

SZENTENDRE

TURISZTIKAI KONCEPCIÓ TERVE



2021. április 28.

Szentendre Város Turisztikai Konceptió-terve

2021.04.28.

Megrendelő: Szentendre Város Önkormányzata

Készítették:

Városkutatás Kft, Tosics Iván

Ekler Építész Kft, Ekler Dezső, Csizmady Adrienne

Jassó Építésműhely Kft, Jassó Sándor, Kiss Borbála

Xellum Kft, Puczkó László

Soóki-Tóth Gábor egyéni vállalkozó

Mobilissimus Kft, Gertheis Antal, Szabó Noémi

Ez az anyag a Szentendre Város Önkormányzata és a Városkutatás Kft között kötött, 2012. december 28-án aláírt „Szentendre Város Vagyongazdálkodási, valamint Turisztikai Konceptiójának tartalmilag összefüggő, de külön-külön dokumentumokban való elkészítése” című szerződés végszállítása.

Jelen Turisztikai koncepció szoros összefüggésben van a párhuzamosan készült Vagyongazdálkodási koncepcióval. Mindkét anyag kiindulópontjaként a meglévő és folyamatosan frissített önkormányzati turisztikai elképzeléseket és vagyongazdálkodási koncepciókat, valamint a 2020. tavaszán készült Szentendrei Stratégiák c. tanulmányt tekintjük. Ezekhez adjuk a turisztikai szektor szereplőivel folytatott beszélgetéseket, a szakági, befektetői, pénzügyi fenntarthatósági szemléletet, valamint az egyes ingatlanokról készített állapotfelmérést, amelyhez víziót kapcsolva adunk javaslatokat a lehetséges jövőbeni intézkedésekre.

Tartalomjegyzék

Előszó.....	5
1 Vezetői összefoglaló	6
2 A koncepció megalapozása	10
2.1 A koncepció alapfeltételezései.....	10
2.2 A városfogyasztás mintái.....	12
2.3 A koncepcióalkotást befolyásoló paraméterek.....	20
3 Szentendre turisztikai koncepciója.....	22
3.1 A koncepció céljai	24
3.2 A turizmus és a szabadidőipar fejlesztése.....	33
3.3 Termékfejlesztési feladatok	40
3.3.1 Kreatív turizmus és szabadidő eltöltés.....	40
3.3.2 Kulturális és örökségturizmus	45
3.3.3 Városlátogatások.....	51
3.3.4 Lassú turizmus	55
3.3.5 Rendezvények és fesztiválok	59
3.3.6 Kiegészítő kínálat fejlesztése.....	63
4 A turizmus és a vagyongazdálkodás összefüggései.....	67
4.1 Turisztikai funkciók helyszínei	67
4.2 Szálláshelyfejlesztés	70
4.3 Kapcsolódás az országos és budapesti turisztikai stratégiákhoz, a Magyar Turisztikai Ügynökséghez.....	70
5 Rövidtávú feladatok.....	72
6 A turizmus szempontjából fontos mobilitási-közlekedési kérdéskörök.....	74
6.1 Szentendre megközelítése: a módválasztás befolyásolása.....	74
6.2 A Szentendrén belüli mobilitás alapvető kérdései	78
7 Melléklet: Desztinációs Hatásmodell	83
8 Melléklet: közlekedési előzmények és adatforrások.....	85
9 Lefolytatott egyeztetések.....	94
10 Térképek.....	96

Mellékletek jegyzéke

T-01. Szentendre belváros térképe – fő utca funkciók – 2021. április	97
T-02. Szentendre belváros térképe – északi terület funkciók – 2021. április.....	98
T-03. Szentendre belváros térképe – múzeumok	99

Ábrák jegyzéke

1. ábra Jelenlegi keresleti-mix	14
2. ábra Szentendre látogatógazdaságát befolyásoló kritikus kérdések	20
3. ábra Lehetséges szabadidőgazdasági célok.....	25
4. ábra A lehetséges célok összefüggései és kapcsolatai	26
5. ábra A lehetséges célok összefüggései és kapcsolatai – látogatószám változásának alapján	27
6. ábra Kreatív turizmus keretrendszere és kapcsolatai	30
7. ábra A koncepcióalkotás fő elemei és folyamata.....	32
8. ábra Szentendre szabadidős keresletének elemei	33
9. ábra A turizmus és a szabadidős formák kapcsolata	34
10. ábra Szentendre jelenlegi keresletének modellezése	37
11. ábra Szentendre vízionált, új márkájában az egyes terméktípusok/szegmensek javasolt szerepe	38
12. ábra A kreativitás megjelenése a keresletben/kínálatban	40
13. ábra A kreatív turizmus jellemzői	42
14. ábra Szentendre belvárosa a Castrum és a múzeumok jelölésével	46
15. ábra A kreativitás, a kultúra és az örökségek kapcsolata	47
16. ábra A kulturális és örökség turizmus jellemzői	48
17. ábra A városlátogató kereslet jellemzői	51
18. ábra A lassú turizmus jellemzői	56
19. ábra A városi rendezvények jellemzői	60
20. ábra A BFK grafikája az „M5 metró I. ütem” tervezési projektről.....	75
21. ábra: A City-Tunnel Offenbach nyomvonala (OpenRailwayMap) és Offenbach Marktplatz állomása (Dirk Lehmann, Wikimedia Commons).....	76
22. ábra Integrált tarifarendszer Berlin környékén / Vasútra szervezett közbringa rendszer: OV-fiets, Houten (Hollandia)	77
23. ábra Kavalir igényvezérelt belvárosi mobilitási szolgáltatás, Ljubljana / Közszolgáltatást ellátó minibusz, Zirc.....	79

24. ábra Parkolásirányítási rendszer kijelzői, Hallstatt (Ausztria)	80
---	----

Táblák jegyzéke

1. táblázat Szentendre adottságainak turisztikai szempontú értékelése.....	11
2. táblázat Jelenlegi szegmensek értékelése.....	15
3. táblázat Kereslet-kínálat mix	28
4. táblázat Magyarország leglátogatottabb városai (vendégéjszaka alapján)	28
5. táblázat A lehetséges akciók forrás és időhorizontja	29
6. táblázat A javasolt fókusz tematikák kapcsolata az egyes szegmensekkel	35
7. táblázat A fő terméktípusok jellemzői.....	39
8. táblázat Kreatív turizmus fejlesztése.....	43
9. táblázat A kulturális és örökségturizmus fejlesztése.....	49
10. táblázat A városlátogatás mint termék fejlesztése	53
11. táblázat A lassú turizmus fejlesztése.....	57
12. táblázat A rendezvénykínálat fejlesztése	61
13. táblázat A kiegészítő termékek fejlesztése	65
14. táblázat A javasolt funkció és kínálatfejlesztések ingatlan/terület igénye	67

Előszó

A 2020-21-es pandémia szinte teljesen eltüntette Szentendre klasszikus értelemben vett turisztikai keresletét. A város életében nagy jelentőségű turizmus is összeomlott, legalábbis az a formája, ami a korábbi években domináns volt. A drasztikus változások reflektorfénybe állították a turizmus problémáit, és felvetették annak igényét, hogy a város meghatározza a turizmus számára megfelelő formáit, irányait, volumenét.

A most kiélesedő problémák nem újkeletűek, már évek óta folynak a viták a nyári szezonban a városra zúduló tömegturizmus kezelésének lehetőségeiről. Bár a turizmus-szektor várhatóan leghamarabb csak 2022-ben fog regenerálódni, új jelenségeként a lezárások időszakában a hétvégi városlátogató forgalom a korábbiakhoz hasonló megterhelést jelentett a város és a városlakók számára.

A Városkutatás Kft vezetésével működő szakértői társulás 2021. év elején arra vállalkozott, hogy rövid határidővel koncepcionális anyagot készít, amely megalapozza Szentendre új, a mai helyzetre és a hosszabb ideje érvényesülő anomáliákra egyaránt reagáló turisztikai koncepcióját, illetve azzal párhuzamosan a városi vagyonnal való gazdálkodás turizmussal szorosan összefüggő koncepcióját. A megbízás szerint az elemzés a szűk határidőre és a problémák térbeli koncentrációjára való tekintettel **döntően a belvárosra vonatkozik.**

Gondolkodásunkat és munkánkat az a megközelítés irányította, hogy a jelen turisztikai koncepció műfajánál fogva megfogalmazza azokat a megfontolásokat és ötleteket, amelyek alapján a város, mint turisztikai célterület, újradefiniálhatja magát, és amelyre építve megfogalmazhatók a koncepció tartalmának és irányainak megfelelő stratégiák és tervek.

A munka két ütemben készült. Az első ütem összefoglalójában megfogalmazásra kerültek a legfontosabbnak tartott kérdések és állítások, amelyekről széleskörű konzultációkat tartottunk. Ezek eredményeit beépítettük a végszállításként elkészült jelen koncepció-tervbe.

1 Vezetői összefoglaló

Szentendre turizmusának elemzése során tágabb körben kell a folyamatokat és az eredményeket vizsgálnunk. A város különleges helyzetet élvez, illetve ezzel párhuzamosan szenved el, ugyanis nincs olyan másik város ma Magyarországon, amely vendégforgalmi szempontból igazán összevethető lenne Szentendrével.

A turisztikai koncepció **alapvető megfontolásai** az alábbiak:

1. A városvezetés **fő ambíciói** a városba látogatókkal kapcsolatban:

- A helyi identitás erősítése
- Élhetőség/életminőség javítása
- A helyi gazdasághoz való hozzájárulás erősítése
- Helyi vállalkozások/lakosság dinamizálása
- Látogatóforgalom (szám, tevékenység, összetétel, költés) átalakítása

2. A látogató csoportokra vonatkozó preferenciák:

- Elsősorban azok, akik a város adottságai iránti érdeklődésből akarnak ide jönni:
 - o **meglévők adottságok:** művészet, várostörténeti kulissza (örökség), a nemzetiségi kultúra, város és víz kapcsolata, város és a hegyek
 - o **kialakítandó/létrehozható adottságok:** nemzetiségi kultúra lenyomatai a mindennapi életben, autentikus gasztrokínálat (kapcsolatban a város történetéhez), történetmesélés
- Az önkormányzati vélemény szerint törekedni kell a tömeges formában megjelenő látogatásformák és típusok arányának csökkentésére, azaz a látogatók számának növelése helyett a cél a **város értékei iránt érdeklődő városlátogatók számának és tartózkodási idejének a növelése** kell legyen.
- Erősíteni kell eddig elhanyagolt, de a város értékeihez könnyen kapcsolható látogatói csoportok vonzását (például **Szentendre gyerekekkel:** a városi értékek gyerekek számára is érthető, élvezhető formában való bemutatása, ami nyilván a gyerekes családok vonzását jelenti).

3. A város a fenti preferált látogatói csoportok számára olyan **attrakciókat** tud nyújtani, amelyek a **preferált látogatók számára vonzóak, könnyen elérhetők és hajlandók érte fizetni is**

- **Szentendrei kultúrkörből, örökségből levezethető,** különböző mélységű és a látogatók számára releváns tartalmak kialakítása. A kulturális tartalmak mellett ezekre épülő szórakoztató és gasztró termékek bevezetése, mint például nemzetiségi street food, 'Kovács Margit pogácsája'. Mindezeket a mögöttes történeteket is röviden megemlítve térképeken és applikációkon is meg kell jeleníteni.

4. '**Látogatói pontok**' kialakítása, amelyek a különféle preferált csoportokat bevezetik a városba és eligazítást adnak számukra

- Erős összefüggés a belváros **különböző megközelítési módjaival, azok beérkezési helyeivel** (HÉV-állomás, autóbusz-parkoló, személyautó parkolók, hajóállomás, kerékpárutak beérkezése)

- A fizikai helyek (pl. TDM iroda, Skanzen ház) mellett **okos megoldások** is kellenek, például az autóval, HÉV-el, kerékpárral érkezőknek.

5. A preferált látogatói csoportok **változó elvárásainak figyelembe vétele**

- **Fenntartható látogatási modell** kialakítása: körkörös gazdaság, városi értékek és hagyományok tiszteletben tartása, lakossággal és mindennapi tevékenységekkel való közvetlen kapcsolat igénye,
- **Információ-technológiai eszközök** fokozott használata,
- Nagyobb hangsúly a **szabadtéri programokon és attrakciókon**, a biztonságon és a higiénián.

6. Az egyes preferált látogatói csoportok elhelyezése/irányítása a **szűken vett belvároson túlra**

- Tágabb belváros-látogatási attrakciók felsorolása azok számára, akik **ki akarnak menni a szűk turisztikai zónából**, illetve akik visszatérő vendégek, akik nem a már ismert részeket akarják újra megnézni. Eldöntendő kérdés, hogy akarja-e azt a város, hogy a jelenleg látogatógazdaságra épülő területeken túl is megjelenjenek, akár csak időszakosan is, a vendégek vagy inkább a már eddig is specializált belvárosi területen belül nyújt magasabb élményértéket és alkalmaz hatékonyabb menedzsment megoldásokat?
- Erős az összefüggés a meglévő vonzerő és az azzal szoros kapcsolatban lévő ingatlanállománnyal: **a szűk belváros peremén** is attrakciókat kell tudni kínálni, amihez azonban megfelelő ingatlanokra is szükség van.
- Összefüggés a **közlekedési módokkal**: a gyaloglási távolságon túl lévő, a belvároson kívüli attrakciók, különösen pedig a Skanzen esetében, döntő kérdés a megközelíthetőség.

