Kft. által készített dokumentum jelentősebb módosítást nem igényel.

Sajnos a régi városmarketing terve nem volt elérhető, így a munka során nem tudtuk azt figyelembe venni sem az egykori állapotok és a változások rögzítéséhez, sem a meg nem valósult javaslatok leporolásához.

Megtalálható volt viszont a város honlapján a 2003-as Civil és a 2007-es Bűnmegelőzési koncepció, melyek ugyan jelen stratégiához kevésbé kapcsolódnak, de létük meggyőző érvet szolgáltat az érvényben lévő hatályos tervek teljes áttekintéséhez.

A fentiek alapján megállapítható, hogy a tervellátottság megfelelő, bár az egyes tervek megújításra szorulnak, mások pedig egyáltalán nem transzparenssek, nem tesznek eleget a vonatkozó közösségi jogszabályoknak. Problémás az adott tervek és tervezési dokumentumok (feltételezett) hatályon kívül helyezésének nem jelzése is a felettes hivatali szervek és szervezetek felé.

### 3.3.2. Szlogenek, üzenetek

/Slezák-Bartos Zsuzsanna – Huszti Zsolt/

#### **A jelentőség**

Az Önkormányzatnak jelen stratégia elfogadását követően egységes és minden területre kiterjedő kommunikációs stratégiát kell kidolgoznia és működtetnie. A mai, felgyorsult és informalizált világunkban, ahol a kommunikáció társadalmi szintű folyamat, fontos feladattá vált a egységes városkép kialakítása. Elkerülhetetlen a megfelelő külső és belső kommunikáció működtetése, mely által vonzóvá teheti a város önmagát, elsősorban a városlakók, másodsorban a rendszeresen illetve alkalmanként a városba látogatók számára.

Releváns tehát, hogy a város milyen – vállalható és világos – üzenetet, szlogent közvetít a külső környezete felé.

A kommunikációt a legjobb elérhető technológiákra (BAT) alkalmasan, azaz kerülve a hagyományos kommunikációs csatornák használatát – kell megvalósítani. AZ üzenetek célba juttatása nem történhet elavult eszközökön és módszerekkel, de használhatóak gerillamarketing és más újdonságértékű eszközök a figyelem felhívására és annak megtartására.

Szekszárd arculata szempontjából ma is, és a jövőben is meghatározó marad a város természetes és épített környezete. Kritikus pontnak tekinthető a „Szekszárd, az élhető város” szlogenre alapozott pozicionálás. A korábbi, időnként cserélődő arculat és imázs nem tesz jót a város megítélésének. Pontosabban meg kellene határozni, hogy mit is akarunk üzeni a várost képviselő szlogenszerű mondattal.

A város központi arculati elemeként a bor és a borászatok jelennek meg. Éppen ezért célszerű lenne a „bor” szerepeltetése Szekszárd új imázsában.

A jövőbeli fejlesztések, beruházások tükrében esetleg a szlogen kiegészíthetővé válik más elemekkel is. A sporthoz kapcsolódó beruházások kapcsán, a sportra utaló jelzővel; a Gemencben történő fejlesztéssel a természetre vonatkozó kiegészítése történhet meg az üzenetnek. A rendezvények gyakoriságának

növelésével esetleg a „fesztiválok város”-aként, illetve a kulturális rendezvények, művészeti kiállítások kapcsán a „művészetek városa” kiegészítéssel már megfelelő tartalmat adhatnánk az üzenetnek.

### **Hitelesség**

A kommunikáció megvalósítása során ügyelni kell arra, hogy a marketingüzenet és a mögöttes tartalom fedje egymást. Ha pl. a Bor városáról beszélünk, de ha hétfévente szinte nem találni nyitott pincét, akkor az az üzenet nagyon gyorsan érvényét veszti, és kontraproduktív eredmény ér el.

## **3.4. Ilyennek lát a világ – kérdőíves elemzések**

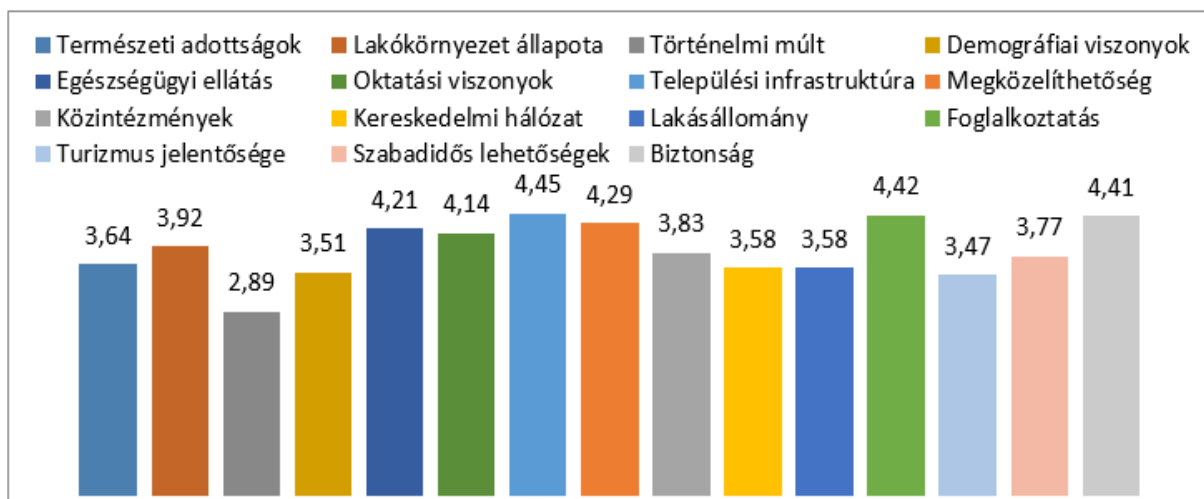
### **3.4.1. Szekszárd városmarketingje a generációk szemével**

/Máté Andrea – Nagy Enikő kutatása; publikációrészlet/

#### **A) A lakhelyválasztás szempontjai**

Az első kérdésnél a válaszadók értékelték 15 szempont szerint, hogy milyen tényezők alapján választanának lakhelyet maguknak. A lakóhely kiválasztásánál a legfontosabb szempontnak (4 feletti értéket kaptak) az infrastrukturális helyzetet, a foglalkoztatási körülményeket, a biztonságot, a megközelíthetőséget, az egészségügyi ellátást és az oktatási viszonyokat emelték ki. Míg legkevésbé a történelmi múltat tartották döntő tényezőnek. Közepesen fontos tényezők között szerepelt a lakókörnyezet, a közintézmények, a szabadidős lehetőségek, a természeti környezet, a kereskedelmi szolgáltatások, a lakásállomány, a demográfiai viszonyok, a turizmus.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



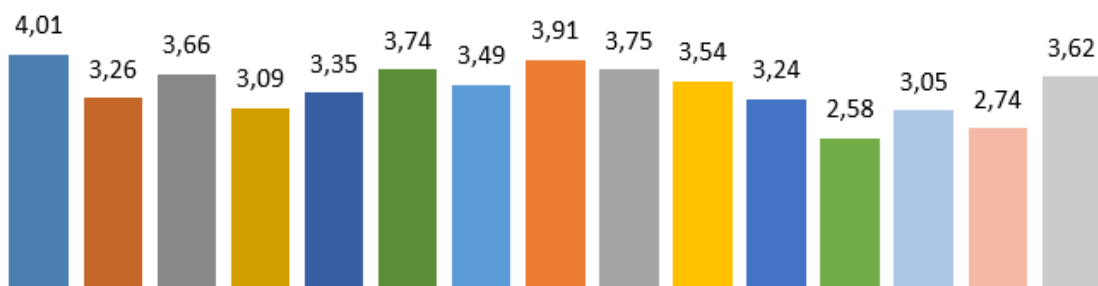
Milyen szempontot tart(ana) fontosnak, amikor lakóhelyet választ?  
(1: egyáltalán nem fontos; 5: nagyon fontos szempont) (szerk. Nagy E.)

Jelentősebb életkori összefüggések a lakókörnyezet állapota, az egészségügyi ellátás, a kereskedelmi hálózattal való ellátottság, a szabadidős lehetőségek és a biztonság tényezőknél voltak kimutathatóak (2. melléklet). A kor előrehaladtával egyre fontosabbá válik a lakóhely választásnál a lakókörnyezet állapota, az egészségügyi ellátás, a biztonság, vagyis az idős korosztály számára – az időskori ellátás és biztonság miatt – e tényezők sokkal fontosabbak, mint a fiatalok számára. A kereskedelmi ellátottságnál pedig az ellenkező összefüggés figyelhető meg: az idősebbeknek ez egyre kevésbé fontos szempont. Vagyis a fiatalok és a középkorosztály számára sokkal fontosabbak a (be)vásárlási lehetőségek, az üzlethálózatok jelenléte, mint az idősebb korosztályok számára. Tehát egyes tényezők fontossága a kor előrehaladtával változik, átértékelődik a jelentősége. Sajátos módon a fiatal és az idős korosztály számára fontosabb volt a szabadidős lehetőségek jelenléte, mint a középkorosztály számára. Vagyis éppen a gazdaságilag legaktívabb korosztály kevesebbet foglalkozik az aktív pihenéssel, szabadidős tevékenységgel, sportolással, mivel sokan ezt az időt is inkább munkavégzésre fordítják, így viszont hosszútávon a korosztály egészségügyi állapotának romlásával lehet számolni.

A válaszadók a második kérdésnél az előző 15 szempont alapján értékelték Szekszárdot, hogy mennyire elégedettek a várossal, mint lakhellyel. Szekszárd adottságai közül a természeti környezettel a legelégedettebbek (4 feletti értéket kaptak) a válaszadók. A lakhelyválasztásnál szereplő kiemelt tényezők közül a megközelíthetőség kapta a legmagasabb értéket (3,91), a többi tényező (az infrastrukturális helyzet, a biztonság, egészségügyi ellátás, az oktatási viszonyok) csak közepes elégedettséget kapott. A foglalkoztatás, mint a lakhelyválasztás második kiemelt eleme, a leggyengébb megítélést (2,58) kapta, azaz a válaszadók meglehetősen elégedetlenek a város foglalkoztatási körülményeivel. Emellett a szabadidős lehetőségeket ítélték még a leggyengébbnek a megkérdezettek,

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

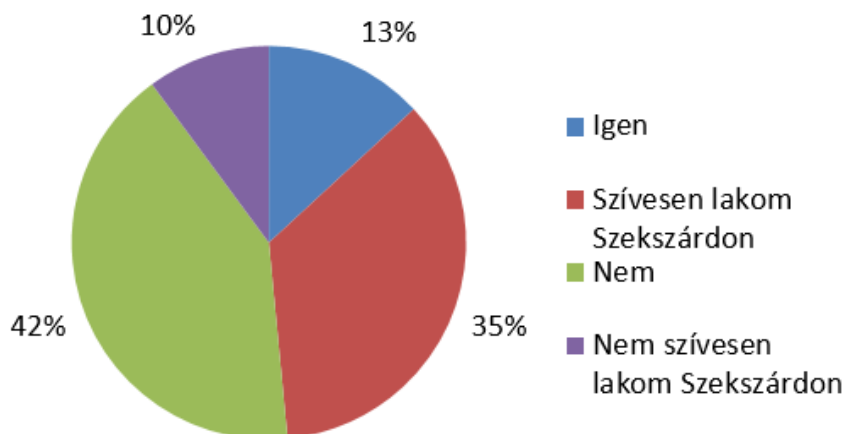
de a turizmus jelentőségét is épphogy közepesre értékelték. Bár a történelmi múltat kevésbé tartják fontosnak lakhelyválasztásnál, de Szekszárd esetében pozitívabban értékelik.



Milyen mértékben elégedett Szekszárd adottságaival (szekszárdiak esetén) / Mennyire tartja vonzónak Szekszárd adottságait (nem szekszárdiak esetén)?  
(1: egyáltalán nem elégedett; 5: teljes mértékben elégedett) (szerk. Nagy E.)

Szekszárd adottságainak értékelésénél nem volt jelentős életkori különbség. Sajátos jelenség azonban, hogy a foglalkoztatási körülményekkel az idős korosztály (többségükben nyugdíjas), vagyis a gazdaságilag inaktív korosztály az átlagnál is jobban elégedetlen volt. Vagyis a családi kapcsolataik révén látják a fiatalok elvándorlását, és a középkorosztály munkahely-megtartási nehézségeit, amely érzékenyen érinti őket.

A megkérdezettek közel fele-fele arányban laknak/laknának szívesen és nem szívesen Szekszárdon. A helyi lakosok 77%-a szívesen lakik Szekszárdon, 23% viszont nem. A nem szekszárdiak esetében a többség (76%) nem választaná lakhelyének Szekszárdot. A fiatal korosztály 40%-a lakik vagy lakna szívesen Szekszárdon.

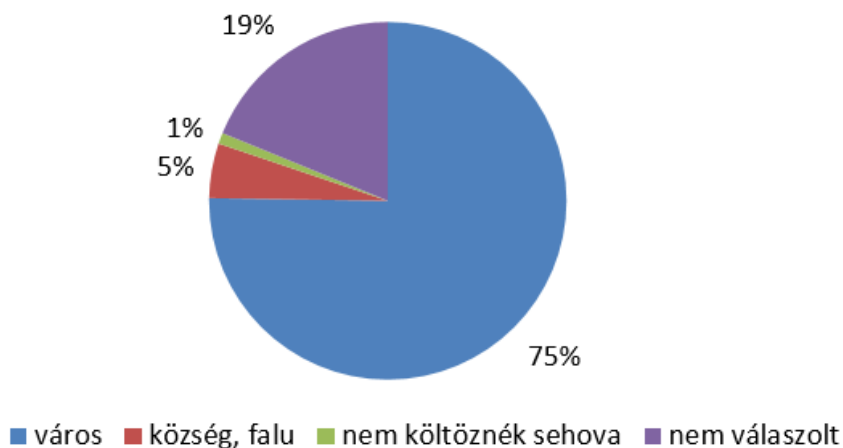


Választaná lakóhelyének Szekszárdot? (szerk. Nagy E.)



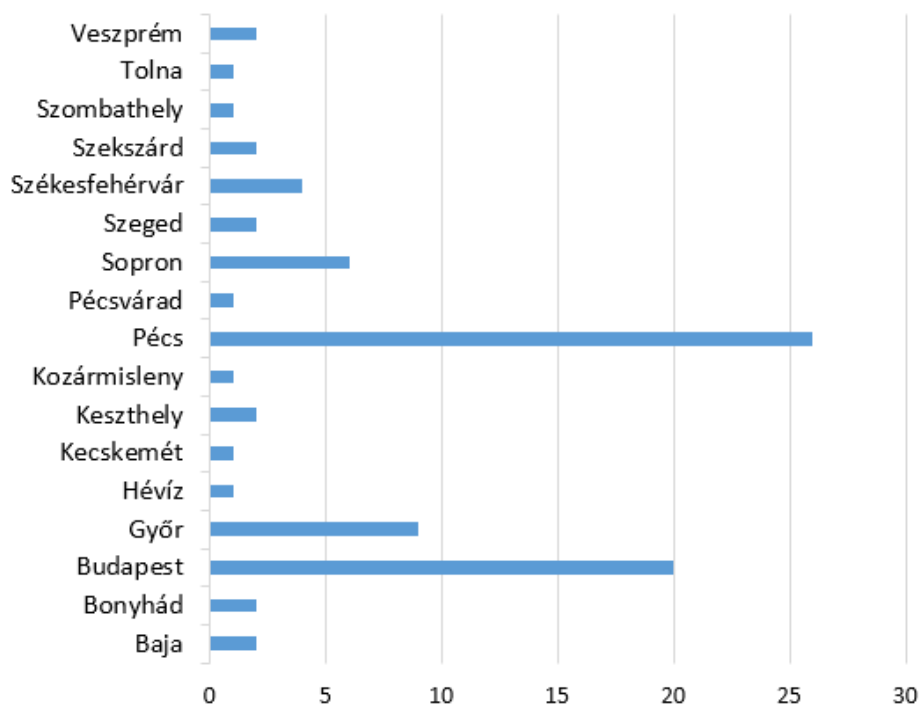
## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A válaszadók háromnegyede várost választana magának lakhelyül és csak 5 % költözne községbe, kis településre. (A kérdésre 19% nem válaszolt.)



*Ha lenne lehetősége melyik településre költözne Magyarországon? (szerk. Máté A.)*

Amennyiben lenne lehetőségük, akkor a válaszadók csaknem fele Pécs-et vagy Budapestet választaná lakhelyének. Emellett Győr, Sopron, Székesfehérvár volt a leggyakoribb válasz. A válaszadók többsége dunántúli városokat nevezett meg lehetséges lakhelynek, 2% Szekszárdot említette, az Alföldről csak Kecskemét és Szeged került említésre.



*Ha lenne lehetősége melyik településre költözne Magyarországon? (%) (szerk. Máté A.)*

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A település-választás indoklásban a megkérdezettek a munkalehetőség mellett a település dinamikus, mozgalmas hangulatát, fejlettségét, városias környezetet, a szép, nyugodt környezetet, a klímát és a családi, gyermekkori kötődést emelték ki. Emellett a megközelíthetőséget, az országhatár közelségét és a kulturális programokat említették.

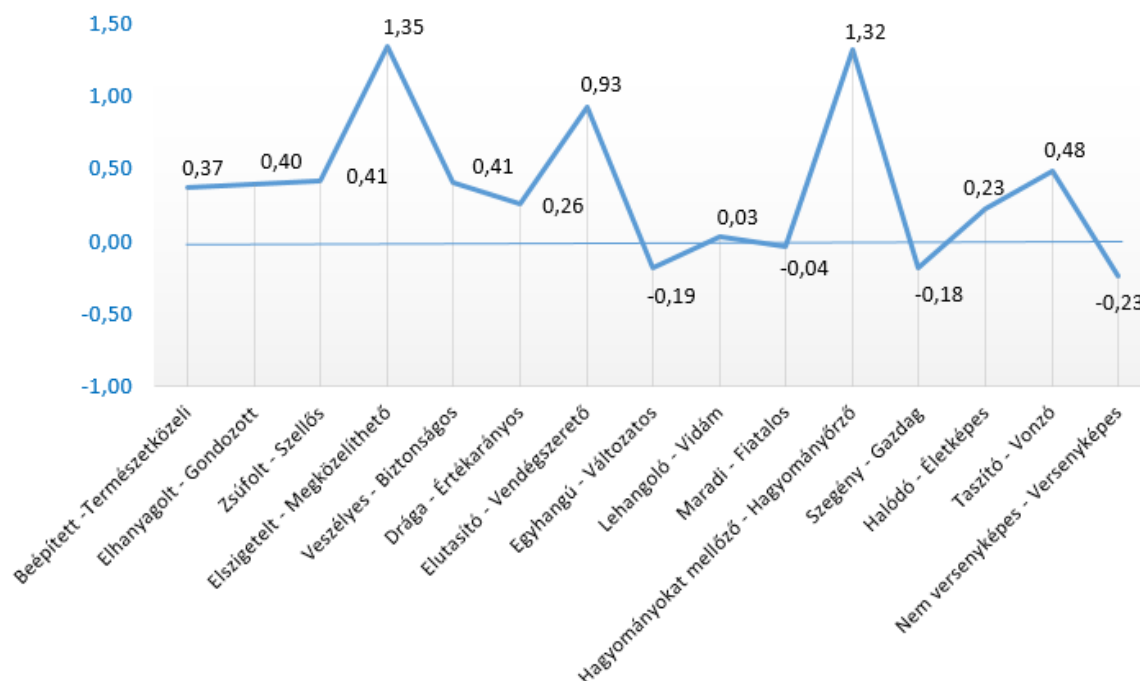


Miért költözne másik településre Magyarországon? (%) (szerk. Máté A.)

### B) Szekszárd tulajdonságai

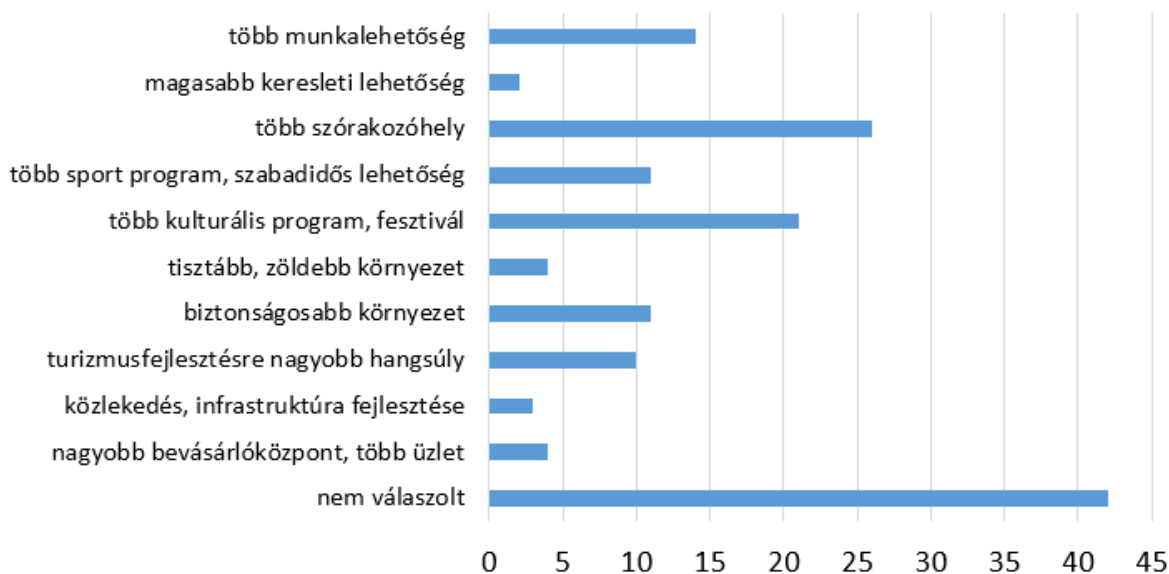
Szekszárd város tulajdonságainak megítélésénél a válaszadók szerint Szekszárd megközelíthető, vendégszerető, hagyományőrző település, amely jellemzők fontosak a turizmus számára, emiatt vonzó lehet a város. A negatív tényezők között az egyhangú, nem fiatalos, szegény, nem versenyképes jelzők szerepeltek, amely arra utal, hogy a település ingerszegény, nem eléggé dinamikus, nem eléggé lendületes. Azonban szerencsére ezek a vélemények nem a legnegatívabb szélsőértéknél mozognak. A munkalehetőségek mellett nagyon meghatározó, hogyan érzik magukat az emberek Szekszárdon. A helyi lakosság és a nem szekszárdiak véleménye között nincs óriási eltérés (0,1-0,4), azonban megállapítható, hogy a nem helyiek pozitívabban ítélik meg a város tulajdonságait, mint maguk a szekszárdiak. Ha a helyi lakosság s az ide látogatók elégedetlenek, akkor nehéz a fiatalokat megtartani, vagy idevonzani. A várostól azt várják, hogy még életképesebb, vidámabb, vonzóbb, gondozottabb legyen.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



*Milyen tulajdonságok jellemzik inkább Szekszárdot? (szerk. Nagy E.)*

A megkérdezettek több szórakozóhelyet, több rendezvényt, fesztivált és több munkalehetőséget várnának annak érdekében, hogy jobban érezzék magukat Szekszárdon. Emellett a biztonságosabb környezetet, a szabadidős programok, illetve a turizmus fejlesztését említették. A fiatal korosztály többsége egyrészt a mozgalmas, izgalmas városi hangulatot igényli szórakozási lehetőségekkel, másrészt a versenyképesség javítását várja, például a turizmus fejlesztésén keresztül. Vagyis a két ábra kapcsolódik egymáshoz.



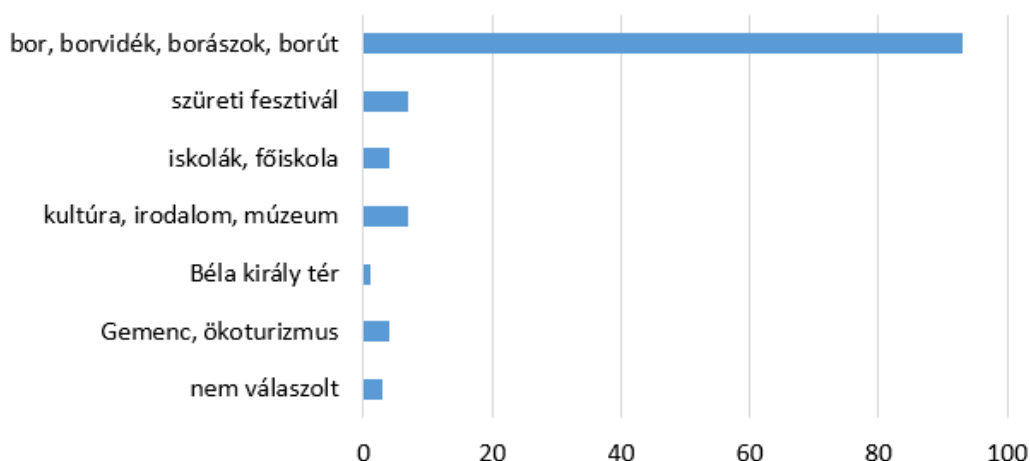
*Mit javítana annak érdekében, hogy jobban érezze magát Szekszárdon? (%) (szerk. Máté A.)*

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A turizmus fejlesztésénél a többség a szálláshelyek bővítését és fejlesztését említette, mivel ettől jelentős munkahelyteremtést remélnek. Másrészt a vonzerők fejlesztését hangsúlyozták, szerintük a borturisztikai fejlesztéseket folytatni kell, de említettek gyógy- és termálfürdő-fejlesztést, a kilátó rendbetételét, kalandpark létrehozását, gasztronómiai szolgáltatások növelését.

### C) Szekszárd ismertsége

A válaszadók a borral, borvidékkel, borászokkal, borúttal és a szüreti fesztivállal kapcsolják össze Szekszárdot, vagyis a helyi borászok sikerei széles körben ismertek, és markáns elemeivé váltak a város pozitív megítélésének. Azonban egyéb tényezők, mint a kultúra (híres költők, Deutsche Bühne, stb.) vagy a Gemenci erdő alig került megemlítésre, amely nem szerencsés tendencia.



*Ön szerint miről ismert leginkább Szekszárd? (%) (szerk. Máté A.)*

Szekszárd turisztikai értékei, látnivalói közül szintén a bor, borvidék, borászok és a szüreti fesztivál volt a legismertebb. Ezenkívül a Garay-, a Béla teret és a Prométheusz Parkot említették. A Gemenci erdőt többségében csak a helyi lakosság említette, vagyis Szekszárd korábbi meghatározó jelentőségű vonzereje háttérbe szorult az elmúlt időszakban, amely érződik a fejlesztések hiányában is, továbbá óriási a kockázat, hiszen kikophat Szekszárd és Gemenc kapcsolata a köztudatból. Az épített értékek közül a Kilátót, a kálváriát, a belváros templomot és a vármegyeházát említették. Ezek közül a nem helyiek elsősorban a Kilátót emelték ki. A borturizmus megerősödése javít Szekszárd turisztikai helyzetén, de a túlzott egy lábbon állás kiszolgáltatottá teszi a piacon.

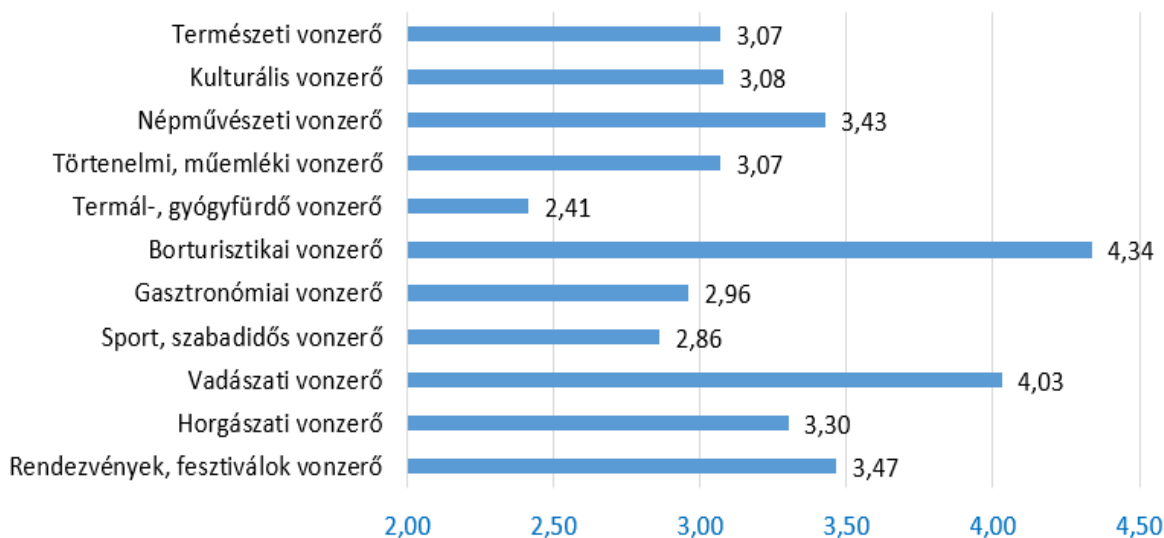


*Szekszárd kapcsán milyen turisztikai érték, látnivaló jut eszébe először? (%) (szerk. Máté A.)*

#### **D) Szekszárd turisztikai jelentősége**

A válaszadók a borturisztikai vonzerőt tartják a legjelentősebbnek, amelyekben nemzetközi potenciált is látnak. A borturisztikai kínálat mögött a szekszárdi borászok kiemelkedő hazai és nemzetközi borverseny-eredményei és az elmúlt évek komoly borturisztikai fejlesztései állnak. A vadászat kiemelkedő helye mögött Gemenc nemzetközileg és országosan is elismert vadállománya áll, azonban, mint természeti vonzerőt, a térséget csak regionális jelentőségűnek tartják. Vagyis a Szekszárdhoz kapcsolódó Gemenci erdő korábbi nemzetközi és országos híréből sokat veszített. A rendezvények, fesztiválok, a népművészeti és horgászati vonzerők inkább regionális, kevésbé országos jelentőségűnek (nemzetközinek alig) ítéltetnek, pedig a Bartina néptánc együttes számos nemzetközi meghívással és elismeréssel büszkélkedhet és a Deutsche Bühne színház is egyedülálló a maga nemében. A kulturális, történelmi vonzerőket és a gasztronómiai, szabadidős lehetőségeket csak regionális jelentőségűnek tartják, pedig gazdag kulturális múltja és jelene (kiemelkedő író, költő, képzőművész stb.) van a városnak, a térség változatos gasztronómiai kínálatot (dunai halételek, gemenci vadételek, magyar, sváb, szerb konyha hagyományai) biztosít és a megyeszékhelyen a közelmúltban jelentős sportlétesítmény-fejlesztések is történtek. A termálfürdőt helyi, kistérségi jelentőségűnek tekintik, vagyis alapvetően a helyi közönség használja az új Strand- és Élmenyfürdőt a válaszadók szerint. Tehát számos olyan vonzerő van, amelyben nagyobb potenciál rejlik, mint amilyenek jelenleg a válaszadók tartják.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



Értékelje Szekszárd turisztikai vonzeróinak jelentőségét! (1: nincs; 2: helyi, kistérségi jelentőségű; 3: megyei, regionális jelentőségű; 4: országos jelentőségű; 5: nemzetközi jelentőségű) (szerk. Nagy E.)

A vizsgálatok kimutatták, hogy az életkori adatok és a természeti, kulturális, népművészeti, történelmi-műemléki, sport-szabadidős, rendezvényi-fesztiváli vonzerók értékelése között összefüggés mutatható ki. Sajátos módon a középkorosztály a vonzerók jelentőségét sokkal pozitívabban értékelte a fiatal és idős korosztályhoz képest.

A válaszadók értékelték Szekszárd turisztikai infrastruktúrájának 20 elemét. A borúti szolgáltatásokat értékelték a legpozitívabban, 51% úgy véli, hogy a szolgáltatás színvonala megfelelő, 26% szerint pedig a fejlesztése folyamatban van. Vagyis a borturisztikai vonzerók mellett a szolgáltatás minőségével is elégedettek a megkérdezettek. A borúti szolgáltatások mellett a művelődési házat értékelték még a legkedvezőbben, 34% szerint a szolgáltatás színvonala megfelelő, 42% szerint pedig a fejlesztése folyamatban van. Ennek háttérében a közelmúltban befejeződött Agóra projekt kedvező megítélése áll.