7. Az egyes preferált látogatói csoportok menedzsmentje/irányítása a **látogatás időtartamának növelése érdekében**

- A preferált látogatói csoportok érdeklődésének megfelelő kulturális (és kapcsolódó) tartalmak elmélyítésével és térbeli szétszórásával el kell érni a ma domináns 2-2,5 órás látogatási idő meghosszabbítását **az egész napos látogatás** irányába. Ugyanakkor tisztában kell lennie azzal, hogy bizonyos szegmensek (lásd később részletesen) számára ez a maximum rendelkezésre álló idő.
- Hasonló módon törekedni kell arra, hogy a város **ne csak leginkább hétvégeken és ne csak a főszezonban** merüljön fel látogatási célként azok számára, akik potenciálisan érdekeltek a város nyújtotta élményekben. Ehhez azonban koherens szegmens/élményígéret megféleltetésekre van szükség

8. A lakosság érdekeltté tétele és mobilizálása

- **Erősíteni kell a belváros lakófunkcióját**, ez magával hozza a hétköznapi használatát és bolt-kínálatát. Ekkor kialakul az élet a belvárosban, amiért a belvároson kívüli városrészekből is érdemes bemenni a belvárosba és a városon kívülről jövő látogatók is jól fogják érezni magukat.
- **Október-márciusi időszakban** különösen fontos, hogy kiegyensúlyozott kínálat legyen a belvárosban, a helyiek, a környéki és a budapesti látogatók megtalálják, amit keresnek és azt is amit NEM keresnek, de megtalálnak. Kültéren és beltéren is.

- Minőségi, **igényesebb munkahelyek teremtése** a látogató gazdaságban a városi lakók számára. Új lehetőségek teremtése (pl. megmutatom a házamat, udvaromat, pincémet), kölcsönös előnyök alapján.

9. A látogatói gazdaságot befolyásolása, menedzselése, egyrészt közösségi szektoron belüli **koordinált menedzsmenttel**, másrészt a látogató-gazdaságban érdekelt egyéb szereplőkkel és a lakossági csoportokkal való **együttes irányítás** (co-governance) útján

- **Koordinált menedzsment:** fokozatosan kibővíteni a TDM tulajdonosi struktúráját, ne csak kizárólag az önkormányzat legyen pozícióban. A TDM tevékenységeinek finanszírozására a jellemzően az IFA visszaosztására épülő magyarországi gyakorlat Szentendre esetén nem értelmezhető, a kereslet összetétele és a szálláshelykínálat mértéke miatt. E helyett látogatói hozzájárulás alapú modell lenne alkalmasabb, pl. minden nem helyi látogatót pl. 1 EUR értékű városhasználati hozzájárulás megfizetésére ösztönözni.
- **Együttes irányítás** (városközpont-menedzsment program): a belváros régiesítő megújításának projektje közös vállalkozásként kellene működjön, a város, a lakosság, a tulajdonossal társuló befektetők, fejlesztők, bérlők és üzemeltetők közös üzemeként, koordináló igazgató tanáccsal, menedzsmenttel, felelősen összehangolva a teendőket a szűk belváros területén, önállóan gazdálkodva, fejlesztve és működtetve az átvett vagyont. (Bővebben a Vagyongazdálkodási koncepcióban.)

10. A fentiekbe célokba nem illeszkedő jelenlegi piaci trendeket (például rövid, tömeges csoport-turizmus, erre épülő butik-kínálat) **visszaszorítása**

- **Szentendrei márka** – zsúriztetni kelljen az árult termékeket az autenticitás szempontjából. Például az önkormányzat által finanszírozott brand-anyagokban/kommunikációban csak ilyen termékek és boltok kerülnek bemutatásra.
- Új lehetőségek (megürülő boltok, fejlesztési projektek) esetében **koncepció-pályázattal nagyobb súlyt adni a tartalomnak** a megajánlott árral szemben.

Mind a múlt, mind pedig a meghatározandó jövőkép szempontjából kritikus, hogy **nem állnak rendelkezésre adatok és modellek** Szentendre, mint turisztikai és szabadidős célterület iránti keresletre, és a tényleges turisztikai forgalomra vonatkozóan. Emiatt becslések alapján került elemzésre a jellemző keresleti szegmensek összetétele, illetve azok látogatási és fogyasztási jellemzői, külön kitérve azokra a városlátogatókra, akik maguktól érkeznek, illetve akiket csoportos látogatás formájában hoznak.

A koncepció egyértelműen meghatározza, hogy Szentendre, mint turisztikai/szabadidős célterület a továbbiakban **főként a turizmus következő formáit részesíti előnyben:**

- kreatív
- kulturális és örökség,
- lassú,
- városlátogató turizmus.

A további termékek, mint az esemény-, gasztró-, üzleti és aktív szabadidős turisztikai kínálat mint **kiegészítő elemek** jelennek majd meg. A fenti csoportosítás úgy a látogatói motivációk összetételére, mint a város jelenleg kialakítás alatt lévő turisztikai márkájához (brand) való hozzájárulásra értendő fókuszot jelent.

A koncepció az önkormányzat szemszögéből minden egyes termékre vonatkozóan külön-külön meghatározza

- az **elvégzendő feladatokat**, mint pl. termék/szolgáltatás- és funkciófejlesztés, együttműködések, belváros-menedzsment, ingatlanhasznosítás, márkázás, monitoring, finanszírozás és képzés
- a **végrehajtásban** való szerepvállalást
- a **várható eredményeket**: látogatószám, összetétel, végzett tevékenységek és tartózkodási idő változása, ingatlanok értékváltozása, lakosság életminőségének és a vállalkozási kedv növekedése.

A jelent koncepció irányában és tartalmában alkalmas arra, hogy az önkormányzat folytassa a Magyar Turisztikai Ügynökséggel az együttműködésre vonatkozóan korábban megakadt egyeztetéseket, illetve új alapokra helyezze Budapest Brand Zrt-vel történő együttműködést.

2 A koncepció megalapozása

A koncepcióban a város valóban egyedi adottságai és keresleti mintái miatt jellemzően kerüljük a szűkítő jellegű 'turista' szóhasználatot, ehelyett városba látogatókról, esetenként pedig még szélesebb értelemben vett városfogyasztókról beszélünk. Utóbbiak fogalmába nem csak a bel- és külföldi városlátogatók, hanem a város és a környék lakosai is beletartoznak.

2.1 A koncepció alapfeltételezései

Szentendre turizmusának elemzése során tágabb körben kell a folyamatokat és az eredményeket vizsgálnunk. A város különleges helyzetet élvez, illetve ezzel párhuzamosan szenved el, ugyanis nincs olyan másik város ma Magyarországon, amely vendégforgalmi szempontból igazán összevethető lenne Szentendrével. Ennek okait és következményeit az alábbiakban foglaljuk össze.

Munkánk kiinduló álláspontja, hogy a város egyedi adottságai, illetve azok ismertsége és eddigi használata következményeképpen kialakult városfogyasztási elemzést a fogyasztás összességére végezzük el. Ez azt jelenti, hogy nem tekintjük a klasszikusan vett „turista” forgalmat önállónak, hanem a városfogyasztás meghatározó, de nem szeparálható formájaként elemezzük.

Az alábbi táblázat a legfontosabb és legkritikusabb paraméterek foglalja össze és ismerteti azokat a jellemzőket, amelyek alapján egy-egy paraméter kedvező vagy akár azzal párhuzamosan kedvezőtlen tulajdonságokat is képviselhet.

A koncepcióalkotást alapjaiban befolyásoló kulcs jellemzők az alábbiak:

- Nagyon közel fekszik az ország első számú turisztikai desztinációjához (célterületéhez), amely jelen esetben Budapest
- Dunakanyari pozíció
- Nagyon közel fekszik az ország fővárosához/vonzáskörzethez, amely pozíció kivételesen egybeesik a fővárosi státusszal, bár a kettő nem következik a másikból és külön is elemzendő
- Jelentős szervezett forgalom
- Ékszerdoboz pozíció és vonzerőösszetétel
- SKANZEN közelsége

Bár ezen pontok triviálisnak és számtalanszor elismételtnek hangzanak párhuzamos, azaz kedvező és kedvezőtlen szempontok szerinti értelmezésük megkönnyíti a problémafeltárást és döntéshozatalt.

1. táblázat Szentendre adottságainak turisztikai szempontú értékelése

Kulcs jellemzők	Következmény/tapasztalat	
	Kedvező	Kedvezőtlen
Nagyon közel fekszik az ország első számú turisztikai desztinációjához (célterületéhez), Budapesthez	- Rövid idő alatt felkereshető - Számos szegmens számára is vonzó - Egyéni és csoportos látogatások számára is alkalmas	- Rövid látogatásként „letudható” - Függés Budapest turizmusától - Belföldi turisták számára Budapest nem a legvonzóbb célterület - A vendégek jelentős részét „hozzák” és nem magától jön - Budapest ’XXIV. kerülete’
Dunakanyari pozíció	Erős vonzóképességű desztinációs kapcsolat	- A Szentendre-Visegrád-Esztergom csomag rugalmassága alacsony - A városlátogatásra jutó idő korlátozott - Olyan látogatók is jöhetnek, akik nem is igazán akarnak Szentendrére jönni
Nagyon közel fekszik az ország fővárosához/vonzáskörze thez	- Jelentős szezontól/évszaktól független potenciális és valós kereslet - Bejáratott/ismert szabadidős helyszín	- Nem turisztikai, hanem szabadidős forgalom, így a vendégelérésnek más csatornái vannak - Megszokott tevékenységek ismétlése - Gyakran „pavlovi” döntés a város felkeresése (ha más nincs, akkor...)
Jelentős szervezett forgalom	Utazás- és programszervezők besegítenek a város márkázási és kommunikációs feladataiba	- Szigorú forgatókönyv alapján megjelenő kereslet - Szezonális kereslet
Ékszerdoboz pozíció és vonzerőösszetétel	- A vendégforgalom jól lehatárolt városrészeket érint csak - A vendégek alapvetően a látványt/atmoszférát fogyasztják - Erős vonzerőelemek együttese	- A látogatók időszakos magas száma és koncentrált jelenléte - A helyben megvalósuló költés korlátozott - A vonzerőelemek egyenként korlátozott vonzóképessége - A vonzerők többsége beltéri és felkeresésük időigényes - A fő vonzerőelemek relevanciája kulturális erősen meghatározott
SKANZEN közelsége	A SKANZEN látogatók döntő többségének át kell mennie Szentendrán	- A Szentendre+SKANZEN kombináció a gyakorlatban korlátozottan működik - Nagyon eltérő két alapmotiváció: népi vs. magas kultúra

A koncepcióalkotás szempontjából elsődleges feladat az alábbi kérdésekre adható válaszok összegyűjtése, meghatározása, hiszen az adott válaszokból következhet majd a turisztikai koncepció tartalmi elemeinek a meghatározása

1. Mik a **fő ambíciói a városnak** a városba látogatókkal kapcsolatban, illetve, hogy milyen **legfontosabb értékek mentén** kívánja befolyásolni és szervezni a látogató-gazdaságot.
2. Ugyancsak kritikus kérdés, hogy **milyen látogató csoportokat** (akár külföldiek, akár belföldiek) szeretne Szentendre elsősorban a városba vonzani, **kik legyenek a preferált látogatói csoportok?**
3. Döntést kell hozni arra vonatkozólag, hogy miként tud a város a fenti preferált látogatói csoportok számára olyan **attrakciókat** nyújtani, amelyek a **preferált látogatók számára vonzóak, könnyen elérhetők és hajlandók érte fizetni is?**
4. Milyen **'látogatói pontokat'** tud Szentendre előkészíteni, amelyek a különféle preferált csoportokat bevezeti a városba és eligazítást ad? Hol legyenek ezek a helyek, milyen ingatlanokban, hogyan kapcsolódjanak a különböző csoportok városba való belépési pontjaihoz, és kik menedzseljék?
5. Hogyan vegye figyelembe a város az egyes preferált látogatói csoportoknak a mai helyzetben érvényesülő, **változó elvárásait?**
6. Az egyes preferált látogatói csoportok speciális érdeklődéséből kiindulva hogyan lehet a látogatást a **szűken vett belvároson túlra térben kiterjeszteni?**
7. Az egyes preferált látogatói csoportok speciális érdeklődéséből kiindulva hogyan lehet a látogatást **időben is kiterjeszteni?**
8. Hogyan tudja a város **a saját lakóit érdekeltté tenni és mobilizálni**, hogy a preferált látogatói csoportokkal a kölcsönös előnyök elvén alapulva kapcsolatba kerüljenek?
9. Milyen módon akarja a város **a látogatói gazdaságot befolyásolni, menedzselni**, egyrészt közösségi szektoron belüli **koordinált menedzsment**, másrészt a látogató-gazdaságban érdekelt egyéb szereplőkkel és a lakossági csoportokkal való **együttes irányítás** (co-governance) útján?
10. Hogyan tudja a város a fentiekbe **nem illeszkedő** jelenlegi piaci trendeket (például butikosok, ...) **visszaszorítani?**

2.2 A városfogyasztás mintái

Nagyon fontos még e szakaszban megállapítani, hogy jelenleg nem ismert a Szentendrére érkezők száma, összetétele, tevékenységeik és költségük – ez pedig azt jelenti, hogy csak feltételezéseink vannak mindezen jellemzőkre vonatkozóan.