A kikötőhelyek megítélése a leggyengébb, 55% szerint nincs kikötő Szekszárdon és 12% szerint van, de nincs jelentősége, 27% pedig nem tudott válaszolni a kérdésekre. Szekszárd közvetett környezetében a Sión (Palánknál) kajak-kenu kikötő, valamint a Dunán (Gemenc-Dunapart) kisebb kirándulóhajó, (motor)csónak kikötésére alkalmas hely van, ezek a helyszínek azonban a megkérdezettek háromnegyede számára ismeretlenek. Vagyis a Sió és a Duna menti vízitúrák lehetősége nem ismert sem a helyi lakosság, sem az ide látogatók körében. A másik leggyengébb eredményt a termál- és gyógyfürdő érte el. A 36% szerint nincs termál- és gyógyfürdő Szekszárdon és 16% szerint van, de nincs jelentősége, 15% pedig nem tudott válaszolni a kérdésekre. A 2012-re elkészült Szekszárdi családbarát strand és élményfürdő vízbázisa részben termálvízre épül, azonban ez a megkérdezettek fele számára nem ismeretes, illetve a fürdő saját honlapjáról sem derül ki. Tehát nem csoda, ha a válaszadók

## **SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

---

16%-a úgy látja, hogy a termál- és gyógyfürdők jelenleg nincs jelentősége. A megkérdezettek 29%-a úgy vélekedett, hogy a termálfürdő fejlesztésre szorul, illetve fejlesztése folyamatban van, míg az uszodai és strandolási lehetőségeknél ez az arány 61% volt. Tehát a válaszadók többsége már tud arról, hogy a város tervezi a fürdő további fejlesztését, de jóval kevesebben vannak azok, akik tudnak arról, hogy ez a fejlesztés a termálvizes- és gyógyszolgáltatások felé is el fog mozdulni.

A turisztikai infrastruktúra legnagyobb részéről úgy vélekedtek, hogy fejlesztésre szorul. Gyenge értékeket kapott az éjszakai szórakozóhely és a szervezett idegenvezetés kategória is. A válaszadók 18%-a szerint nincs éjszakai szórakozóhely Szekszárdon, 9% pedig nem tudott válaszolni a kérdésre. Szervezett idegenvezetés 11% szerint nincs és 27% nem tudott válaszolni. A megkérdezettek 60%-a szerint az éjszakai szórakozóhelyeknek nincs jelentőségük, illetve fejlesztésre szorulnak. A szervezett idegenvezetés esetében ez csaknem 50% volt. Már a korábbi kérdések is mutatták, hogy a szórakozóhelyek hiánya visszatérő probléma Szekszárd esetében.

A horgász helyek és a tanösvények ismertsége is alacsony, a válaszadók 10-14%-a szerint nincs ilyen lehetőség Szekszárdon, 23-24% nem tudott válaszolni a kérdésre, 43-46% szerint pedig nincs jelentőségük, illetve fejlesztésre szorulnak. Vagyis a várost és a körülötte lévő természeti környezetet sokan nem kötik össze, pedig a Duna és a Sió bőven kínál horgászati lehetőségeket, a Szurdok-tanösvény és a Gemenc tanösvényei pedig kirándulási lehetőségeket. Másrészt, akik ismerik ezeket a lehetőségeket úgy vélik, hogy infrastruktúrájukat fejleszteni kellene. Ez is igazolja, hogy Szekszárd kínálatában a természeti vonzerők háttérbe szorultak.

Az utazási irodák, a pénzváltás és a Tourinform iroda esetében 20-21% szerint nincs jelentőségük, 27-36% szerint fejlesztésre szorulnak. A pénzváltás esetében 23% a szolgáltatás színvonalát megfelelőnek tartja. A helyi utazási irodák alapvetően kiutaztatással foglalkoznak. A Tourinform iroda 2014-ben esik át jelentős átalakuláson, így új megjelenéssel, új helyszínen nyitja meg kapuit, várhatóan ez javítani fog a megítélésén.

Az étkezési lehetőségeket lényegesebb kedvezőbben ítélték meg, mint a szálláshelyeket. A megkérdezettek 8%-a szerint nincs is szálláshely Szekszárdon, pedig a Tourinform honlapján 29 szálláshelyet kínálnak a megyeszékhelyen. A válaszadók 64%-a szerint a szálláslehetőségek nem jelentősek, illetve erőteljes fejlesztésre szorulnak, míg ez az arány az étkezési lehetőségeknél csak 50%. A vélemények 17%-a szerint a szálláslehetőségek fejlesztése folyamatban van és csak 5% szerint megfelelő a szolgáltatás színvonala. Az étkezési lehetőségek ennél sokkal kedvezőbb megítélést kaptak. A válaszadók 25%-a szerint az étkezési lehetőségek fejlesztése folyamatban van és 24% szerint megfelelő a szolgáltatás színvonala.

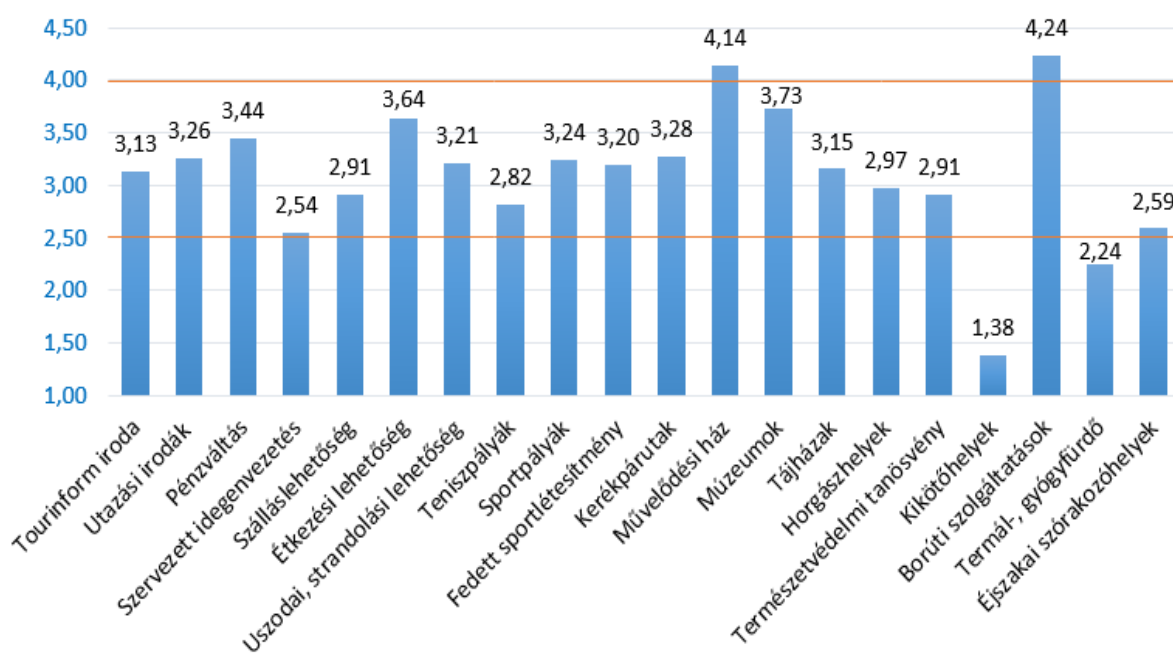
A sportlétesítmények közül a leggyengébb értékelést a tenispályák kapták. A megkérdezettek 24%-a nem tudott válaszolni a kérdésre, 53% szerint nincs jelentősége annak, illetve a szolgáltatás

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

fejlesztésre szorul. A többi sportlétesítményt kedvezőbben ítélték meg, bár itt is 58-63%-ban a szolgáltatás fejlesztésre szorul, illetve fejlesztése folyamatban van a vélemények szerint. A közelmúltban a fedetlen sportpályák és a kerékpárutak kiépítésében történt jelentősebb előrelépés, de láthatóan szükség van a további fejlesztésekre is.

A múzeumok és tájházak kategóriában a múzeumok kaptak kedvezőbb megítélést, hiszen múzeumi kiállításokban (Wosinsky Mór Múzeum, Babits Ház, Irodalom Háza, Vármegye kiállításai, Baka Múzeum, Mézeskalács Múzeum, Bormúzeum stb.) sokkal gazdagabb a város kínálata, mint tájházak (Bogár tanya) terén. Így nem meglepő, hogy a válaszadók 12%-a szerint nincs tájház Szekszárdon, 23% pedig nem tudott válaszolni a kérdésre.

A vélemények 21%-a szerint a múzeumok fejlesztése folyamatban van és 28% szerint megfelelő a szolgáltatás színvonala. A tájházak ennél kedvezőtlenebb megítélést kaptak. A válaszadók 13%-a szerint a tájházak fejlesztése folyamatban van és csak 18% szerint megfelelő a szolgáltatás színvonala.



*Értékelje Szekszárd turisztikai infrastruktúrájának jelenlegi helyzetét?*

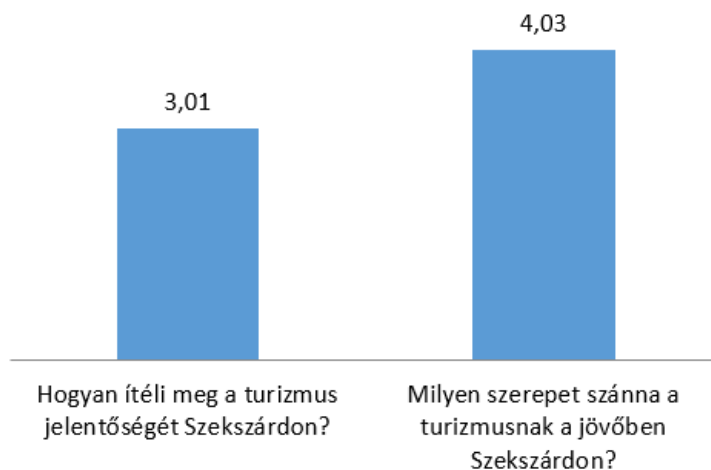
*(1: nincs; 2: van, de nincs jelentősége; 3: van, de fejlesztésre szorul; 4: van, és a fejlesztése folyamatban van; 5: van, a szolgáltatás színvonala megfelelő) (szerk. Nagy E.)*

A vizsgálatok kimutatták, hogy az életkori adatok és egyes turisztikai infrastruktúra (pénzváltás, étkezési lehetőség, teniszpályák, tájházak) értékelése között szignifikáns összefüggés van, vagyis jelentős eltérések vannak az egyes korcsoportok között az infrastruktúra megítélésének tekintetében. Az idősebb korosztály az infrastruktúrák jelentőségét sokkal gyengébben értékelte a fiatal és középkorosztályhoz képest, valószínűleg amiatt, mert ezeket az infrastruktúrákat kevésbé veszik igénybe. A fiatal és a középkorosztály véleménye között nem volt markáns különbség, ők pozitívabban értékelték.



## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A válaszadók Szekszárd jelenlegi turizmusát közepesre értékelik, amely egybevág a második kérdésre adott válaszukkal. Azonban a jövőben nagyobb szerepet szánának a turizmusnak a város gazdasági életében, a munkahelyteremtésben, ahogyan a 9. ábra kérdésénél is a szálláshely-, vendéglátás-, fürdő- és borturizmus fejlesztését említették.



*Hogyan ítéli meg a turizmus jelentőségét Szekszárdon és milyen szerepet szánna neki a jövőben? (1: nem jelentős; 5: nagyon jelentős) (szerk. Nagy E.)*

A vizsgálatok kimutatták, hogy összefüggés van a turizmus jelenlegi jelentőségének értékelése és Szekszárd lakóhelyként történő választása között. Azaz, akik szívesen laknak vagy laknának Szekszárdon, jelentősebbnek tartják a város turizmusát, míg akik nem szívesen laknak vagy laknának Szekszárdon, ők nem tartják azt.

### E) Logó és szlogen

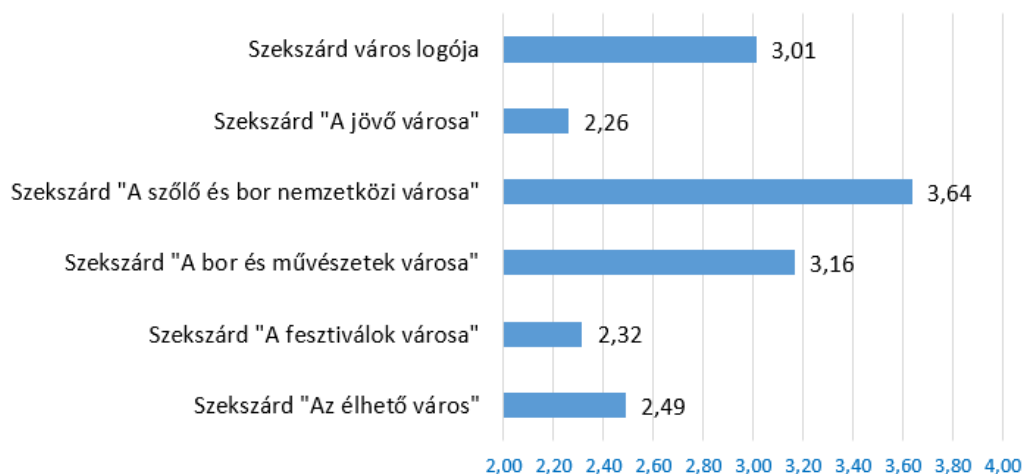
Szekszárd *logójában* a nemzeti színű szív motívum nagyon hasonlít a Magyar Turizmus Zrt. feliratára. A jelképekből teljesen hiányzik a borkultúra, a természeti környezet megjelenítése, az utalás a Gemenci erdőre. A megújult belváros révén a város arculatában markánsabb szerepet kaphatna az új épített környezet.



*Szekszárd város új (balra), Szekszárd város régi (középen) és Magyarország turisztikai (jobbra) logója és szlogenje (www.szekszard.hu, www.itthon.hu)*

A város *szlogenjei* nem egyediek, nem újszerűek, valamint hiányzik belőlük az érzelmi, hangulati hatás, a figyelemfelhívás ereje. „A jövő városa” szlogent több város is használja, így nem köthető csak Szekszárdhoz. A kifejezés tartalma nem ismert és nem egyértelmű a közönség számára, sokan egy futurisztikus várost várnak, miközben a fiatalok megszólítása és idevonzása lenne az eredeti cél. „Az élhető város” szlogen 2014-ben jelent meg a város arculatában, azonban a közönség számára még kevésbé ismert, és nem vette át egyértelműen a korábbi szlogen helyét, hiszen a város hivatalos honlapján is az előző szlogen látható. A „Szőlő és bor nemzetközi városa” kifejezésnek valós tartalma van, hiszen 1987-ben nyerte el ezt a címet a város, a borászok hosszú évek óta kitűnő eredménnyel szerepelnek a hazai és nemzetközi borversenyeken, azonban a sikerek ellenére a város mégsem vonz jelentős külföldi vendégforgalmat, a borhoz kapcsolódó hazai vendégforgalma pedig elsősorban az őszi időszakra tömörül. Azonban nem Szekszárd az egyedüli település, amely elnyerte ezt a címet. A „Bor és művészetek városa” szlogennek szintén valós tartalma van, hiszen számtalan művészeti területen kínál értékeket a város, bár nem túl egyedi a szlogen, mivel nincs olyan kiemelt motívum, ami különlegessé tehetné azt. A „Fesztiválok városa” kifejezés nem igazán szerencsés, mivel megyeszékhely szerepéhez viszonyítva kevés és többségében regionális (esetleg országos) jelentőségű rendezvénye van Szekszárdnak. Kevés az országos, nemzetközi hatású (országos médiaérdeklődését is felkeltő) eseménye a városnak.

Szekszárd város logója és jelenlegi szlogenjei közepes és ennél gyengébb értékelést kaptak a válaszadóktól. A helyiek és a nem szekszárdiak egyaránt nem tartják túl kreatívknak a város jelenlegi logóját. A válaszadók a „Szekszárd a jövő városa” szlogennel volt a legelégetlenebbek, vagyis a fiataloknak szóló üzenetet a megkérdezett fiatalok nem érzik magukénak és nem látják itt a jövőjüket. Tehát a kommunikáció javítása mellett, a fiatalokat megtartó fejlesztéseket sokkal intenzívebben kellene előtérbe helyezni. A válaszadók emellett a „Szekszárd a fesztiválok városa” szlogennel voltak még a legelégetlenebbek, vagyis az év során lebonyolított rendezvények száma és látogatottsága a megkérdezettek szerint még nem teszi fesztiválvárossá a megyeszékhelyet, mivel az események többsége nem vonz hatalmas turista tömeget. A „Szekszárd az élhető város” 2014-ben jelent meg szlogenként, ezért a válaszadók köre szűkebb, csak 44%, mivel a 2013-as kérdőívvezésben még nem tudták értékelni ezt a tényezőt, valamint sokan nem ismerték a szlogent a 2014-ben megkérdezettek közül. A kis minta átlaga 2,49-re értékelte a szlogent, vagyis a város korábbi szlogenjénél jobb megítélést kapott. A borhoz kötődő szlogenek kapták a legpozitívabb megítélést, bár itt sem a szlogen egyedisége volt a mérvadó, hanem a reális, valós tartalma, amelyet tükröz a válaszadók korábbi kérdésre adott értékelése is.

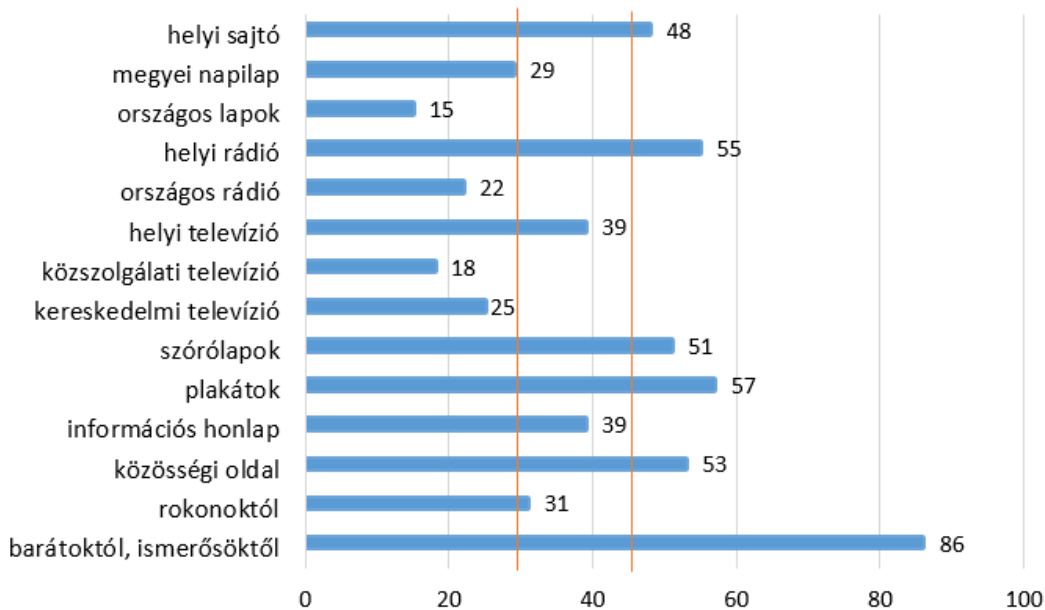


*Értékelje Szekszárd város logóját és szlogenjeit! (1: unalmas, jellegtelen; 5: találó, egyedi, figyelemfelhívó) (szerk. Nagy E.)*

A vizsgálatok kimutatták, hogy a Szekszárd logójának értékelése és egyes vonzerők (kulturális, történelmi-műemléki, gasztronómiai, rendezvények-fesztiválok, sport-szabadidős) értékelése között összefüggés van. Akik minél pozitívabban ítélték meg a kulturális, történelmi-műemléki, gasztronómiai, rendezvényi-fesztiváli vonzerők jelentőségét, ők Szekszárd város logóját is találóbbnak érezték a többi megkérdezettekhez képest. Sajátos módon azonban, akik minél negatívabban ítélték meg a sport-szabadidős vonzerő jelentőségét, annál találóbbnak érezték Szekszárd város logóját. A vizsgálat megállapította, hogy azok, akik a rendezvények-fesztiválok vonzerőt jelentősnek értékelték, a Szekszárd „A fesztiválok városa” szlogent is találóbbnak érezték a többi megkérdezettekhez képest.

### F) Információforrások megítélése

A „Honnan vannak információi a Szekszárdon történő eseményekről?” kérdésre 14 lehetőség közül választhattak a megkérdezettek. A válaszadók 86%-a a barátokat és ismerősöket tartja a legfontosabb információforrásnak, tehát a személyes, az első kézből kapott információk fontosak. Éppen ezért kiemelt fontosságú, hogy a helyi lakosság jól informált legyen, hiszen ők az elsődleges tájékoztató bázis. Második helyen a plakátok szerepeltek 57%-kal, vagyis a városszerte elhelyezett plakátok figyelemfelhívóbbak, mint a helyi sajtó vagy a szórólapok. A harmadik helyen a helyi rádió végzett 55%-kal, majd a közösségi oldalak (53%), a szórólapok (51%) és a helyi sajtó (48%) következtek. Az információforrások második körébe a helyi televízió, az információs honlapok, a rokonok és a megyei sajtó tartozik. Tehát a helyi rádió és sajtó fontosabb, mint a helyi televízió. A közösségi oldal meghatározóbb, mint az információs honlapok. A helyi ügyek megismerésében a legkevésbé meghatározó információforrás az országos média, hiszen ez csak érintőlegesen foglalkozik helyi témákkal, eseményekkel.



*Honnan vannak információi a Szekszárdon történő eseményekről? (%) (szerk. Máté A.)*

A korosztályokat tekintve a fiatal (18-29 év), a közép (30-59 év), és az idős (60 év felett) korosztály véleménye megegyezik abban, hogy a barátok és ismerősök, majd a plakátok a legfontosabb információs források. A többi forrásnál viszont mutatkoznak korcsoportos különbségek. A fiatalok körében a közösségi oldalak, a helyi rádió és a szórólapok szolgálnak még meghatározó információs bázisként. A középkorosztály a helyi sajtót, az információs honlapokat és a helyi rádiót tekinti még tájékoztatási forrásnak. Az idős korosztály esetében inkább a helyi televízió, a szórólapoknak és a helyi, megyei sajtónak van információforrás szerepe.

Az írott sajtót inkább az idősebb és a középkorosztály forgatja. A helyi rádiót inkább a fiatal és középkorosztály hallgatja. A televízió kevésbé meghatározó információs forrás a helyi ügyekben, és inkább az idősebbek nézik a helyi adót. A reklámanyagok közül a plakátok és a szórólapok is kedvelt források, bár ez utóbbi a középkorosztály tekintetében kevésbé meghatározó. Az Internetet mindegyik korosztály használja, a fiatalok a legaktívabbak és különösen a közösségi oldalakon, a középkorosztály inkább az információs oldalakat részesíti előnyben, míg az idősek kisebb aktivitással, de jelen vannak a neten.

### **G) Fejlesztések értékelése**

Szekszárd *belvárosának rehabilitációjára* több lépésben kerül sor. Első lépésben 2005-2006 között elkészült a sétáló utca (a Garay tér és Béla tér között). A Gazdasági Program második lépésben további akcióterületeket jelölt ki: a Béla király tér, a Piac tér, a Bezerédj tömbbelső, a Liszt Ferenc tér

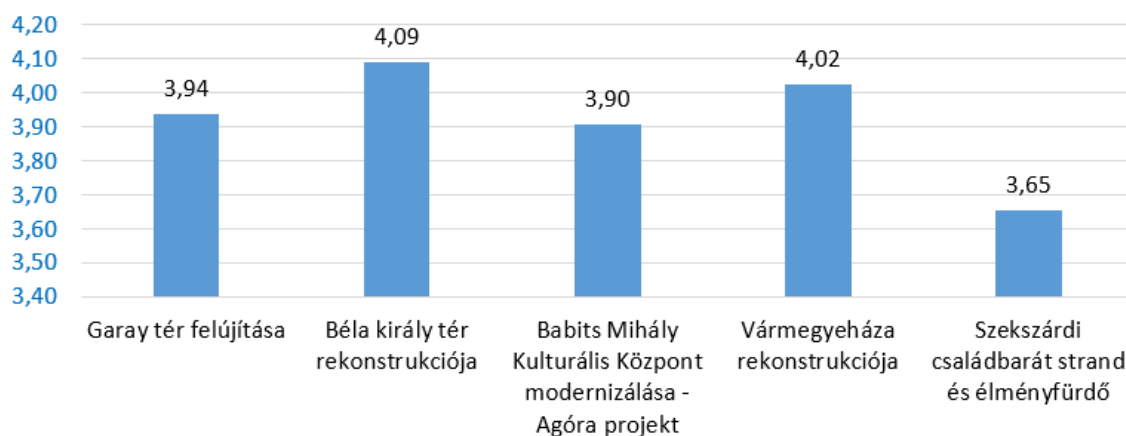
rehabilitációját. A történelmi városmag funkcióbővítése pályázatból csak a Béla király tér és Piac tér rehabilitációjához tudott forrást szerezni a város. A Béla király tér rehabilitációjának (1. ütem) munkálatait megkésve csak 2012-ben kezdték meg, így a Szekszárdi Szüreti Napok rendezvényt 2012-ben a Béla király térről a Szent István tér négysávos útjára helyezték át. A Makovecz Imre nevével fémjelzett Makona építész iroda egyedi tervei látogatóbarát teret, látványos térdíszeket, szökőkutakat és korszerű helyszínt ígértek a rendezvények számára, bár a zöld felületek rovására. A Szekszárdi Szüreti Napok így 2013-ban megújult, korszerű helyszínen várhatta a vendégeket. A *Vármegyeháza és környezetének felújítása* 2010-2012 között zajlott le, amelynek megvalósulásával korszerűbb kiállítások, kávézó, mobil színpad és információs pont is helyet kapott. Azonban 2013-tól vitatott a létesítmény tulajdonjoga, ezért a tervezett funkciók jelenleg nem üzemelnek. A két projekt keretében megújult és családbaráttá vált a várkert is. Több éves előkészület után 2010-ben kezdődhetett meg a Babits Mihály Művelődési Ház és Művészetek Háza korszerűsítése az *Agóra projekt* TIOP program keretében. Ez biztosítja a létesítmények multifunkcionális közösségi központtá történő átalakítását, korszerű mozi- és színháztermet, megújult oktató- és konferenciatermeket, külső környezetet, fedett közösségi teret, vendéglátóegységet, gyermekfoglalkoztatót. A projekt két éves késéssel 2013 augusztusára készült el. Az önkormányzat tulajdonában lévő Vízmű Kft. saját forrásból indította el a *Szekszárdi családbarát strand és élményfürdő* építését 2010 őszén, mely egy éves késéssel 2012 nyarán nyitotta meg a kapuit. A korszerű, azonban fedetlen létesítmény csak szezonálisan tud működni, ezért is szerepel a város rövidtávú fejlesztési tervek között a fürdő további fejlesztése, fedett létesítménnyel, élményfürdővel, sport uszodával és a helyi termálvízre épülő gyógyszolgáltatásokkal.

A megkérdezettek öt jelentősebb projektet értékelték, ezek ismertsége azonban vegyes képet mutatott. A Garay tér felújítása a legismertebb (94%), mivel ez a legrégebbi fejlesztés, ez a város központja és számos rendezvény fő tere. Ezt követi a Béla tér rekonstrukciójának és az Agóra épületegyüttes ismertsége (92%). A Vármegyeháza rekonstrukcióját és az új szekszárdi élményfürdőt nagyobb arányban nem ismerik (16-13%).

A megkérdezettek Szekszárd megvalósult fejlesztéseit sokkal pozitívabban értékelték, mint az arculati elemeket (18. ábra). Legpozitívabban a Béla király tér rekonstrukcióját értékelték, hiszen a változás látványos, így ez a fejlesztés meghatározó lehet a jövőbeli új városarculat kialakításában. A Babits Mihály Kulturális Központ értékelésében egyetértettek a helyi lakosok és a nem szekszárdiak, bár ez a fejlesztés kevésbé nyerte el tetszésüket. A Garay tér felújításával a nem szekszárdiak, míg a Vármegyeháza rekonstrukciójával a helyiek voltak elégedettebbek. A szekszárdi élményfürdővel voltak a legkevésbé elégedettek a válaszadók, és a helyiek negatívabban értékelték a fejlesztést. Ezen a piacon számos versenytárs van a környéken, amelyek adott esetben több szolgáltatást, kedvezőbb árakat, és

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

családbarátabb kiszolgálást biztosítanak. A fürdő további bővítése és fejlesztése remélhetőleg javítani fog a pillanatnyi megítélésen.



Milyen mértékben elégedett Szekszárd (turisztikai) fejlesztéseivel?  
(1: egyáltalán nem elégedett; 5: teljes mértékben elégedett) (szerk. Nagy E.)

A korcsoportok véleménye között nem volt releváns különbség. A vizsgálatok kimutatták, hogy összefüggés van a turisztikai fejlesztések értékelése és Szekszárd lakóhelyként történő választása között. Akik nem szívesen laknak vagy laknának Szekszárdon, ők nagyobb arányban nem ismerik ezeket a fejlesztéseket. Akik szívesen laknak vagy laknának Szekszárdon, sokkal elégedettebbek a város fejlesztései közül a Garay tér felújításával, a Béla király tér rekonstrukciójával és a Babits Mihály Kulturális Központ modernizálásával. Sajátos módon viszont, akik nem szívesen laknak vagy laknának Szekszárdon, elégedettebbek voltak a Vármegyeháza rekonstrukciójával. a szekszárdi családbarát élményfürdő esetében, akik nem szívesen laknak vagy laknának Szekszárdon, nagyobb arányban nem tudtak válaszolni a kérdésre.

Szignifikáns összefüggés volt a turisztikai fejlesztések értékelése és Szekszárd turizmusának jövőbeli jelentőségének megítélése között. Azok, akik a turisztikai fejlesztésekkel elégedettek voltak, a turizmus jövőbeli jelentőségét is magasabban ítélték meg.

### H) Következtetések

A vélemények alapján megállapítható, hogy Szekszárd csak akkor tud vonzó lenni, ha tud munkalehetőséget kínálni, vagyis lesznek munkahelyteremtő beruházások. A turizmus fejlesztésében sokan látnak perspektívát, amely multiplikátor hatása révén újabb munkahelyeket generálhat.

A város versenyképességéhez szükség van a dinamikus, lendületes, mozgalmas arculat megteremtésére, amely különösen a fiatal korosztály számára vonzó. Vagyis szükség lenne a rendezvények, kulturális programok, fesztiválok további bővítésére, valamint a sport-, szabadidős

programok és szórakozási lehetőségek növelésére. Az információk hatékonyabb eljuttatásához a közönség felé sokkal aktívabb kampányra van szükség.

A helyi lakosság és az idelátogatók megszólítása kapcsán érdemes a korcsoportos sajátosságokra odafigyelni, így az információk célzottabban és hatékonyabban juthatnak el a célcsoportok felé. Fontos, hogy jól informált legyen a helyi lakosság arról, milyen fejlesztések történnek Szekszárdon, és mit terveznek a városban, mivel ők kiemelt fontosságú információbázisként funkcionálnak. Fontos, hogy az elkészült fejlesztéseket minél szélesebb körben megismerjék a helyi lakosok és az ide érkező turisták.

Sajnos a város jelenlegi logója és szlogenjei nem arattak általános tetszést a megkérdezettek körében, viszont az eddigi fejlesztések többsége kedvező fogadtatásban részesült a vélemények alapján. Ezért érdemes lenne a város arculati elemeinek újragondolásánál ezeket a fejlesztéseket markánsabban megjeleníteni.

### 3.4.2. Szekszárd a szüreti napokon /2009-2013/

/Máté Andrea – Nagy Enikő kutatása nyomán – publikációrészlet/

#### A) A Szekszárdi Szüreti Napok rövid bemutatása

A Szekszárdi Szüreti Napok a Szekszárdi borvidék és Szekszárd Megyei Jogú Város legjelentősebb és legnagyobb fesztiválja.

A fesztivál 2014-ben fogja ünnepelni 45. évfordulóját, hiszen 1970 óta évente kerül megrendezésre. A Szekszárdi Önkormányzat rendezvényének hivatalos szervezője 2005 óta a Babits Mihály Művelődési Ház és Művészetek Háza. A program társszervezője a Szekszárd Borvidék Nonprofit Kft., amely a boros programokért és a borászokkal való kapcsolattartásért felel. 2005-ben számos változás következett be a rendezvény életében. A korábbi szervezővel nem hosszabbította meg a szerződést a város, aki azonban levédte a Szekszárdi Szüreti Fesztivál megnevezést és a hozzá kapcsolódó Háy János logót. Így a város visszatért a rendezvény eredeti nevéhez, a Szekszárdi Szüreti Napokhoz. A négy napos rendezvény időpontja minden év szeptemberének 3. hétvégéjére került át (a korábbi 4. hétvégéről), hogy ne ütközzön a pécsi boros programokkal, így nem szívja el a vendégforgalmat. A városi önkormányzat megbízásából a Babits Mihály Művelődési Ház és Művészetek Háza koncepciója alapján történt változtatás a programokban és a helyszínekben is. Különválasztották az igényesebb, kézműves jellegű, valamint a vidámparkos, könnyedebb programok helyszíneit. A régi, történelmi városközpontba (a Béla király tér), a belvárosi templom köré helyezték a borászok, éttermek pavilonjait, a kézműves és iparművészeti vásárt, valamint a nagy színpadot. Ezekről távolabb, de

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

könnyen elérhető helyekre telepítették az autó kiállítást, vidámparkot. 2012-ben a Béla király tér átalakítása miatt a főutcára, a Szent István tér négysávos útjára kerültek át a boros pavilonok, egy hosszú egységes borutcát alkotva a város szívében. 2013-ban a boros pavilonok ismét az eredeti, történelmi hangulatú helyszínre kerültek vissza, a megújult Béla király térre.