A jelenlegi (pandémia előtti) keresleti mixre vonatkozó legfontosabb feltételezések az alábbiak:

- **A város látogatók általi „fogyasztásának” jelentős részét olyan vendégek jelentik, akiket hoznak**, azaz nem feltétlenül maguktól látogatnak el Szentendrére
- A jellemzően **hétvégi kirándulóforgalom a vonzáskörzetből érkezik**, akár évente több alkalommal is

- **A fesztiválközönség helyi és környéki lakosokból áll**, amit igazol az ezen eseményekre autóval érkezők nagy száma

Munkánkban a teljes látogatóforgalomra vonatkozóan végeztük el az elemzést és a koncepcióalkotást, azaz minden vendégtípust figyelembe vettünk, nemcsak a klasszikusan vett turisták csoportjait. A fő látogatótípusok az alábbiak:

1. Jönnek

- Helyiek
- Dunakanyar ingázói, akik közlekedési, földrajzi okokból át kell menjenek Szentendrén és, akiket lenne lehetőség megállítani, pl. hazafelé menet
- Környéki kirándulók, akik a környéki településekről látogatnak el Szentendrére, akár csak néhány órára, mint városlátogatók, illetve akik a Szentendre környéki természeti területek felkeresése miatt haladnak át a városon, illetve használják azt, mint kiinduló pontot
- Belföldi turisták
- Külföldi turisták

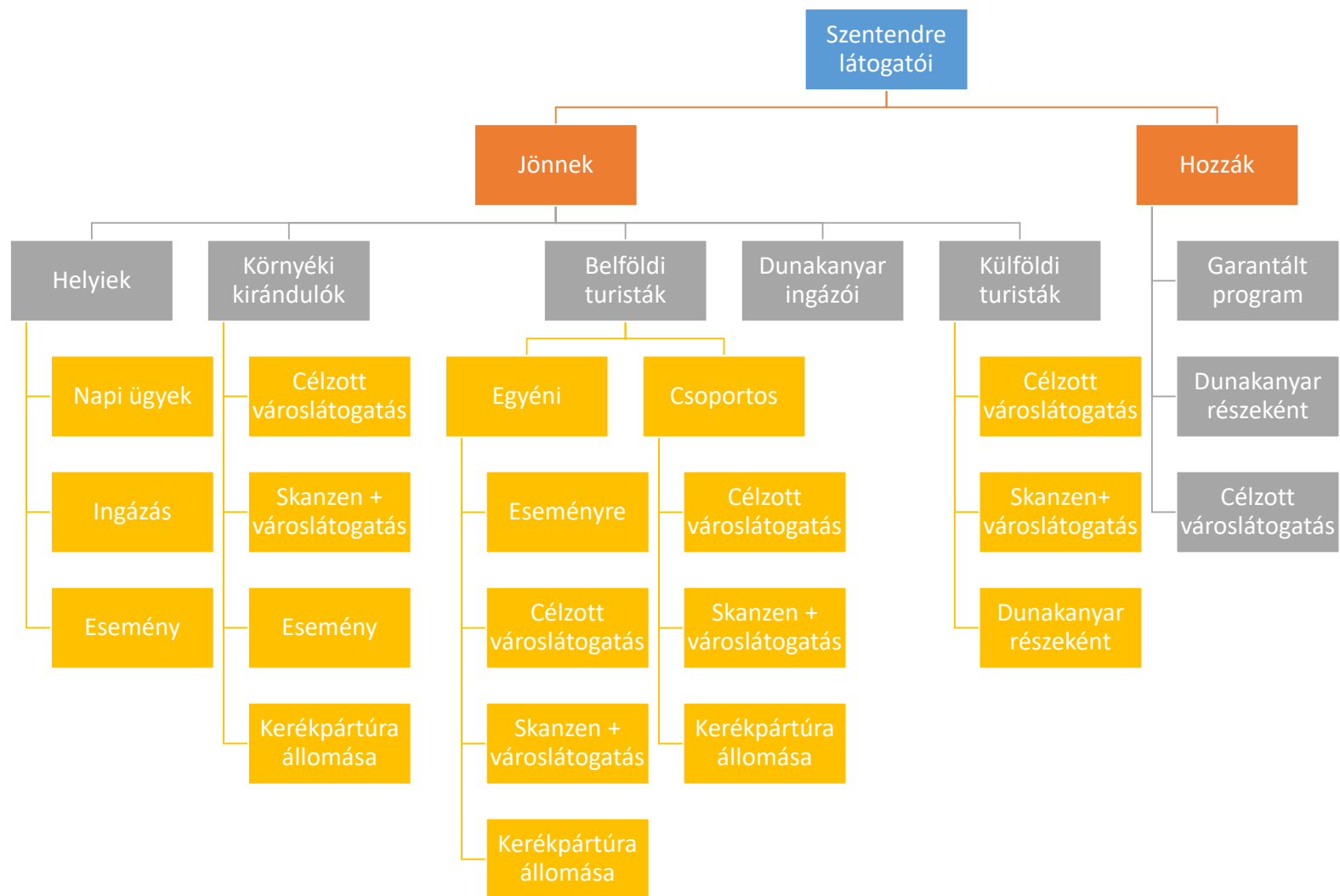
2. Hozzák

- Garantált program résztvevői (a meghirdetett napokon a program elindul attól függetlenül, hogy hány fő vesz azon éppen részt, tipikusan 4-4,5 bruttó programhosszal, ebből 2-2,5 óra nettó idő Szentendrén)
- Dunakanyar csomag vendégei (szervezett csoportos, jellemzően 1 napos programok, amelyekből 2-2,5 órát töltenek Szentendrén Esztergom felé menet vagy onnan jövet)
- Szervezett csoportos látogatások résztvevői (üzleti és egyéb, előre szervezett programokon fakultatív látogatáson résztvevők)

Az alábbi összesítő ábra és táblázat a városfogyasztás legfontosabb paramétereit szemlélteti, **azokat, amelyek a városfogyasztási és menedzsment szempontból igazán kritikusak**. Az összesítés arra is lehetőséget ad, hogy a koncepcióalkotás során az egyes fogyasztási paraméterek alapján is lehessen szegmenseket kiválasztani, pl.:

- Mit kezdünk azokkal, akik látogatási idejének és időhosszáinak alacsony a rugalmassága?
- Foglalkozunk-e azzal a paraméterrel, hogy olyanok is érkeznek, akik jobb alternatíva híján látogatnak Szentendrére? Az NTÜ által favorizált és a frissítés alatt lévő Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában megjelenő Grand Budapest koncepció alapján várható fejlesztések (pl. Ráckeve) eredményeként lehetséges, hogy a jobb híján érkező vendégek száma csökken? És ez akár még kedvező is lehet Szentendre számára?

A koncepcióalkotás során, illetve az Önkormányzat visszajelzései és más egyeztetések alapján alakítottuk ki javasolt álláspontunkat a fenti kérdésekben.



1. ábra Jelenlegi keresleti-mix

2. táblázat Jelenlegi szegmensek értékelése

Szentendre látogatói	Jön	Hozzák	Önálló látogatás	Szervezett látogatás	Ide akar jönni	Ide kellett jönni	Jobb híján jön ide	Egyszeri látogatás	Visszatérő látogatás	Célállomás	Egy pont az útvonalon	Nincs/alacsony költség	Számottevő költség	Rugalmas(abb) érkezés	Rugalmatlan érkezés	Rugalmas(abb) tartózkodás	Rugalmatlan tartózkodás
Helyiek																	
Napi ügyek	✓		✓		✓		✓		✓	✓		✓	(✓)	✓		✓	
Ingázás	✓		✓			✓			✓	✓	✓	✓	(✓)		✓		✓
Esemény	✓		✓		✓			✓	✓	✓		✓	✓		✓		✓
Dunakanyar ingázói	✓		✓			✓	✓		✓		✓	✓			✓		✓
Környéki kirándulók																	
Célzott városlátogatás	✓		✓		✓		✓		✓	✓		✓	(✓)	✓		✓	
Skanzen városlátogatás ⁺	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	(✓)		✓		✓
Esemény	✓		✓	(✓)	✓			✓	✓	✓		✓	(✓)		✓		✓
Kerékpártúra állomása	✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	
Belföldi turisták																	
<i>Egyéni</i>																	
Eseményre	✓	✓	✓	✓	✓			✓	(✓)	✓	(✓)	✓	✓	✓		✓	
Célzott városlátogatás	✓	✓	✓		✓	✓		✓		✓	✓	✓	(✓)		✓		✓
Skanzen városlátogatás ⁺	✓	✓	✓		✓	✓		✓		✓	✓	✓			✓		✓
Kerékpártúra állomása	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	
<i>Csoportos</i>																	
Célzott városlátogatás		✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓			✓		✓
Skanzen városlátogatás ⁺		✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓		✓
Kerékpártúra állomása	✓		✓		✓		✓	✓	(✓)	✓	✓	✓		✓		✓	

Szentendre látogatói	Jön	Hozzák	Önálló látogatás	Szervezett látogatás	Ide akar jönni	Ide kellett jönni	Jobb híján jön ide	Egyszeri látogatás	Visszatérő látogatás	Célállomás	Egy pont az útvonalon	Nincs/alacsony költség	Számottevő költség	Rugalmas(abb) érkezés	Rugalmatlan érkezés	Rugalmas(abb) tartózkodás	Rugalmatlan tartózkodás
Külföldi turisták																	
<i>Egyéni</i>																	
Célzott városlátogatás	✓		✓		✓		✓	✓		✓		✓	✓	✓		✓	
Skanzen+ városlátogatás	✓		✓					✓		✓	✓	✓	✓		✓		✓
Dunakanyar részeként	✓		✓		✓		✓	✓			✓	✓	✓		✓		✓
<i>Hozzák</i>																	
Garantált program		✓		✓	✓		(✓)	✓		✓		✓	(✓)		✓		✓
Dunakanyar részeként		✓		✓	✓	✓	(✓)	✓			✓	✓	(✓)		✓		✓
Célzott városlátogatás		✓		✓	✓	(✓)	(✓)	✓		✓	✓	✓	(✓)		✓		✓

Célterületi szempontból van döntési lehetőség arra vonatkozólag, hogy mely jellemzőkkel bíró szegmenseket kell erősíteni és melyeket inkább mérsékelni. A megválaszolandó kérdések az alábbiak:

- **Jön/hozzák**

- A saját döntés alapján, illetve maguktól érkezők esetén feltételezhető, hogy a helyi vonzerők képesek az egy vagy többszöri látogatás generálására. A verseny ilyen látogatók elérésére és konverziójára azonban nagy és az önálló márka erősítése kulcsfontosságú az elérésükre
- Akiket hoznak, azok esetében főként a csoportokat létrehozó szervezők meggyőzése és kiszolgálása a feladat, ugyanakkor a hatékony működtetéshez szükséges a végfogyasztók, azaz a látogatók számára is vonzó üzeneteket és tartalmakat kínálni. Az eddigi gyakorlat csak elszenvedte a hozott vendégeket, a B2B (azaz business to business, üzleti) kapcsolatok nem megfelelően kialakítottak.

- **Önállóan/szervezetten érkezik**

- Az önállóan érkezők a kevésbé kiszámíthatók, ugyanakkor gyorsabban mobilizálhatók is. Az előre meg nem szervezett/le nem foglalt utak esetén a látogatás esetlegessége/bizonytalansága erős lehet, mert mindig közbe jöhet valami fontosabb
- A szervezett programok akár évekre előre is tervezhetők és előre láthatók. Ehhez azonban kiszámíthatóság és megbízhatóság szükséges helyi szolgáltatói szinten is. a szervezett csoportok esetén könnyebben alakítható át a látogatók köre és jellege, de ez a hosszú átfutási idők miatt csak közép-hosszú távon elérhető cél. A szervezett csoportok hozzájárulhatnak a szezonális mérsékléséhez is

- **Mi motiválja?**

- A kifejezett Szentendrére látogatók a legelkötelezettebbek, „megteremtésük” ugyanakkor a leginkább munka- és erőforrás igényes. A saját döntésük alapján érkezők egyik legfontosabb csoportját alkotják, lojalitásuk/visszatérési hajlandóságuk tartalomfejlesztéssel erősíthető leginkább, ugyanakkor fogékonyak lehetnek a látogatást megkönnyítő megoldásokra is (pl. intelligens parkolás, komfortosabb korzó, események)
- A skála középső fokán alapvetően azok találhatók, akiket hoztak, akár városlátogatásra, akár a SKANZEN-nel összekötött programra. Családtagok, csoporttagok, üzleti eseményen résztvevők, Dunakanyar program utasai mind ebbe a csoportba tartozhatnak. Egy részük számára a városnak dupla erősen kell megdolgoznia azért, hogy értékeljék a látogatást, hiszen nem maguktól látogatnak ide, így nyitottságuk is korlátozott. A szokatlan/váratlan tartalmak, megoldások, látvány, hangulat (pl. ernyők/lampionok több helyen is, helyi gasztronómiai örökség inspirálta pop-up street food opciók) azonban rövid időn belül képesek lelkes vendégekké alakítani ezt a csoportot.
- A megszokásból érkezők kritikus csoportot alkotnak, mert bármilyen új fejlesztés a térségben, akció az bevásárlóközpontban, váratlan eső azonnal hatással van a gyenge motivációra és máshová mennek, vagy elhalasztják a látogatást. Ha nem foglalkozik a város ezzel a jelentős csoporttal, akkor továbbra is hozzá fognak járulni a szezonális (hétvégi) terhelés fennmaradásához.