### A Szekszárdi Szüreti Napok programjai

Típusok	Programok
Bor és gasztronómia	Szüreti felvonulás
	Borudvar
	Borszeminárium
	Borrendi avató
	Ízek utcája
Kulturális események	Kézműves és helyi termék vásár
	Gyermekműsorok / Játzófertály / Kisinasok Kézműves Tanodája)
	Folklórműsorok, népzenei koncertek, előadások
	Énekkari/zenekari koncertek, előadások
	Komolyzenei előadások, énekkari/zenekari koncertek
	Könnyűzenei, világzenei koncertek
	Színházi, irodalmi előadások
	Kiállítások
Egyéb programok	Sport, táncművészeti bemutatók és programok
	Autó kiállítás
	Konferencia, szimpózium, tudományos előadás
	Vidámpark
	Disco, utcabál, szüreti bál
	Szüret Szépe verseny

*Forrás: [www.szekszardiszuretinapok.hu](http://www.szekszardiszuretinapok.hu) alapján szerk. Máté A.*

A fesztivál programkínálata igen változatos, bár a szüret és a bor a hívó szavak, mégis a művészeti jelleg a domináns. A Borudvar és az Ízek utcája pavilonjai egységes arculatot mutatnak, amelyek elég nagyok ahhoz, hogy a vendégek kényelmesen tudjanak helyet foglalni, valamint nem áznak meg még rossz idő esetén sem. A helyeket minden évben sorsolják, így nincs konfliktus abból, ki milyen helyre kerül. A kulturált borfogyasztást erősíti, hogy csak palackos borokkal jelennek meg a borászok és üvegpoharakban történik a kóstoltatás. A Borszeminárium új programelem, mindössze 2005 óta szervezik, amely során egy-egy helyi borász mutatja be borait szűkebb közönség számára. A belépődíjas esemény célja, hogy a vendégek jobban megismerhessék a borkóstolás lépéseit, a kulturált borfogyasztást és a helyi termelőket. A Szekszárdi Vendéglátók Kerekasztala Egyesület fogja össze éttermeket, akik az Ízek utcájában kínálják frissen készített ételeiket. A tradicionális Szüreti felvonulás óriási esemény, akár 1500-2000 szereplője is van. A felvonuláson részt vesznek a helyi és meghívott borrendek, a város vezetése, a műsorokban szereplő hazai és határon túli néptánc csoportok, lovas kocsis felvonulók, a helyi óvodák és iskolák maskarába öltözött fiataljai.



## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

---

A kulturális események minden korosztálynak nyújtanak szórakozási lehetőséget a gyerekektől a felnőttekig, így akár gyermekes családoknak vagy baráti társaságoknak is nyújtanak közös élményeket. Számos program kínálja a vendégek számára az aktív részvételt, mint a Táncház, vagy a gyermekek kézműves foglalkozásai. A műsorok többsége ingyenes, általában a színházi előadásnak van belépődíja. A legnagyobb tömeget a könnyűzenei, világzenei és népzenei koncertek szokták vonzani (EDDA, Rúza Magdi, Omega, Csík Zenekar, Ghymes Együttes). Sok helyi fellépő van a néptáncosok, ének- és zenekarok, színházi társulatok és sportegyesületek között. A kézműves és iparművészeti vásár igényes kísérője a kulturális programoknak.

Egyéb kiegészítő programok is színesítik a rendezvényt. A vidámpark, az utcabál és disco különösen a fiatalokat vonzza, az autó kiállítás pedig a támogatók megjelenését biztosítja. A fesztivált néprajzi, történelmi tudományos konferenciák, szimpóziumok kísérik.



A Szekszárdi Szüreti Napok logója ([www.szekszardiszuretinapok.hu](http://www.szekszardiszuretinapok.hu))

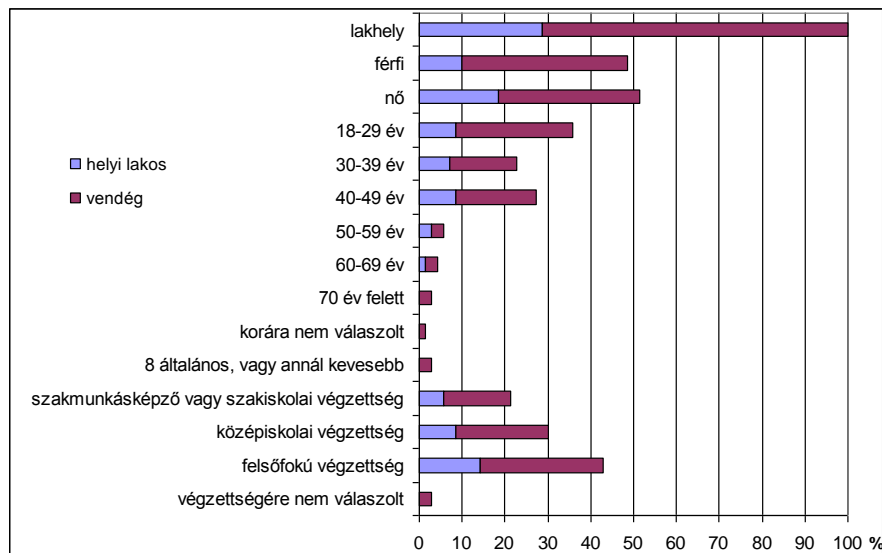
2009-ben megszületett a rendezvény új logója és saját, önálló honlapja is lett a [www.szekszardiszuretinapok.hu](http://www.szekszardiszuretinapok.hu) és a [www.szuretinapok.hu](http://www.szuretinapok.hu), bár ez utóbbi ékezetes és nem derül ki belőle a helyszín. Emellett a Babits Mihály Művelődési Ház és Művészetek Háza ([www.babitsmuvhaz.hu](http://www.babitsmuvhaz.hu)), valamint Szekszárd város ([www.szekszard.hu](http://www.szekszard.hu)) honlapjáról lehetett a fesztiválról értesülni. A programokat több helyszínen telepített IP kamerákon keresztül a [www.szuretinapok.hu](http://www.szuretinapok.hu) oldalról élőben lehet követni.

### **B) A rendezvény részt vevői**

A Szekszárdi Szüreti Napokon végzett 2013-as (SZN 2013) felmérés 70 fős mintájában jellemző, hogy a válaszadók egynegyede helyi lakos, háromnegyede vendég (azaz nem szekszárdi), s kismértékű nőtöbbséget mutat. A korcsoportok közül a 18-29 év közöttiek képviselik a legnagyobb arányt közel 40%-kal. Az iskolai végzettség tekintetében a felsőfokú végzettségűek (43%) voltak a legnagyobb

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

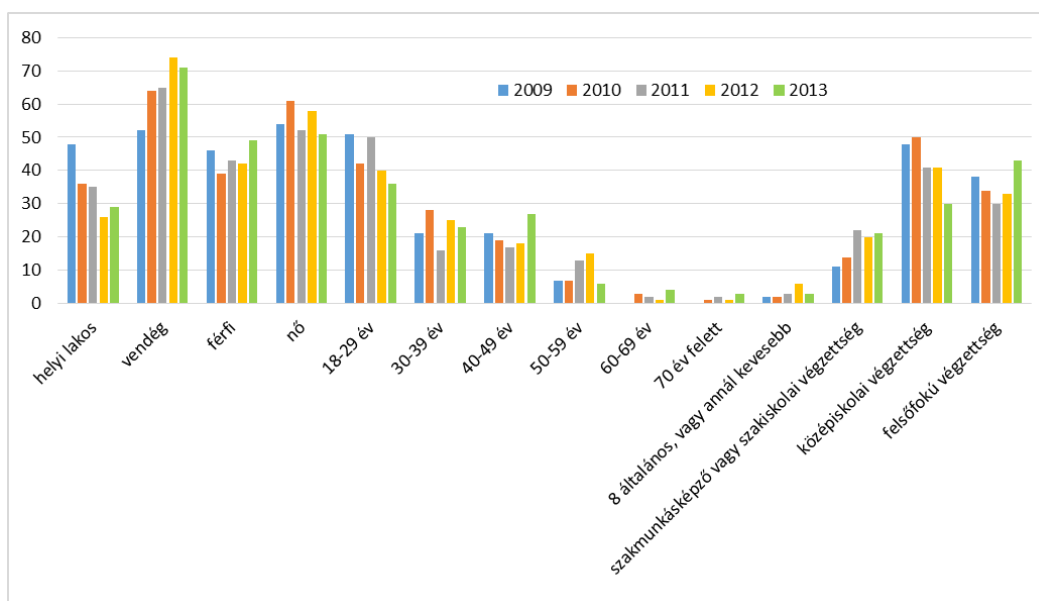
arányban, utána a középfokú végzettségűek következtek (30%). A vendégkör kétharmada Tolna megyei volt, emellett Baranya megyéből (24%) érkeztek a legtöbben. A megkérdezettek 12%-a Pest, Győr-Moson-Sopron, Bács-Kiskun és Fejér megyei volt.



A Szekszárdi Szüreti Napok 2013 lekérdezésének mintája (%) (szerk. Máté A.)

A Szekszárdi Szüreti Napokon végzett felmérés mintaszáma évente eltérően alakult, 2009-ben 100 fő, 2010-ben 204 fő, 2011-ben 115 fő, 2012-ben 88 fő, 2013-ban 70 fő volt. A mintában megfigyelhető tendencia, hogy a válaszadók között a vendégek (azaz a nem szekszárdiak) mindig többségben (52-74%) voltak (3. ábra). Általában a legtöbben Tolna megyéből majd Baranya megyéből érkeztek, emellett Bács-Kiskun, Fejér, Csongrád, Pest, Vas és Győr-Moson-Sopron megyéből is voltak látogatók. A minta minden évben kismértékű nőbőbbséget (51-61%) mutatott. A korcsoportok közül mindig a 18-29 év közöttiek képviseltették magukat a legnagyobb arányban (36-51%). A mintában a középkorosztály (30-39 év és a 40-49 év) képviseltette magát még jelentősebb számban. A többi korosztály aránya a kor előrehaladtával csökkent. Az iskolai végzettség tekintetében a középfokú végzettségűek (30-50%) és a felsőfokú végzettségűek (30-43%) voltak a legnagyobb arányban minden évben, csak a 2013-as mintában volt nagyobb a felsőfokú végzettségűek aránya a középfokú végzettségűekhez képest.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



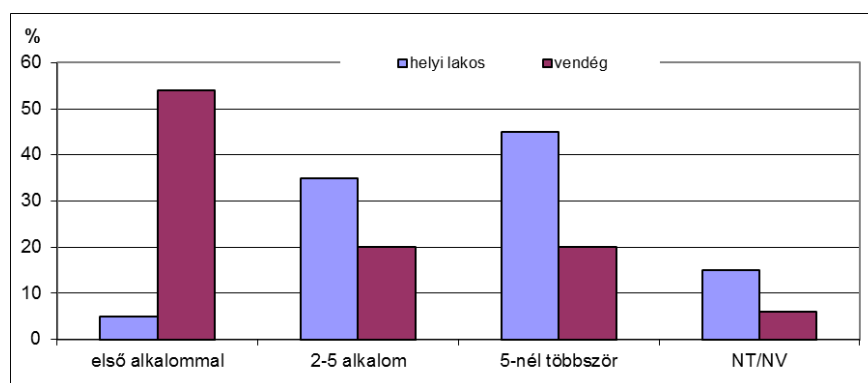
A Szekszárdi Szüreti Napok 2009-2013 közötti lekérdezésének mintavétele (%) (szerk. Máté A.)

### C) Eredmények

Az eredmények első részében a 2013. évi Szekszárdi Szüreti Napok (SZN 2013) adatai kerülnek kiértékelésre, míg a második részben a 2009 és a 2013 közötti tendenciák ismertetése történik.

#### A Szekszárdi Szüreti Napok 2013 értékelése

A válaszadók 51%-a már korábban is részt vett a Szekszárdi Szüreti Napokon, tehát jelentős a visszajáró vendégek száma. De jelentős volt a válaszadók között (40%) az első alkalommal érkezők aránya. Az első alkalommal ellátogatók között a máshonnan érkezettek voltak többségben, míg a rutinos (2-nél többször) látogatók többsége a szekszárdiak közül került ki (9% nem tudott válaszolni a kérdésre, többségükben helyiek, akik nem tudták biztosan, hogy hány alkalommal vettek részt a rendezvényen).



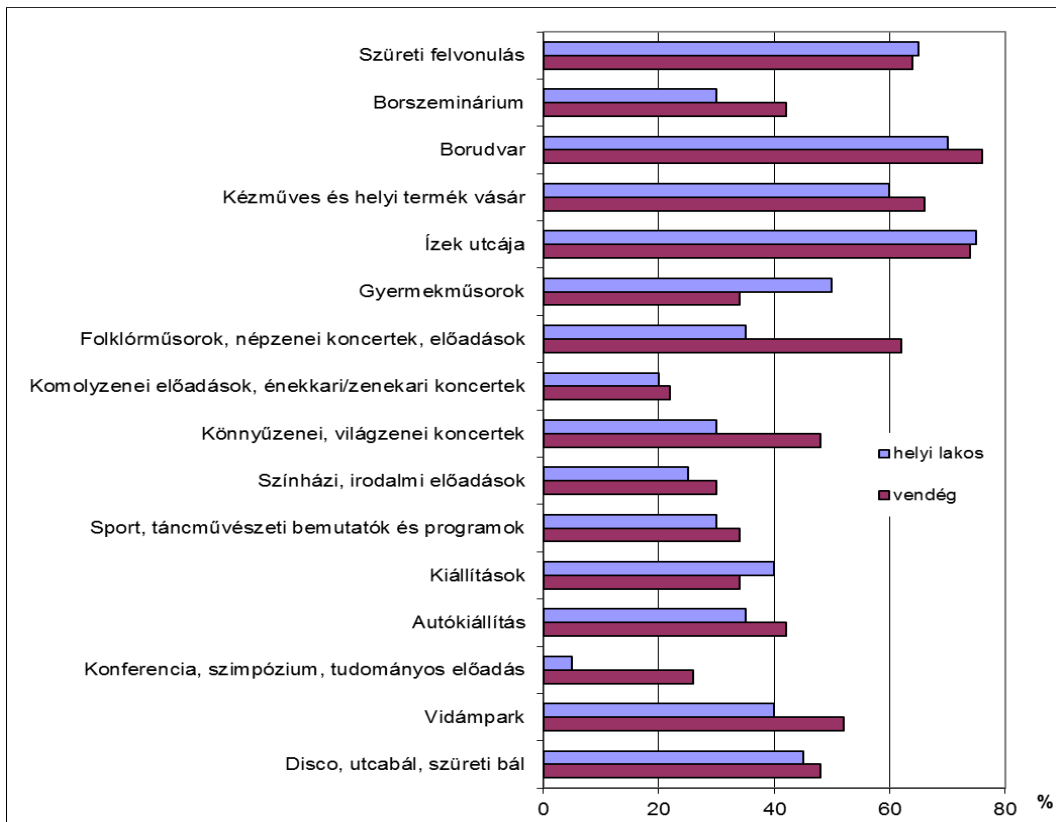
Hányadik alkalommal vesz részt Ön a Szekszárdi Szüreti Napokon? (%) (szerk. Máté A.)

A legnépszerűbb program az Ízek utcája és a Borudvar volt, amelyet a megkérdezettek háromnegyede látogatott. A második legkedveltebb a Szüreti felvonulás, valamint a kézműves- és iparművészeti vásár volt, amelyet a válaszadók kétharmada látogatott.

Emellett megközelítőleg minden második válaszadó meglátogatta a folklórműsorokat, vidámparkot, az utcabált és diszkót. A megkérdezettek közel 40%-a részt vett Borszemináriumon, gyermekműsoron, könnyűzenei koncerten, autó kiállításon, egyéb kiállításokon. A Borszeminárium alacsonyabb látogatottságát a többi boros programhoz képest a korlátozott befogadóképesség magyarázza, mivel egy alkalommal maximum 30-40 főt lehet megfelelően vendégül látni. A válaszadók körében a legkisebb látogatottsága a konferenciáknak és a komolyzenei előadásoknak volt, amelyek bár nyilvánosak voltak, mégis szűkebb kör érdeklődését keltették fel.

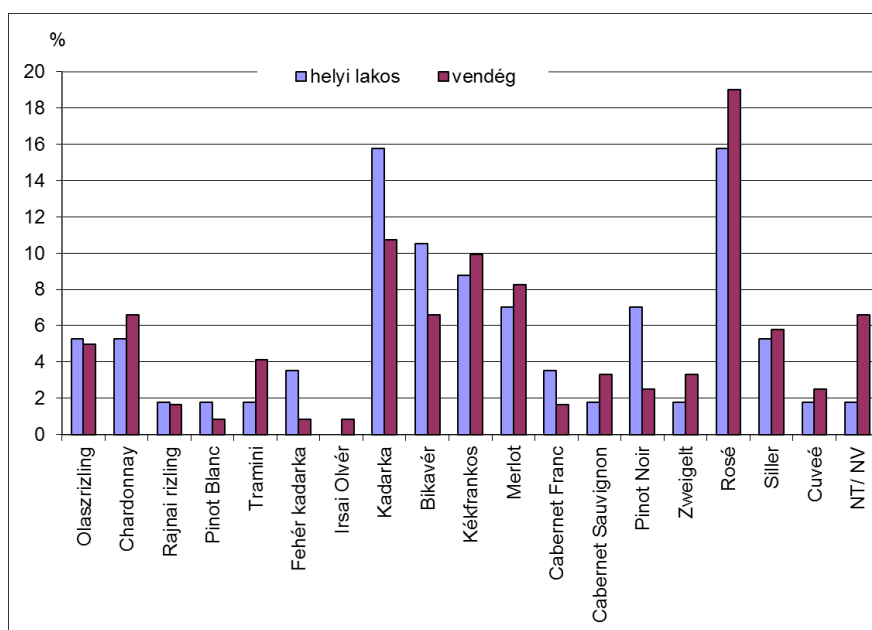
A programok többségét a szekszárdiak és a nem helyiek azonos arányban látogatták, jelentősebb különbség (12-27%) a Borszeminárium, gyermekműsorok, folklórműsorok, könnyűzenei koncertek, konferenciák, vidámpark esetében mutatkoztak. A helyiek a gyermekműsorokat nagyobb arányban látogatták, mint a vendégek. A Borszeminárium, folklórműsorok, könnyűzenei koncertek, konferenciák, vidámpark esetében viszont a nem helyiek aránya volt a jelentősebb.

A fiatal korosztály (18-29 év) a többi korcsoporthoz képest nagyobb arányban látogatta a vidámparkot, a discot, az utcabált, az autó kiállítást, az egyéb kiállításokat, a sport- és táncbemutatót. A középkorosztály (30-59 év) a többi korcsoporthoz képest nagyobb arányban látogatta az Ízek utcáját, a Borudvart, a Szüreti felvonulást, a kézműves- és iparművészeti vásárt, a gyermekműsorokat. Az idősebb korosztály (60 év felett) minden programon jelen volt, de részvételi arányuk hasonló vagy elmaradt a másik két korcsoporthoz képest.



Mely programokon vett részt? (%) (szerk. Máté A.)

A válaszadók a rozébor kóstolását említették a legnagyobb arányban, valószínűleg ebben szerepe volt a kellemes meleg őszi időjárásnak is (6. ábra). A vörösborok közül a Kadarka, Kékfrankos, Bikavér, Merlot borok kóstolását mondták a legtöbben. A fehérborok közül a Chardonnay és az Olaszrizling borokat említették a leggyakrabban.

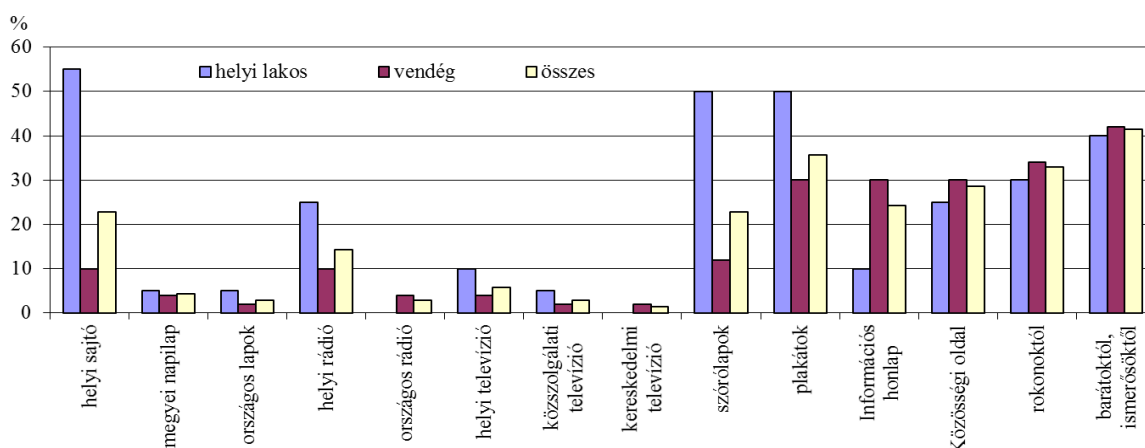


Milyen bort kóstolt meg, vagy tervez megkóstolni a rendezvény alatt? (%) (szerk. Máté A.)

A helyiek a Kadarka, a Bikavér, a Pinot Noir borok kóstolását nagyobb arányban említették a vendégekhez képest. Míg a nem helyi látogatók a rozét, a Traminit említették nagyobb arányban a szekszárdiakhoz képest.

A fesztiválról barátoktól, ismerősöktől (41%) és plakátokból (36%) értesültek a legtöbben, ezek mellett a rokonok (33%), a közösségi oldalak (29%), információs honlap (24%), a szórólapok (23%), a helyi sajtó (23%) és a helyi rádió (14%) voltak a meghatározó információforrások. A megyei, országos lapoknak, a rádióknak, a televízióknak minimális érdeme volt az információszolgáltatásban.

A szekszárdiak informálásban a helyi sajtó állt az első helyen, majd a szórólapok és a plakátok következtek, a sorban a barátokat, ismerősök, a rokonok, a helyi rádió, és a közösségi oldalak követték. A helyi lakosoknál a plakátok, szórólapok szerepe jelentősen megelőzte az Internetet. A vendéglátogatók esetében barátoktól, ismerősöktől és a rokonoktól kapott információ volt a legfontosabb. Ezek után a plakátok, információs honlapok, közösségi oldalak következtek.

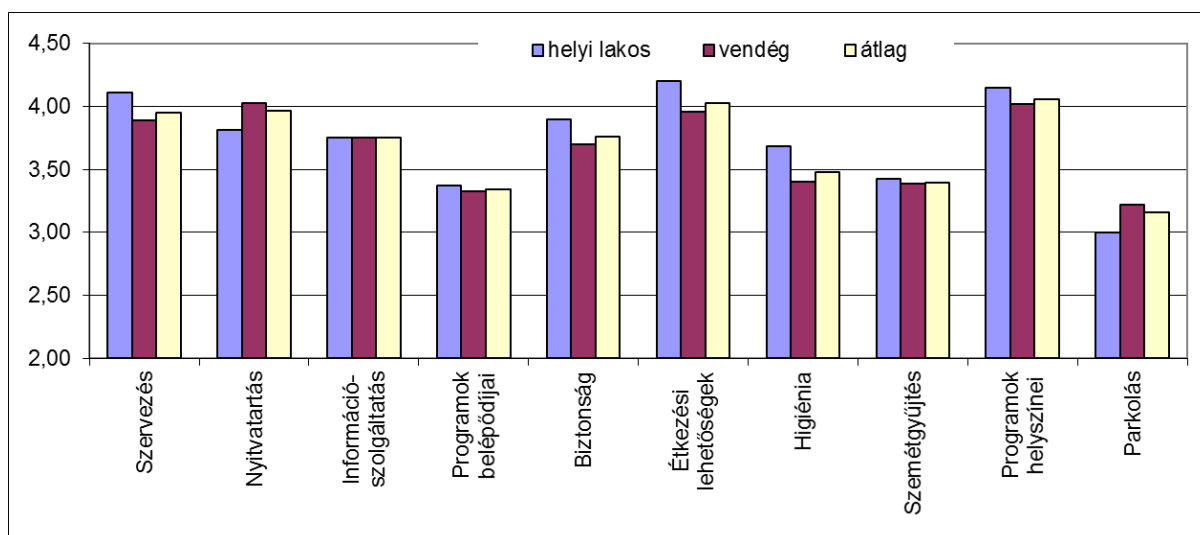


Honnan vannak információi a rendezvényről? (%) (szerk. Máté A.)

A megkérdezettek értékelték a fesztivál kiegészítő szolgáltatásait, amelyek általában közepes és jó érték között mozogtak. A legjobban a programok helyszíneivel és az étkezési lehetőségekkel voltak elégedettek. Megfelelőnek tartották a nyitva tartást és a szervezést. Közepesnél jobban voltak elégedettek az információszolgáltatással és a biztonsággal. Kevésbé voltak elégedettek már a higiéniával, a szemégyűjtéssel és a programok belépődíjaival. A leggyengébben a parkolás szerepelt.

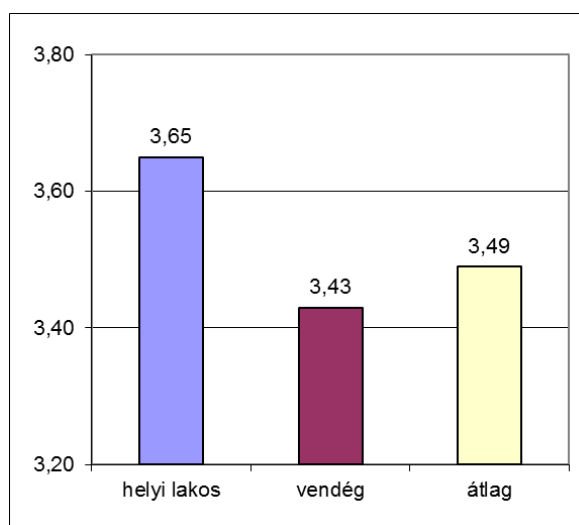
A helyi lakosok és a vendégek véleménye között többségében nem volt jelentős különbség. A szekszárdiak az átlaghoz képest pozitívabban értékelték az étkezési lehetőségeket, a programok helyszíneit, a szervezést, a biztonságot, a higiéniát. A vendég látogatók csak a nyitva tartást és a parkolást értékelték pozitívabban az átlaghoz képest.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



Milyen mértékben volt elégedett a Szekszárdi Szüreti Napok szervezettségével, kiegészítő szolgáltatásaival? (1: egyáltalán nem elégedett; 5: teljes mértékben elégedett) (szerk. Máté A.)

A válaszadók a szüreti napok logóját közepesre minősítették, tehát sem jellegtelennek, sem egyedinek nem tekintik a logót. A helyi lakosok pozitívabban, míg a vendégek negatívabban véleményezték a logót.

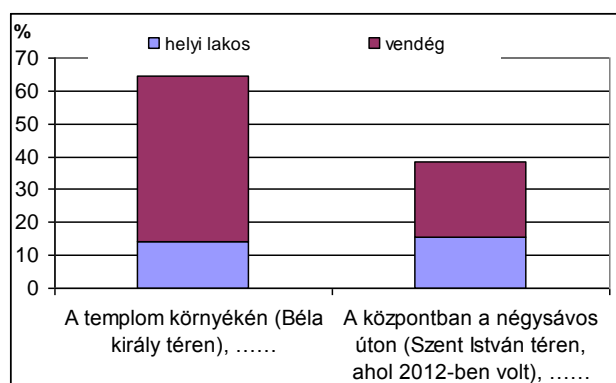


Kérem értékelje a Szüreti Napok logóját! (1: unalmas, jellegtelen; 5: találó, egyedi, figyelemfelhívó) (szerk. Máté A.)

A Szekszárdi Szüreti Napok vendégei a boros pavilonokat 2012-ben – a Béla király tér átalakítása miatt – a központban, a Szent István tér négysávos útján látogathatták, mint egy hosszú egységes arculatot mutató borutcát a város szívében. 2013-ban a boros pavilonok ismét az eredeti, történelmi hangulatú helyszínre kerültek vissza, a megújult Béla király térre, ahol tágasabb borudvarban fogadták már a látogatókat. Így felmerült a kérdés, hogy a vendégeknek melyik helyszín tetszett jobban. A helyi

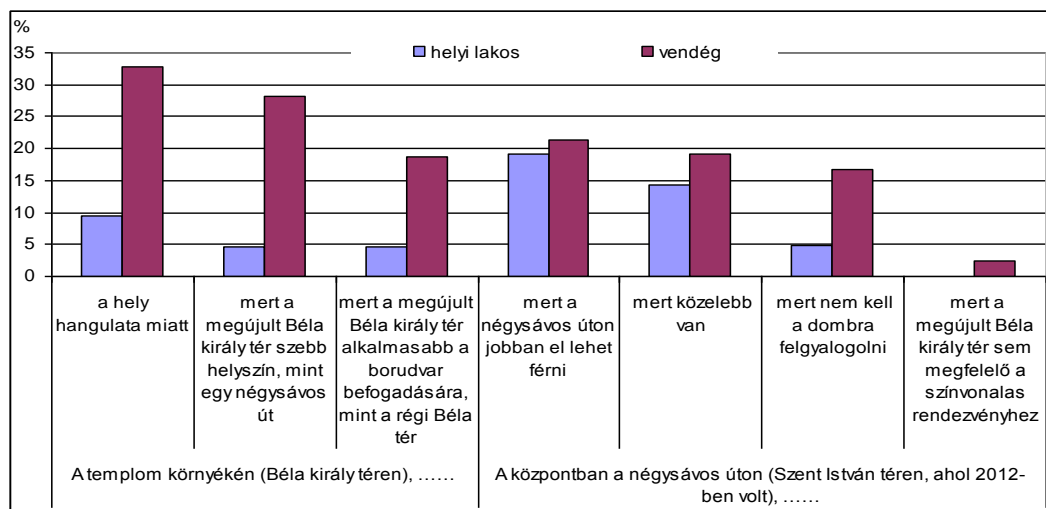
## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

lakosság szinte fele-fele arányban voksolt a két helyszín mellett. A nem szekszárdiak körében egyértelműen a történelmi hangulatú Béla király tér kapott kedvezőbb fogadtatást.



*Ön melyik helyszínen látogatná szívesebben a borudvart a templom környékén (Béla király téren) vagy borutcát a központban a négysávos úton (ahol 2012-ben is volt)? (%) (szerk. Máté A.)*

A borutca esetében a kényelmi szempontok voltak a meghatározóak, a tágas, átlátható tér, a könnyű megközelíthetőség. Míg a borudvar esetében a hangulat és a megújult Béla király tér történelmi környezete volt a meghatározó szempont.

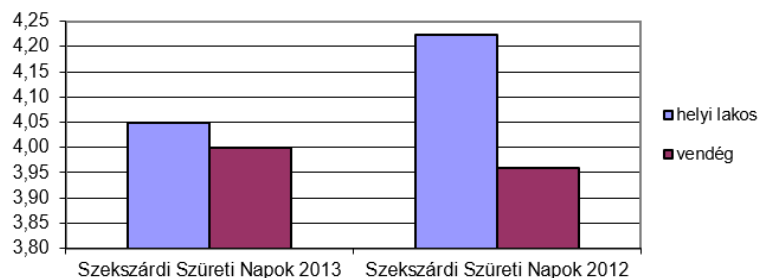


*Ön miért választaná szívesebben a borudvart a templom környékén (Béla király téren) vagy borutcát a központban a négysávos úton (ahol 2012-ben is volt)? (%) (szerk. Máté A.)*

Összességében a Szekszárdi Szüreti Napokkal elégedettek voltak 2013-ban a válaszadók. Azonban a 2012-es és a 2013-as évet összehasonlítva a 2012-es évvel a helyi lakosság volt elégedettebb, míg a vendég látogatók a 2013-as évvel.

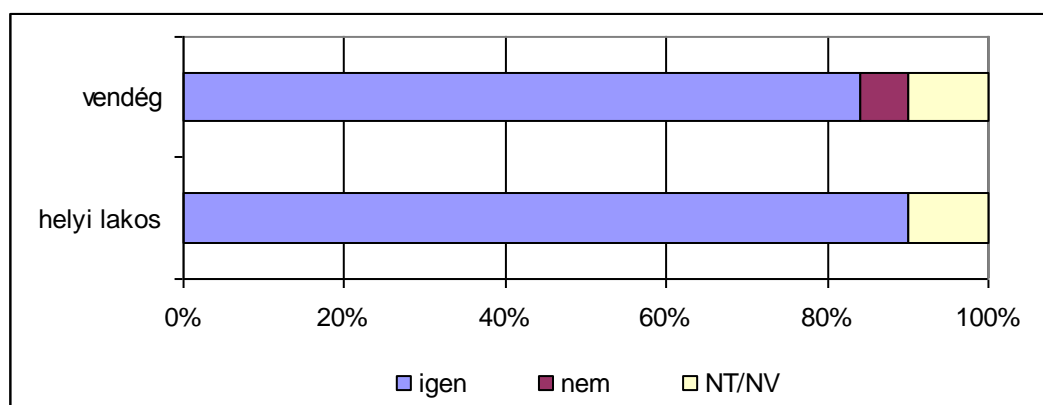


## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



*Milyen mértékben volt elégedett az idei és a tavalyi (amennyiben részt vett rajta) Szekszárdi Szüreti rendezvénysorozattal? (1: egyáltalán nem elégedett; 5: teljes mértékben elégedett) (szerk. Máté A.)*

A megkérdezettek 86%-a szívesen részt venne ismét a rendezvényen, ami igazán magas arány, hiszen az egyes kritikák ellenére is elégedettek a rendezvénnyel. A szekszárdiaknál ez az arány még magasabb, pontosan 90%, míg 10% nem tudott válaszolni a kérdésre. A nem helyiek körében 84% ismét eljönne a programra, 6% biztos, hogy nem venne részt rajta, míg 10% még nem tudta eldönteni, hogy újra eljönne-e.

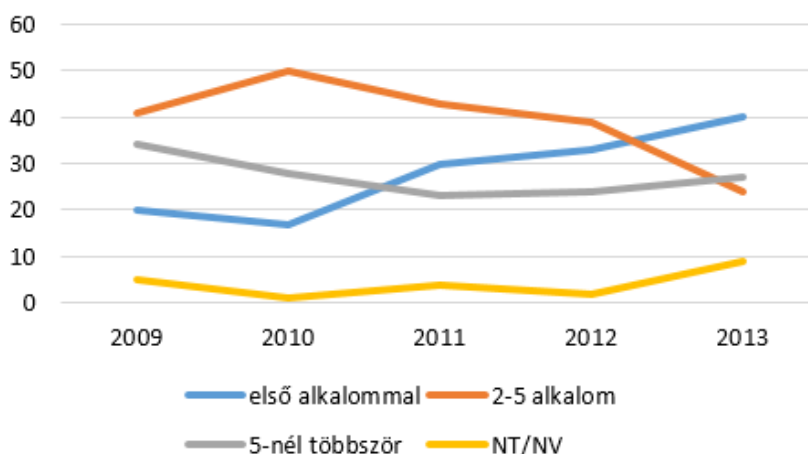


*Szívesen részt venne jövőre is a szekszárdi Szüreti Napokon? (%) (szerk. Máté A.)*

### A Szekszárdi Szüreti Napok 2009-2013 lekérdezéseinek tapasztalata

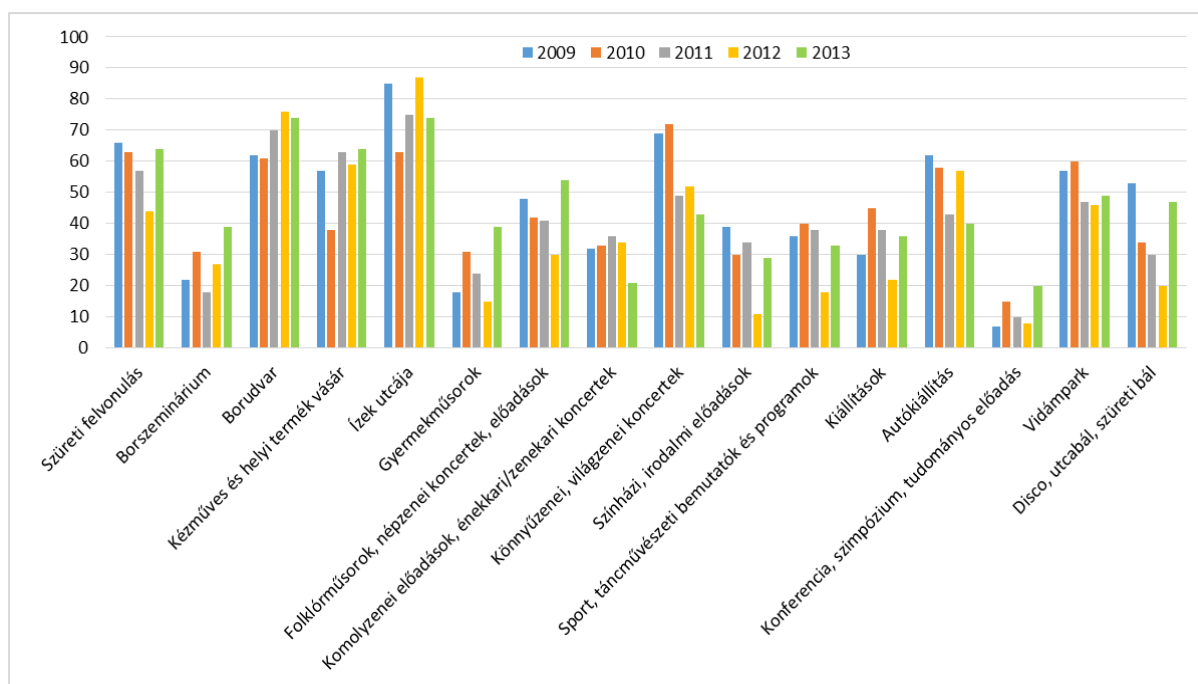
A válaszadók körében a több alkalommal visszajáró vendégek voltak többségben (60-83%). A rutinos (5-nél többször) látogatók többsége a szekszárdiak közül került ki. Az első alkalommal ellátogatók aránya évről évre növekszik (17-40%), vagyis egyre több új vendéget vonz a rendezvény.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



Hányadik alkalommal vesz részt Ön a Szekszárdi Szüreti Napokon (2009-13)? (%) (szerk. Máté A.)

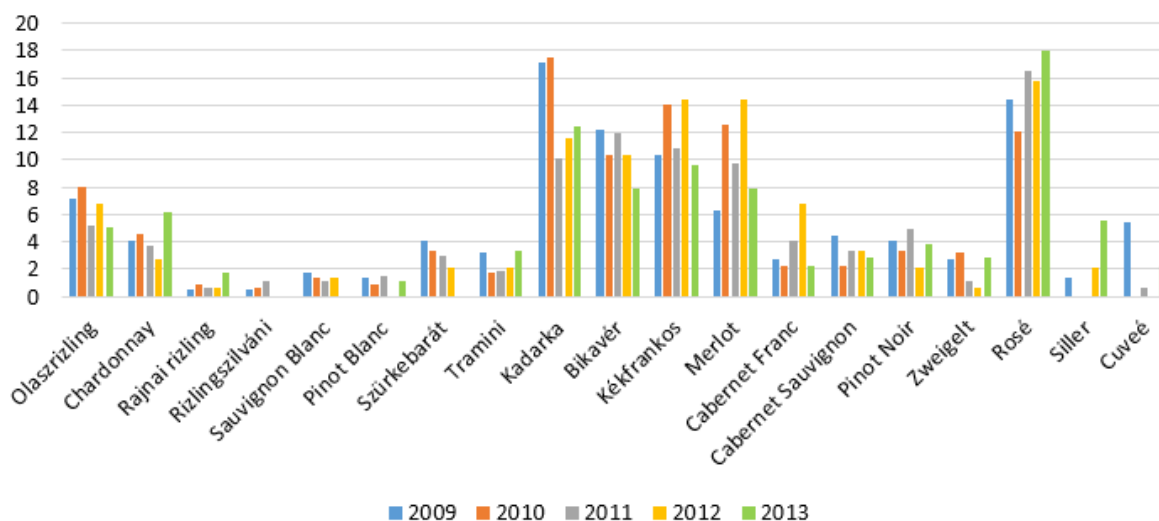
A több éves tendenciák alapján tartósan a legnépszerűbb programok az Ízek utcája, a Borudvar, a Szüreti felvonulás valamint a kézműves- és iparművészeti vásár. Különösen a Borudvar, illetve a kézműves- és iparművészeti vásár látogatottsága emelkedett. Kedvelt programok között van a könnyűzenei koncert, a folklórműsor, az autó kiállítás, a vidámpark, az utcabált és diszkó, azonban ezek látogatottsága a folklór program kivételével a megkérdezések alapján csökkent. Kisebbségi a látogatottsága a Borszemináriumnak, a gyermekműsoroknak, a komolyzenei koncerteknek, színházi előadásoknak, sport és táncbemutatóknak, egyéb kiállításoknak. Bár ezeknek kisebb a látogatottsága, de az arányuk stabil (20-35%) a látogatók körében. A Borszeminárium korlátozott befogadóképessége ellenére is növekvő érdeklődést mutat. A válaszadók körében a legkisebb látogatottsága a konferenciáknak volt, amelyek csak szűkebb kör érdeklődését keltették fel.



## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Mely programokon vett részt? (%) (szerk. Máté A.)

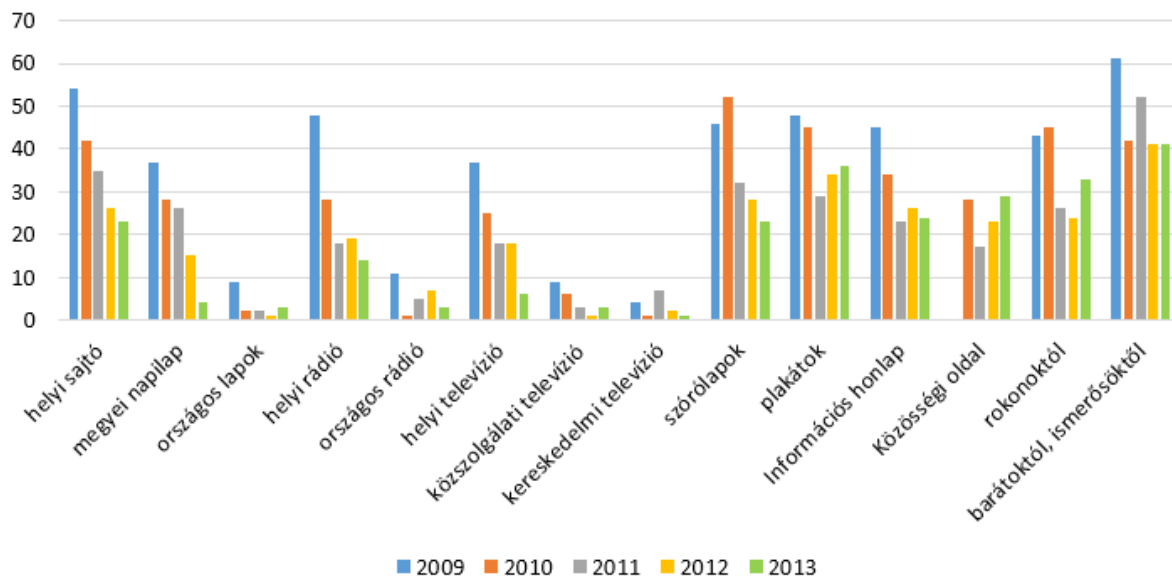
A válaszadók körében a rozébor kóstolása egyre népszerűbb és átvette a vezető helyet a Kadarkától, valószínűleg ebben szerepe volt a fogyasztási divatnak és a többségében kellemes meleg őszi időjárásnak is. A vörösborok közül a Kadarka, Kékfrankos, Bikavér, Merlot borok kóstolását mondták a legtöbben. A fehérborok közül a Chardonnay és az Olaszrizling borokat említették a leggyakrabban.



Milyen bort kóstolt meg, vagy tervez megkóstolni a rendezvény alatt? (%) (szerk. Máté A.)

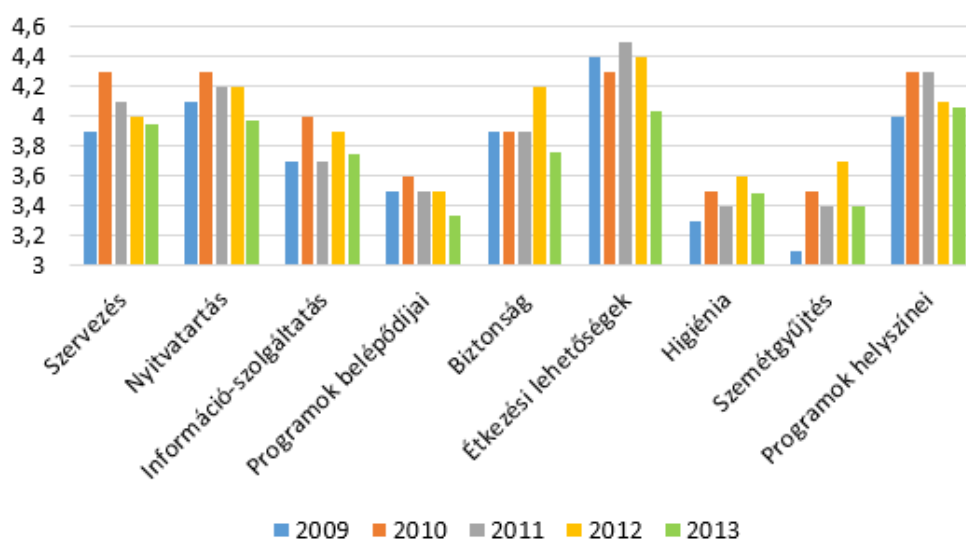
A fesztiválról barátoktól, ismerősöktől (41-61%) és rokonoktól (24-45%) szereznek leginkább információt a látogatók. Emellett jelentős szerepe van a plakátoknak, szórólapoknak és az Internetnek. Az Interneten az információs honlapok szerepének csökkenésével megnőtt a közösségi oldalak szerepe (ez utóbbinak 2009-ben még nem volt mért adata). A helyi és megyei sajtó, a helyi rádió és helyi televízió elsősorban a helyi lakosság körében bírt meghatározó szereppel, azonban arányát tekintve mindegyiknek jelentősen visszaesett a jelentősége. A országos lapoknak, rádióknak, televízióknak sajnos minimális érdeme volt az információs szolgáltatásban.

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



Honnan vannak információi a rendezvényről? (%) (szerk. Máté A.)

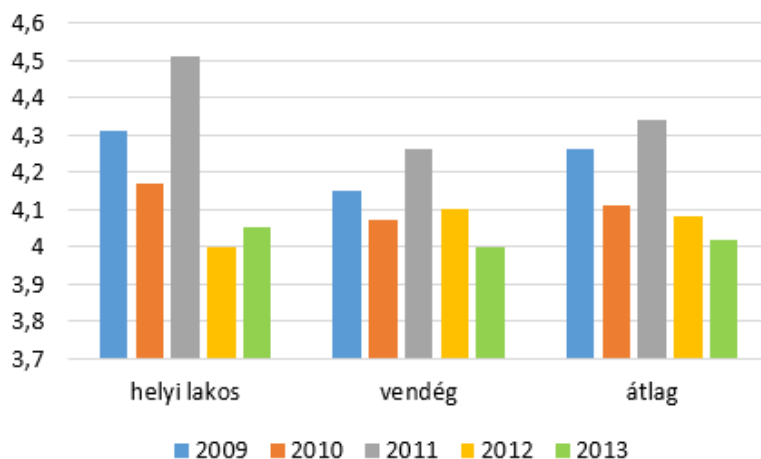
A megkérdezettek értékelték a fesztivál kiegészítő szolgáltatásait, amelyek általában közepes és jó érték között alakultak. Sajátos módon 2013-ban a szolgáltatásokkal kevésbé voltak elégedettek, mint a többi évben. A legjobban az étkezési lehetőségekkel voltak elégedettek. Többnyire megfelelőnek tartották a nyitva tartást, a programok helyszíneit, a szervezést és a biztonságot. Kevésbé voltak elégedettek már az információszolgáltatással és a programok belépődíjaival. Azonban míg az információszolgáltatásnál enyhén javuló megítélés mutatható ki, addig a belépődíjknál éppen ellenkezőleg, romlott a tendencia, tehát a látogatók még árérzékenyebbek lettek. A leggyengébben a higiénia és a szemétyűjtés szerepelt, azonban ennek megítélése fokozatosan javult.



Milyen mértékben volt elégedett a Szekszárdi Szüreti Napok szervezettségével, kiegészítő szolgáltatásaival? (1: egyáltalán nem elégedett; 5: teljes mértékben elégedett) (szerk. Máté A.)

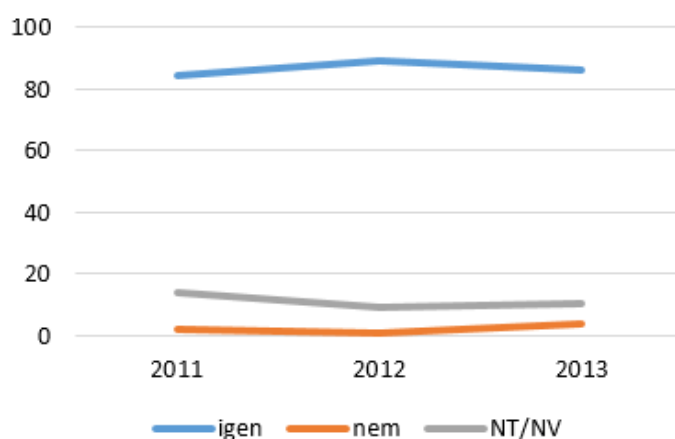
## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Összességében a Szekszárdi Szüreti Napokkal elégedettek voltak a helyi lakosok és a vendégek is. A vélemények alapján a 2009-es és a 2011-es rendezvények tetszettek a legjobban. A helyi lakosság a rendezvénnyel minden évben elégedettebb volt a vendég látogatóknál, kivételt csak a 2012-es év jelentett, amikor a nem helyiek voltak az elégedettebbek.



*Milyen mértékben volt elégedett a Szekszárdi Szüreti rendezvénysorozattal? (1: egyáltalán nem elégedett; 5: teljes mértékben elégedett) (szerk. Máté A.)*

A válaszadók 84-89%-a ismét szívesen visszatérne a rendezvényre, ami nagyon kedvező arány, hiszen az először idelátogatók elégedettek voltak, így esély van rá, hogy a törzsvendégkör erősíthető lesz, valamint hogy pozitív véleményükkel másokat is vonzanak majd. Minimális volt azok aránya, akik biztosan nem jönnének újra. 9-14% pedig nem tudott válaszolni a kérdésre, általában azért, mert még nem tudták előre megmondani, hogy ráérnek-e egy év múlva ebben az időszakban.



*Szívesen részt venne jövőre is a Szekszárdi Szüreti Napokon? (%) (szerk. Máté A.)*

### D) Összegzés

A fesztivál egyediségét a helyi hagyományok és a kitűnő szekszárdi borok adják. A helyi társadalom igényli a hagyományok felélesztését, megtartását, amelyben a hagyományőrző csoportoknak is nagy szerepük van. A Szekszárdi Szüreti Napok érdeme, hogy életben tartja ezeket a hagyományokat, hiszen már negyven éve töretlenül szervezik meg minden évben. Óriási jelentősége van annak, hogy 2005-ben meg tudott újulni a rendezvény mind tartalmában, mind formájában, tehát a programok, a helyszínek, a borpavilonok, a név és logó tekintetében, amely a mostani sikerekhez elengedhetetlen feltétel volt. Ezzel párhuzamosan a szekszárdi borok és pincészetek is hatalmas fejlődésen mentek keresztül az elmúlt húsz évben, amely megalapozta a fesztivál minőségi boros szolgáltatásait. Megerősödtek a borászok civil szerveződései, amelyeken keresztül megfogalmazták elvárásaikat a rendezvénnyel kapcsolatban, sőt társszervezőkké váltak a Szekszárd Borvidék Nonprofit Kft. révén. A fesztivál és borpavilonok minőségi változásának köszönhetően sokkal több borász vesz részt a Borudvarban, mint a 2005 előtti években. A jelenlegi borpavilonok nemcsak kulturáltabb helyszínt biztosítanak a borkóstoltatáshoz, de a borászok közötti együttműködést is erősítik, hiszen egy pavilonban általában kettő borászat mutatkozik be.

A Szekszárdi Szüreti Napok évek óta sikeres fesztivál, amit számos bizonyíték igazol. Egyrészt a látogatók magas száma, még a gazdasági válság ellenére is. A szervezők becslése szerint az utóbbi években 30-35.000 látogatója volt a rendezvénynek. Ebben az időszakban Szekszárdon és a térségben nincs szabad szálláshely, sőt többségét már tavasszal lefoglalják. A vendégkör megkérdezése is a látogatók elégedettségét mutatta, hiszen nagyon magas arányban ismét részt vennének rajta. A borászok körében vannak, akinél a szekszárdi program sokkal nagyobb forgalmat hozott, mint a szeptember eleji Budavári Borfesztivál. A Magyar Fesztivál Szövetség munkatársai a Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program keretében értékelték és minősítették a rendezvényt, amely eredményeként 2009-ben és 2012-ben is elnyerte a „kiválóan minősített fesztivál” címet. Ezt a címet három évre adják, majd újraminősítik a rendezvényt, tehát a programsorozat már kétszer kiérdemelte a kiváló minősítést. Ezek a sikerek méltán teszik a Szekszárdi Szüreti Napokat a város legfontosabb rendezvényévé, amely emellett Szekszárd pozitív megítélésében is meghatározó szerepet tölt be.

### 3.5. Mélyinterjúk

/Slezák-Bartos Zsuzsanna – Oroszi Viktor György – Vas Gáborné Guld zsuzsanna/

A mélyinterjúk elkészítése a szekunder kutatások eredményének egyfajta kontrollja. A „számoknak megfelelő”, „várt” eredmények egyrészt jelzik az interjúalanyok reális képét a város

helyzete kapcsán. A mélyinterjúk alanyainak kiválasztásakor szempont volt, hogy a kérdező és a válaszadó korábbról ismerjék egymást, illetve hogy a kérdezettek a szekszárdi község más-más területeit képviseljék. A különböző csoportokban szereplő személyek közül véletlen útján választottunk ki 1-1 főt.

**Farkas Éva (Szekszárd Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala, Pályázati és Közbeszerzési osztály, osztályvezető); 2014. szeptember – Slezák-Bartos Zsuzsanna**

- 1. Mi jellemzi Szekszárd turisztikai keresletét, kínálatát, versenyképességét? Milyen a látogatók megoszlása, szezonálitása? Milyenek a visszajelzések a turisták részéről? Vannak-e felmérések, elemzések erre vonatkozóan?*

F.É.: Szekszárd alapvető meghatározója a borturizmus. A helyi borászok egyéni tevékenysége kiemelkedő a térségben. A borászok saját pincészetük és pincéjük mellett vendéglátással és szállásadással is foglalkoznak. Mindezekből következik, hogy egy borkóstolásra (akár többnaposra) érkező turista, nem feltétlenül jön el a városba és vesz igénybe más jellegű szolgáltatásokat. A borhoz kötődő rendezvények közül a legsikeresebb a minden szeptember harmadik hétfőjén megrendezésre kerülő Szüreti Fesztivál. Az esemény megszervezése és lebonyolítása jól mutatja a vállalkozók és a borászok közötti összefogást, hiszen e vállalkozások támogatásával (csak minimális önkormányzati forrásbevonással) történik a Borudvar kialakítása, a zenekarok, együttesek finanszírozása, pavilonok építése stb.

A turisztikai kínálat másik kiemelkedő eleme a Szekszárdi Családbarát Strand- és Élményfürdő, sok év után hiánypótló elemként jelent meg, és amely az idei évben már 85 ezer fő látogatottságot ért el. Ez abból is adódhat, hogy nemcsak a szekszárdi igényeket szolgálja ki, hanem tágabb térségnek (környező települések, Mohács stb.) is turisztikai eleme.

A kulturális tevékenység sokszínűsége jellemző: Szekszárd szülőltéhez, Babits Mihályhoz kötődő kulturális rendezvények, Mészöly Miklós kapcsán tartott emléknap, illetve az ahhoz kapcsolódó konferencia, plusz Liszt Ferenc kapcsán szervezett rendezvények.

Különleges kínálati elemként jelenik meg a Gemenc. Fejlesztése, a kapcsolódó beruházások folyamatosan napirenden vannak. 2008-2009-ben a turisztikai ököcentrum pályázati fejlesztés tulajdonjogi problémák miatt nem történt megvalósításra. A Gemenc sokszínűsége, különlegessége nyomán a lehetőségek így kiaknázatlanok maradtak.

Felméréseket, elemzéseket a Tourinform iroda végez.

Viszonylag új kínálati elemként jelenik meg a Garay élménypince: interaktív bormúzeum működtetésével egyedi lehetőséget teremt. Kiscsoportos borkóstolók szervezésével és lebonyolításával hiánypótló szerepet tölt be.

2. *Szekszárd milyen marketingeszközöket használ a turizmus élénkítésére? Milyen szerepet kapnak a promócióban a rendezvények? Milyen jövőbeli változásokkal lehet számolni?*

F.É.: A régebben használt kiadványok helyett ma már előnyben részesítjük a digitalizálást. A városi honlapnak, kialakított arculatának és információtartalmának kiemelkedő fontossága van. Egy korábbi felmérésben régiós szinten (Tolna, Somogy és Baranya megyék) Szekszárd város honlapja kiemelkedő helyezést ért el, mind szerkezeti, mind információtartalmat figyelembe véve. Jelenleg elavult tárgyak is találhatóak az információk között.

3. *Az önkormányzat mennyire támogatja, illetve mennyire működik együtt a helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel? Miben nyilvánul meg? Mivel lehetne a vállalkozások megtelepülését, megtartását ösztönözni?*

A Szüreti Fesztivál jó példa a különböző vállalkozások és a város „összefogására”, együttműködésére.

2010-ben történt meg az Ipari Park fejlesztése. 200 millió forintból (50%-os támogatás) a közművesítés történt meg. Jövőbeli terv az Ipari Park további bővítése, amely további munkahelyek, munkalehetőségek kialakítását segítené.

4. *Mennyire versenyképes a helyi munkaerő? Milyen munkaerő-fejlesztést (hiányszakma, átképzés, nyelvismeret) tartanának szükségesnek? Mivel lehetne csökkenteni a fiatalok elvándorlását?*

F.É.:Potenciális lehetőség Paks II. A Fecskeház bővítésével, illetve a déli városrészben családi házas övezetben lakhatás biztosításával, segítségével a tervek szerint a lakosság szám növelhető tízezer fővel.

A cél a munkaerő-piaci kereslet és -kínálat összehangolása. Szekszárdon a gépipar hangsúlyosan jelenik meg, hiány a gépipari munkások iránt vetődik fel. A konzervipar újjáélesztésével szakképzett szakemberekre lesz szükség.

5. *Az szekszárdi fejlesztési tervekben milyen szerepet kapnak a már említett szervezetek, illetve rendezvények? Melyek a jövőbeli kijelölt irányok?*

Elsődleges fontosságú feladat a szálláshelyek bővítése.



- Rendszeres zenei fesztiválok szervezésével éves szinten megtölthetőek lennének az újonnan kialakított szálláshelyek.
- Ifjúsági- és sportszálló segítségével edzőtáborok szervezése válna lehetővé egész éves kihasználtsággal.
- A Szekszárdi Élmenyfürdő területén egy új uszoda kerül kialakításra.
- Lehetséges tervként merült fel az ötlete egy „Bor utca” kialakításának a Kálvária környékén.
- A fürdőfejlesztés III. ütemében egy fedett élmenyelemmel a téli szezonra is tudnánk kínálatot biztosítani.
- A Sióval kapcsolatos tervek kettősek
  - mezőgazdasági: vízrendezésnek meg kell történnie.
  - turisztikai: kajak túravonal kialakítása, ti. Siófok Szekszárdig hajózható legyen;
  - illetve kerékpárút kialakítása.

6. *Melyek a város fő marketingeszközei? Mennyire tekinthetőek sikeresnek?*

Szekszárd a „Jövő városa” szlogenje az „Élhető város”-ra módosult. A „Bor városa” egy elnyert díj alapján került megfogalmazásra. Továbbá a már említett kiadványok, honlap, rendezvények és események a főbb marketingeszközök.

7. *Jelenleg milyen fejlesztési, bővítési tervekkel és beruházásokkal lehet számolni?*

Ez mezőgazdasági és turisztikai kérdés.

- Logisztikai központ.
- Élelmiszer-, konzerv- és húsipar és/vagy zöldség- és gyümölcsipar támogatása.
- Inkubátor Ház.
- Kereskedők Háza kialakítása.
- Ipari Park bővítése.
- Kajak népszerűsödése révén egy kajakközpont kialakításának ötlete a Kolping környékén.
- Sió, mint turisztikai attrakció – Bogyiszlóval, Sióagárdal összekötni, összekapcsolni.
- Dunai hajók utasainak Szekszárdra történő irányítása.
- Idősek otthonának fejlesztése, bővítése.
- Paks II.

8. *Melyek azok a beruházások, amelyek a közelmúltban valósultak meg? Milyen gazdasági hatásait tapasztalják a megvalósulás óta?*

A belváros megszépült és jelenleg is szépül. Pénteken (2014.10.03-án) adják át a piac épületét. Szinte az összes üzlet bérbeadása előzetesen már megtörtént. A Szekszárdi Vagyonkezelő Kft. az üzemeltető. Önálló üzletek (húsbolt, halbolt, regionális kezelő üzlete stb.) mellett helyet kap az őstermelő által birtokba vehető fedett piactér. Kialakításra került egy közösségi ház is egy rendezvényteremmel, melyet előreláthatólag az önkormányzat működtet.

Agóra program keretében a Babits Mihály Művelődési Ház felújítása történt meg, amely egy XXI. századi épületként színvonalas programok, akár nagyobb konferenciák lebonyolítására is helyet adhat. Ez utóbbinak gátja a szekszárdi krónikus szálláshelyhiány.

A megújult belváros, a Béla király tér nívós eseményeknek ad teret, új arculati elemként jelent meg, frissíti a városi arculatot.

A Városi Bölcsőde két pavilonnal történő bővítése akár multiplikátorhatással is járhat. Hiszen a nagyobb befogadóképesség biztosításával nemcsak munkahelyet teremtettünk az ott dolgozóknak, hanem a szülőknek lehetőséget arra, hogy előbb visszatérjenek a munkájukhoz.

A vízbázis-, illetve a szennyvízfejlesztések jelenleg is folynak.

A Garay János Gimnázium után az I. Béla Gimnáziumban is természettudományos labor átadására készülnek.

A Szekszárdi Sportközpont közreműködésével műfüves pályák (kettő futball és egy nemzetközi pálya), illetve atlétikai pálya került kialakításra.

Közétkeztetési beruházások valósultak meg (Szekszárdi Diákétkeztetési Kft.), ahol szükséges még a marketingtevékenység fokozása; iskolákba történik az étel kiszállítása.

A Szekszárdi Meliorációs Kft. közreműködésével vízvezetők építése történt meg 270 millió forintból (ebből 185 millió forint EU támogatás).

A közelmúltban történt meg a közvilágítás korszerűsítése.

### **Csillag Balázs (Szekszárdi Sportközpont NKft., ügyvezető)**

#### **2014. szeptember - Dr. Oroszi Viktor György**

*1. Melyek Szekszárd város imázsának meghatározó elemei?*

- Bor+borvidék,
- természeti környezet (Gemenc).

*2. Tapasztalatai szerint mi jellemzi Szekszárd turisztikai keresletét, kínálatát, versenyképességét? Milyen a látogatók megoszlása, szezonálitása?*

- Húzóerő:

- bor+kulturális turizmus
  - aktív turizmus (sport, rekreáció).
- A rendezvények csökkentik a szezonalitást.
  - Kellenek szálláshelyek, de amíg a szezonilitás ilyen mértékű, nem lesz befektető, aki szállodát építsen.
  - A konferenciaturizmus infrastrukturális adottságai (konferenciaterem), plusz a csatlakozó programlehetőségek (borászatok, Gemenc) megvannak, viszont sok embert egyszerre, egy helyszínen elszállásolni nem tudunk (magántőkére+a város és a megye hozzájárulására lenne szükség).
  - Mindenki önállóan működik, a borászatok is teljesen bonyolítanak le mindent (szállásadás, borkóstoltatás, étkezés), a turista be sem jön a városba.
  - Fuxli és a közös szekszárdi borospalack jól jellemzi a szekszárdi borászok együttműködési hajlandóságát.
  - Az újonnan elkészült Garay-pince orvosolja azt a problémát, hogy az ide érkezők előzetes foglalás nélkül nem tudnak bort kóstolni.
  - Élményfürdőben a szezon a tanszünetet fedi le (jún. 15 – aug. 20), Pünkösdkor 2000 fő, másnap 200 látogató.
3. *Milyenek a visszajelzések a turisták részéről Szekszárd városával kapcsolatban? Rendelkeznek-e felmérésekkel, elemzésekkel erre vonatkozóan?*
- Óriási hiányosság, hogy nincs elég kapcsolat, visszajelzés a turistáktól, de egy 300 fős vendégelégedettség kutatás folyamatban van.
  - A TDM-nek generáló szerepe lesz a felmérést követően és a szolgáltatók összefogásában.
  - A városközponttól mindenképpen pozitív visszajelzések vannak.
  - Az élményfürdőben az első szezonban volt felmérés (a KTK-n írtak belőle szakdolgozatot). Ezek alapján például a gyerek medence szolgáltatásaival voltak elégedetlenek a megkérdezettek – van tehát csúszdabővítési igény.
4. *Szekszárd milyen marketingeszközöket használ a turizmus élénkítésére? Milyen szerepet kapnak a promócióban a rendezvények? Milyen jövőbeli változásokkal lehet számolni?*
- A marketingforrások nagyon korlátozottak (borászok+Tourinform nyomtatott kiadványai).
  - Lesz imázsfilm.
  - Nincs Szekszárdnak egységes arculata (Szekszárd az élhető város, Szeretlek Szekszárd, Visit Szekszárd), amire ha ránézel, egyből beugrik, ebben nem állunk jól.