- **Látogatási gyakoriság**

- A környéki/térségi lakók rendszeres látogatók, akik egy része ugyanazon tevékenységeket ismétel minden látogatások (pl. piac+lángos stb.). Megszólításuk, látogatásaik harmonikusabbá tétele (pl. intelligens parkolás, Szentendre lakos-kártya

környéki lakóknak szóló, szűkített tartalmú változata) hozzájárulhat az alacsony szezon hullámvázának mérsékléséhez. A lojalitást erősítő kommunikáció pedig segítheti az új tevékenységek/helyszínek megismerését.

- Az egyszeri látogatók tipikusan kliséken alapuló elvárások teljesülését várják el. Például a külföldről szervezett érkezők esetében ez lehet az épített örökség, de a vásárlás. A határozottabb nemzetközi B2B kapcsolatok módosíthatják csak ezt a jelenlegi helyzetet. Új vonzerők, pl. Castrum, visszatérővé alakíthatnak egyszer látogató szegmenseket is.

- **A város szerepe a látogatási folyamatban**

- A lokáció miatt mindig lesznek olyan csoportok, amelyek programjában Szentendre csak egy fél nap (2-2,5 óra) erejéig jelenik meg. Koordinációs feladat, hogy az Esztergom felé úton első állomásként, vagy az onnan visszafelé úton utolsó állomásként a napon belül mikor és milyen tartalommal lehet a látogatás kitölteni. Hasonló koordináció lehet szükséges a SKANZEN+Szentendre csomag esetében is.
- A csak Szentendrére látogatókra a közlekedés módja, a látogatás ideje és hossza alapján külön-külön szükséges szegmentáció, programajánlat és kommunikáció is. Új csomagajánlatokkal, pl. garantált program délutánra csúsztatásával, majd az esti hajóút során a kivilágított Budapest hazafelé való megtekintésével van lehetőség az eddigi minták átalakítására.

- **Költési képesség**

- A jelenleg elérhető nem feltétlenül reprezentatív adatokból is tudjuk, hogy a várost felkeresők jellemző költségének mértéke igen alacsony (kivéve az üzleti utasokat és néhány kiemelt szegmenst, pl. távol-keletiek)
- A várost kulisszaként „fogyasztók” költségének növelése könnyen és gyorsan megtalálható/fogyasztható és több árszinten elérhető kínálat nélkül nem lehetséges

- **Érkezés ideje**

- Az egyéni vendégek rugalmassága viszonylag jelentős, ezért könnyebben rávehetők a megszokottól eltérő tevékenységek kipróbálására/helyek felkeresésére, de csak akkor, ha tudjuk, hogy ők kik és el is tudjuk érni őket. A szegmensmenedzsment egyik kulcs feladata a szezonális mérséklése
- A környéki meglévő és potenciális kereslet főszezonon kívül és elérhető, és a hét napjain belül is ad lehetőséget a látogatások átalakítására.
- A szervezett csoportok rugalmassága nagyon korlátos és csak hónapokra/évekre előre módosítható. A kérdés az, hogy a maximum 2,5 órás tartózkodásba milyen új/más tartalmat lehet beleilleszteni, illetve a 35-40 perces szabadidő során milyen kínálattal és költségi lehetőséggel találkozhatnak?

- **Tartózkodás rugalmassága**

- Akárcsak az időpont és időtartam, az egyéni/önállóan érkezők rugalmasabbak, de csak akkor, ha előre tudják, mit is lehet csinálni és megnézni. Ezt a jelenleg FB 6,719, Instagram 1,024 követővel korlátozottan lehet elérni. Összehasonlításként a „Hévíz az élet forrása” (hivatalos turisztikai oldal) FB oldal 90,115 követővel rendelkezik, igaz, a „Visíteger” oldalnak is mindössze 6,732, Kőszeg városának 8,743, „IrányPécs”-nek pedig 8,717 követője van. A márkaalkotást követően mindenképpen szükség lesz a közösségi platformokon való elérés lehetőségeinek növelésére.

- o Csoportos látogatók tartózkodási ideje rugalmatlan, viszont ezzel párhuzamosan sokkal inkább tervezhető, ezért lakossági szempontból esetenként még kedvezőbb is (tudjuk, mikor érkeznek és mikor mennek el és azt is hogy hányan).

2.3 A koncepcióalkotást befolyásoló paraméterek

A város turizmusának következő szakaszát alapvetően néhány kritikus tényezőre, illetve kérdésre adandó lehetséges válaszok befolyásolják.



2. ábra Szentendre látogatógazdaságát befolyásoló kritikus kérdések

Mindezek közül külön kiemелendő, hogy:

- **Nem ismerjük a látogatók számát és összetételét.** A vélelmezett 600.000+ fős vendégszám inkább a valós kereslet alja lehet. Az IránySzentendre által megadott adatok alapján 2010-ben ezt a látogatószámot 350.000 látogatásra tették.
- **Alacsony költség.** Bár a költség mértékét is csak inkább becsülni tudjuk, az a kínálat struktúrájából és a vendégek átlagos tartózkodási idejéből is látszik, hogy a helyben megjelenő költség mértéke igencsak alacsony, ugyanakkor a történelmi miliő fenntartásának minden költségét helyben kell előteremteni:
 - o A látogatók többsége az atmoszférát „fogyasztja”, az pedig díjtalan
 - o A csoportos látogatók a szervezőnek fizetik a teljes díjat
 - o Az egyénileg érkezők számára a „szentendreiség” pénz ellenében megvásárolható tartalma a múzeumi belépőkre, a szuvenír tárgyakra, illetve gasztronómiai fogyasztásra korlátozódik
 - o A költségi lehetőségek egy igencsak szűk fizikai térre/városszöveti egységre korlátozódnak

- **A vonzerőkínálat a magas kultúrát képviseli.** A Festők városának kínálata a történelmi atmoszférán kívül a képzőművészetek jeles képviselőinek hagyományára és műtárgyaira, gyűjteményire épül. Ezen fontos örökségelemeket a meglévő kereslet egy kisebb százaléka értékeli értékének megfelelően. Ennek több oka is van:
 - A magas kultúra hagyományosan **réteggigényeket** elégít ki, a város kereslete pedig ennél sokkal eklektikusabb.
 - Az elmúlt évek fesztivál/rendezvény fókuszja is inkább ezt az irányt erősítette azzal, **hogy látogatóforgalmat tudott generálni, de turistaforgalmat nem,** vagy csak alig (vö. rendezvényekkel párhuzamosan megnövekedett gépkocsiforgalom és parkolóigény)
 - **Nincs „mai” vonzerő,** illetve az örökségelemeket sem mutatja be olyan megoldás, amely tematikájában, technológiájában a XXI. század vendégeit is ki tudja elégíteni.
 - **A magasművészet tartalmának** (nevek, korok, művek) értő lefordítása és összekötése **még a magyar kultúrkörből érkezőknek is kihívást jelenthet,** nem is beszélve a más kultúrkörből érkezők számára. A kulturális fogyasztás számára ez biztosan korlátként jelenik meg.
 - A kínálat **alapvetően beltéri tartalmakra épül,** ami elvileg segíti a szezonális mérséklését, de mivel a tartalom kevésbé látható kívülről, egyúttal korlátot is jelent a látogatók számára, ezért **feladat (lehet) a beltéri tartalom „kültértesítése”.** A látogatók néhány globális névtől eltekintve, akik képesek önmaguk bevonzani a látogatókat minden városban, történeteket fogyasztanak és nem művészneveket. Kontextusba helyezett, vagy attól nagyon eltérő módon bemutatott, akár csak stilizált műalkotások képesek lehetnek a történetmesélésre, az érdeklődés felkeltésére.
 - **A gazdag művészeti örökség nem képeződik le az átlagos látogató szintjére és pénztárcájának mélységére,** pl. nem találkozhatnak Ferenczi Béni kedvenc tortájával, de szerb/dalmát örökség street-food formájú megjelenésével sem
- **Versengő kereslet-mix.** A pandémia előtti kereslet összetétele igencsak vegyes, ami elvileg segíti a szezonális mérséklését, ugyanakkor óhatatlanul konfliktusos szituációkat generálhat. **A helyiek/környékiek főszézonban elkerülik a belvárost,** de erős keresletet jelentenek a szezonon kívüli, hétvégi kirándulóforgalom formájában. A „bóklászó” egyéni látogatók más keresleti mintát képviselnek, mint a csoporttal érkező és szigorú forgatókönyv alapján érkező csoportos látogatók. **A szolgáltatások és a vonzerők elhelyezkedése és azok bemutatása nem segíti a harmonikus egymás melletti városlátogatást.**

A belváros lakossága és az önkormányzat is alapvetően inkább elszenvedte a megjelenő keresletet, aminek hasznait csak korlátozott mértékben élvezte. A pandémia lehetőséget ad arra is, hogy az eddigiek tapasztalataiból kiindulva egy más megközelítést és célrendszert képviseljen az önkormányzat, amelynek alapkérdését és peremfeltételeit: **milyen célok érdekében milyen irányba akarja az önkormányzat a turizmust/látogatógazdaságot fejleszteni és menedzselni?**

Érdemes itt megjegyezni, hogy a jelen helyzetben a teljes helyi menedzsment az önkormányzatot jelenti, hiszen az **Szentendre és Térsége TDM Nonprofit Kft. 100%-ban az önkormányzat tulajdonában és finanszírozásában üzemel, azaz a helyi szolgáltatók nem vállalnak részt sem a klasszikusan vett desztinációs feladatok meghatározásában, sem pedig azok finanszírozásában.** Ehhez képes felmerül az az opció is, hogy a város egyedi adottságai okán akár helyi, akár a vendégforgalmat részben generáló nem helyi szervezők is megjelenhetnek akár közvetlenül akár közvetve a desztináció menedzsmentjében.

3 Szentendre turisztikai koncepciója

A turisztikai koncepció alapkérdéseivel kapcsolatban az egyeztetések tapasztalatait és javaslatait is figyelembe véve az alábbi kiindulási paramétereket rögzítettük:

A turisztikai koncepció **alapvető megfontolásai** az alábbiak:

1. A városvezetés fő ambíciói a városba látogatókkal kapcsolatban:

- A helyi identitás erősítése
- Élhetőség/életminőség javítása
- A helyi gazdasághoz való hozzájárulás erősítése
- Helyi vállalkozások/lakosság dinamizálása
- Látogatóforgalom (szám, tevékenység, összetétel, költség) átalakítása

2. A látogató csoportokra vonatkozó preferenciák:

- Elsősorban azok, akik a város adottságai iránti érdeklődésből akarnak ide jönni:
 - o **meglévő adottságok:** művészet, várostörténeti kulissza (örökség), a nemzetiségi kultúra, város és víz kapcsolata, város és a hegyek
 - o **kialakítandó/létrehozható adottságok:** nemzetiségi kultúra lenyomatai a mindennapi életben, autentikus gasztrokínálat (kapcsolatban a város történetéhez), történetmesélés
- Az önkormányzati vélemény szerint törekedni kell a tömeges formában megjelenő látogatásformák és típusok arányának csökkentésére, azaz a látogatók számának növelése helyett a cél a **város értékei iránt érdeklődő városlátogatók számának és tartózkodási idejének a növelése** kell legyen.
- Erősíteni kell eddig elhanyagolt, de a város értékeihez könnyen kapcsolható látogatói csoportok vonzását (például **Szentendre gyerekekkel:** a városi értékek gyerekek számára is érthető, élvezhető formában való bemutatása, ami nyilván a gyerekes családok vonzását jelenti).

3. A város a fenti preferált látogatói csoportok számára olyan attrakciókat tud nyújtani, amelyek a preferált látogatók számára vonzóak, könnyen elérhetők és hajlandók érte fizetni is

- **Szentendrei kultúrkörből, örökségből levezethető,** különböző mélységű és a látogatók számára releváns tartalmak kialakítása. A kulturális tartalmak mellett ezekre épülő szórakoztató és gasztró termékek bevezetése, mint például nemzetiségi street food, 'Kovács Margit pogácsája'. Mindezeket a mögöttes történeteket is röviden megemlítve térképeken és applikációkon is meg kell jeleníteni.

4. 'Látogatói pontok' kialakítása, amelyek a különféle preferált csoportokat bevezetik a városba és eligazítást adnak számukra

- Erős összefüggés a belváros **különböző megközelítési módjaival, azok beérkezési helyeivel** (HÉV-állomás, autóbusz-parkoló, személyautó parkolók, hajóállomás, kerékpárutak beérése)

- A fizikai helyek (pl. TDM iroda, Skanzen ház) mellett **okos megoldások** is kellenek, például az autóval, HÉV-el, kerékpárral érkezőknek.

5. A preferált látogatói csoportok **változó elvárásainak figyelembe vétele**

- **Fenntartható látogatási modell** kialakítása: körkörös gazdaság, városi értékek és hagyományok tiszteletben tartása, lakossággal és mindennapi tevékenységekkel való közvetlen kapcsolat igénye,
- **Információ-technológiai eszközök** fokozott használata,
- Nagyobb hangsúly a **szabadtéri programokon és attrakciókon**, a biztonságon és a higiénián.