- De pl. a Borvidék Félmaraton logóját már nem lehet megváltoztatni, annyira beleivódott a futóközösség tudatába. Nem kell mellé kép, elég a felirat, s mindenki tudja, miről van szó.
  - Rendezvények: egy lábon állunk, ez a Szüreti Fesztivál.
  - Jövőbeli változások: interaktív turisztikai honlap TDM szervezetek számára külön informatikai motorral, pl. szálláshely-foglalási rendszerrel.
5. *Az önkormányzat mennyire támogatja, illetve mennyire működik együtt a helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel? Miben nyilvánul meg? Mivel lehetne a vállalkozások megtelepülését, megtartását ösztönözni?*
- A város támogatja, együttműködik a helyi vállalkozásokkal pl. borászok – Garay-pince, ipari park, inkubátorház.
  - Szekszárd kis város, a helyi vállalkozások segítik a városi rendezvények megszervezését anyagi, vagy tárgyi támogatásukkal. Fontos a lokálpatriotizmus szerepe.
  - Fontosak a személyes kapcsolatok.
  - Civil szervezetek: sok apró rendezvény, ami nem kap akkora nyilvánosságot.
  - A civilek a várostól kapnak támogatást és örülnek, ha megjelenhetnek viszonzásként a városi rendezvényeken, ez egyben a helyieket is megmozgatja, amivel népeesebb rendezvényeket lehet szervezni.
6. *Mennyire versenyképes a helyi munkaerő? Milyen munkaerő-fejlesztést (hiányszakma, átképzés, nyelvismeret) tartanának szükségesnek? Mivel lehetne csökkenteni a fiatalok elvándorlását?*
- Kitörési pont:
    - a turizmus és az ehhez kapcsolódó szakmák erősítése (turizmus-vendéglátás), humánerőforrás-igényes ágazatok
    - valamint az agrárium (bor, szőlő, élelmiszeripar) – mérnökképzés.
  - Jelen szituációban nem versenyképes a helyi munkaerő, a helyi igényeknek megfelelő képzettség nincsen meg, égető probléma a gyakorlati nyelvismeret hiánya, pl. az élményfürdő recepción a diákmunkások beszélnek idegen nyelvet, az idősebbek viszont nem.
  - A fiatalok helyben tartásához jobb béreket kell adni, valamint azt a szemléletet kell erősíteni, hogy itt is lehet boldogulni, van értelme itt maradni. A lokálpatriotizmus, valamint a család szerepe hangsúlyos.
  - Szekszárd nem rosszabb város, mint korábban volt, csupán a globalizációs térben látjuk máshogy, ma már nincs információhiány, globális térben kell versenyezni.
-

7. *A szekszárdi fejlesztési tervekben milyen szerepet kapnak a már említett szervezetek, illetve rendezvények? Melyek a jövőbeli kijelölt irányok?*

- Fontos, hogy helyi cégek végezzék a munkákat beruházások kapcsán.
- A turisztikai beruházások kapjanak nagyobb szerepet.

8. *Melyek a fő marketingeszközei a városnak? Ön szerint mennyire tekinthetőek sikeresnek?*

- Rendezvények (szüreti Fesztivál, Pünkösdi fesztivál és nyitott pince nap).
- Borok nemzetközi hírneve (ezt a borászok jobban használják nemzetközi marketingeszközként) pl. Szekszárd város bora; a szekszárdi borospalack az országban a második Tokaj után.
- Kell, ami összefogja ezeket az elemeket, egy szlogen, egy logó – ebben a bor mindenképpen meg kell, hogy jelenjen.

9. *Jelenleg milyen fejlesztési, bővítési tervekkel és beruházásokkal lehet számolni az Ön által képviselt szervezetnél?*

- Turisztikai táblarendszer.
- Új honlap.
- Fedett uszoda a helyi igények kielégítésére, gyógykezelések az élményfürdőhöz kapcsolódóan, a megyei kórházzal egyeztetve, külső pezsgőmedence.
- Nagyobb távlatokban gondolkodva sportszálló.
- Közös kedvezményrendszer: pl. a Bodriéknál megvett turisztikai csomag tartalmaz fürdözést is, de pl. a Garay-pince és a Múzeum már együttműködik – közös kedvezményes jegyet lehet venni. Szekszárd kártya kellene, közös arculat alatt, amivel pl. a fürdőben, éttermekben, Garay-pincében, Gemenc Zrt.-nél, lovas turizmusban stb. kedvezményeket lehet igénybe venni. Az élményfürdő csatlakozott a Pécs Tüke kártyához, 15% kedvezményt biztosít.

10. *Melyek azok a beruházások, amelyek a közelmúltban valósultak meg? Milyen gazdasági hatásait tapasztalják a megvalósulás óta?*

- Belváros-rehabilitáció.
- Garay-pince.
- Tourinform iroda áthelyezése, felújítása, szolgáltatásbővítés.
- Agora-program.
- Élményfürdő.
- Közvilágítás és kamerarendszer bővítése.
- Löss-szurdik tanösvény.

- Piac tér.

*11. Mennyire hangsúlyos a sport szerepe Szekszárd életében, marketingjében?*

- MTI hírek között az első a sport Szekszárddal kapcsolatban.
- A sport mindig is szolgált marketingcélokat, pláne a versenysport, még ha veszteséges is.
- A tömegsport bevételt termel. A futás örületes tempóban népszerűsödik, a torta egyre nagyobb a sportturizmusban, egyre több ember kezd el sportolni. Fontos, hogy az év minden szakában fent tudják tartani az érdeklődést, a Borvidék-félmaraton a fő esemény, e köré építenek kisebbeket: pl. Forralt borvidék terepmaraton tél végén.
- A futóversenyeknek is van piaca, termékként egyediségével lehet eladni pl. brutál futás. A versenyzők más sportrendezvényekre is visszajönnek.
- A versenysport speciálisabb, kell létesítmény, de a szezonon kívüli időszakot ki lehet tölteni vele a felkészülési időszakban edzőtáborok szervezésével. Az országos edzőközpontok telt házasak, a kisebb csapatoknak nem tudnak helyet biztosítani. Ezt a piaci rést lehetne kihasználni. Ehhez csupán pályaszállás kellene (sportszálló a sportcsarnok és a pályák közelében), mert a pályák megvannak, a városnak van közétkeztetési cége is.

**Csontos Péter (Gemenc ZRT., erdészvezető)**

**2014. szeptember, Dr. Oroszi Viktor György**

*1. Melyek Szekszárd város imázsának meghatározó elemei?*

- Nincs választás: BOR, ez jól megy 15 éve.
- Emellett átlagos természeti környezet és történelem.
- Limes szövetség – furcsa próbálkozás.
- A '70-es években próbálkoztak a Sárközzel, ezzel nem lehet sokra menni, halott hagyományok, amit mesterségesen lélegeztetnek.
- Kiegészítő dolgok a bor köré pl. Borvidék Félmaraton.
- A kisebb látványosságokra kell tanítani az embereket, hogy azokat használják, hogyan használják. Szekszárd nevezetessége lehetne pl. Gabi bácsi pecsenyézője, a Kávé Háza már azzá vált egy – mondjuk ki – rossz helyszínen, vagy ott a lösz, amit ki lehetne használni, érdekes dolog, a szurdikoknak jó a hangulata.
- A kis látványosságokra tanítani lehet az embereket, hogy hogyan élvezzék, ha nem adsz mintát hozzá, nem fogják átélni: pl. a Gemencet, ha nem lát szarvast.

- Gerilla marketinggel, célzott hirdetésekkel lehetne eredményeket elérni, jól megfogható közösségek figyelmét a városra irányítani
2. *Tapasztalatai szerint mi jellemzi Szekszárd turisztikai keresletét, kínálatát, versenyképességét? Milyen a látogatók megoszlása, szezonálitása?*
- Bor – nincs nagy szezonálitása, de csak pár fesztivál van, ami hozzá kötődik, erre nem lehet infrastruktúrát alapozni, lehetne próbálkozni pl. látványszürettel.
  - A borhoz csatlakozó kiegészítő programokkal bajban van az ide érkező, pláne télen.
  - Építőelemekből kellene összerakni egy hétvégi programot.
  - Egy-két jó hírű étterem van csupán.
  - A város fizikai megjelenése nem túl jó, az óvárosi mag kicsi, még a Remete-kápolna környéke, ami érdekes.
  - Volt a vadászturizmus, de manapság kezd nem elfogadott dolog lenni, nem lehet marketingcélokra használni. Szűk réteget érint és nem lehet más árut hozzákapcsolni, az etikai problémák, állatvédelmi felhangok nehezítik helyzetét.
  - Gemencben 30-40 ezer látogató van éves szinten. Aki felkeresi Gemencet, azoknak a turistáknak a 80-90%-a kisvasutazik, egyedül ezen keresztül tudják mérni a Gemencben megforduló turisták számát.
  - Szekszárd nem tudja kihasználni jelenleg a kerékpáros turizmust. Tapasztalataim alapján 10 éve még egyáltalán nem volt jellemző, az elmúlt 5 évben, viszont rohamosan nőtt a kerékpáros turisták száma. Érdeemes volna kommunikálni, hogy a környéket hogyan tudják kihasználni, felfedezni a kerékpározás szerelmesei: pl. Sió töltés, vagy a két Duna-híd által adott 80 km-es körtúra.
3. *Milyenek a visszajelzések a turisták részéről Szekszárd városával kapcsolatban? Rendelkeznek-e felmérésekkel, elemzésekkel erre vonatkozóan?*
- A beérkező felnőtt csoportoknak (céges, illetve baráti), valamint az ország más erdőgazdaságaiból hozzájuk érkező szakembereknek a programjában általában szerepel szekszárdi borkóstoló, amivel kapcsolatban jelzik megelégedettségüket.
4. *Szekszárd milyen marketingeszközöket használ a turizmus élénkítésére? Milyen szerepet kapnak a promócióban a rendezvények? Milyen jövőbeli változásokkal lehet számolni?*
- A város a hagyományos marketingcsatornákat alkalmazza. Van honlapja, de ez ma már nem számít kuriózumnak.

- A televízióban 30 mp-es reklámspotot leadni sem jelent sokat. Inkább a rejtett média megjelenéseknek van hatása: pl. az X-faktorban 4 szekszárdi versenyző is szerepel, vagy a Barátok közt című sorozat egy részét Szekszárdon forgatják stb.
  - De az ilyen jelegű megjelenéseket egy város, a hivatal nem tudja bevállalni, nagy a kockázata, ilyen jellegű próbálkozásokra leginkább a borászatok tudnának hangsúlyt fektetni.
  - Jelen van egy kulturális lokálpatriotizmus (Illyés, Babits), ami nem képes megfelelő számú érdeklődőt bevonni. Célszerű lenne helyette magas művészi színvonalú rendezvényeket, produkciókat szervezni, például színházat, ami Pécsről, vagy Budapestről vonzhatna látogatókat, lásd pl. Baja nyári rendezvényeit, amikor egy hétvégére 3500 nézőt csábítanak a városba.
5. *Az önkormányzat mennyire támogatja, illetve mennyire működik együtt a helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel? Miben nyilvánul meg? Mivel lehetne a vállalkozások megtelepülését, megtartását ösztönözni?*
- Örülünk egymás sikereinek, de nagy közös projektek nincsenek. Sok csillagnak kellene összeállni ahhoz a sok különböző érdek, kötődés és korlát miatt: lásd pl. Szarvas-csárda projekt.
  - Állami cég nemigen támogathat városokat, néha apró dolgokban tudnak segíteni, fő szponzorként nemigen szállnak be rendezvények támogatásába.
  - Olyat még nemigen sikerült kitalálni, amiből kölcsönösen nagy PR haszna lenne Szekszárdnak és a Gemencnek. A Szekszárd-Gemenc-Baja közös fellépés volt hasonló jellegű kezdeményezés.
6. *Mennyire versenyképes a helyi munkaerő? Milyen munkaerő-fejlesztést (hiányszakma, átképzés, nyelvismeret) tartanának szükségesnek? Mivel lehetne csökkenteni a fiatalok elvándorlását?*
- Ha nem találják a helyi lakosok megfelelő munkahelyet, el fognak menni, bármilyen jó hangulatú a város, a környezete. Ha a fiatalok nem találják helyben megfelelő színvonalú oktatást, ha a munkahely keresés során nincsen olyan munkahely, amire alapozhatják karrierüket, szintén odébb állnak; pl. egy szakmunkás olyan ipari létesítményre, amiben megbízik, hogy 10 év múlva is még jelen lesz a piacon.
  - A mezőgazdaság, a családi gazdaságok kapcsán probléma lehet, hogy le lesznek osztva a lapok, ha nem tudnak venni szőlőterületet, mezőgazdasági földterületet, hiába szakképzettek. Egy-egy borászat lehet jó kiindulópont a fiatalok számára borászként, vagy akár turisztikai szakemberként is.
7. *A szekszárdi fejlesztési tervekben milyen szerepet kapnak a már említett szervezetek, illetve rendezvények? Melyek a jövőbeli kijelölt irányok?*
-



- A vadászturizmust kivéve egyik turisztikai szegmens sem gazdaságos tevékenység számukra.
- A Gemenc Zrt. részére azonban tulajdonosi elvárás, hogy fejlődjön a vállalat közjóléti tevékenysége. A kék-túra, kisvasutak fontossága kiemelt, fenntartására gondolniuk kell. A kötelező feladatokra ezért működési támogatást kapnak. Amennyiben ez nem lenne, a kisvasutat nem tudnák működtetni, vagy csak 3 km-es szakaszon a látszat kedvéért, ebben az esetben nem lenne olyan költséges a fenntartása.
- Az infrastruktúrát csak apránként lehet fejleszteni, de az elengedhetetlen, mivel különben tönkretesszük azt, amiért hozzánk ellátogatnak a turisták. Ha nincsen megfelelő út, túraösvény, idegenvezető, közlekedési eszköz, akkor annak csak rombolás lesz a vége.

8. *Melyek a fő marketingeszközei a városnak? Ön szerint mennyire tekinthetőek azok sikeresnek?*

Lásd 4-es kérdésre adott válasz.

9. *Jelenleg milyen fejlesztési, bővítési tervekkel és beruházásokkal lehet számolni az Ön által képviselt szervezetnél?*

- A kisvasút pályasebességének növelése egyes szakaszokon, hogy a Pörböly-Dunapart útvonal 2 órás útvonala fél órával rövidüljön.
- Szálláshelybővítés Keselyűsben. A vadászházak turistaszállásként való használata nehézkes (megközelíthetőség, szobák elrendezése stb.).
- Pörbölyön az erdei iskola jelenlegi szobáit 2-3 ágyas pótágyazható szobákká alakítani, a 40-42 férőhely az osztálykirándulók és az erdei iskola résztvevői mellett másokat is ki tudna szolgálni.
- Horgászturizmus fejlesztése a Sión, Sötétvölgyben, Keselyűsben, vagy a Gemenc egy-egy belső területén (esetleg Sáros, Kis-Decsi-Holt-Duna, Rezéti-Duna, vagy Lassi).

10. *Melyek azok a beruházások, amelyek a közelmúltban valósultak meg? Milyen gazdasági hatásait tapasztalják a megvalósulás óta?*

- Pörbölyi Ökoturisztikai Centrum kiállításainak megújítása.
- Nagy-Rezét méhészeti kiállítás, valamint vasúti megálló kialakítása.
- Lassi és Malomtelelő közötti tanösvény átalakítása. Tanösvény kategóriában az Év turisztikai létesítménye díjjal ismerték el idén.
- Keselyűsi fogadóépület átadása a vasúti megállóhelynél.
- Fentiek hatására az idei évben növekedett a látogatók, illetve a kisvasút utasainak a száma, valamint a náluk töltött vendégéjszakák száma. Természetesen ebben az előző évi árvíz negatív

hatása is szerepet játszott, de szeptemberben azonos körülmények között 15-20%-os növekedést tapasztaltak.

- Jövőre 1-1 hónappal megnyújtják a vasúti szezont, áprilistól októberig fog tartani. A Bárányfoki megállót nem fogják használni, viszont Keselyűs és a Duna-part között besúrítik a járatokat, hogy az új fogadóépületnek nagyobb forgalmat tudjanak biztosítani, valamint 1 és 2 órás, továbbá hosszabb programoknak is teret nyújtsanak a szekszárdi szárnyvonalon, ahol olyan fejlesztések is megvalósultak az utóbbi években, mint Sárosnál a kilátótorony, 1,5 km-es tanösvény a töltés és a Keselyűsi-Holt-Sió közötti erdőrészletben, valamint a Forgó-tó tanösvény.
- A Sió-zsilip felújításának befejezését követően problémáktól mentesebb lehet a vízitúrázás a Sión. Itt nem számítanak tömegre, de évi 10 kenutúra reálisnak látszik. Leginkább túraszervező cégek, pl. Kalandor, Baraka akarnak szolgáltatni.

### **Gál Attila (Tringa borpince, TDM projektmenedzser)**

**2014. szeptember, Dr. Oroszi Viktor György**

*1. Melyek Szekszárd város imázsának meghatározó elemei?*

Bor, irodalmi kultúra, népművészet, természeti környezet.

*2. Tapasztalatai szerint mi jellemzi Szekszárd turisztikai keresletét, kínálatát, versenyképességét? Milyen a látogatók megoszlása, szezonálitása?*

A kereslet és kínálat húzóereje is a borturizmus, kisebb részben pedig a kulturális és aktív turizmus, jellemző a szezonálitás, a tavasz és az ősz erősebbek, nyáron van egy kis visszaesés, a tél pedig abszolút pangó időszak.

*3. Milyenek a visszajelzések a turisták részéről Szekszárd városával kapcsolatban? Rendelkeznek-e felmérésekkel, elemzésekkel erre vonatkozóan?*

Szerencsére egyre pozitívabbak a visszajelzések, látják és értékelik is az elmúlt években végrehajtott fejlesztéseket. Konkrét felmérésünk nincs, jelenleg folyamatban van egy 300 fős mintavétellel készülő vendégelégedettség kutatásunk.

*4. Szekszárd milyen marketingeszközöket használ a turizmus élénkítésére? Milyen szerepet kapnak a promócióban a rendezvények? Milyen jövőbeli változásokkal lehet számolni?*

A marketingre szánt források nagyon korlátozottak, jelenleg inkább a borászok a zászlóvivők, helyben pedig a Tourinform iroda ad hasznos információkat, illetve nyomtatott kiadványokat. A

közeljövő fejlesztése lesz egy új, interaktív turisztikai honlap kialakítása, emellett lehetőségünk lesz új kiadványok, térképek, imázsfilm készítésére is. A rendezvényeknek, illetve elsősorban a Szekszárdi Szüreti Napoknak van nagyon erőteljes hatása a városimázs tekintetében, de több hasonló nivójú rendezvényre lenne szükség.

5. *Az önkormányzat mennyire támogatja, illetve mennyire működik együtt a helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel? Miben nyilvánul meg? Mivel lehetne a vállalkozások megtelepülését, megtartását ösztönözni?*

Az önkormányzat amennyire tudja, támogatja és együttműködik a vállalkozásokkal, pl. a borászok segítésére hozta létre a Garay-pincét, a mezőgazdasági termelők segítésére új piactér épült, de új ipari park, illetve inkubátorház is készült. A helyi vállalkozók a rendezvényeken is fontos partnerek akár beszállítóként, kiállítóként, vagy támogatóként.

6. *Mennyire versenyképes a helyi munkaerő? Milyen munkaerő-fejlesztést (hiányszakma, átképzés, nyelvismeret) tartanának szükségesnek? Mivel lehetne csökkenteni a fiatalok elvándorlását?*

A kitörési pont a turizmus lehet, ennek megfelelően az elsődleges feladat a turizmussal és vendéglátással kapcsolatos szakmák erősítése, illetve az idegen nyelvek ismerete lehet a kitűzött cél, de emellett az agrár-, illetve mérnöki képzéseknek is jelentős szerepe lenne.

7. *A szekszárdi fejlesztési tervekben milyen szerepet kapnak a már említett szervezetek, illetve rendezvények? Melyek a jövőbeli kijelölt irányok?*

Minden egyes beruházásnál alapvető cél, hogy a kivitelezési munkákat a lehető legnagyobb arányban helyi cégek végezzék, ezzel helyben tartva a forrásokat. A jövőben turisztikai célú beruházások kaphatnak nagyobb szerepet (kerékpárút-fejlesztés, szálláshely-kapacitás bővítése, strandfürdő fejlesztése).

8. *Melyek a fő marketingeszközei a városnak? Ön szerint mennyire tekinthetőek sikeresnek?*

Népszerű és nivós rendezvényeink, emellett pedig szakmai kiállításokon megjelenés, illetve boraink nemzetközi hírneve.

9. *Jelenleg milyen fejlesztési, bővítési tervekkel és beruházásokkal lehet számolni az Ön által képviselt szervezetenél?*

Fejlesztési lehetőségeink között szerepel turisztikai táblarendszer kiépítése, új turisztikai honlap létrehozása, szolgáltatói szemléletformáló oktatások szervezése, nyomtatott és online marketing eszközök igénybe vétele.

*10. Melyek azok a beruházások, amelyek a közelmúltban valósultak meg? Milyen gazdasági hatásait tapasztalják a megvalósulás óta?*

Teljes belváros-rehabilitáció keretében főtér és piactér átalakítása, felújítása új közösségi terekké, Garay-élménypince átadása, új Tourinform iroda átadása, a Vármegyeháza teljes felújítása, ezek mindegyike új munkahelyeket teremtett, illetve a helyben lakók komfortérzetének növelésén túl turisztikai célokat is szolgál; érezhetően emelkedett is a vendégek száma. Ezenkívül további térfelújítások, a teljes közvilágítás korszerűsítése is megvalósult, illetve zajlik a középületek fotovoltaikus rendszerekkel történő felszerelése és a teljes új vízbázis kiépítése is, melyektől fenntartható és energiahatékony fejlődést remélünk.

*11. Mennyire hangsúlyos a sport szerepe Szekszárd életében, marketingjében?*

Szekszárd évek óta sikeres szereplője a legsportosabb városok versenyének, komoly múltra visszatekintő nemzetközi versenyek, illetve fiatal, de robbanásszerű látogatószám-növekedéssel büszkélkedhető sportesemények egyaránt vannak a városban, szinte minden sportágban működnek szakosztályok a tömeg- és versenysport céljait egyaránt szolgálva.

**Mészáros Pál – tulajdonos, Mészáros Borház, Merops Hotel**

**2014. szeptember - Vas Gáborné Guld Zsuzsanna**

*1. Mi jellemzi Szekszárd turisztikai keresletét, kínálatát, versenyképességét? Milyen a látogatók megoszlása, szezonaritása? Milyenek a visszajelzések a turisták részéről? Vannak-e felmérések, elemzések erre vonatkozóan?*

A Szüreti fesztivál, Pünkösdi fesztivál kiemelt rendezvény a város és a borászok számára; tavasz-ősz-tél időszakában sokkal több a vendég, nyáron nincs turista egyáltalán; a városközpont megújulása óta egyre nagyobb a látogatottság, elégedettség.

*2. Szekszárd milyen marketingeszközöket használ a turizmus élénkítésére? Milyen szerepet kapnak a promócióban a rendezvények? Milyen jövőbeli változásokkal lehet számolni?*

A rendezvények kiemelt szerepet kapnak országos, pozitív visszajelzések alapján! A szolgáltatások bővítésével egyre több vendégre számítanak. Szálláslehetőségek, borászoknál kisebb panziók és a közeljövőben nyíló borhotel ebben kap óriási szerepet.

3. *Az önkormányzat mennyire támogatja, illetve mennyire működik együtt a helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel? Miben nyilvánul meg? Mivel lehetne a vállalkozások megtelepülését, megtartását ösztönözni?*

Támogatja és együttműködik, pozitív a kapcsolat. Telkek biztosítása, infrastruktúra teljes kiépítése nélkülözhetetlen a vállalkozások megtartása szempontjából. Továbbá fontos a hatóságok együttműködése, hogy támogatólag és lojálisan bánjanak velük.

4. *Mennyire versenyképes a helyi munkaerő? Milyen munkaerő-fejlesztést (hiányszakma, átképzés, nyelvismeret) tartanának szükségesnek? Mivel lehetne csökkenteni a fiatalok elvándorlását?*

Versenyképes a helyi munkaerő. Munkahelyteremtés – jól fizető állásokkal lehetne a fiatalokat itt tartani. Teljesen elégedettek a munkaerővel, akik eddig náluk dolgoztak, akár gyakornokként is – versenyképes munkaerő.

5. *Az szekszárdi fejlesztési tervekben milyen szerepet kapnak a már említett szervezetek illetve rendezvények? Melyek a jövőbeli kijelölt irányok?*

A borkultúra fontossága a jövőben is óriási szerepet kap a városi rendezvényeken is, nem csak a borfesztiválokon.

6. *Melyek a város fő marketingeszközei? Mennyire tekinthetőek sikeresnek?*

- nincs válasz

7. *Jelenleg milyen fejlesztési, bővítési tervekkel és beruházásokkal lehet számolni?*

- nincs válasz

8. *Melyek azok a beruházások, amelyek a közelmúltban valósultak meg? Milyen gazdasági hatásait tapasztalják a megvalósulás óta?*

A minőségi szálláslehetőségek száma folyamatosan növekszik, bővült szolgáltatásokkal, pl.: a Merops Borhotel esetében a bor, borkultúra lesz a középpontban, továbbá lehetőséget kapnak a konferenciatermekben igény szerint tréningek, továbbképzések. Plusz szolgáltatás a wellness

részleg kialakítása, parkolási lehetőség, kerékpárkölcsonzó; előny, hogy könnyen megközelíthető, a városközpontban van, 50 fő részére biztosít helyet.

## 4. Marketingterv

### 4.1. Honnan indulunk? A felmérések eredményeinek összegzése

/Husztai Zsolt/

A környezet- és helyzetelemzés első fejezete az Országos Széchényi Könyvtár adatai alapján több szempontból feltárta a település múltját, illetve a meglévő hagyományok alapjait. Ez megmutatja a helyi gazdaság és társadalom fejlődésének állomásait.

Ezt alátámasztja a település jelenlegi helyzetének számszaki-statisztikai értékelése, mely az általános demográfiai adatokon túl tartalmazza az iskolázottsági és foglalkoztatottsági tényezőket is. Ezt követik a lakosok jövedelmi és adózási adatai, majd a gazdasági társaságok főbb adatai, illetve a külső forrásbevonás (pályázási hajlandóság és sikeresség) részletes jellemzése.

Az ezt követő fejezet a település természeti környezetének jellemzése, majd a település rövid leírása saját várostérségében elfoglalt helye kapcsán. Szekszárd legfőbb ismérve a bor, így nem maradhatott ki a város és a bor kapcsolatának leírása sem.

A tervezési dokumentumok megléte vagy meg nem léte alapvetően meghatározza a település működését. Emellett fontos a település megjelenése magasabb szintű dokumentumokban. Így ennek áttekintése és részbeni kritikája hangzik el, melyet a városi hívószavak alkalmazáselemzése követ.

A primer kutatások három területre bomlanak: egy álló vizsgálat a város arcáról, majd egy a szüreti fesztiválon részt vevők véleményéről, illetve egy mélyinterjú-sorozat a város marketingtevékenységei tárgyában.

Jelen fejezet az előző fejezetbe foglalt adatok, információk feldolgozásával kezdődve éri el a stratégia megalkotásának szintjét.

### 4.2. Elemzések

A konkrét javaslatok kidolgozásának előkészületi munkái tulajdonképpen a releváns elemzések elkészítését jelentik. Ez azt jelenti, hogy a város úgy válhat képessé hatékonyan és gyorsan egy adott projektnek, projektelképzelésnek a kiírt pályázat keretei közé való szorítására, amennyiben a fenti elemzések rendelkezésre állnak és azok reális képet adnak.

Amennyiben ezek az elemzések nem, vagy csak hiányosan történnek meg, esetleg az eredmények nem állnak rendelkezésre, akkor egy-két lényegi tulajdonság birtokában a fenti elemzések utólag vagy ideiglenesen pótolhatóak. Jelen esetben ez a háttéranyagok egyfajta összefoglalását jelenti.

### 4.2.1. Problémafa és célfa

/Husztai Zsolt/

A **problémafa** (10. sz. ábra) és a **célfa** (11. sz. ábra) két egymással szorosan összefüggő elemzés. A két elemzés egymásból fakad oly módon, hogy csak a problémafa elkészítése után (abból származtatva) kerülhet sor a célfa kimunkálására, mely egyben a problémafa ellenőrzése is.

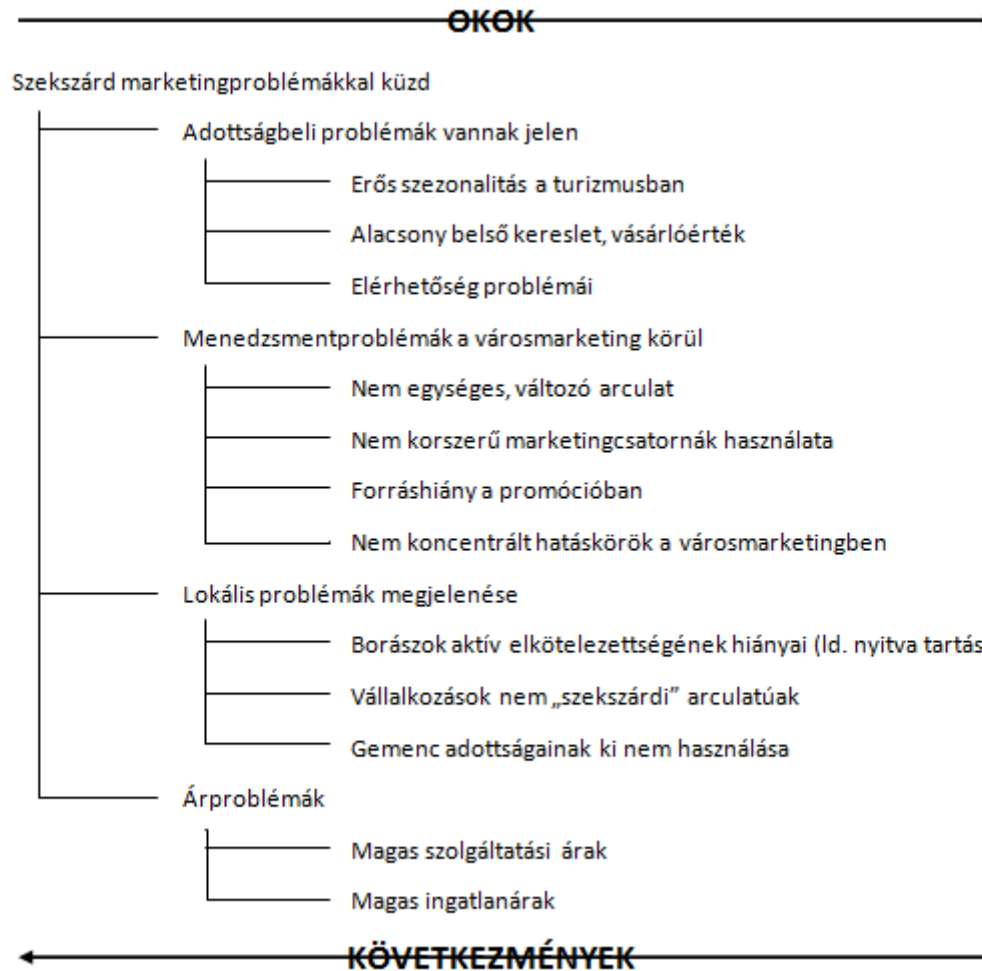
Egy problémafa-célfa pár egy adott projektnek egy-egy részét is átfogja, ebben az esetben nyilván a teljes (egész) elemzés a programra vonatkozik.

A problémafa felállítása először a problémák azonosításával történik, majd – amennyiben sikerült azonosítani az összes lehetséges problémát – ok-okozati összefüggésekkel hierarchikus rendet kell ezek között felállítani.

A problémafa esetében az ok-okozati összefüggés annyit jelent, hogy meg kell keresni a központi problémát, amely megoldására a projekt irányul majd. A problémák e központi probléma köré csoportosulnak, és logikai rendszerbe kapcsolódva hozzák létre az ágrajtot. A szerteágazó témáknál egyszerűsítések alkalmazhatóak.