6. Az egyes preferált látogatói csoportok elhelyezése/irányítása a **szűken vett belvároson túlra**

- Tágabb belváros-látogatási attrakciók felsorolása azok számára, akik **ki akarnak menni a szűk turisztikai zónából**, illetve akik visszatérő vendégek, akik nem a már ismert részeket akarják újra megnézni. Eldöntendő kérdés, hogy akarja-e azt a város, hogy a jelenleg látogatógazdaságra épülő területeken túl is megjelenjenek, akár csak időszakosan is, a vendégek vagy inkább a már eddig is specializált belvárosi területen belül nyújt magasabb élményértéket és alkalmaz hatékonyabb menedzsment megoldásokat?
- Erős az összefüggés a meglévő vonzerő és az azzal szoros kapcsolatban lévő ingatlanállománnyal: **a szűk belváros peremén** is attrakciókat kell tudni kínálni, amihez azonban megfelelő ingatlanokra is szükség van.
- Összefüggés a **közlekedési módokkal**: a gyaloglási távolságon túl lévő, a belvároson kívüli attrakciók, különösen pedig a Skanzen esetében, döntő kérdés a megközelíthetőség.

7. Az egyes preferált látogatói csoportok menedzsmentje/irányítása a **látogatás időtartamának növelése érdekében**

- A preferált látogatói csoportok érdeklődésének megfelelő kulturális (és kapcsolódó) tartalmak elmélyítésével és térbeli szétszórásával el kell érni a ma domináns 2-2,5 órás látogatási idő meghosszabbítását **az egész napos látogatás** irányába. Ugyanakkor tisztában kell lennie azzal, hogy bizonyos szegmensek (lásd később részletesen) számára ez a maximum rendelkezésre álló idő.
- Hasonló módon törekedni kell arra, hogy a város **ne csak leginkább hétvégeken és ne csak a főszezonban** merüljön fel látogatási célként azok számára, akik potenciálisan érdekeltek a város nyújtotta élményekben. Ehhez azonban koherens szegmens/élményígéret megféleltetésekre van szükség

8. A lakosság érdekeltté tétele és mobilizálása

- **Erősíteni kell a belváros lakófunkcióját**, ez magával hozza a hétköznapi használatát és bolt-kínálatát. Ekkor kialakul az élet a belvárosban, amiért a belvároson kívüli városrészekből is érdemes bemenni a belvárosba és a városon kívülről jövő látogatók is jól fogják érezni magukat.
- **Október-márciusi időszakban** különösen fontos, hogy kiegyensúlyozott kínálat legyen a belvárosban, a helyiek, a környéki és a budapesti látogatók megtalálják, amit keresnek és azt is amit NEM keresnek, de megtalálnak. Kültéren és beltéren is.

- Minőségi, **igényesebb munkahelyek teremtése** a látogató gazdaságban a városi lakók számára. Új lehetőségek teremtése (pl. megmutatom a házamat, udvaromat, pincémet), kölcsönös előnyök alapján.
9. **A látogatói gazdaságot befolyásolása, menedzselése**, egyrészt közösségi szektoron belüli **koordinált menedzsmenttel**, másrészt a látogató-gazdaságban érdekelt egyéb szereplőkkel és a lakossági csoportokkal való **együttes irányítás** (co-governance) útján
- **Koordinált menedzsment:** fokozatosan kibővíteni a TDM tulajdonosi struktúráját, ne csak kizárólag az önkormányzat legyen pozícióban. A TDM tevékenységeinek finanszírozására a jellemzően az IFA visszaosztására épülő magyarországi gyakorlat Szentendre esetén nem értelmezhető, a kereslet összetétele és a szálláshelykínálat mértéke miatt. E helyett látogatói hozzájárulás alapú modell lenne alkalmasabb, pl. minden nem helyi látogatót pl. 1 EUR értékű városhasználati hozzájárulás megfizetésére ösztönözni.
 - **Együttes irányítás** (városközpont-menedzsment program): a belváros régiesítő megújításának projektje közös vállalkozásként kellene működjön, a város, a lakosság, a tulajdonossal társuló befektetők, fejlesztők, bérlők és üzemeltetők közös üzemeként, koordináló igazgató tanáccsal, menedzsmenttel, felelősen összehangolva a teendőket a szűk belváros területén, önállóan gazdálkodva, fejlesztve és működtetve az átvett vagyont. (Bővebben a Vagyongazdálkodási koncepcióban.)
10. A fentiekbe célokba **nem illeszkedő** jelenlegi piaci trendeket (például rövid, tömeges csoport-turizmus, erre épülő butik-kínálat) **viasszasorítása**
- **Szentendrei márka** – zsúriztetni kelljen az árult termékeket az autenticitás szempontjából. Például az önkormányzat által finanszírozott brand-anyagokban/kommunikációban csak ilyen termékek és boltok kerülnek bemutatásra.
 - Új lehetőségek (megürülő boltok, fejlesztési projektek) esetében **koncepció-pályázattal nagyobb súlyt adni a tartalomnak** a megajánlott árral szemben.

3.1 A koncepció céljai

Úgy gondoljuk, hogy hasznos a koncepcióalkotás szempontjából egy olyan példát bemutatni, amely számos paraméterében összevethető Szentendre adottságaival.

Dún Laoghaire egy Szentendrével sok szempontból összehasonlítható helyzetű város Írországban: a főváros Dublintól 20 km-re fekszik, 26.500 lakosú, vízparti (tengerparti), Dublinhoz helyi érdekű vasúttal kapcsolódik. Érdekes tehát egy pillantást vetni Dún Laoghaire turisztikai stratégiájára¹, amelynek az alapelemei és alapvetései a következők:

- A márkaépítés azon alapszik, hogy a város Dublin része: „Jöjjön Dublinba, majd jöjjön egy napra hozzánk!”
- A márka három alappillére olyan látni- és tennivalókat sorol fel, amelyek a városlátogatókat érdeklik és Dublinban nem, vagy kevésbé érhetőek el:
 - Városi csobbanás - látnivalók a tengerpart mentén
 - Megéri megmászni - természet alapú élmények a közeli hegyekben

¹ https://www.dlrcoco.ie/sites/default/files/atoms/files/3227_rpt_dlrtourismstrategy_rev4_0.pdf

- o A sorok között - kulturális élmények

Ezekre a pillérekre alapozva a város és a turisztikai szolgáltatók „Fenntartható üzleti megállapodást” írtak alá, amely tartalmazza a fenntartható turizmus összes lényeges elemét, beleértve az újrafeldolgozást, a környezettel és helyi emberekkel való foglalkozást.

Szentendre turisztikai koncepciójának lehetséges céljai

A turizmus/látogatógazdasági koncepció lehetséges céljai igen széles skálán mozog(hat)nak a numerikusan mérhető céloktól a csak összetett mérőszámokkal mérhető célokig.



3. ábra Lehetséges szabadidőgazdasági célok

Az egyes lehetséges célokkal kapcsolatban ugyanakkor fontos meggondolni az alábbiakat:

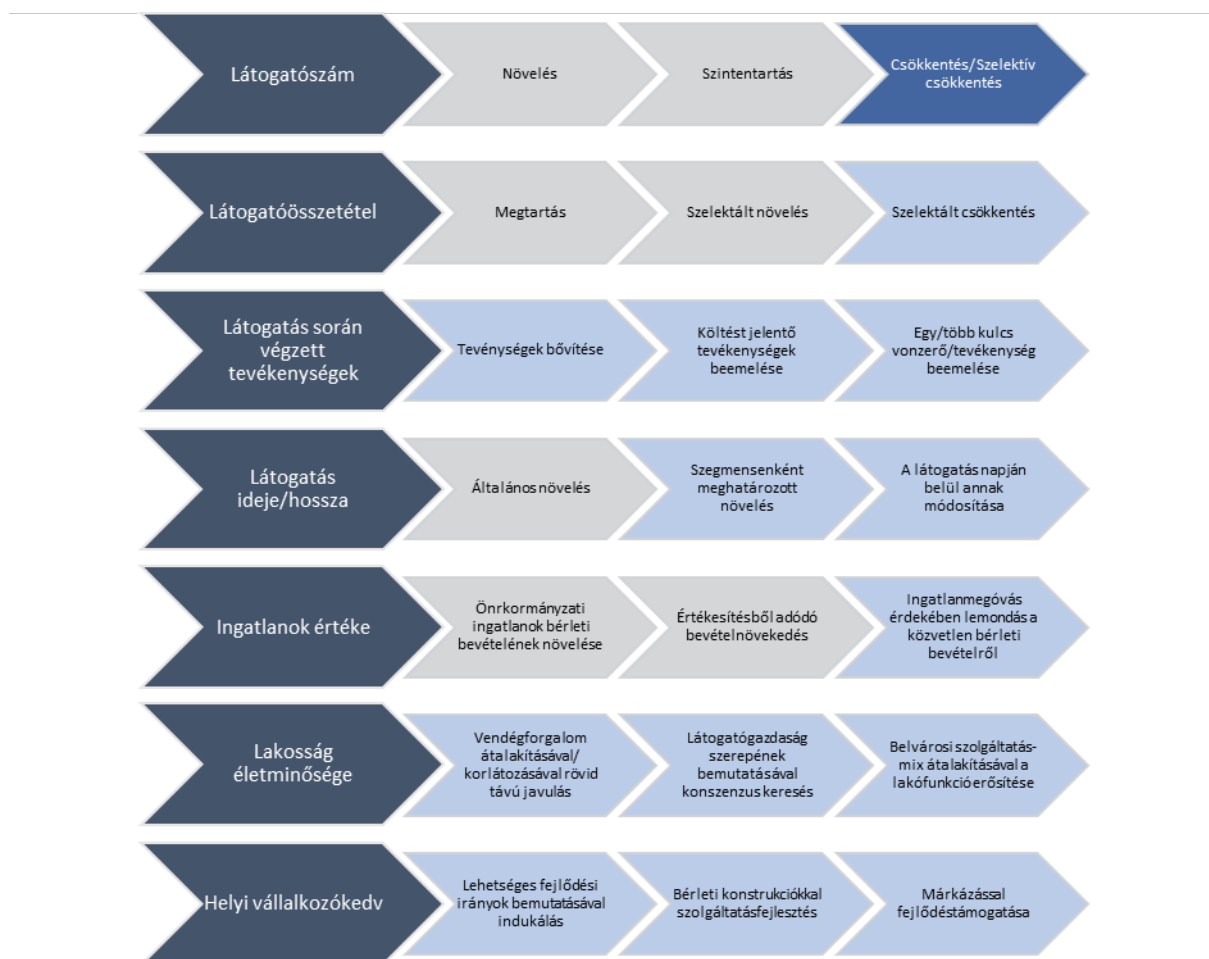
- a lehetséges célok nem automatikusak, hiszen jelenthetnek növekedést, szinten tartást és csökkentést is, az önkormányzat céljaitól függően,
- vannak célok, amelyek csak bizonyos szegmensek esetén értelmezhetők és nem a teljes keresletre vonatkozóan, pl. tartózkodási idő növelése
- a célok egy része rövidtávon elérhető (pl. látogatóösszetétel megváltozása), míg más célok csak hosszabb távon reálisak (pl. lakosság életminőségének növekedése)
- vannak egymással párhuzamosan mozgó célok, pl. látogatás során végzett tevékenységek illetve a látogatás hossza.

Megközelítésünket az vezérli, hogy egy a jelenleginél, illetve a pandémia előttinél **kiegyensúlyozottabb, harmonikusabb kereslet-mixe legyen** Szentendrének. Ennek a célnak megfelelően fogjuk javasolni a részcélokat meghatározni.



4. ábra A lehetséges célok összefüggései és kapcsolatai

A fentiek jellemzően nem kizárólagosak, ugyanakkor egy-egy döntés és irányválasztás alapvetően befolyásolhatja a több paraméter fejlődési irányát, lehetőségeit. Példaként említve és abból kiindulva, hogy alapvetően a szelektív látogatószám csökkentés lenne az egyik cél (jelezve), akkor ezen célból a további célokra vonatkozó következmények az alábbiak formájában jelenhetnek meg. Természetesen ezen belül is még további alternatívák és megoldások is létezhetnek.



5. ábra A lehetséges célok összefüggései és kapcsolatai – látogatószám változásának alapján

A fenti, és más lehetséges keresleti szegmenseket a kereslet/kínálat mátrixban elhelyezve tudjuk olyan formában bemutatni, hogy azok egyértelműen tipizálhatóak legyenek. Az összevetés alapja:

- **Kínálat jellege:**
 - o Meglévő: örökségi atmoszféra, Duna-korzó, múzeumi kínálat, bio-piac stb.
 - o Új: FMC tervezett fejlesztései, a koncepció alapján át/kialakuló kínálat, magán fejlesztések stb.
- **Kereslet jellemzői**
 - o Meglévő szegmens: tartózkodás és a költség átalakítása, áramlás befolyásolása stb.
 - o Új szegmens: eddig közvetlenül még meg nem szólított szegmensek azonosítása, elérésük tervezése stb.

3. táblázat Kereslet-kínálat mix

Kínálat	új	- Ismételt látogatás elősegítése - Reflexek átalakítása - Loyalitás elismerése és erősítése	- A fejlesztések ütemezése függvényében szegmens fejlesztés, bevezetések - Márka átalakítása - Új partnerségek csoportos utazásokat szervezőkkel
	meglévő	- A Szentendre márka erősítése - Helyi együttműködés és koordináció erősítése - Látogatógazdaság-elemzési projekt - Csoportos utazásokat szervezőkkel kapcsolat átalakítása	- Grand Budapest szintű együttműködések definiálása - SKANZEN kereslet konverziós lehetőségei - Belföldi márkapozíció
		meglévő	új
	Kereslet		

4. táblázat Magyarország leglátogatottabb városai (vendégéjszaka alapján)

A jelenlegi kínálatra és keresletre épülő helyzetet mi sem jelzi jobban, mint az, hogy a leglátogatottabb települések listáján Szentendre nem szerepelhet a rendelkezésre álló szálláshelyek korlátozott száma és kapacitása, valamint a kereslet jellege okán, ugyanakkor a feltételezések alapján legalább 600.000+ látogató keresi fel egy-egy évben.