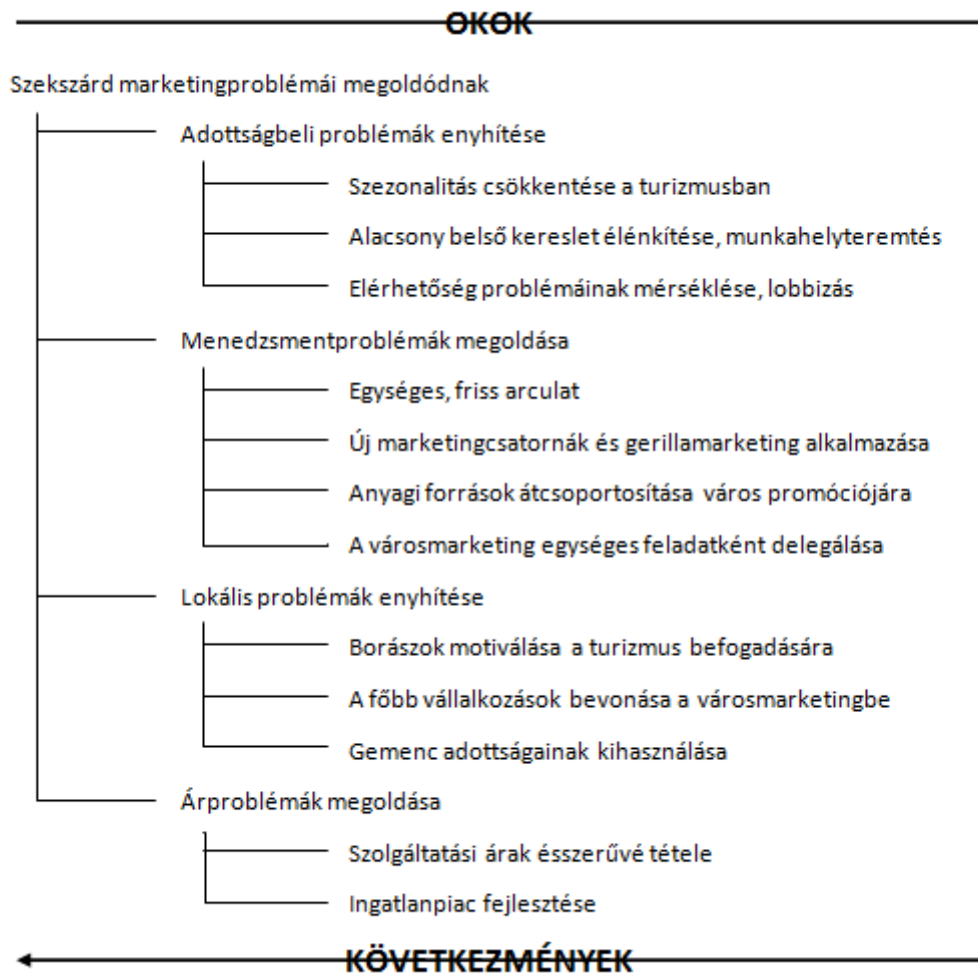
## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.



Problémafa

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

---

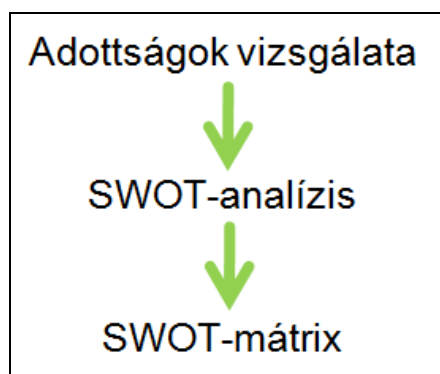


Célfa

#### 4.2.2. SWOT-analízis és követendő stratégia

/Huszi Zsolt – Slezák-Bartos Zsuzsanna – Máté Andrea/

Sokan találkoztak már az élet különböző területein SWOT-analízissel, de legtöbbször nem komplex folyamatként, hanem izolált elemzésként kezelik azt, így viszont az elemzés nem éri el célját.



A SWOT komplex folyamata

A SWOT betűszó. A SWOT-analízis tulajdonképpen egy egyszerű táblázat, melybe az adott projekt és környezetének vizsgálata történik meg. Egy-egy mezőbe felsorolásszerűen kell feltüntetni az erősségeket (strengths), gyengeségeket (weaknesses), lehetőségeket (opportunities) és veszélyeket (threats).

A négy csoportba kell tehát besorolni mindazon tulajdonságokat, melyek az adott projekt szempontjából relevánsak. A tulajdonságokat korábbi elemzések alapján tudjuk összegyűjteni.

ERŐSSÉGEK	GYENGESEGEK
(belső, pozitív tényezők felsorolása)	(belső, negatív tényezők felsorolása)
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
(külső, pozitív tényezők felsorolása)	(külső, negatív tényezők felsorolása)

A SWOT-analízis sémája

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A SWOT-analízis egyfajta továbbfejlesztése a négy tulajdonságcsoport mátrixba rendezése (14. sz. ábra). Ez alkalmas – esetlegesen előlünk is – rejtett információk kinyerésére, továbbá bizonyos cselekvések, illetve cselekvési stratégiák megalkotására.

Ennek elkészítéséhez szükség van a SWOT-analízisben felsorolt tényezők súlyozására. Ez történhet az elemek száma, vagy előre meghatározott szubjektív tényezők alapján. Így tehát a SWOT-analízis súlyozásának értékelésével határozhatóak meg a projekt készítése során követendő stratégiák.

	ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
LEHETŐSÉGEK	OFFENZÍV STRATÉGIA (pl.: fejlesztések, piacszerzések; kooperáció, stb.)	VÁLTOZÁSORIENTÁLT STRATÉGIA (pl.: tőkebevonás, partnerkeresés)
VESZÉLYEK	DIVERZIFIKÁLT STRATÉGIA (pl.: reklám fokozása, új fogyasztók megnyerése, szervezeti ráépülés)	DEFENZÍV STRATÉGIA (pl.: belső viták rendezése, veszteségek felszámolása, szervezetfejlesztés)

SWOT-mátrix

SWOT-analízis készíthető tématerületenként és komplexen is. Ennek alapján Szekszárd marketingközpontú SWOT-analízise az alábbiak szerint alakul:

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A bor, mint brand megléte és erős jelenléte a város életében.</li> <li>• Számos, országosan és nemzetközileg is ismert és elismert borászat található Szekszárdon. Maga a borvidék 1925 hektáron terül el és a szőlőművelés hagyományai a római korig nyúlnak vissza. Leghíresebb szőlőfajta a kadarka, mely a török idején került ide.</li> <li>• A 2012 májusában megnyílt a Szekszárdi Családbarát Strand- és Élményszálló minden korosztály számára kikapcsolódási lehetőséget biztosít. A Városi Sportcsarnok és a sportpályák változatos lehetőségeket kínálnak a sportolni és kikapcsolódni vágyóknak.</li> <li>• Országosan ismert és sikeres vállalkozás, cég telephelye, illetve üzeme található Szekszárdon (pl. Tolle, Tolnagro, BHG, Siótrans stb.).</li> <li>• Számos városfejlesztési projekt valósult meg és jelenleg is zajlik a belváros rekonstrukciós alakítása kapcsán.</li> <li>• Több bevásárlóközpont (pl. Tesco, Obi, ParkCenter, Lidl) áll rendelkezésre a helyi lakosság kiszolgálására, illetve újonnan épül az Interspar helyi üzlete, mely a közeljövőben kerül átadásra, bővítve a vásárlási lehetőségeket.</li> <li>• A helyi kommunikációs csatornák rendelkezésre állnak a gyors információáramláshoz.</li> <li>• Jó természeti adottságok, közeli természeti értékek: Gemenc, Sötétvölgy, Csörge-tó.</li> <li>• Kultúra, rendezvények és sport meglévő hagyományai (Szépítsük együtt Szekszárdot!, Szüreti Napok ismertsége és keresettség, Bartina néptáncgyűttes emblematikus léte, múzeumok és bemutatóhelyek gazdaságága, stb.).</li> <li>• Az elmúlt másfél évtizedben javult az elérhetőség: M6, M9, híd.</li> <li>• Megyeszékhely rang és szolgáltatások.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• További elérhetőségi problémák: M6 nem megy a határig, nincs M9.</li> <li>• Kommunikációs problémák: nincs határozott városi arculat; bizonytalan a szlogen és a logó, gyenge kommunikáció a helyi lakossággal, elavult informatikai megoldások.</li> <li>• Árérzékeny lakók, alacsony fizetések, a fizetőképes kereslet gyenge.</li> <li>• A lakók és lakóközösségek gyenge lokálpatriotizmusa, valamint városszervezési problémák (szemetes utcák, galamb-probléma, gyenge környezettudatosság, érdektelenség, céltalanság, gyenge pénzügyi háttér a házak szigeteléshez és korszerűsítéséhez).</li> <li>• Demográfiai-szociális gondok (kevés munkahely, fiatalok elvándorlása).</li> <li>• Kevés szórakozóhely, a borászatok esti és hét végi nyitva tartása elégtelen.</li> <li>• Kereskedelmi problémák (középparas üzletek hiánya, sok üres üzlethelyiség, sok kínai bolt és turkáló, nagyon problémás nyitva tartás még a borászatok esetében is, stb.).</li> <li>• A város megközelítése vonattal csak a MÁV 46-os számú (Sárbogárd-Szekszárd-Bátaszék) vasútvonalán történhet, Budapestről csak átszállással, illetve távolsági buszok igénybevételével érhető el.</li> <li>• A város a szálláshelyek számát, illetve a férőhelyek számát figyelembe véve elmaradásban van, mind minőségi, mind mennyiségi tekintetben.</li> <li>• Kevés és korszerűtlen marketingeszközt használ fel a város. Legfőképpen a helyi média adta lehetőségeket alkalmazza. Szekszárd városi honlapja színes és tartalmaz, az idelátogató sok információt kap.</li> <li>• Az M6 autópálya megépítésével, annak előnyei kiaknázatlanok maradtak.</li> </ul>

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"><li>• Az M9 továbbépítése és az M6 befejezése javíthatja az elérhetőséget, az ezért való lobbizás a politika szükséges célja kell, hogy legyen.</li><li>• A helyi gazdaságfejlesztés munkahelyeket teremt, ezáltal fizetőképes helyi kereslet jön létre.</li><li>• A helyi pénz bevezetése élénkítheti a belső keresletet.</li><li>• A szekszárdi cégek létükkel javíthatják a város ismertségét (Tolle tejdoboz-hirdetés, Gemenc Volán autóbuszai, stb.).</li><li>• Internetes információközlés bővítése, a honlap bővítésével, illetve egyéb marketingeszközökkel, ezáltal újabb látogatók vonhatók be.</li><li>• További rendezvények országos promótálása további lehetőségeket jelenthetne.</li><li>• Az okostelefonok elterjedésével új marketingirány valósulna meg. A már külföldi szemléletmódok, mint a blogok, Twitter, Facebook használata. Egy „élménymegosztó” honlap segítségével a pozitív tapasztalatok megosztása rövid idő alatt végbemenne, és az információ széles körben is elterjedhetne. Tervezhető egy „app” is.</li><li>• Gyakorlatilag minden marketingeszköz, amit a város eddig nem használt (legfőképpen újságok, internetes honlapok, tv, rádió).</li><li>• Együttműködési kapcsolatok fejlesztése, erősítése a város és a civil szervezetek, vállalkozások között (pl. borászok, Gemenc).</li><li>• A Paksi Atomerőmű fejlesztésének multiplikatív fejlesztő hatásai.</li><li>• Limes-projekt, Mária-út és egyéb nemzetközi turisztikai fejlesztésekbe való aktív bekapcsolódás.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Az egyoldalú direktmarketing használata nem vonz újabb látogatókat, így erősen csak a már „megszokott” vendégkörre támaszkodik a város.</li><li>• Oktatás szempontjából Pécs nagyváros jellegéből adódóan több tanulási és kulturális lehetőséget biztosíthat a hallgatók, iskolások részére.</li><li>• Egyes intézmények és szervezetek túlterhelése, az erőforrások nem megfelelő használata.</li><li>• A Paksi Atomerőmű bővítése kapcsán Paks város fejlődése oly mértékben megerősödik, hogy egyes szerepekben Szekszárd riválisává válik.</li></ul>

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

A négy tényezőcsoport súlyát tekintve a stratégia jobbra offenzív irányba kell, hogy mutasson, de kisebbrészt, főleg az elérhetőséget és a piaci keresleti oldalt górcső alá véve, változásorientált eszközökhöz kell nyúlni.

### 4.2.3. Érintettek elemzése

/Husztai Zsolt/

A **Stakeholder-analízis** kifejezés magyarul az érintettek elemzését jelenti. Érintettként aposztrofálhatjuk mindazon személyeket, szervezeteket és szerveket, melyek adott ügygel **bármilyen kapcsolatban** állnak vagy azzal kapcsolatba kerülnek.

Az analízis készítésének két lépése van:

- 1) az érintettek összegyűjtése,
- 2) az érintettek minősítése a saját ügyünk szempontjából.

Az első részfeladatban a célcsoport meghatározásához hasonlóan – annál azonban jóval bővebb körben – kell összegyűjteni érintetteket. A potenciális érintettek összegyűjtése során ügyelnünk kell arra, hogy nemcsak a pozitív, velünk jó viszonyban álló és a lelkesen támogató érintetteket kell összegyűjteni, hanem, a definíció szerint: **mindet!** Nem szabad elfelejteni, hogy ezen elemzést arra használják, hogy azonosítsák a lehetséges partnereket, valamint a támogatókat, a vetélytársakat, sőt a potenciális ellenzőket is.

Miután a felsorolás elkészült, a résztvevőket több szempont alapján minősíteni kell. A két minősítési szempont a projekthez való viszony és a képviselt erő. A két minősítés alapján már feltételezhető, hogy az adott személy, szervezet, cég hogyan viszonyul majd a projekthez, illetve vállal-e valamilyen szerepet.

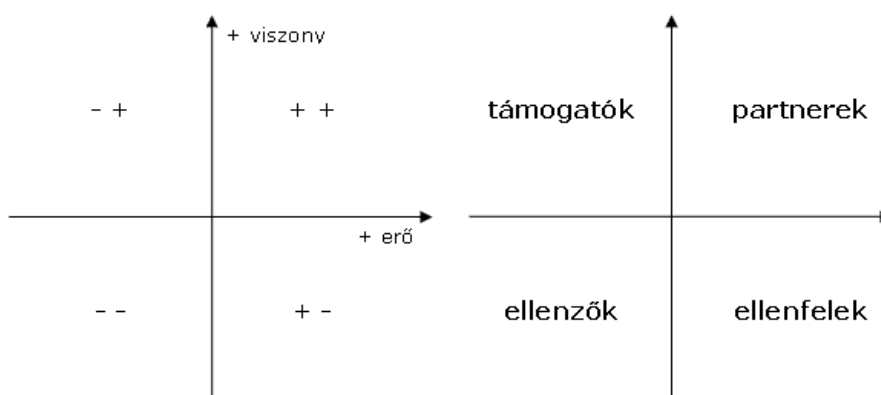
	ÉRINTETT SZEMÉLY/CÉG/SZERVEZET	VISZONY (+/-)	ERŐ (+/-)
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
...			

Stakeholder-analízis minta

A projekthez való viszony ábrázolható egy egyszerű kétdimenziós koordináta-rendszerben. A koordináta-rendszer ábrázolásából ugyanakkor egyértelműen kitűnik, hogy a projekt milyen

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

környezetben zajlik majd. Egyúttal lehetőséget jelent ez arra is, hogy szükség esetén előzőleg be lehessen avatkozni a projekt sikerének érdekében.



A Stakeholder-analízis grafikus ábrázolásának lehetősége

Jelen esetben a helyi társadalom szereplőinek és a városmarketing kapcsolatát vettük az elemzés tárgyául. Ennek alapján a Stakeholder-analízis az alábbi értékelést követi: az értékelést -5-től +5-ig skáláztuk, ahol értelemszerűen a negatív tartományban a képviseleti erővel egyáltalán nem rendelkező, illetve a velünk szemben teljesen elutasító magatartást értékeltük, majd a neutrális tartomány /0 körüli értékek/ után érkezünk el az erős képviselet, illetve a támogató magatartás felé.

ssz.	érintett	erő	viszony
1.	Városi közgyűlés	+5	+5
2.	Városi hivatalnokok, tisztviselők	+4	+3
3.	Megyei és járási hivatalok, Kormányhivatalok	+2	-2
4.	Országgyűlési képviselők, politikusok	+2	+4
5.	Atomerőmű (a fejlesztés kapcsán)	+5	-1
6.	Borászok	+4	+2
7.	Lakosság	-2	+2
8.	Civil szervezetek	-3	+5
9.	Helyi emblematikus cégek (Tolle, Gemenc Volán, TolnAgro, stb.)	+3	+1
10.	Egyetemisták (PTE IGYK)	-5	0
11.	TDM-szervezet	-4	+5



### **4.2.31. Civil kezdeményezések**

/Oroszi Viktor György/

Szekszárd igen nagy kultúrával és hagyományokkal rendelkező város. Civil élete aktív, ezért a Stakeholder-analízis kiegészítéseként foglalkozni kell a főbb civil szervezetekkel és azok, mint érintettek lehetséges szerepével, mivel ezek a helyi társadalom aktív tagjait fogják össze.

#### **Környezet- és természetvédelmi civil szervezetek:**

A lakosság környezettudatos szemléletének formálásában, lakókörnyezetük természeti értékeinek megismerésében, a fenntartható gazdálkodás- és életmód terjesztésében, a köztisztaság fenntartásában (pl. szemétyűjtő akciók) játszanak fontos szerepet:

- Magyar Madártani Egyesület Szekszárdi helyi csoport – Madarak és Fák napja, környezeti nevelés
- Zöldtárs Alapítvány – Klímabarát Település koordinációja, környezeti nevelés
- Tolna Megyei Természetvédelmi Alapítvány – alapkutatások, környezeti nevelés

#### **Sportegyesületek:**

„Szekszárd városban 44 bejegyzett, 33 aktívan működő sportegyesület, sportszervezet működik. Ebből 20 egyesületben foglalkoznak versenysport- és utánpótlás-neveléssel, a többi 13 szervezet a szabadidő hasznos eltöltését, illetve az egészséges életmódhoz szükséges rendszeres testmozgást biztosította tagjai számára. A 33 szervezet összesen 2455 tagból áll, melyből 1074 fő igazolt versenyző, 1293 fő szabadidősporttal foglalkozik, a többi 93 fő pedig az egyesületek működését segíti. Az önkormányzat az egyéni sportágak közül kiemelten kezelje az atlétika, asztalitenisz, judo, kerékpár, úszás szakosztályai mellett mindazon szakosztályokat, amelyek válogatottakat, olimpiikonokat nevelnek, készítenek fel, akik az Olimpián, Európa Bajnokságokon, Világbajnokságokon, Világkupákon vesznek részt, illetve eredményeikkel részvételi jogosultságot szereznek” (Szekszárd Város Sportkonceptiója 2013-2016).

A város korábban a Húsos Kupa nemzetközi súlyemelő versenyeiről volt ismert. Jelenleg a legnagyobb taglétszámmal és igazolt versenyzői létszámmal rendelkező sportegyesületek: KSC Szekszárd, UKSE Szekszárd, Szekszárdi UFC. Országos szinten a legnagyobb publicitást is általában a kosárlabda, kézilabda és alkalmanként (Magyar Kupa mérkőzések esetén) a futball események kapnak. 2011 és 2013 között Szekszárd adott otthont az országos atlétikai bajnokságnak. Jelenleg a Borvidék Félmaraton, a Gemenc Nagydíj kerékpáros verseny és az Unio Bokszt Team bokszt gálái vonzanak még

nagyobb közönséget. Ezenkívül az alább egyesületek értek el jelentős nemzetközi sikereket a versenyszervezés, vagy versenyeredmények terén:

- Alisca Nyilai Íjász Egyesület
- Tolnai Tájak Íjász Egyesület
- Rádió Klub
- Szd. Asztalitenisz klub
- Ifjúsági Unió Szekszárd
- Szekszárdi Kajak-Kenu Sportegyesület
- Ócsényi Repülőklub SE
- IPPON Karate SE
- Gemenc Judo Klub Egyesület
- Vízmu SE
- ([http://www.szekszard.hu/sportelet\\_szekszardon](http://www.szekszard.hu/sportelet_szekszardon))

### **Művészeti egyesületek:**

Szekszárdon összesen 19 művészeti egyesület működik, melyek a városi eseményeken rendszeresen fellépnek, színesítve azok programját. Közülük az alábbiak jelentős nemzetközi sikereket is elértek, ezzel népszerűsítve a települést:

- Bartina Néptánc Egyesület – nemzetközi hírű, több kontinensen is sikerrel léptek fel (legutóbb Mexikóban)
- Szekszárd Junior Stars 2006 decemberében megkapta a Demján Sándor és a Vállalkozók Országos Szövetsége által 2003-ban alapított Prima díjat, több nemzetközi fellépésen vettek részt
- Szekszárdi Madrigálkórus: Az elmúlt 40 évben közel 600 fellépés, 30 külföldi verseny és fesztivál, számtalan elismerés és kitüntetés

### **Borászathoz kötődő civil szervezetek:**

A Szekszárdi borvidék arculatának szerves részét képezik. A szőlészethez, borászathoz kötődő események rendszeres résztvevői, szervezői, támogatói. A borturizmus, a minőségi bortermelés, a kulturált borfogyasztás, a szekszárdi borok elismertségének fejlesztésében van jelentős szerepük.

- Szekszárdi Borvidék Borút Egyesület
- Borászok Céhe
- Alisca Borrend

### Egyéb szervezetek:

- Rotary Club – városfejlesztésben vállal szerepet
- Szekszárd és Térsége Turisztikai Közhasznú Egyesület (TDM szervezet, turisztikai fejlesztésekben vállalt kiemelkedő szerep)
- Polip Ifjúsági Iroda – nemzetközi kapcsolatok, ifjúsági csereprogram, helyi ifjúsági programok szervezése
- ZUG Ifjúsági, Művelődési és Művészeti Egyesület (ifjúsági programok)
- A város két horgászegyesülete (Közalkalmazotti HE, Városi HE) szintén több száz embert tömörít szabadidejük kellemes eltöltése érdekében

### 4.2.4. Szekszárd marketingtermékei – BCG mátrix

/Slezák-Bartos Zsuzsanna/

A BCG mátrix (vagy növekedési/részesedési mátrix) a portfólió módszerek közül az egyik legáltalánosabb, legismertebb stratégiai elemzési módszer, amit Bruce D. Hendeson 1970-ben alkotott meg. A BCG mátrix segítségével a termékek csoportosíthatók, és megbecsülhető a nyereségtermelő képességük, illetve eredményességük. Ez segít a stratégiai irányok megfogalmazásában is.

A BCG mátrix készítésének lényege:

- az szervezetek termékeinek piaci pozicionálása,
- optimális termék-portfólió kialakítása,
- termékek életgörbéjének meghatározása.

A BCG mátrix az alábbi négy kategóriát különbözteti meg, melyeknek Szekszárdra vonatkozó elemei a következők:

#### Sztárok:

A sztárok csoportjába tartoznak azok a legjobb pozícióban lévő termékek, szolgáltatások, melyek magas relatív piaci részesedéssel rendelkeznek a piacon. A kereslet igen jelentős az ilyen fajta termékek iránt, de nagy költségekkel jár a kedvező pozíció megtartása egy ilyen magas növekedésű piacon. Ebben a pozícióban a piaci szereplők lehetséges stratégiái: további növekedés vagy szinten tartás. Ebbe a kategóriába sorolhatók: pl. a Szüreti Fesztivál, a szekszárdi díjnyertes borok és borászatok.

#### Fejős Tehenek:

A fejős tehének csoportjába azok a szolgáltatások és termékek kerülnek, amelyek piaca már nem tud terjeszkedni, vagy csak kis mértékben növekedhet. Ezeknek a termékeknek a pénzáramlása magas. Ezt az állapotot a lehető leghosszabb ideig érdemes fenntartani. Ebben a pozícióban a piaci szereplők lehetséges stratégiái: szinten tartás vagy aratás. pl. Gemenc, rendezvények, sportprogramok, szekszárdi fürdő.

### **Kérdőjelek:**

A kérdőjelek kategóriába eső termékek új termékek, amelyeknek piaci részesedése bár alacsony, de a gyorsan bővülő piac nagy lehetőségeket tartogat számukra a jövőre vonatkozóan. Ebben a kategóriába tartozó termékek még nem nyereségesek, hisz a folyamatosan változó piaci igények kielégítése és a részesedés növelése, illetve szinten tartása nagy költségekkel jár. Ebben a pozícióban a piaci szereplők stratégiái: további növekedés vagy visszavonulás. Ilyen pl. a jelenleg is tartó rekonstrukciós városfejlesztési projekt keretében a piactér-vásárcsarnok új belvárosi városrész kialakítása.

### **Döglött Kutya:**

A legutolsó kategóriába tartozó termékek az adott cég legkedvezőtlenebb pozícióban lévő szolgáltatásai, vagy termékei. Ebben a kategóriában a piac egyáltalán nem, vagy csak minimális szinten bővül, és emellett a piaci részesedés is rendkívül alacsony. A döglött kutyák más pozícióban szerepelt vállalkozások voltak; egykori fejőstehenek, vagy olyan termékek, melyek nem tudtak a piacon teret nyerni: pl. Gemenc Hotel, régi uszoda.

## **4.3. 7P**

### **4.3.1. Termékpolitika /product/**

/Raffay Zoltán – Huszti Zsolt/

A városmarketing termékpolitika kérdéskörét két szempontból közelíthetjük meg:

- a) gazdaság
- b) turizmus

Elsőként szót kell ejteni a megye legnagyobb ipari üzeméről, melynek bővítése a soron következő időkben elképesztő változásokat generálhat a térségben. Paks II. kapcsán a megye lakosságának növekedéséből várhatóan Szekszárd és környéke is kiveszi a részét. Optimista becslések akár kb. 15 ezer ember migrálására számítanak, mellyel teret lehet engedni a tartós letelepedésnek.

## **SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

---

Ennek kapcsán merült fel Szekszárdon a déli városrész fejlesztése: fecskesház-bővítés, mintalakótelep létesítése; illetve kapcsolódó munkahely-bővítésként az élelmiszeripar újraépítése: húsipar, konzervipar felélesztése, stb.

Ez utóbbi abból a szempontból logikus, hogy a szekszárdi helyi gazdaság jórészt agrár-, élelmiszergazdasági tevékenységek termékeiből áll össze. A jelentősebb termelő cégek (pl. Tolle, TolnAgro, borászatok), kevés kivétellel (pl.: Samsonite) mind e széles, de lekorlátozott termékkör köré csoportosulnak. Az agrár- és élelmiszergazdasági termékek magasan feldolgozott, élőmunka-igényes tevékenységeket vonzanak ugyan magukkal, de a munkavégzéshez szükséges általános képzettségi szint alacsony.

Ehhez párosul a népességi mutatók alakulása, mely – az országos trendnek megfelelően – folyamatos csökkenést jelez. Egyes becslések 5000 körülire teszik jelenleg (2014) a Szekszárdról külföldre távozott munkavállalók számát.

Ebből adódóan a helyi fizetőképes kereslet alacsony, a termékekből következően az árak és a szolgáltatások bekerülési költsége viszont egyaránt magas. Éppen ezért a helyi fogyasztás, mint gazdasági hajtóerő, részben hiányzik.

Ez a dichotómia viszont rányomja a bélyegét a marketing tárgyra és annak elemeire is, amely ráadásul közép- és hosszútávon komoly gondokat is okozhat. Ez mindenképpen megoldást kíván.

Egy marketingelem szorosan kapcsolódhat ahhoz, hogy a keresleti piaci árpolitika egyensúlyivá váljon, illetve a helyi fogyasztás rövid távon növekedjék, ezért javasoljuk a szekszárdi helyi pénz megalkotását, a Soproni Kékfrank mintájára. E tulajdonképpeni kalákajegyek megkönnyítik az egyes vállalkozások fejlesztését, hiszen keresletet indukálnak vele, de használata csak a településre (esetleg kisebb településegüttesre szorítkozik).

A helyi pénz bevezetésében ma már számos kisebb-nagyobb banknak (főképp takarékszövetkezeti) tapasztalata és gyakorlata van. A Szekszárdon dolgozók a fizetésük mellé kaphatnának kisebb-nagyobb helyi pénzben nominált fizetés-kiegészítést cafetériaként. Megfelelő fogadtatás esetén meglehetősen nagy készpénz-helyettesítésről is szó lehet, mely a helyi gazdaság szereplőit stimulálja.

A turisztikai termékek vonatkozásában – természetesen – a bor van a középpontban, hiszen Szekszárd a Bor városa. Az alábbi termékek, attrakciók, termékfejlesztések, beruházások kapcsán egy kérdés marad csupán, hogy ezek ténylegesen egy irányba hatnak-e?

### **A) Megvalósult turisztikai fejlesztések Szekszárdon**

A város 2007-2010 közötti időszakra szóló Gazdasági Programjában négy kiemelt turizmusfejlesztési elképzelés szerepelt, de közvetve városrehabilitációs, kulturális, sport- és

## **SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

---

honlapfejlesztési programok is támogatják a turizmus fejlődését. Az önkormányzat létrehozta 2007-ben a Turisztikai Kft.-t, amely új helyszínen, a Garay élménypince mellett működteti a Tourinform Front Office irodát. A Szekszárdi Szüreti Napokat kiváló minőségben részesítette a Magyar Fesztivál Szövetség 2009-ben és 2012-ben.

A belváros rehabilitációjának keretében elkészült a sétáló utca a Garay tér és Béla tér között. A Béla király tér rehabilitációjának munkálatait 2012-ben kezdték meg, így a Szekszárdi Szüreti Napok rendezvényt 2012-ben a Béla király térről a Szent István tér négysávos útjára helyezték át, majd a Szekszárdi Szüreti Napok 2013-ban megújult, korszerű helyszínen várhatta a vendégeket. A Vármegyeháza és környezetének felújítása 2010-2012 között zajlott le, amely megvalósulásával korszerűbb kiállítások, kávézó, mobil színpad és információs pont is helyet kapott. A létesítmény tulajdonjogi vitái miatt a tervezett funkciók jelenleg nem üzemelnek. A két projekt keretében megújult és családbaráttá vált a várkert is.

Szekszárd történelmi városmag fejlesztésének 2. üteme, a belvárosi Piac tér átalakítása 2013-ban indult. A 2014. október 1-én átadott új fedett piactér kulturált körülményeket biztosít a helyi, térségi agrotermékek értékesítéséhez. A Garay Pincét a város megvásárolta átalakította bormúzeummá és élménypincévé.

A Szekszárdi Turisztikai Kft. a hatékonyabb működés és a pályázati lehetőségek jobb kihasználása érdekében nonprofit társasággá alakult át. Tolna megye első helyi TDM szervezete 29 szekszárdi és Szekszárd környéki alapító taggal alakult meg.

2012 nyarán nyitotta meg a kapuit a Szekszárdi családbarát Strand- és Élménypincé. A fedetlen létesítmény egyelőre csak szezonálisan működhet. 2013 augusztusára készült el a Babits Mihály Művelődési Ház és Művészetek Háza korszerűsítése az Agóra projekt TIOP program keretében. A létesítmények multifunkcionális közösségi központtá alakultak (korszerű mozi- és színházterem, oktató- és konferenciatermek, külső környezet, fedett közösségi tér, vendéglátóegység, gyermekfoglalkoztató).

A város honlapja 2008-ban korszerűsödött, a turisztikai tartalommal együtt. Két idegen nyelven is elérhető lett a honlap, valamint kapcsolódik hozzá különböző tematikájú hírlevél, fórum és webkamera szolgáltatás is.

Szekszárd életében különleges jelentőséggel bírnak a borturisztikai fejlesztések. A Takler Pincészet pályázati forrásból pincét és bortárolót épített, melyet több lépcsőben tovább bővítettek. A létesítményből egy kápolnára emlékeztető, konferenciák megtartására is alkalmas kóstolóhelyiség nyílik. A pince mellé családi hangulatú panziót építettek. A Bodri Pincészet borászati komplexumot alakított ki Faluhely dűlőben a szőlőfeldolgozótól a vendégfogadó pincéig, benne Közép-Európa legnagyobb újjépítésű kupolás pincéjével. A pincészet mellett elegáns éttermet és panziót is kialakítottak. A

## **SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

---

Szekszárdi Borút kínálatában régóta hiányzó bormúzeum valósult meg a „török fürdőként” (egykori orosz gőzfürdő) ismert épület felújításával.

A napokban (2014 októberében) adják át a Hotel Merops Mészárost, Szekszárd első négycsillagos színvonalat nyújtó szállodáját. A létesítmény éttermet és 150 fős konferenciatermet is tartalmaz.

A 2014 júliusában kiadott Szekszárd városkalauz az alábbi turisztikai attrakciókat tartja említésre méltónak:

- „Mézédes Emlékeink” Mézeskalácsos, Gyertyaöntő és Cukorkakészítő Múzeum
- Belvárosi katolikus templom
- Babits Mihály Emlékház
- Bogár Tanya
- Bormúzeum
- Baka Múzeum
- Irodalom Háza Mészöly Miklós Emlékház
- Vármegyeháza
- Wosinsky Mór Megyei Múzeum
- Garay Élménypince
- Szekszárdi Családbarát Strand- és Élményfürdő
- Magyarországi Német Színház
- Babits Mihály Kulturális Központ
- Művészetek Háza
- Lősz-szurdik tanösvények
- Szobrok és festmények (összesen 24)
- Duna-Dráva Nemzeti Park – Gemenc

### **B) Megvalósításra váró turisztikai fejlesztések Szekszárdon**

A belvárosi rehabilitációs projekt további célja a Béla király tér, a Piac tér, a Bezerédj tömbbelső és a Liszt Ferenc tér rehabilitációja.

A város 2013-2015 között turistabarát szolgáltatások, kerékpárkölcsonzés, információs táblarendszer kialakítását-, térképek, szállás- és programkatalógusok-, új marketingkiadványok készítését, s informatikai fejlesztéseket tervez.

A Duna-Dráva Nemzeti Park visszalépését követően is a tervek között szerepel ököcentrum és interaktív tematikus park létrehozása Gemencben. A rendezvény- és konferenciaturizmus fejlesztése

forráshiány miatt eddig nem volt eredményes, az infrastrukturális fejlesztések az Agóra projekt keretében tudtak részben megvalósulni.

Szekszárd integrált településfejlesztési stratégiájában a turizmus fejlesztésére vonatkozóan határozott elképzelések vannak. Folytatni kívánják a szekszárdi élményfürdő bővítését a fenntarthatóság javítása, a komplexum eredményes üzemeltetése és sportversenyek rendezése miatt is. Második ütemben korszerű, versenysportok számára is helyet biztosító fedett uszoda építését, majd harmadik ütemben fedett élményfürdő, wellness, egészségügyi szolgáltatások kialakítását tervezik. A sportlétesítmények fejlesztésével és a sportesemények várható növekedésével ifjúsági és sportszálló építése is bekerült a tervek közé. Továbbra is cél Gemenc turisztikai fejlesztése a borturizmuson kívüli vonzerők erősítése érdekében. Az aktív és kiránduló turizmus fejlesztése a Csörge-tó rekonstrukcióját, a Sötétvölgy fejlesztését, a Sió medrének rendezését és a folyó turisztikai célú fejlesztését, illetve kerékpárút hálózat fejlesztését tűzi ki célul. A Bodri Pincészet tervei között további tizenöt kétágyas szoba és termálhotel is szerepel.

A termékek és azok fejlesztése kapcsán megállapítható, hogy jórészt egy irányba mutatóak, de nem kapcsolódnak össze, inkább projektszintű fejlesztéseket, mint ténylegesen egymásra épülő programszintű gondolkodást takarnak.

### 4.3.11. Vonzerőleltár

/Raffay Zoltán/

Természeti vonzerők

- Védett területek
  - Gemenci-erdő
  - Kapszeg-tó
  - Sötétvölgyi-erdő
- Tanösvények
  - Bányafoki tanösvény
  - Lősz-szurdik tanösvény
  - Hollós László gombászösvényt
  - Sötétvölgyi erdei tanösvény

Természeti és ember alkotta vonzerők

- Bortermő vidék



Ember alkotta vonzerők

- Múzeumok és emlékházak
  - Wosinsky Mór Megyei Múzeum
  - Baka Múzeum
  - Irodalom Háza Mészöly Miklós Emlékház
  - Babits Mihály Emlékház
  - „Mézédes Emlékeink” Mézeskalácsos, Gyertyaöntő és Cukorkakészítő Múzeum
  - Bormúzeum
- Építészeti emlékek
  - Belvárosi katolikus templom
  - Garay Élménypince
  - Vármegyeháza
  - Szentháromság-szobor
- Kulturális értékek
  - Magyarországi Német Színház
  - Babits Mihály Kulturális Központ
  - Művészetek Háza
  - Szobrok és festmények (összesen 24)
- Bogár Tanya
- Szekszárdi Családbarát Strand- és Élményfürdő
- Rendezvények
  - Szekszárdi Szüreti Napok
  - Csörge-tói Rockmaraton
  - Szent László Napok
  - Szekszárdi Pünkösdi Fesztivál

### 4.3.2. Árpolitika /price/

/Husztai Zsolt/

Ha a város, mint termék árát vizsgáljuk, akkor azt nagyban összekapcsolhatónak érezzük a termékpolitika gazdasági részeivel. Itt alapvetően a városhoz kapcsolódó termékek és szolgáltatások árait is figyelembe kell venni.

Az árak alakítása jelenleg egy kétfelé tartó gazdaságot jelöl. Egyrészt a helyi lakosok általános termék- és szolgáltatásfogyasztását lehet vizsgálni, de ezeket az adatokat összevetve a helyi adózási és a kereseti adatokkal megállapítható, hogy a megyében és a városban élők anyagi helyzete a romló tendencia mellett kedvezőtlen. Ez alól a néhány helyi középvállalkozás és a Paksi Atomerőmű dolgozóinak keresete jelent kivételt amellet, hogy az egykulcsos személyi jövedelemadó bevezetése óta a társadalom alsó- és felső decilisének különbsége növekedett. Nem javít a helyzeten a közszolgálati dolgozók bértáblájának összezsúszása sem.

Tehát, a helyi fogyasztás a keresetek és a megélhetési folyamatok miatt is gyenge, ösztönzésre szorul.

Ha a várost és Szekszárd emblemikus termékét, a bort együtt, az országos/nemzetközi jelentőség szempontjából vizsgáljuk, akkor viszont egészen más képet kaphatunk. A bor mennyisége a termelői szektor rendszerváltás utáni felaprózódását követően egyfajta „minőségi kisipari” jelleget öltött, néhány nagyobb, emblemikus szereplővel. Ez kihatással volt a város, illetve környékének termékpiacára, és az évek hosszú sora alatt a prémium kategória felé nyomta el az általános piaci helyzetet, széles körű keresleti piacot hozva létre. Ennek jele az éttermi- és szállásárak alakulása, mely gyakran megközelíti a fővárosi árszínvonalat, igaz ugyan, a minőséget is. A legmeglepőbb e téren az ingatlanárak indokolatlan magassága. A magas árak mellé jelenleg nem társul jelentős termelőszektor, ami viszont kihatással van a reálbérek alacsony mivoltára.

Így a termelőszektorok tervezett újraélesztése Szekszárdon – pl. élelmiszeripar – a munkaerőpiacon keresztül kedvező irányban befolyásolhatja az árpolitikát.

A szekszárdi termékek és szolgáltatások prémium árazásán túl – a kapcsolódó általános bérszint hiányában – marketingeszköz-szerepe a helyi pénz bevezetésének lehet, mely a helyi öntudat erősítésére, illetve a gazdaság árainak részbeni átalakítására egyaránt alkalmas.

### 4.3.3. Értékesítési utak politikája /place/

/Oroszi Viktor György/

Az elosztás-politika feladata a megtermelt és beárazott termékek eljuttatása oda, ahol a vevők keresik azt: Szekszárdon, Budapesten, vagy éppen Berlinben. A marketingben a termékek, szolgáltatások szétosztását értjük alatta.

Hogyan juttatja el a termelőtől a fogyasztóig a termékeit Szekszárd? Sokrétű összetett folyamatról van szó, melynek rengeteg szereplője van, ráadásul ezek a szereplők vevőként és eladóként

is felléphetnek benne. Mindezek alapján a helyi lakosság, az ide érkező turisták és a vállalkozók, befektetők szempontjából érdemes alaposabban megvizsgálni a kérdést.

Legelőször tudatosítani kell a helyi lakosokban a város értékeit, mivel a város élhetőségével kapcsolatos pozitív benyomásuk multiplikatív hatással rendelkezik a város imázsával kapcsolatban. Mindezek miatt van lényeges szerepe a közszolgáltatásoknak, azok egyenletes elosztásának (pl. mindenki számára könnyen elérhető óvoda, postahivatal stb.), minőségének (üggyfélbarát hivatalok, igényekhez igazodó nyitvatartási idő, akadálymentesítés, színvonalas egészségügyi szolgáltatások, rekreációs és sportolási lehetőségek stb.). Fontos tényező a város élhetővé tétele színvonalas rendezvényeken, ápolt természeti és építészeti környezetén keresztül, funkciókkal rendelkező városi térrel, valamint a tisztas megélhetést biztosító munkahelyek révén.

Szekszárd, a város értékeit saját lakosai részére leginkább a helyi médián, a nyomtatott sajtón (Tolnai Népszó, Szekszárdi Vasárnap, Tolnai Extra, stb.), rádiókon (Rádió Antritt, Alisca Rádió, Fortuna Rádió) és helyi TV csatornákon (Pixel TV, Tolnatáj TV, RTV) keresztül tudja eljuttatni. Az Internetes értékesítési csatornák közé tartozik a város naprakész honlapja, valamint a fent említett médiumok online változata. Fontos a közösségi médiakommunikáció, illetve összefogás különböző civil kezdeményezésekkel, szervezetekkel, mint például Borvidék Félmaraton, Borút Egyesület stb., melyek szintén jelentős követő bázissal rendelkeznek. Emellett a lakosság figyelmét felhívhatja a városvezetés nyomtatványok formájában is (tájékoztató kiadványok, szórólapok készítésével, plakátok kihelyezésével), valamint mozgó hirdetőeszközökön pl. helyi tömegközlekedés. A Tourinform iroda szintén elláthatja a helyi lakosokat információkkal. Emellett az önkormányzati fogadóórák tartásával, lakossági fórum, nyílt napok szervezésével is javítani lehet a város és a lakosai közötti kapcsolaton.

Alapvető elvárás a funkciókkal rendelkező, esztétikus városi környezet, a lakóhelyét ismerő, arra büszke és azzal azonosulni tudó lakosság, harmadrészt pedig a minőségi termékekkel, szolgáltatásokkal jelentkező helyi vállalkozások. Ezek mind elengedhetetlenek ugyanis a városról kívülről kialakított pozitív kép eléréséhez, valamint a Szekszárdra látogatók megnyeréséhez.

A potenciális turistákat elérni elsősorban a szekszárdi boron keresztül tudja a város. Erre kiváló kezdeményezés a borászok közös megjelenése (lásd Fuxli), valamint az egységes borospalack bevezetése a piacon, továbbá a helyi és országos, valamint nemzetközi rendezvényeken való együttes megjelenés. Ebben a város támogatni tudja a borászokat akár a termékminőség javítása érdekében tett gazdaságfejlesztéssel, akár marketingtámogatással (pl. a borászok közös képviselői rendezvényekre való kitelepülés során, honlapjuk idegen nyelvű verziójának elkészítését támogatni), akár lobby erejével.

Belföldön az országos médiában való megjelenés élénkítése, a negatív asszociációk eltörlése fontos feladat. Ehhez tudatos városmarketing-tevékenységet, gerillamarketing-akciókat, imázsfilm készítését, a városi rendezvények promótálását lehet a leghatékonyabb eszközként alkalmazni. A

közösségi médiakommunikációra is nagy hangsúlyt kell helyezni, ahol be lehet mutatni Szekszárd, a szekszárdi vállalkozások sikereit, fel lehet hívni a figyelmet a soron következő eseményekre. Hosszabb távon mobil alkalmazás fejlesztésével és elterjesztésén keresztül is megtaníthatóak a látogatók arra, mikor hogyan használhatják ki Szekszárd kínálatát. Rendszeres felmérések készítése és közzététele szintén alapvető fontosságú, a városba látogatók véleményének megismerése, az igényeket kielégíteni képes vendéglátó kínálat létrehozása érdekében.

Nemzetközi viszonylatban az érdeklődés felkeltésére kiváló lehetőséget biztosítanak a testvérvárosi kapcsolatok, magyar külképviseletek, az EU intézményekben dolgozó Szekszárdi politikusok, szakemberek, illetve a Magyar Turizmus Zrt. Utazásszervező cégek, valamint különböző szaklapok (turisztikai, gasztronómiai stb.) képviselői részére „study tour”-ok szervezése szintén hasznos kommunikációs csatorna. Látogatásuk során ugyanis a helyszínen ismerhetik meg a város kínálatát, majd azt követően továbbítják a város termékeit a fogyasztók felé. Fő célterületnek a testvérvárosok környezete, a szomszédos országok (Szerbia, Horvátország), valamint a fő küldő térségek Németország, Ausztria jelölhetőek meg elsősorban.

A vállalkozói, befektetői szféra eléréséhez rengeteg eszköz áll a város rendelkezésére. Közvetítő szerepet kell betöltenie az Agrár- és Iparkamarának, továbbá a turisták elérése kapcsán már említett külképviseleteknek, testvérvárosi kapcsolatoknak, a város diplomatáinak, országos szinten vezető beosztású politikusoknak. A kapcsolatrendszerek erősítése, a már meglévő kapcsolati tőke kihasználása fontos tényező az értékesítési csatornák esetében. A város eszköztárára az alábbiakkal foglalható össze:

- A gazdasági szereplők bevonása a várost érintő gazdasági döntésekbe.
- Adatbázisok létrehozása kiegészítható építési-beruházási területekkel kapcsolatosan. Befektetési kiadványok – alap információkat tartalmazó kiadvány (pl. adott terület műszaki jellemzői, fő rendezési szabályai, környezete, stb.).
- Készüljenek bemutatkozó anyagok (webes felületen, DVD, prospektus, üzleti reklám ajándéktárgyak) a városról, amelyek a különböző célcsoportok (helyi vállalkozók, belföldi és külföldi befektetők) igényeihez és szokásaihoz igazodnak. Fontos szempont, hogy országosan és külföldi viszonylatban is lehessen terjeszteni, tehát több nyelvűek legyenek (javasolt angol, német, orosz, kínai).
- Közös kiadványok megjelentetése, hirdetési lehetőség a városi honlapon, kiadványok elhelyezése a városi információs pontokon, közös megjelenések kiállításokon, vásárokon.
- A fogyasztás befolyásolása a helyi termékek fogyasztásának ösztönzésével. Védjegyrendszer kialakítása (lásd helyi termékbolt kialakítása). Ehhez kapcsolódóan közös

kiadványok megjelentetése, „legjobb szolgáltatók listája” a honlapon, a minőségi szolgáltatást nyújtó vállalkozások promóciója.

- Szakvásárok rendezése, állásbörzék, pályaválasztási tanácsadási-, és karriernapok szervezése (pl. a szakképzett helyi munkaerő lehetőségeinek bővítése érdekében, lehetőséget teremtve a munkaadó és a munkavállaló találkozására és a személyes kapcsolatok kialakítására).
- Konferenciák és szakmai fórumok megrendezése (pl. az innováció, az ismeretek és tudás terjesztése-, valamint az adott szakterület kompetens szakemberek megismerése érdekében).
- Vállalkozóbarát ügyfélszolgálat (kiemelt ügyfelek irodája, nyitvatartási idő igazítása a vállalkozások igényeihez), ügyfélkezelési szabályzatok bevezetése.
- Együttműködések fejlesztése a magán- és a közsféra között. Korábban lobby nap szervezésére volt példa, amit újra kell éleszteni. A helyi vállalkozók év végi meghívása díszvacsora keretén belül szintén pozitív gyakorlat. Emellett vállalkozói fórumok, vállalkozói klubok és egyéb formális, illetve informális együttműködési platformok kialakítására is szükség van.

A város vállalkozásai egyúttal jó reklámhordozók is. A Gemenc Volán távolsági autóbusszai az ország több pontjába is eljutnak, ahová minden alkalommal magukkal vihetnék Szekszárd fő látványosságait. A legtöbb lakossági fogyasztóhoz legegyszerűbben a TOLLE termékein keresztül tud eljutni Szekszárd. Eltűntek megtalálása érdekében már a 80-as évek óta használják a tejes dobozokat. Egy jól kidolgozott, több hónapos marketingkampány, vagy akár több éves együttműködés Szekszárd városának is kiváló megjelenési lehetőséget biztosítana az ország jelentős részén. Egy jól megtervezett design-on (csomagolásra nyomott, vagy vélhetően olcsóbb, bár kevésbé esztétikus megoldásként matricán szereplő motívumokkal), vagy egy közös gazdasági előnyökkel járó nyereményjátékon keresztül (ahol a nyeremény is Szekszárdon generálna fogyasztást, pl. szekszárdi pincészeteknél teljes ellátás borkóstolóval) kommunikálva, hogy miért is érdemes felkeresni Szekszárdot. Így bemutatva a város értékeit: a hagyományosak (pincék, Gemenc, irodalmi örökség) mellett az újakat (felújított városközpont, Petrits Mézeskalács Múzeum, Borvidék-félmaraton, élményfürdő, Iván-völgyi Kadarka túra, Kávé Háza, Garay-pince) és a felfedezésre várókat (lössz szurdikok) is. Alapvetően a város értékeire kell koncentrálni egy ilyen kampányban, a tejtermékeknek a borral való közvetlen kapcsolatát vélhetően mellőzni kell, hogy az a szekszárdi borok hírnevének ne árthasson, negatív asszociációkra ne adjon okot. Egy ilyen projekt a Szekszárddal kapcsolatos ismeretterjesztésre is alkalmas (pl. tudtad-e, hogy Szekszárdon áll Babits Mihály szülőháza; hány pince van Szekszárdon; már a rómaiak is szőlőt

termesztettek; a lősz a jégkorszakban képződött; kazeinnel is lehet a borokat deríteni stb.). Online eszközöket is fel kell használni egy ilyen jellegű kampányhoz, esetleg a kampányt online kell folytatni. A TOLLE termékeket elsősorban a ráirányításra, figyelemfelkeltésre lehet ez esetben felhasználni: pl. Facebook link, QR kód stb.

### 4.3.4. Reklámozás /promotion/

/Slezák-Bartos Zsuzsanna - Nagy Enikő/

A marketingpolitika kapcsán a reklámpolitika alapvető célja és feladata, hogy új fogyasztókat nyerjen meg a már létező kedvező adottságok számára (például a jelentős történelmi emlékekkel és ökológiai adottságokkal, de viszonylag kevés látogatóval rendelkező városok, Szekszárd esetében is). A legambiciózusabb stratégia a diverzifikációs politika, amelynek keretében az önkormányzatok egyszerre törekednek az adottságok fejlesztésére, illetve új fogyasztók vonzására.

A reklámnak meghatározó szerepe lehet a települések versenyképessé tételében is. Egységes arculat, imázs formájában megjeleníti, pozicionálja, kommunikálja a régiót, a települést. Egy vezetési, működési szemléletet és egy konkrét tervezési és működtetési eszközrendszert jelent, továbbá azt, hogy milyen módon használja és alkalmazza a kommunikációs mix 4-5 és 6 elemét. Ahhoz, hogy a település marketingje megfelelően alakuljon, szükséges a nyílt és folyamatos kommunikáció a térségi együttműködés szereplői között, a más településekkel való kapcsolatok kiépítése, illetve a tervezési és végrehajtási folyamatokban való kooperáció. Több érv is amellett szól, hogy pozíciójuknál fogva az önkormányzatok bizonyulnak a legalkalmasabbnak a marketingtevékenység irányítására. Rendelkeznek a szükséges információkkal, képesek átlátni és kezelni a települést, mint egészt.

Az önkormányzatok sok mindenre befolyással lehetnek, az önkormányzati szolgáltatások, fejlesztési tervek, fejlesztések, adók, az egyes kedvezmények mind meghatározzák a település „eladhatóságát”. Szükséges az egységes arculat létrehozása, az anyagi és szellemi infrastruktúra megteremtése (víz-, szennyvízhálózatok kiépítése, megközelítési lehetőségek javítása, a munkaerő ki- és átképzése, a nyelvi képzés, tudatosítani a lakosságban, hogy a település fejlődése függ a hozzáállásuktól, vendégszeretetüktől, aktivitásuktól, stb.), valamint olyan látványosságoknak a létrehozása, amelyek a helyszínre vonzzák a célcsoportokat.

Különböző módszereket alkalmazhatunk a termék vagy szolgáltatás hatékony kommunikációja érdekében. A marketingkommunikációs mix készítésében hat fő módszert használnak, melyek a következők:

1. értékesítés ösztönzés /sales promotion/
2. reklám
3. személyes értékesítés /personal selection/
4. PR – Public Relations /közönségkapcsolatok/
5. direkt marketing
6. események és programok

Az egyes módszerek különböző módon segítik a termék megismerését, eladását; ezért a jó márkaépítéshez szükséges az elemek közös, párhuzamos használata. Az integrált marketingkommunikáció lényege, hogy a vállalat egységbe rendezi a marketingkommunikációs eszközeit a még hatékonyabb megjelenés és üzenet közvetítésének érdekében.

1. A reklám a figyelemfelkeltés, a cselekvésre ösztönzés szempontjából fontos a promóciós tevékenységben. A leghasználatosabb reklámeszközök a településmarketingben a prospektusok, poszterek, képeslapok, bemutató füzetek, térképek, TV műsorok, információs táblák, illetve kiemelkedő jelentőségű a városi honlap működtetése, valamint annak naprakész információtartama.

### **Szekszárd meglévő honlapjának jellemzése**

Ha Szekszárd városi honlapjának elemzésébe szeretnénk kezdeni, akkor előtte alapos megfontolásokra, és mindenekelőtt részletes szempontrendszer felállítására kell törekednünk. Jelen esetben a részletes szempontrendszer kialakításától eltekintünk, ezért inkább a honlap ([www.szekszard.hu](http://www.szekszard.hu)) jellemzésébe bocsátkozunk. A honlap jellemzése során meg kell határozni, hogy mi a célja a honlapnak, majd annak a megítélésnek kell helyet adni, hogy mennyire felhasználóbarát, átlátható és esztétikus. Fontos megítélni, hogy tükrözi-e a városi arculatot. Továbbá olyan dolgokat kell szem előtt tartani, mint a könnyű navigálhatóság és egyértelmű webhely-felépítés. Ide tartozóan a legfontosabb vizsgálati szempontok a használhatóság, az oldalelrendezés, lapozási lehetőségek, hivatkozások, gyorsaság, keresési funkciók, elérhetőség és támogatás.

A honlap látogatójaként pozitív első benyomást kelt, hogy a főoldalról könnyen el lehet indulni. Általánosságban elmondható, hogy előnyben részesíthetők azok a lapok, ahol logikusan mozoghatunk, és igényeinknek megfelelő irányba navigálnak. Ez egyértelműen megállapítható ennél a honlaponál is. Esetünkben a vizsgált honlap 3 irányba indul el, amely irányok meghatározzák a lap céljait is. A *szabadidő*, *közügyek* és *gazdaság* címszavak alatt található a fő

témakörök, amelyek a városhoz kapcsolódóan információt szolgáltatnak, ezáltal könnyen megoldást nyújt a látogató kiinduló problémájára, hogy merre kell elindulni a főoldalról.

Tovább lépve az aloldalakra, megfigyelhető, hogy nem túlszűfoltak, és a fontos elemek (pl. Programajánló, Hírek, újdonságok, Keresés stb.) megfelelő helyen, következetesen vannak elhelyezve. A honlap megfelelő képernyőfelbontásra van optimalizálva, ezért a görgetés, lapozás funkciók jól működnek. A hivatkozások nemcsak szövegezésük alapján, de a különböző színek logikus alkalmazása által is világosan megkülönböztethetők egymástól. A sebességet vizsgálva gyorsan betölthető a honlap. Ehhez kapcsolódóan a keresési funkciót vizsgálva a kielégítő gyorsaságon túl hatékonyan lehet megtalálni, és kellőképpen lehet használni a keresési eredmény listáját.

Tartalmát tekintve logikus, gyorsan áttekinthető tematikával rendelkezik, a lényeges adatokat, gondolatokat jól tagolt információblokkok tartalmazzák. Negatívumként említendő az aktualitások frissítésének hiánya (pl. „December 3-án újra megnyitott a mújégpálya”), valamint az idegen nyelvű lapok állandó jellegű bemutató, illetve leíró tartalma. Fontosnak tartjuk, és egyben javaslatként fogalmazzuk meg, hogy az angol és német nyelvű lapok tartalmilag párhuzamosan fussanak a magyar lappal, főként az aktualitások tekintetében.

Mindezek tudatában, és összefoglalóan elmondható, hogy Szekszárd város weboldala megfelel küldetésének, kiaknázva az online kommunikáció lehetőségeit. Esztétikumával, struktúrájával és felhasználóbarát kezelhetőségével megfelel a mai látogatói igényeknek.

2. Az értékesítés ösztönzés sajátossága, hogy az eladás helyén próbálja befolyásolni a fogyasztót. A promóció megfelelő kiválasztásához meg kell határozni a vásárlási ösztönzés célját, a versenyfeltételeket, az eszközök költséghatékonyságát, a promóció mértékét, feltételeit, időtartamát és időzítését is. A leggyakrabban használt eszközök a versenyek, nyeremények, jutalmak. Az eladást ösztönző eszközök tárháza nagyon gazdag. Lehetnek még például: direct mail, kirakat, bemutató, értékesítési szóróanyag, katalógus vagy reklámtárgy.
3. A public relation tevékenység célja a tudatos kapcsolatépítés és fenntartás, a célcsoportok körében való ismertség, bizalom és kölcsönös támogatás kialakítása. A szekszárdi városmarketing legfontosabb PR eszközei a hírgenerálás, az események, rendezvények szervezése, a közszolgálati tevékenységek, az arculati elemek. A környezet irányába folytatott PR tevékenység mellett kiemelkedő szerepet kap a belső PR is. A munkatársaknak szervezett outdoor tevékenységek és rendezvények, az értekezletek, csoportos képzések, tájékoztató körlevelek stb. tartoznak az eszközei közé.



4. A személyes eladást, meggyőzést lényegében Szekszárd minden polgára végzi valamilyen formában, tudatosan vagy kevésbé tudatosan. A viselkedésüktől, attitűdjüktől függ, hogy az eladást milyen irányba fogják befolyásolni. A közvetlen kommunikációs eszköz a legdrágább marketingkommunikációs eszköz, de gyakrabban eredményez vásárlást, mint a hirdetés.
5. A direktmarketing közvetlen kapcsolatteremtéssel megvalósuló interaktív kommunikáció. Jellemzően személyre szóló reklámeszköz, melynek eredménye azonnal mérhető. Legfontosabb eszközei a postai küldemények, elektronikus vásárlás, faxküldemények, e-mail, amelyek segítségével a fogyasztók személyre szóló reklámüzeneteket, vásárlási ajánlatokat kapnak. A direktmarketing legújabb csatornáit már elektronikusok. Az internet segítségével a felhasználó kedve szerint részese és alakítója is lehet az információknak, kiválaszthatja a számára legmegfelelőbb ajánlatokat.
6. A szervezett események, programok célja a város kapcsolatának erősítése a célpiaccal. Az önkormányzat több rendezvény szervezésében, támogatásában aktív szereplőként jelenik meg, melynek célja a közönség szórakoztatása, leginkább zenei előadók felléptetésével. Az események szervezésével az önkormányzat és a támogatók célja, hogy piac azonosuljon a célcsoport életstílusával, növelje nevének, termékének ismertségét, s megerősítse a fogyasztókban kialakult asszociációt az adott márka arculatáról. A jótékonyági szponzoráció célja a társadalmi kérdések iránti elköteleződés bemutatására szolgál.

### 4.3.5. Emberek /people/

/Vas Gáborné Guld Zsuzsanna/

A marketingmix utolsó összetevőjét maguk az emberek alkotják. Az emberi tényezők (People) jelentősége a szolgáltató szférában kiemelkedő. A kedves, udvarias, jól képzett személyzet nélkülözhetetlen. Ez mindenekelőtt a vásárló teljes körű igényeit elégíti ki oly módon, hogy ha a fogyasztó elégedett, akkor többször is igénybe fogja venni az adott szolgáltatást. Ez a fő cél! A szolgáltatás igénybe vételekor különféle benyomások és impulzusok érnek bennünket. Ezek lehetnek jó és rossz tapasztalatok, ezek alapján alakítjuk ki véleményünket a szolgáltatást nyújtó cégről. Ha pozitív benyomások alakulnak ki bennünk, és a kapott szolgáltatással is elégedettek vagyunk, akkor a jövőben is nagyobb valószínűséggel fogjuk újra igénybe venni az adott szolgáltatást. A lényeg abban rejlik, hogy szolgáltatás esetén az alapszolgáltatáson kívül többet kell nyújtani!

A szolgáltatások outputja nem megfogható. A szolgáltatásnyújtás folyamata a vevőnek értéket teremt, ez az érték azonban fizikailag nem megragadható, nem is tárolható.

A fogyasztók több szempont alapján választanak. Meghatározó szerepet tölt be egy adott szolgáltatás ára, illetve minősége. Az ár nyilván azoknál a célcsoportoknál meghatározó, akik egy bizonyos összeg felett nem tudnak fizetőképessé válni.

A borturizmusban alapvetően az udvariasság, kedvesség és szakértelem (borfajták ismerete, borgasztronómia, megfelelő nyelvtudás) kapja a legfontosabb szerepet. Szekszárd esetében ezek a kritériumok megvannak a szolgáltatást nyújtók részéről, akár a magántulajdonban lévő pincészeteket, akár más cégeket veszünk alapul.

A tulajdonosok mindent elkövetnek a fogyasztók megtartása érdekében. A nyitvatartási idő meghosszabbítása esetleges igény alapján bele kell, férjen a szolgáltatás lebonyolításába. Az igények kielégítése nemcsak az alapszolgáltatás lebonyolításával történik és ér véget, hanem releváns szolgáltatások is helyet kell, hogy kapjanak, pl. adott esetben szállásigények felmerülése borkóstolók után. A borturizmus kikapcsolódási lehetőségeket kínál, ebbe tartozik még a wellness szolgáltatás is, amit a Szekszárd város központjában épült Merops Borhotel tud biztosítani. Tehát itt megjelenik egy pluszszolgáltatás a borkóstolókon, borvacsorákon, szálláslehetőségeken túl.

A nyitvatartási idő a másik tényező, ami befolyásolja a szolgáltatások eladhatóságát. A rugalmasság és az igényfelmérés a két legfontosabb fogalom ebben a körben. A dolgozó emberek napközben nem tudják az adott szolgáltatást igénybe venni, ezért munkaidő után kell biztosítani nyitvatartási időt.

A szükségletek kielégítésnek két útja van: az egyik lehetőség a megvásárolt és tulajdonba vett termék, a másik az igénybe vett, bérelt szolgáltatás. A szolgáltatás is további csoportokra bontható:

- termelő szolgáltatás (üzleti és piaci szolgáltatások),
- személyes szolgáltatások (javítás, fodrászat, étterem, szórakoztatás).

Szolgáltatásnyújtás során a szolgáltatást nyújtó közvetlen kapcsolatba kerül a fogyasztóval, a fogyasztó közreműködik a szolgáltatás „létrehozásában”, a szolgáltatás eredményeként a fogyasztó „átalakul”, és problémái megoldódnak, a szolgáltatás értékét az „elfogyasztása” során létrejövő élmény határozza meg. A „szolgáltatás” egy egyedi cselekedet.

A szolgáltatásoknak is van „megfogható” eleme, de a lényege mindig az élmény, ahogyan azt a „kedvezményezett” megtapasztalja. A szolgáltatások értékét az „előtérben” zajló, a szolgáltatást igénybe vevő, és azt nyújtó közötti közvetlen személyes interakció határozza meg.

A szolgáltató sikerének összetevői: az ajánlat, a finanszírozási mechanizmus, a munkaerő-menedzsment rendszer, az ügyfélmenedzsment rendszer. Fontos, hogy a szervezet menedzsmentje

mennyire képes ezeket integrálni, vagyis egyensúlyt teremteni közöttük, az egyes területeken hozott döntéseit a többivel összehangolni.

1. Ajánlat: mely szolgáltatási jellemzőkben (kényelem, barátságos kiszolgálás, nyitvatartási idő) törekszik a szolgáltató kiválóságra? – A borturizmus szezonalitása fontos szerepet játszik Szekszárdon, hiszen nyáron ez minimális, a többi évszakban pedig többnyire hétvégére, ünnepnapokra koncentrálódik. A szolgáltatók rugalmasak, a nyitvatartási időt az igényeknek megfelelően alakítják ki.
2. Finanszírozási mechanizmus: az ügyfelek a számukra lehető legmegfelelőbb módon fizetnek. A szolgáltatóknak rugalmasnak kell lenniük, és az igényeket eszerint kell kielégíteni.
3. Munkaerő menedzsment: az alkalmazottakat elfogadható mértékben képessé kell tenni a kiválóság elérésére. Kellően motiválttá kell tenni őket a kiválóság elérésben, pl.: hosszabb nyitva tartás esetén. A munkakörök és a munkafeltételek megtervezése a fogyasztók igényeinek figyelembe vételével történik. A munkatársak kiválasztása, képzése és motiválása a kiváló szolgáltatás nyújtásának szemszögéből történik.
4. Ügyfél menedzsment: ügyfelek bevonása a működésbe. Munkatervezés.
5. Sikertényezők: az egyik területen hozott döntés alá kell, hogy támassza a többi terület működését. A szolgáltatási modell hosszú távon értéket teremt az ügyfelek, az alkalmazottak és a tulajdonosok számára. Minden ügyfél érdekét ki kell kielégíteni akár egyéni, akár csoportos igényekről van szó. A Szekszárdon működő hiper- és szupermarketeknek köszönhetően megtalálható a termékek széles választéka a különböző igények kielégítésére, erre nagy vonzáskörzet esik, és többféle fizetési lehetőség áll rendelkezésre.

### 4.3.6. Folyamat /process/

/Slezák-Bartos Zsuzsanna – Huszti Zsolt/

Szekszárd város településmarketingjének alapvető feladata nem más, mint a piacorientáció sajátos megjelenítése a település működésében. Ez azt jelenti, hogy a hatóságok, intézmények úgy alakítják ki terméküket (oktatásszervezés, lakossági ügyintézés, közüzemi szolgáltatások, helyi adók, szociális juttatások, beruházások, építkezések, stb.), hogy a „felhasználók” (polgárok, vállalkozói rétegek, turisták, befektetők, stb.) igényeinek, elvárásainak megfelelőjenek.