A jelen koncepció céljainak, feladatainak és eszközeinek meghatározása során ezért (is) külön figyelmet kell fordítanunk a kereslet/kínálati mátrix egyes elemeire.

Forrás:

<https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/legnepszerubb-magyar-uti-celok-telepuleseik-toplistaja-1168638>

Helyezés 2019	Település, kerület	Összes vendégéj 2019	Változás 2018-hoz képest %	Belföldi vendégéj	Változás 2018-hoz képest %	Külföldi vendégéj	Változás 2018-hoz képest %
1.	Bp. 5. kerület	2308574	4,2	140582	-9,3	2167992	5,2
2.	Bp. 7. kerület	1625373	-0,9	100607	-2,5	1524766	-0,8
3.	Bp. 6. kerület	1228399	6,2	94522	-13,5	1133877	8,3
4.	Hévíz	1144769	0,8	469554	5,7	675215	-2,3
5.	Hajdúszoboszló	979169	-0,9	607053	-3,1	372116	2,8
6.	Bp. 8. kerület	951857	1,3	113041	13,1	838816	-0,1
7.	Bp. 9. kerület	737747	14,8	71139	1,7	666608	16,4
8.	Balatonfüred	732779	0,5	478204	8,4	254575	-11,6
9.	Bük	723758	-2,3	307221	0,0	416537	-3,9
10.	Siófok	676610	2,5	454755	3,5	221855	0,5
11.	Bp. 1. kerület	676257	0,8	43127	4,6	633130	0,5
12.	Zalakaros	667959	4,8	506994	3,9	160965	7,8
13.	Bp. 13. kerület	611079	3,1	77954	-10,6	533125	5,4
14.	Bp. 11. kerület	535356	-1,8	112183	-12,3	423173	1,4
15.	Sárvár	532311	9,0	224807	8,8	307504	9,1
16.	Győr	452142	-5,1	211845	-12,8	240297	2,9
17.	Eger	439808	-0,3	319699	1,4	120109	-4,5
18.	Szeged	439050	-1,2	292750	-1,4	146300	-0,6
19.	Gyula	425536	-2,1	367162	-4,0	58374	11,4
20.	Bp. 14. kerület	420224	-0,9	93236	-4,0	326988	0,0
21.	Debrecen	410351	-2,3	262550	-4,6	147801	2,0
22.	Miskolc	407201	0,5	321803	-1,7	85398	9,9
23.	Bp. 2. kerület	397699	4,3	76544	2,1	321155	4,8
24.	Sopron	345125	-9,0	262811	-12,2	82314	2,9
25.	Bp. 3. kerület	315666	4,1	64286	-10,8	251380	8,7
26.	Pécs	263471	7,5	197473	9,9	65998	0,9
27.	Visegrád	239333	-12,9	195799	-19,1	43534	32,9
28.	Bp. 4. kerület	236525	6,6	41455	-6,0	195070	9,6
29.	Harkány	222081	20,1	165612	26,5	56469	4,6
30.	Bp. 10. kerület	210545	-2,9	48203	-6,0	162342	-2,0

Úgy gondoljuk, hogy **olyan célrendszert kell meghatároznunk, amely figyelembe veszi az önkormányzat lehetséges ráhatását az aktuális célra, illetve az adott cél vélelmezett költségszintjét is.** A turizmus összetettsége miatt, főként desztinációs szinten ugyanis számos olyan cél és/vagy feladat határozható meg, amelyek elvileg ideálisak lennének az adott desztinációra, de azok megvalósítása és megvalósulás számos szereplő közös tevékenységének lehet csak az eredménye. Az önkormányzat ezért lehetséges, hogy csak közvetett vagy semmilyen hatást sem tud tenni az adott cél elérése vagy a feladat megvalósítása érdekében.

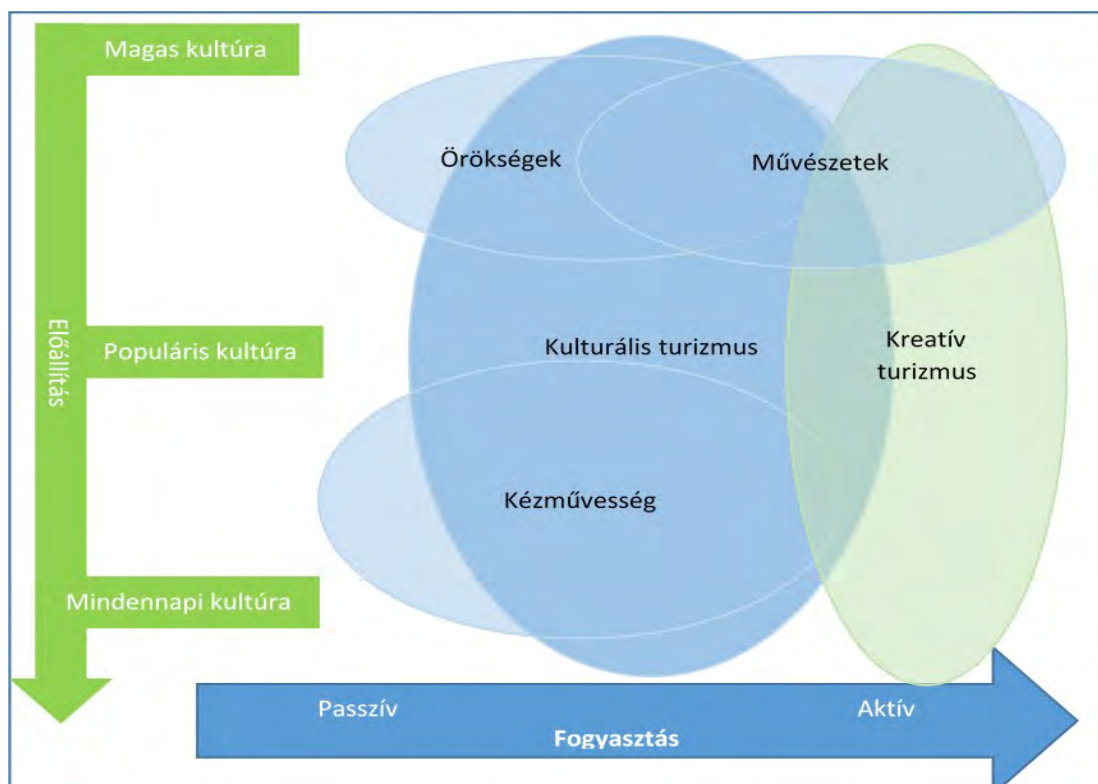
5. táblázat A lehetséges akciók forrás és időhorizontja

Önkormányzat közvetlen hatással bír		
	Rövidtávon megvalósítható	Hosszú távon megvalósítható
Korlátozott forrásigény	• Budapest Kártya kiterjesztés • Behajtás korlátozás hétvégente • Csoportos utazásokat szervezőkkel, SKANZEN-nel, Passnave-vel/Legendával stb. szorosabb koordináció/partnerség • Udvarok akár időszakos megnyitása • Belváros kerékpáros közlekedésének szabályozása	• Egyes saját tulajdonú ingatlanok ideiglenes és rugalmas (pop-up jellegű) tartalommal való feltöltése (pl. Castrum mixed-reality) • Bérleti konstrukciók átalakítása • Ajándéktárgyak zsűriztetése (védjegy)
Jelentős forrásigény	• SKANZEN-belváros közötti közlekedés megoldása • P+R parkolás rendszerének továbbfejlesztése • Kerékpárutak fejlesztése SKANZEN-Belváros, illetve SKANZEN-HÉV végállomás között • Önálló márka fejlesztés és bevezetés (kidolgozás már elkezdődött) • Termékek minősítésének/ zsűrizésének létrehozása	• Saját tulajdonú ingatlanok állandó tartalommal való feltöltése (pl. Castrum feltárás) • Szentendre Kártya bevezetés • Behajtás-alapú parkolási díjrendszer • Belvárosi parkolási rendszer teljes újraszabályozása • Bérleti díjak lelakása célzott fejlesztés megvalósítása esetén • FMC fejlesztései • Saját terveztetésű ajándéktárgyak • Udvarok tartalommal való megtöltése (saját tulajdonú ingatlanok)
Önkormányzat közvetett hatással bír		
Korlátozott forrásigény	• Gasztronómiai kínálat márka-alapú átalakítása/bővítése • Koordináció a magánszolgáltatókkal (pl. ajándékkínálat) • 11-es út felújításának befolyásolása • A város megközelíthetőségének javítása (késő esti hajójárat, éjszakai HÉV járatok)	• Magánbefektetők szolgáltatási kínálatának átalakulása

Jelentős forrásigény	- Partnerség új szintjének kialakítása (pl. TDM szinten) - VEKOP és egyéb fejlesztési források megszerzése - HÉV végállomás környezetének átalakítása	- SKANZEN megközelítésének alternatív lehetőségei (elkerülő út, HÉV kapcsolat) - Magánbefektetők szolgáltatási kínálatának átalakítása (ösztönzőkkel, szabályzókkal) - Fejlesztési források inicializálása és megszerzése - Udvarok tartalommal való megtöltése (nem saját tulajdonú ingatlanok)
-----------------------------	---	---

Önkormányzatnak nincs ráhatása		
Korlátozott forrásigény	Magánszolgáltatók	- Grand Budapest alapján bekövetkező koordinációs szervezet működése - Grand Budapest forrásaira épülő fejlesztések hatásai

Szentendre számára az élmény és tartalom előállítás és fogyasztás szempontjából az ún. kreatív turizmus által meghatározott gondolkodás tartogathat számottevő és nemcsak desztinációs város márkára, hanem a helyi gazdaságra és közösségre is hosszú távú hatással lévő eredményeket.



6. ábra Kreatív turizmus keretrendszere és kapcsolatai

Az alábbi ábrában összefoglaljuk, hogy mely kérdésekre tér ki a koncepció részletesebben. Kiindulva abból, hogy az önkormányzat az eddigieknél aktívabb szerepet szán magának a szabadidő/turizmus gazdaság tervezésében és irányításában, ezért meg fogjuk határozni:

- az optimálisnak tekinthető jövőkép érdekében az egyes meghatározó paraméterekben elérendő változásokat és ezek kapcsolatát
- a jövőkép és a célok eléréséhez szükséges turizmus/szabadidős formák szerepét és egymáshoz viszonyított kapcsolatát
- fentiek megvalósításához szükséges önkormányzati feladatok körét és tartalmát, illetve azt is, hogy
- a megvalósításban mely szereplőknek milyen és mekkora szerepe lesz.

Önkormányzat szerepe	Elvárt jövőkép	Turizmus/szabadidős formák	Önkormányzati feladatok	Végrehajtás
Aktív(abb)	Látogatószám	Örökség	Szolgáltatásfejlesztés	Önkormányzat
	Látogatóösszetétel	Kulturális	Ingatlanhasznosítás	
	Látogatás során végzett tevékenységek	Kreatív	Funkció/tartalom fejlesztés	
	Látogatás ideje/hossza	Gasztro	Belváros menedzsment	
Passzív	Ingatlanok értéke	Város-látogató	Együttműködések	IránySzentendre
	Lakosság életminősége	Esemény	Márkázás	Partnerek
	Helyi vállalkozókedv	Aktív	Kommunikáció	
		Családi	Monitoring	
		Lassú	Finanszírozás	
		Üzleti	Képzés/szemléletformálás	

7. ábra A koncepcióalkotás fő elemei és folyamata

3.2 A turizmus és a szabadidőipar fejlesztése

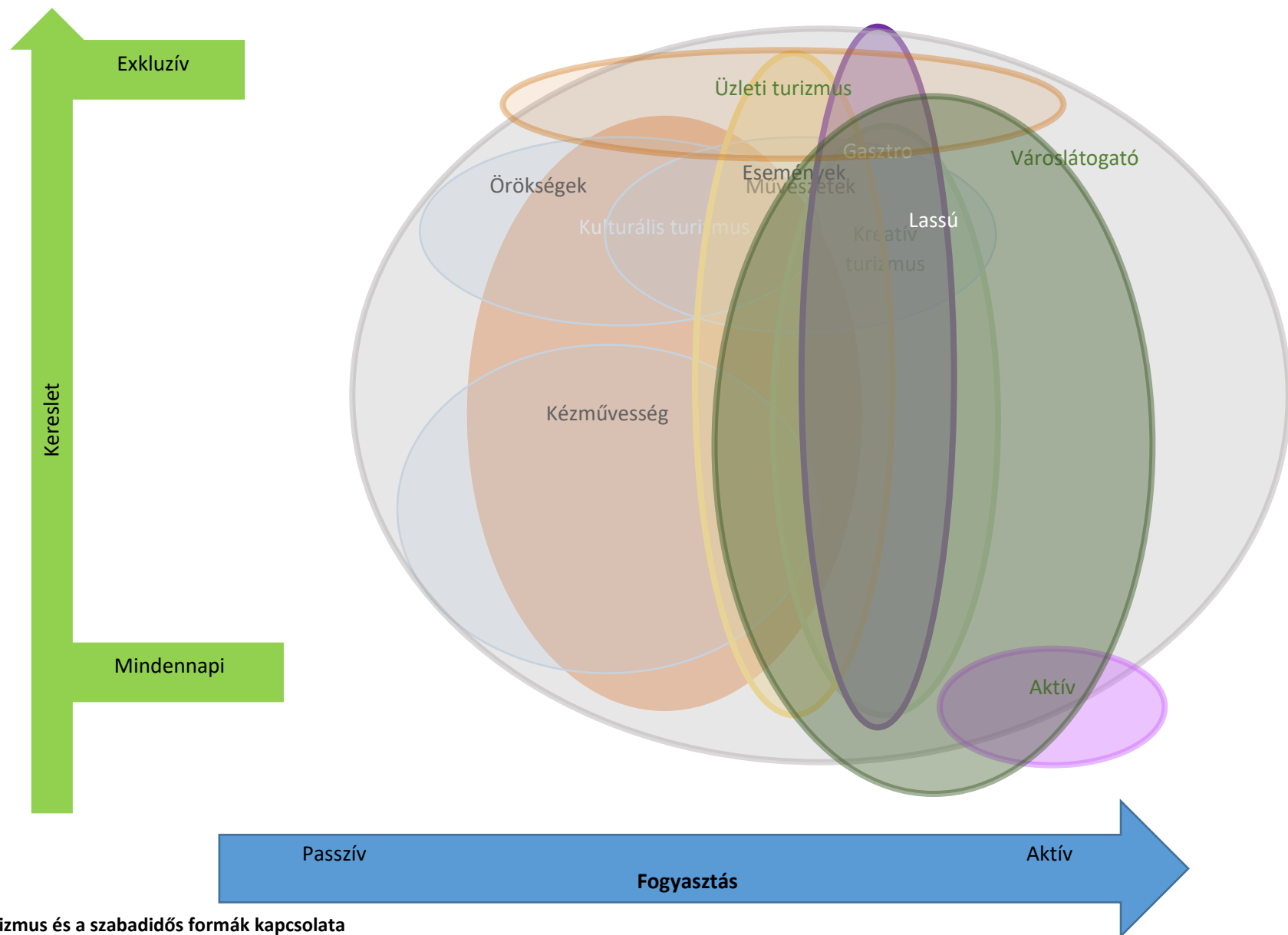
A koncepcióalkotás során fontos megkülönböztetnünk az egyes turisztikai/szabadidős formákat attól függően, hogy azok vonzerő vagy fogyasztási minta alapúak-e:

- vonzerő alapú
 - örökség és kulturális
 - kreatív
 - gasztro
 - esemény
- fogyasztási minta alapú
 - lassú
 - családi
 - üzleti
 - aktív
- vegyes minta alapú
 - városlátogató

E bontás oka, hogy az első körbe tartozók alapvetően a „miért” kérdésre válaszolva, azaz a konkrét helyszín adottságai, értékei miatt keresik fel a várost, addig a második csoportba tartozókat inkább a „hogyan” kérdésre válaszolva tudjuk leírni, azaz hogy milyen formában töltik el idejüket. A városlátogatók pedig mind a két csoport jellemzőit elegyítik.



8. ábra Szentendre szabadidős keresletének elemei



9. ábra A turizmus és a szabadidős formák kapcsolata

6. táblázat A javasolt fókusz tematikák kapcsolata az egyes szegmensekkel

Szentendre látogatói	Kreatív	Kulturális és örökség	Esemény	Lassú	Városlátogató	Családi	Gasztro	Aktív	Üzleti
Helyiek									
Napi ügyek	✓	(✓)				✓	✓	(✓)	✓
Ingázás					(✓)		✓	✓	✓
Dunakanyar ingázói						✓	(✓)	(✓)	
Környéki kirándulók									
Célzott városlátogatás	✓	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	(✓)	
Skanzen + városlátogatás	(✓)	✓		✓	✓	✓	(✓)	✓	
Kerékpártúra állomása				✓	✓	✓	✓	✓	
Belföldi turisták									
<i>Egyéni</i>									
Célzott városlátogatás	✓	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	(✓)	✓
Skanzen + városlátogatás	✓	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	✓	
Kerékpártúra állomása	(✓)	✓		✓	✓	✓	(✓)	✓	
<i>Csoportos</i>									
Célzott városlátogatás	(✓)	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	(✓)	✓
Skanzen + városlátogatás	✓	✓	(✓)	✓	✓	✓	(✓)	(✓)	
Kerékpártúra állomása	(✓)	✓		✓	✓	✓	(✓)	✓	

Szentendre látogatói	Kreatív	Kulturális és örökség	Esemény	Lassú	Városlátogató	Családi	Gasztro	Aktív	Üzleti
Külföldi turisták									
<i>Egyéni</i>									
Célzott városlátogatás	✓	✓	(✓)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Skanzen+ városlátogatás	(✓)	✓	(✓)	✓	✓	✓	✓	(✓)	
Dunakanyar részeként	(✓)	✓	(✓)	✓	✓	✓	(✓)	✓	(✓)
<i>Hozzák</i>									
Garantált program	✓	✓	(✓)	(✓)	✓		✓		
Célzott városlátogatás	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓
Dunakanyar részeként	(✓)	✓	(✓)		✓		(✓)		(✓)

Hivatkozással az állapotfelmérés során tett megállapításokra a fenti táblázat összefoglalva mutatja be, hogy az egyes termékek és a fő látogatói szegmensek kapcsolatait:

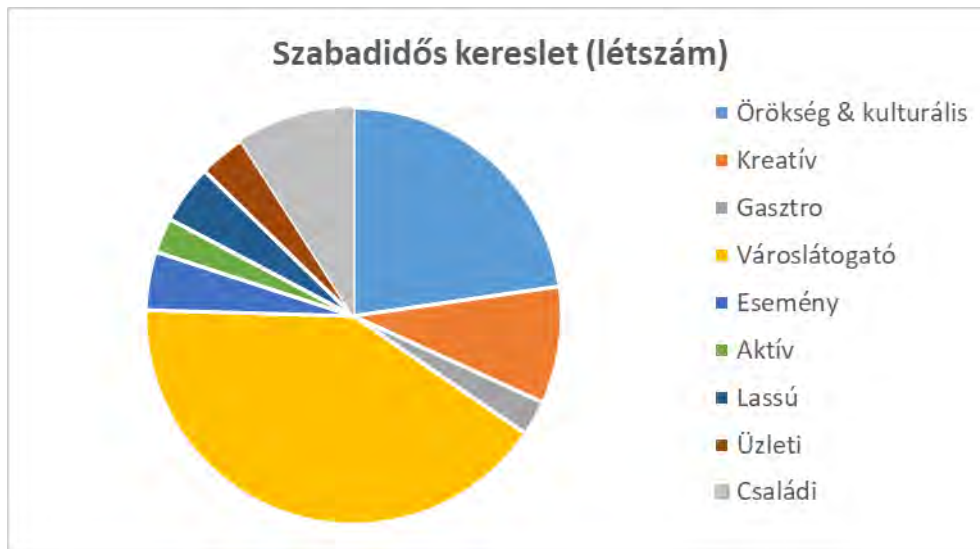
- közvetlen kapcsolattól: ✓
- közvetett kapcsolat: (✓)
- nincs (jelentős) kapcsolat: -

A táblázat jelzi, hogy egy-egy szegmens, több termékkel lehet kapcsolatban, és ez igaz fordítva is. A fő feladat a szegmensek és a termékek koordinációja és harmonizációja, hiszen az üzleti alapú kínálat többségére az önkormányzatnak leginkább közvetett hatása van csak.

Az egyes turisztikai/szabadidős formák azonban nem töltenek be egyforma szerepet:

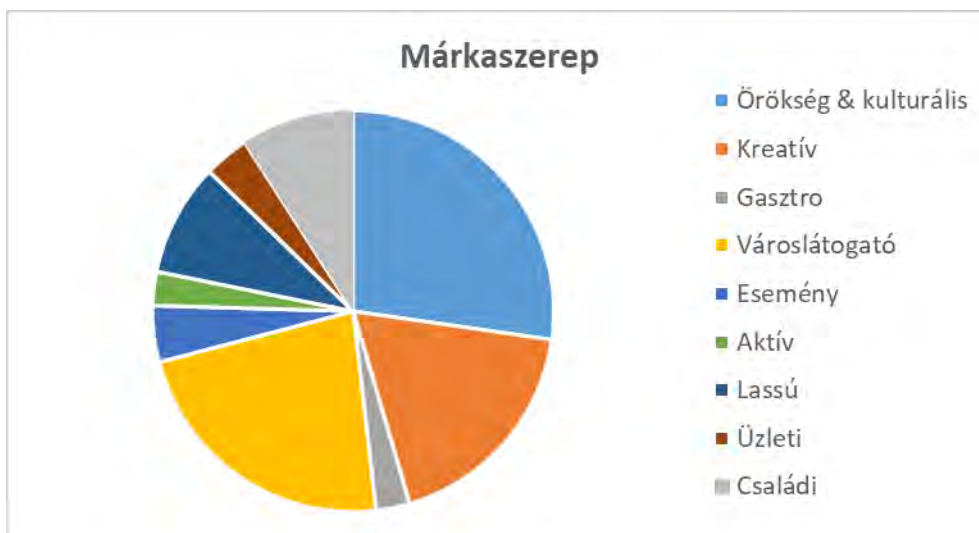
- a kereslet létszámára, illetve
- a város márkájára vonatkozóan.

Az 10. ábra a jelenlegi **vélelmezett** összetételt illusztrálja, hiszen konkrét számszaki adatokkal ezt jelenleg nem tudjuk alátámasztani.



10. ábra Szentendre jelenlegi keresletének modellezése

Amíg a(z általános) városlátogató kereslet jelenti létszámában a legnagyobb keresletet, addig a város **új, átalakított kínálatában** (és majd márkájában) sokkal összetettebb és a kultúra+kreativitás együttműködésére alapozó kép elérése a cél. A városmenedzsmenti, üzletfejlesztési és kommunikációs tevékenységeket ezen kettősség ismeretében javasoljuk koordinálni. A 11. ábra a javasolt tematikus és kommunikációs fejlesztések eredményeképpen bekövetkező aránymódosulást szimulálja.



11. ábra Szentendre vízionált, új márkájában az egyes terméktípusok/szegmensek javasolt szerepe

Az alábbiakban részletesen bemutatjuk az egyes terméktípusokhoz és szegmenseknek kapcsolódó feladatokat.

Elsőként a kulturális és örökség, valamint a kreatív turizmust mutatjuk be. Ennek oka nemcsak a két terméktípus vélelmezett kiemelkedő szerepe, hanem azok szoros kapcsolata, együttműködése is.

Az alábbi táblázat a javasolt fókusz tematikák a helyzetelemzésben már bemutatott paraméterekkel való összevetésében személetesen mutatja be, hogy az egyes termékek **tipikusan** milyen jellemzőkkel írhatók le. A táblázatban található információk alapján könnyebben lehet döntést áttekintést kapni arról, hogy egy-egy termék választása milyen tulajdonságokat és hatásokat jelent(het) a város és lakosai számára.

7. táblázat A fő terméktípusok jellemzői

Szentendre látogatói	Jön	Hozzák	Önálló látogatás	Szervezett látogatás	Ide akar jönni	Ide kellett jönni	Jobb híján jön ide	Egyszeri látogatás	Visszatérő látogatás	Célállomás	Egy pont az útvonalon	Nincs/alacsony költség	Számtottevő költség	Rugalmas(abb) érkezés	Rugalmatlan érkezés	Rugalmas(abb) tartózkodás	Rugalmatlan tartózkodás
Kulturális és örökség	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
Kreatív	✓		✓		✓			✓		✓			✓	✓		✓	
Lassú	✓		✓		✓			✓	(✓)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
Városlátogató	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Esemény	✓		✓	✓	✓			✓	✓	✓		✓	✓		✓		✓
Gasztro	✓	(✓)	✓		✓			✓		✓			✓		✓		✓
Aktív	✓		✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓		(✓)	✓	✓	(✓)
Családi	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	✓		(✓)	✓	✓	
Üzleti		✓		✓	(✓)	✓		✓	✓	✓			✓		✓		✓

A részletes feladatmeghatározásban bemutatjuk mindazon tennivalókat, amelyek elvégzése szükséges ahhoz, hogy új pályára lehessen állítani Szentendre turizmusát, szabadidős kínálatban betöltött szerepét.