A service process planning, vagyis a szolgáltatási folyamat megtervezése: a legtöbb szolgáltató intézmény meghatározott lépéseket ír elő munkatársainak, hogy a szolgáltatás folyamatában ne legyen

## SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.

---

ingadozás. Minden szolgáltatási folyamathoz rendelt egyedi protokolltevékenység megteremti a működési kereteket. Ezt a szekszárdi szolgáltatók esetében is biztosítani célszerű.

A térségi marketingprogramoknak több célja is van. Először is fontos a jövőkép, a régió küldetésének meghatározása, a megfelelő egyedi arculat kialakítása, a meglévő imázs javítása, az ismertségi fok növelése, a meglévő programok közötti harmónia megteremtése, valamint a gazdaságélénkítés, s nem utolsósorban terület piacképességének fokozása.

Célszerű megnézni, hogy a folyamatok esetében kik/mik lesznek a tevékenységek „kedvezményezettjei”, akik a marketingtermékek elemeit befogadják. A város, mint termék folyamatainak fogyasztói jelen esetben:

- a helyi lakosság,
- a helyi cégek,
- a turisták,
- a szekszárdi cégek üzleti partnerei lehetnek.

Ez a helyi személyek és szervezetek esetében egyfajta lokálpatriotizmust jelöl (büszke vagyok a városomra, helyi terméket vásárolok, stb.), a nem honos személyek és szervezetek számára pedig a város képének egyfajta tükröződését, mentális leképezését adja.

A szolgáltatás folyamata, a fogyasztók kiszolgálásának folyamata két tényező függvényében fog változni:

- Milyenek a rendelkezésre álló kapacitások a marketing területén?
- Mik a fogyasztók elérésének megfelelő útjai?

Ennek alapján a város, Szekszárd képének állapota és alakulása a nem helyi személyek és szervezetek körében az alábbi főbb tényezőket tartalmazhatja a folyamatok tükrében (fontossági sorrendben):

- helyi termékek és szolgáltatások elérése és elérhetősége (pl.: hol tudok hétvégén bort kóstolni, egy bejövő vállalkozás milyen bürokráciával találkozik, stb.)
- városkép (rendezettség, tisztaság)
- személyes tényezők (egységes kommunikáció, benyomások, partnerek és ismerősök tapasztalatai, saját korábbi élmények, stb.).

A fentiek rendezése érdekében javasolható – a célcsoportokra irányuló marketingtevékenységek különböző célcsoportok esetében – a szerteágazó szerveknél lévő, elsősorban kommunikációs feladatok egy kézbe adása. Ez a személyek esetében a TDM, a cégek esetében a Szekszárdi Vagyonkezelő Kft. lehet. Ezen szervezetek számára a minőség folyamatos biztosítása érdekében folyamatprotokollok, folyamatszabályozások létrehozása szükséges.

#### 4.3.7. Fizikai megjelenés /physical evidence/

/Máté Andrea/

Szekszárd egy rejtőzködő megyeszékhely, amely megjelenésében és nagyságában kisvárosi jellegűt mutat, azonban kínálata, funkciói és szolgáltatásai révén ennél sokkal többet nyújt.

##### **Szekszárd, mint lakótér**

A város több évszázados fejlődésének köszönhetően változatos életteret biztosít az itt élő emberek számára. Kertvárosi családi házas (Északi és Déli kertváros, Újváros, Alsóváros, Felsőváros), lakótelepi emeletes házas (Mérey, Bottyán-hegyi, Belvárosi, Csatár, Baktai-lakótelep), új építésű társasház (Újváros, Bakta, Csatár), és új építésű családi házas környezetet (déli városrész) egyaránt tud kínálni. A város terjeszkedése idővel a szőlőültetvények helyén folytatódott, hiszen a déli lejtőkre szívesen építkeztek a helyiek és a betelepülők is. A városrészek állapota változatos képet mutat. A legkevésbé városias arculatot a Felsőváros nyújtja, ahol inkább egy csendes falusias kép tárul elénk. A lakótelepek három-, négy- és tízemeletes épületeinek többsége a szocializmus időszakában épült. Ezek egy részét az elmúlt időszakban a lakóközösségek pályázati forrásból szigetelték, ezáltal külső állapotuk is sokat javult. Egy részénél egyénileg vagy közösségileg nyílászárókat is cseréltek, így az energiahatékonyságuk jelentősen javult. A kertvárosi övezetben szintén vegyes a kép, megtalálhatók a felújított és szigetelt családi házak, de a felújításra váró házak is. Az elmúlt időszakban számos új építésű társasház épült, amelyek már megfelelnek a korszerűbb elvárásoknak is.

Szekszárd lakókörnyezetét terek, parkok, játszóterek, képzőművészeti alkotások teszik szebbé és élhetőbbé. A sok zöld felület sokkal kellemesebbé teszi a város hangulatát és ellensúlyozza az épített környezetet. A játszóterek többségét felújították, így a gyermekes családok számára igazán vonzó lehet a város. A képzőművészeti alkotások mellett új színfoltot jelenthetnének az olyan alkotások, amelyek egyben utcai „bútorok” vagy egyéb funkciót is ellátnak. Az önkormányzat kertészeti tevékenysége mellett, a lakók aktív kertészkedése és virágültetései szintén szebbé teszik a városi környezetet. Ezt a tevékenységet a „Szépítsük együtt Szekszárdot” program is ösztönzi. Az önkormányzat gondoskodik az utcák rendszeres takarításáról, azonban a naponta felhalmozódó utcai szemét miatt ez kevésnek bizonyul, valamint a lakosság környezetével kapcsolatos igényességének a hiányát mutatja. Különösen nagy gondot jelent a galambok túlszaporodása és a velük jelentkező környezeti problémák, ennek humánus megoldására nagy szükség lenne (például ragadozó madár betelepítésével). Bár a szelektív

hulladékgyűjtés már jól kiépített a városban, mégis a lakosság csak kis mértékben használja ki ennek előnyeit. Vagyis a város környezettudatossága még fejlesztést igényel.

A városon áthaladó régi 56-os út a fő közlekedési útvonal a lakosság számára, míg az átmenő forgalom jelentős része az elterelő útvonalon vonul le a város keleti részén. A belvárosban gyalogosan 5-15 perc alatt minden fontosabb szolgáltató, ügyfélszolgálat, boltok, piac, önkormányzati ügyintézés elérhető. A helyi tömegközlekedés révén a lakosság számára biztosított a lakóhely és a munkahely közötti mozgás, illetve az egyéb szolgáltatások elérhetősége. Kiépült már néhány fontosabb kerékpárútvonal (belváros-dél, belváros-ipartelep, elterelő út mentén), amelynek további folytatására nagy szükség van. A közművek javítása miatt a gyalogutak sok helyen felszabdálódtak, állapotuk romlott. Ezek felújítása már több helyen elkészült vagy jelenleg is folyamatban van, de szükség van a járdák további javítására.

### **Szekszárd, mint turisztikai tér**

A pályázati forrásoknak köszönhetően a belvároshoz kapcsolódó turisztikai kínálat és városkép jelentősen meg tudott újulni. A megújult Garay tér meghatározó turisztikai fogadó tér, mely a Garay szobor révén jól beazonosítható és egyedi képet mutat. A Makovecz Imre nevével fémjelzett Makona építész iroda egyedi tervei alapján markánsan megújult a Béla király tér. A belváros klasszicista, eklektikus, szecessziós épületei igazi történelmi hangulatot teremtenek. A száz-kétszáz éves épületek korábbi lakófunkciói helyett egyre inkább szolgáltató funkciót kapnak, ahol éttermek, kávézók, bankok, biztosítók, cégek irodái települtek meg. Így viszont a régi épületek többsége megújulhatott, hiszen a korábbi lakóknak erre már kevésbé lett volna lehetősége. A történelmi belvárosnak azonban vannak még üres épületei, amelyek várják az új funkciókat. A városközpont történelmi hangulatát megtörik a szocializmus időszakának kötelező egyenstílusú épületei (egykori pártház, áruház, panellakások). Az Agóra projekt révén megújult a Babits Mihály Művelődési Ház és környéke. Így ma már három meghatározó rendezvénytér, közösségi tér várja a látogatókat. Ebből a kedvező tendenciából a Liszt Ferenc tér lóg ki, amelynek korszerűsítése már nagyon időszerűvé vált még akkor is, ha az itt található szocreál épületeken nem lehet érdemben változtatni. A privatizáció kapcsán korábban sikeres turisztikai létesítmények, mint a Gemenc Hotel, Sió Csárda, Gemenci Kiránduló Központ magánkézbe (külföldi tulajdonba) kerültek, azonban az új tulajdonosok mellett ezek a létesítmények hanyatlásnak indultak, veszítettek minőségükből, és mára be is zártak. A Makovecz Imre tervei alapján épült Sió Csárda mementója szomorú köszöntő a Pécs felől érkezőknek.

Mivel a Szekszárdi borvidék pincéi, borházai megbújnak a dűlők között vagy a város terjeszkedésével beépült környezetük, így a város borvidéki arculata jórészt rejtve marad. Hiányoznak a figyelemfelhívó borászati tárgyak, dekorációk a körforgalmakban és az irányjelző, tájékoztató turisztikai

táblák. Észak felől érkezve a Twickel szőlőbirtok hordói hívják fel a figyelmet arra, hogy borvidéken járunk. Dél felé haladva pedig a Béri Balogh Ádám utcában lévő műemlék pincék emlékeztetnek a borvidéki múltra, bár a pincék romló állapota és a háttérben lévő emeletes házak sokat rontanak ezen a hangulaton. A belvárosban a jószemű látogató felfedezheti az újonnan megnyílt Garay élménypincét, a Borkutat, a Bormúzeumot, a Hány János szobrot, mely a szekszárdi borkultúrát jelzi. A Kilátóból gyönyörű kilátás nyílik a városra és innen jól felfedezhető a város igazi sokszínűsége.

A város gazdag kulturális kínálatát olyan épületek rejtik, mint a Wosinsky Mór Múzeum, Babits Ház, Vármegyeháza, Német Színház, Irodalom Háza, amelyek önmagukban is látványos értéket képeznek.

A szekszárdi rendezvények közül a Szekszárdi Szüreti Napoknak van a legkiforrottabb arculata, hiszen az egységes borpavilonok, ízek utcája, és a kézműves mesterségekhez illeszkedő sátrak megteremtik az ünnepi hangulatot. Ebben az időszakban a város üzletei is törekednek arra, hogy a szüreti hangulatot megteremtsék a kirakatokban. Az adventi időszak szintén látványos a városban, hiszen a belvárosi kirakodóvásár fenyődíszítése mellett a karácsonyi díszvilágítás is megteremti az ünnepi hangulatot. A nagyobb tömegeket megmozgató pünkösdi fesztivál a német hagyományokra alapozva inkább sörsátorral ünnepel, bár ma már kisebb borsátrat is felállítanak ilyenkor. A rendezvények többsége a Béla király tér és a Szent István tér közötti területet használja fel, hiszen ezen az útvonalon jelentős az átmenő forgalom. Számos kisrendezvénynek ad helyet a Prométheusz Park és a Babits Mihály Kulturális Központ előtti tér.

A város sportlétesítményei egyre inkább a vasútállomás és az ipartelep között összpontosulnak, amelyek távolabb vannak a belvárostól. A meglévő sportcsarnok és tenispályák mellett az elmúlt időszakban korszerű műfüves sportpálya, új strand, szabadtéri edzőpark létesült. A további fejlesztési tervek révén itt komoly sportnegyed alakulhat ki.

Szekszárd meghatározó értéke a Gemenci erdő, a város keleti részén található, mely távol esik a belvárostól. A Keselyűsi úton az ipartelepen áthaladva autóval, távolsági busszal vagy kerékpáron érhető el. Azonban az aktív pihenés számára kitűnő helyszín ez a védett természeti környezet.

A turizmus szempontjából a északi vagy déli kapun keresztül érdemes megközelíteni a várost, amely a szekszárdi dombok látványával kellemes képet mutat.

### **Szekszárd, mint gazdasági tér**

A szőlőművelés, mint meghatározó arculati elem, inkább a város déli részén vehető észre, míg az északi részeken a kis tanyák és az ipari létesítmények takarják a szőlőket, illetve az ültetvények megbújnak a dombok között.

## **SZEKSZÁRD MEGYEI JOGÚ VÁROS KOMPLEX MARKETINGSTRATÉGIÁJA 2014.**

---

A szolgáltató létesítmények többsége a belváros és környékén helyezkednek el, így a lakosság számára gyalogosan is megközelíthetőek. A nagy kapacitású kereskedelmi létesítmények (Tesco, Interspar, Obi) másik része az elterelő út mentén települt meg, amelyek viszont inkább autóval, helyi tömegközlekedéssel érhetőek el.

Az ipari létesítmények kisebbik része a város északi és déli kapuja környékén, míg a nagyobbik rész az ipari parkkal a város keleti részén összpontosul, így a Szekszárdra érkezők először ezzel az ipari jellegű arculattal találkoznak. Az ipari park közművesített területei az M6-os autópálya és a szekszárdi híd révén könnyen és gyorsan megközelíthetőek. Tehát a város keleti része a legalkalmasabb az ipari beruházások fogadására. Itt helyezkedik el a város szeméttelpe is. A vállalkozások itt jobbra távol vannak a lakó környezettől, így a zaj, a szennyezés, a teherforgalom kevésbé zavarja a lakókat.



## **4.4. Következtetések, javaslatok**

### **4.4.1. Következtetések**

/Slezák-Bartos Zsuzsanna – Huszti Zsolt – Vas Gáborné Guld Zsuzsanna/

Szekszárd alapvető meghatározója a borturizmus. Ezt a városi arculatban, szlogenben és az üzenetben is jobban hangsúlyozni kellene.

A Szekszárdi Szüreti Fesztivál évek óta sikeres fesztivál, évről évre egyre több látogatót vonzó országos hírű rendezvénné nőtte ki magát. Több rendezvény, fesztivál (kulturális, művészeti, zenei, sport stb.) szervezését, rendezését kell vállalnia a városnak a helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel összefogásban. Ehhez azonban a jelenleg rendelkezésre álló szálláshely-kapacitás nem elegendő. Hiánypótlóként nyitotta meg a közelmúltban kapuit a Merops Borhotel. Megfelelő szállás-kapacitás kialakítása után azonban fontos, hogy azok rentábilisan működtethetők legyenek.

Viszonylag új kínálati elemként jelenik meg a Garay élménypince: interaktív bormúzeum működtetésével egyedi lehetőséget teremt. Kiscsoportos borkóstolók szervezésével és lebonyolításával hiánypótló szerepet tölt be. Fejlesztési lehetőségként jelenhetne meg egy „Bor utca” kialakításának ötlete a Kálvária környékén. A kifejezetten a borturizmus miatt idelátogatók „egységes arculattal” találnák szemben magukat, egy helyen több híres pincészetével, borászati kínálatával. Mindemellett, a csak a bor- és a borkóstoló miatt idelátogató turistát, a városban tudnánk tartani, így más kínálati elemekkel is tudna ismerkedni.

A Szekszárdi Családbarát Strand- és Élményfürdő, sok év után hiánypótló elemként jelent meg, és amely az idei évben már 85 ezer fő látogatottságot ért el. A strand télisítése nyomán megszüntethetnénk a szezonálitást.

Különleges kínálati elemként jelenik meg a Gemenc. A Gemenc sokszínűsége, különlegessége nyomán szükséges lenne egy turisztikai ököcentrum kialakítása és működtetése. Szekszárd és a bor illetve Gemenc és a természet arculati elemek összekapcsolásával új üzenet fogalmazható meg mind a helyi városlakók, mind pedig az ideérkező turisták számára.

Kiemelkedő lehet még a turizmus sport irányú fejlesztése. Sportcentrum szálláshelyekkel történő fejlesztése nyomán lehetségessé válna edzőtáborok lebonyolítása. Kalandpark létesítése és működtetése is lehetséges ötletként merülhet fel, de jövőbeli rentábilis működtetése az egyéb kínálati elemek fejlesztésével összhangban várható.

Az önkormányzatok sok mindenre befolyással lehetnek, az önkormányzati szolgáltatások, fejlesztési tervek, fejlesztések, adók, az egyes kedvezmények mind meghatározzák a település „eladhatóságát”. Szükséges az egységes arculat létrehozása, az anyagi és szellemi infrastruktúra megteremtése (víz-,

szennyvízhálózatok kiépítése, megközelítési lehetőségek javítása, a munkaerő ki- és átképzése, a nyelvi képzés, tudatosítani a lakosságban, hogy a település fejlődése függ a hozzáállásuktól, vendégszeretetüktől, aktivitásuktól, stb.), valamint olyan látványosságoknak a létrehozása, amelyek a helyszínre vonzzák a célcsoportokat.

A leghasználatosabb reklámeszközök a településmarketingben a prospektusok, poszterek, képeslapok, bemutató füzetek, térképek, TV műsorok, információs táblák, illetve kiemelkedő jelentőségű a városi honlap működtetése valamint annak naprakész információtartama. Szekszárd város weboldala megfelel küldetésének, kiaknázva az online kommunikáció lehetőségeit. Esztétikumával, struktúrájával és felhasználóbarát kezelhetőségével megfelel a mai látogatói igényeknek.

Új, jól bevethető marketingeszközök a mobiltelefonos „app”-ok, vagy az internet nyújtotta egyéb lehetőségek – hirdetés bannerek, szponzoráció, stb. Gerillamarketing körébe, vagy attól alig elválaszthatóan létezhet a tejesdobozokon vagy a buszok felületén való promóció. Nem szabad elfelejtkeznünk a legerősebb, a személyes kommunikáció eszközéről sem.

M9 továbbépítése és az M6 befejezése javíthatja az elérhetőséget, az ezért való lobbizás a politika szükséges célja kell, hogy legyen.

A helyi gazdaságfejlesztés munkahelyeket teremt, ezáltal fizetőképes helyi kereslet jön létre.

A helyi pénz bevezetése élénkítheti a belső keresletet.

A Paksi Atomerőmű fejlesztésének multiplikatív fejlesztő hatásait ki kell használnia a város vezetésének. A mélyinterjú megkérdezés kapcsán potenciális lehetőségként hangzott el Paks II. – Fecskeház bővítésével illetve a déli városrészben családi házas övezetben lakhatás biztosításával, segítségével – a tervek szerint a lakosság szám növelhető tízezer fővel.

A Pannon Borrégió egyik legdinamikusabban fejlődő borvidékén, a Szekszárdi borvidéken, egyes borászatok rendkívül távol esnek egymástól, - pl: Bodri Pince Faluhelyen míg a Vesztergombi Pince a 6-os út mellett Pécs irányába - érdemes lenne egy olyan utcát létrehozni a városközpontban, ahol a város valamennyi pincészeté egy állandó kis standdal, pincével megjelenhetne, meghatározott nyitvatartási idővel. Erre jó példaként szolgál a Villányi Borvidék. Ez a „borutca” lehetne a Fürdőház utcában vagy a Kadarka utcában, vagy a sétáló utcában. A Fürdőház utcában található a Szekszárdi bormúzeum, aminek látogatottsága ezáltal növekedne. Nem utolsó szempontként a városközponttól sem esik messze.

A Szekszárdi borvidéken a legnagyobb gondot a szálláshelyek hiánya okozza. A borvidék nem rendelkezik magasabb kategóriás szálláshellyel, ahol az ide érkező turisták színvonalas szolgáltatásokat tudnának igénybe venni. Ezt az állapotot próbálja jelenleg orvosolni Mészáros Pál. A Merops Borhotel, ami a város központjában épült a közeljövőben kerül átadásra.

Szükség lenne a kiadványok minőségi javítására, a borászatok, szolgáltatók közvetlen internet elérhetőségének kialakítására, honlap tartalmuk folyamatos frissítésére. A Tourinform irodákhoz tartozó kisebb helyi kirendeltségek is hatékonyan tudnák a borászatokat népszerűsíteni.

Egységes arculatépítés érdekében - egységes logó kialakítása, egységes palack bevezetése ami egyértelműen tükrözné, hogy a Szekszárdi borvidék bora. Hasonló törekvés a Fuxli, mint egy közös brand létrehozása ahol a palack címkéjén a bort, ill. borászatot egy róka jelképez más-más helyzetben, pózban. A borvidék kitáblázottsága sem megfelelő. A helyi borászatok nagyon nehezen találhatók meg, néhány kivétellel. Mindenképpen szükséges lenne a pincészetek nagy, jól értelmezhető tábláival kitáblázni a várost, hogy a turisták könnyebben találjanak oda. Valamint a város több pontján, lehetne egy kisebb várostérképet kirakni, jelölve a helyi pincészetek és egy olyan pont, ami jelzi, hogy a turista „Most ezen a ponton áll”. Ezen táblák segítségével az ide látogató könnyebben el tudná helyezni magát a városban és tudná, hogy merre induljon el ahhoz, hogy elérjen a választott pincéhez. Nem egyszerű a Vida Borbirtok de a Heimann Családi Birtok elérése sem, főleg a közösségi közlekedéssel.

### 4.4.2. Intézkedési terv és stratégia

/Husztai Zsolt/

#### A MARKETINGTEVÉKENYSÉGEK CÉLRENDSZERE

- Konkrét marketingcélok
  - rövid távú célok:
    - Szekszárd arculatának rendezése
    - A városmarketing helyének rögzítése a város struktúrájában
  - középtávú célok:
    - marketingtermékek fejlesztése és kommunikációs utak keresése
    - aktív városi egyeztetések és együttműködések kialakítása/javítása/szélesítése
    - szemléletformálás elindítása a városban
    - térinformatikai rendszer tervezése és felépítése
  - hosszú távú célok:
    - „okos város” rendszerének széles körű céges és lakossági alkalmazása
    - a működő városmarketing-rendszer befektetéseket és idegenforgalmat generál
- Áttételes marketingcélok:
  - versenyképesség növelése
  - helyi gazdaság fejlesztése
  - vásárlóerő emelése

### JÖVŐKÉP

A jövőkép egyfajta vízió, melyben képet lehet kapni a következmények összességéről, azaz az elkövetkezendő időkben fennálló helyzetről a tettek megvalósulására való tekintettel. A jövőképet a tervezés során kell meg határozni, egyfajta leírásként. A jövőkép célokból és a tevékenységekből meghatározni. Ennek során némi képzelőerővel meg lehet határozni a jövőkép elemeit, melyeket egységbe dolgozva lehet kialakítani a végleges képet. Adott tervezés során is többféle jövőkép keletkezhet s azok elemei is változhatnak. E dokumentumban egyszerű jövőképet vázoltunk fel, amely az adott célok a feltételezések szerinti végrehajtásának eredményét mutatja jövőben.

#### **Szekszárd 2029 – 15 év múlva**

Szekszárd városa 2014-ben marketingtervet készített. Ennek megállapításait figyelembe véve áttekintették a tervezési dokumentumok hatályát és tartalmát, koncentrálták a meglévő erőforrásokat és hozzákezdtek a város egységes brendjének kialakításához.

A településfejlesztés és a városmarketing együtt megerősítették Szekszárd szerepét és funkcióit, ezáltal a város prosperáló, élettel teli település lett, egyben megőrizve kis középvárosi jellegét és értékeit.

Szekszárd az informatikai fejlesztéseknek köszönhetően ugyanakkor „okos várossá” vált, szolgáltatásai a cégek, a lakosság és az ide érkező turisták számára is megfelelő, az igények alapján kialakítottan működő. Sokszínű szolgáltatási rendszerek működnek, akár a kommunális szolgáltatások, akár a szórakozás terén.

A korábban is létező városi partnerség aktívabb és szélesebb körű lett. A cégek termékeiken és szolgáltatásaikban „felvállalják” szekszárdi mivoltukat, a város lakói is új értékeket találnak.

#### **AZONNALI BEAVATKOZÁSOK – INTÉZKEDÉSEK**

- PR munka fejlesztése kiemelkedő fontosságú, egységes
- Szálláshely-fejlesztés továbbra is cél kell, hogy maradjon
- A helyi cégek marketingpolitikákába bele kell foglalni a szekszárdiságot, illetve a város hirdetését
- Aktív és korszerű kommunikációs csatornákhöz kell folyamodni
- Települési tervezési dokumentumok teljes körű vizsgálata (hatály, tartalom)
- A korszerű szoftveres környezet megteremtése – városmarketing alkalmazások
- Városmarketing-várospolitikai kerekasztal (a TDM-en belül, a részt vevők körét kibővítve)
- Városmarketing feladatok folyamatszabályozása, eljárásrendek kidolgozása
- Okos város tervezésének megkezdése – térinformatikai rendszer kiépítése és használatának kötelezővé tétele az önkormányzati szférában

### VERSENYTÁRSÁK – VÁROSVERSENY

Tolna megye valódi urbanizáltsága alacsony. Szekszárd érthető módon nem Péccsel kell, hogy vetélkedjen bizonyos pozíciókért.

A városverseny kapcsán két tényezőcsoportot kel figyelni, melyek alapján a potenciális versenytársak azonosíthatók, akik a helyi pozíciók veszélyeztetését előidézhetik:

- földrajzi közelség és méretazonosság
  - közeli hasonló nagyságkategóriájú városok  
Paks, bizonyos mértékben Bonyhád
- helyi gazdaság hasonló volta
  - jelentős borászati kultúrával rendelkező magyarországi városok  
Siklós és Villány, Eger, Sopron

E településekre, illetve ezek fejlesztésére fokozottan figyelni kell, kiváltképp Paks esetében. Ennek oka a helyi gazdaságok közti különbségekben, illetve az innovativitásban is fellelhető.

### STRATÉGIÁK

Alapesetben, a tervezés során a stratégiaalkotás megfelelő adatbázison nyugvó, és elsősorban a piacokat és a termékeket állítja a középpontba. Egy városmarketing-tervnel csak ez előbbi lehetséges, mivel a piac a városverseny terepe, míg a termék maga a város.

Az elemzések alapján elkészült elemzésekből az látható, ld. swot-elemzés, hogy egyértelműen kijelöli, megadja az utakat: a bor (és esetleg Gemenc) esetében az offenzív piaci magatartás fogadható el, míg a többi „termék” és szolgáltatás esetében a stratégiát diverzifikálni kell, azaz az egyes kínálati elemek kapcsán külön-külön, az érintettek bevonásával kell meghatározni a stratégiát.

Szembe kell nézni a független elemzések által feltárt hibákkal, folytatni és fejleszteni kell az elindított jó irányú folyamatokat (borászok fejlesztései, TDM, stb.), melyek hozzásegíthetik a várost a megfelelő fejlesztések véghezviteléhez.

### KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁK

#### Külső kommunikáció

A marketingkommunikáció során fokozatosan fel kell hagyni minden olyan klasszikus üzenethordozó közeggel /csatornával/, melyek folyamatosan veszítenek jelentőségükből. Mindent, amit elméletileg a cégek vagy egyének kereshetnek a várossal kapcsolatosan, keresőoptimalizált elektronikus felületeken kell elsődlegesen hozzáférhetővé tenni. Ez persze önmagában feltételezi a városi térinformatikai

rendszer kiépítését, majd abból következően a teljes, várossal kapcsolatos ügyintézés elektronikussá tételét, majd ismét ebből következően pl. mobiltelefonos alkalmazások – "appok" – vagy elektronikus reklámfelületek alkalmazását.

### Belső kommunikáció

Csak a városmarketingben közvetlenül részt vevő személyek számára ki kell alakítani egy protokoll- és viszonyrendszer-mentes kommunikációs hálózatot (vagy valamely meglévő hálózat ilyen irányú alkalmazását), melyeken az érintettek gyorsan és hatékonyan tudnak kommunikálni.

### **4.4.3. Szervezet**

/Husztai Zsolt /

Javasoljuk a városmarketing területét a megfelelő forrásokkal együtt feladatként delegálni a Szekszárdi Turisztikai Kft. felé, kivéve a városmarketing eredményeképp esetlegesen letelepedni kívánó céges ügyfélkezelést, melyet a Szekszárdi Vagyonkezelő felé kell irányítani.

## 5. Mellékletek

### 5.1. Statisztikai adattáblák

Megtalálhatóak a digitális adathordozón.



## **5.2. Kérdőívminták, mélyinterjú-kérdések**

### **A) Szekszárd város településmarketing kérdőíves felmérésének kérdései /Máté Andrea /**

1. Milyen szempontot tart(ana) fontosnak, amikor lakóhelyet választ?
2. Milyen mértékben elégedett Szekszárd adottságaival (szekszárdiak esetén)? / Mennyire tartja vonzónak Szekszárd adottságait (nem szekszárdiak esetén)?
3. Választaná lakóhelyének Szekszárdot?
4. Ha lenne lehetősége melyik településre költözne Magyarországon? Miért?
5. Milyen tulajdonságok jellemzik Szekszárdot?
6. Mit javítana/min változtatna annak érdekében, hogy jobban érezze magát Szekszárdon?
7. Ön szerint miről ismert leginkább Szekszárd?
8. Szekszárd kapcsán milyen turisztikai érték, látnivaló jut eszébe először?
9. Kérem értékelje Szekszárd turisztikai vonzeróinak jelentőségét!
10. Kérem értékelje Szekszárd turisztikai infrastruktúrájának jelenlegi helyzetét?
11. Hogyan ítéli meg a turizmus jelentőségét Szekszárdon és milyen szerepet szánna neki a jövőben?
12. Értékelje Szekszárd város logóját és szlogenjeit?



13. Honnan vannak információi a Szekszárdon történő eseményekről?
14. Milyen mértékben elégedett Szekszárd (turisztikai) fejlesztéseivel?

#### Háttérinformációk:

1. A válaszadó neve:
2. Lakhelye (település):
3. Kérem, mondja meg az életkorát?
4. Kérem, mondja meg az Ön legmagasabb iskolai végzettségét!



**B) A Szekszárdi Szüreti Napok kérdőíves felmérésének kérdései /Máté Andrea /**

1. Hányadik alkalommal vesz részt Ön a Szekszárdi Szüreti Napokon?
2. Mely programokon vett részt?
3. Milyen bort kóstolt meg, vagy tervez megkóstolni a rendezvény alatt (amely megnyerte tetszését is)?
4. Honnan vannak információi a rendezvényről?
5. Milyen mértékben volt elégedett a Szekszárdi Szüreti Napok szervezettségével, kiegészítő szolgáltatásaival?
6. Kérem értékelje a Szekszárdi Szüreti Napok logóját?



7. Ön melyik helyszínen látogatná szívesebben a borudvart/borutcát *a templom környékén (Béla király téren)* VAGY *a központban a négysávós úton (ahol 2012-ben is volt)*? Kérem indokolja véleményét!
8. Milyen mértékben volt elégedett az idei és a tavalyi (amennyiben részt vett rajta) Szekszárdi Szüreti rendezvénysorozattal?
9. Szívesen részt venne jövőre is a Szekszárdi Szüreti Napokon?

Háttérinformációk:

1. A válaszadó neve:
2. Lakhelye (település):
3. Kérem mondja meg az életkorát?
4. Kérem mondja meg az Ön legmagasabb iskolai végzettségét!
5. Az Önök háztartásában mekkora az egy főre jutó havi jövedelem (nettó összeg Ft/fő/hó)?

**C) A mélyinterjúk kérdései /Slezák-Bartos Zsuzsanna/**

- 1. Melyek Szekszárd város imázsának meghatározó elemei?*
- 2. Tapasztalatai szerint mi jellemzi Szekszárd turisztikai keresletét, kínálatát, versenyképességét? Milyen a látogatók megoszlása, szezonálitása?*
- 3. Milyenek a visszajelzések a turisták részéről Szekszárd városával kapcsolatban? Rendelkeznek-e felmérésekkel, elemzésekkel erre vonatkozóan?*
- 4. Szekszárd milyen marketing eszközöket használ a turizmus élénkítésére? Milyen szerepet kapnak a promócióban a rendezvények? Milyen jövőbeli változásokkal lehet számolni?*
- 5. Az önkormányzat mennyire támogatja, illetve mennyire működik együtt a helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel? Miben nyilvánul meg? Mivel lehetne a vállalkozások megtelepülését, megtartását ösztönözni?*
- 6. Mennyire versenyképes a helyi munkaerő? Milyen munkaerő-fejlesztést (hiányszakma, átképzés, nyelvismeret) tartanának szükségesnek? Mivel lehetne csökkenteni a fiatalok elvándorlását?*
- 7. A szekszárdi fejlesztési tervekben milyen szerepet kapnak a már említett szervezetek, illetve rendezvények? Melyek a jövőbeli kijelölt irányok?*
- 8. Melyek a fő marketingeszközei a városnak? Ön szerint mennyire tekinthetőek azok sikeresnek?*
- 9. Jelenleg milyen fejlesztési, bővítési tervekkel és beruházásokkal lehet számolni az Ön által képviselt szervezetnél?*
- 10. Melyek azok a beruházások, amelyek a közelmúltban valósultak meg? Milyen gazdasági hatásait tapasztalják a megvalósulás óta?*