3.3 Termékfejlesztési feladatok

3.3.1 Kreatív turizmus és szabadidő eltöltés

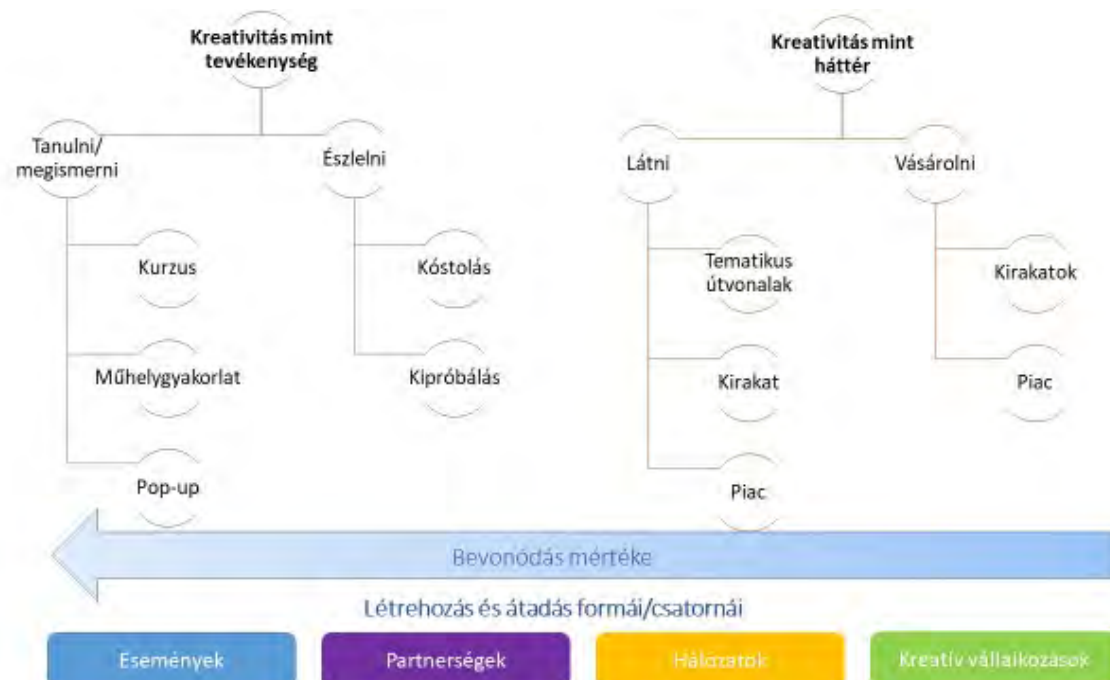
A kreatív turizmus a közös részvételen keresztül tapasztalási, fejlődési lehetőségeket kínál a látogatók számára.

Kreatív turizmus elemei és azok, amelyek relevánsak Szentendre számára (*) mindamellett, hogy a kreatív ipar más elemeinek a megcélzása és városba vonzása is megjelenhet, mint városfejlesztési, és így majd turizmus fejlesztési, támogatási cél:

- **Művészetek***
- **Kézművesség***
- Design (*)
- Gasztronómia (*)
- Gyógyítás és harmónia
- **Nyelv***
- Spiritualitás
- Természet
- Hagyományos sportok, rekreáció

A kreatív turizmusban két formában jelenhet meg a kreatív tartalom azon kívül, hogy párhuzamosan építhet az örökségi éppúgy, mint a kortárs elemekre (pl. a gazdag történelmi vagy kisebbségi hagyományok okán a Szentendre esetén a még beszélt nyelvek is):

1. Mint tevékenység, amelyben a vendég személyesen vesz részt
2. Mint háttér, amelyre épülve lehet valamit csinálni, illetve amelyet meg lehet vásárolni.



12. ábra A kreativitás megjelenése a keresletben/kínálatban

Szentendre számára mind a két forma releváns lehet. Amíg a „tevékenység” csoport inkább a márkaalkotásban játszhat meghatározó szerepet és segíthet a szezonális problémáján, addig a „háttér” csoport a vendégek összessége számára is képes vonzó értéket ajánlani és inkább szezonálisan jelenthet megoldást, bár ha létezik majd kreatív piac beltéren is, akkor ez kevésbé számít majd problémának (pl. <https://fess-velem.hu/>).

A kreatív turizmus a közös részvételen keresztül tapasztalási, fejlődési lehetőségeket kínál a látogatók számára. Mi indokolja a kreatív turizmus meggondolását:

- Az egyedi igények kielégítését kereső utazók megjelenése és a meglévő szellemi örökség felhasználása
- A szezonális mérséklésre gyakorolt kedvező hatás
- Földrajzi terítés: a kreatív turisták mérsékeltebb érdeklődése a „turisztikai mágnesvonzó” iránt
- A helyi lakosságra gyakorolt kedvező hatás, pl. hagyományőrzés, immateriális örökségvédelem. A helyi közösség szélesebb rétegei is részt tudnak venni a szabadidőgazdaságban, arra közvetlen hatással is vannak, illetve közösségfejlesztési és irányítási eszköz.

A kreatív látogatók egy-egy település esetén az alábbiakat keresik:

- A helyi kultúrát, örökséget, hagyományokat úgy akarják megtapasztalni, hogy rövidebb vagy hosszabb ideig aktívan részt vesznek a művészi és kreatív tevékenységekben
- Olyan élményeket akarnak megélni, amelyek révén „helyinek” érezhetik magukat
- Költségük jelentős részét e tapasztalatok teljesítésére fordítják
- Különböző tartalmú turizmus típusokat kombinálnak ugyanazon utazás során.



13. ábra A kreatív turizmus jellemzői

Fontos megjegyezni, hogy a kreatív turizmusban a művészet alapvetően jelenkori formájában jelenik meg, míg kulturális és örökségturizmusban inkább a múltban készült, a múltra utaló emlékek és tartalmak használata jellemző. Ez a kettősség Szentendre esetén (is) fontos, hogy a művészeti örökség megőrzése és annak bemutatása több formában és termékhez kapcsolódóan is megjelenhet. Jelenleg alapvetően az örökség-és kulturális turizmushoz kapcsolódóan vannak jelentős erőforrások, ugyanakkor az FMC fejlesztési iránya már jelzi a kreatív turizmus számára szükséges tartalmak várható megjelenését is. A kulturális és örökség turizmus elemei közé tartoznak az alábbiak:

- Örökségi épületek és műemlékek
- Múzeumok, muzeális létesítmények
- Kulturális események, fesztiválok
- Vallási emlékek és események

A város alatt húzódó kiterjedt pincerendszer úgyis ,mint befogadó helyszín, de úgyis mint örökségi hagyományokra építő, inspiráló tér alkalmas lehet a kreatív, illetve a kulturális és örökségi tartalmak befogadására.

Kreatív turizmus és kínálat fejlesztésének elemei, lépései

8. táblázat Kreatív turizmus fejlesztése

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Szolgáltatásfejlesztés - Programlehetőségek 'ízeltő/'kóstolás' és több napos jelleggel a választott kreatív formákban - Lehetőség nyújtása/tér rendelkezésre állása ahhoz, hogy ilyen szolgáltatások megjelenjenek		Látogatószám A teljes látogatószámot mérsékelten növeli
Ingatlanhasznosítás - A kreatív programok számára bel- és kültéri helyszínekre van szükség - Nem feltétlenül szükséges közvetlen belvárosi helyszín - Rugalmas térkialakítás, kiscsoportos/egyéni programok számára	Önkormányzat - Partnerség építés – kreatív városok és hálózatok - Kommunikáció mind üzleti, kormányzati és nagyközönségi (B2B, B2G, B2C) vonalon - Terület/épület rendelkezésre bocsátás - IránySzentendre számára extra források - Idegen nyelven is tréninget/programot tartani képes kreatív szolgáltatók vonzása - Személy feltételek és támogatás javítása szervezeten belül - SKANZEN-Belváros buszjárat és Szentendre-Bp hajójárat bővítés lehetőségek elemzése, leszerződése és indítása	Látogatás ideje/hossza - A napon belüli és a teljes tartózkodási hosszt is növelni képes - Segít a szezonális mérséklésében, mert nem(csak) főszezoni keresletet jelent
Funkció/tartalom fejlesztés - Kreatív tartalmak meglévő művészeti tartalomra építve - nevesítve: szobrászat, festészet, agyagozás, gasztronómia, kulturális/közösségi hagyományok - Önkormányzatban a turizmus/szabadidő megjelenítése szervezeti/személyi szinten is		Látogatóösszetétel - Bővíti a vendégösszetételt - Csökkenti a függést a városlátogató szegmenstől
Belváros menedzsment Területi definiálása, hogy mely utcák/épületek a „kreatívak”		Látogatás során végzett tevékenységek Új tevékenységek
Együttműködések - Helyi: kreatív ipar képviselőivel rendszeres egyeztetés, megtelepedésük támogatása (területtel, kedvezményekkel) - Belföldi: viszontértékesítők felé az új értékajánlat+szolgáltatások bemutatása - Nemzetközi: kapcsolatot kell kialakítani hasonló profilú városokkal a http://www.creativetourismnetwork.org/creative-experiences-worldwide/ hálózaton keresztül - Új partnerségek más kreatív turizmus városokkal - Finanszírozásban is partner új B2B partnerek feltérképezése	IránySzentendre - Szakmai partnerek felé kapcsolattartás és célzott kommunikáció (belföld és külföld)/B2B - Eseményszervezés (főként piacok) - B2C kommunikáció - B2B tréningek - Idegen nyelvű tréning szolgáltatóknak	

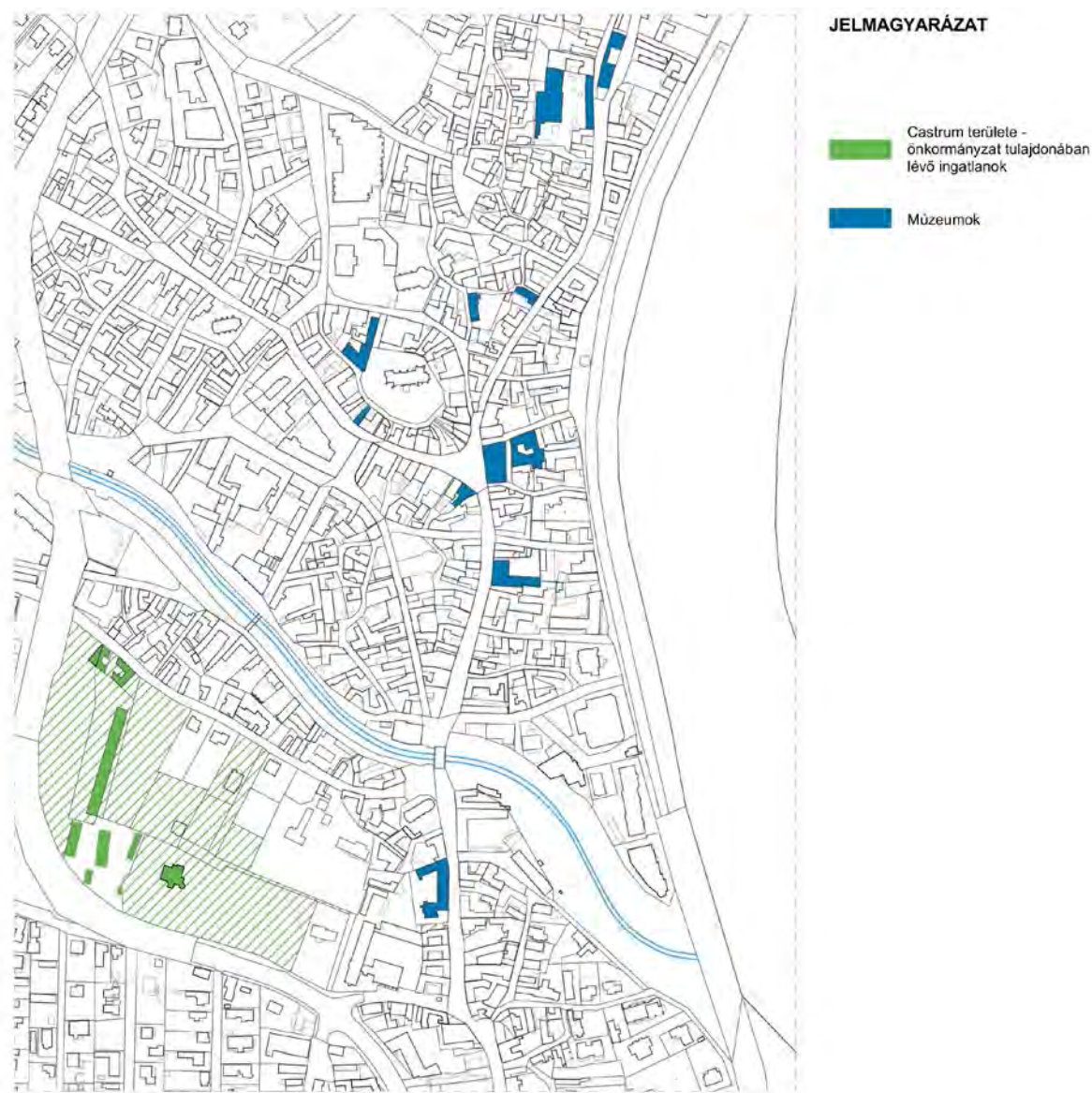
Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Márkázás - A kreatív üzenetek/értékajánlatnak megjelenítése - Az UNESCO Creative Cities hálózat tagjává válás https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map (Crafts & Folk art) - Szentendre márkában a kreatív tartalom megjelenítése Kommunikáció - Párhuzamos B2B és B2C kommunikáció - Minden szegmens számára Monitoring - Az egyes terméktípusok összehasonlítására alkalmas adatgyűjtés, média és közösségi Finanszírozás - A kedvezményes terület/épülethasználat költségei - Rendezvények (pl. piac) - Study túrák költségei (külföldi beutaztató partnerek) - B2B tréningek költségei Képzés/szemléletformálás - B2B tréning a kreatív turizmus/szabadidőeltöltés jellemzőiről és azok kielégítéséhez szükséges szolgáltatásokról	Partnerek - Művészek/vállalkozások egyetértése és közvetlen részvétele nélkül nem megvalósítható - A partnerek számára fontos az idegen nyelvi fejlődés és a szabadidőipar sajátosságainak megismerése, azok beépítése saját munkájukba/kínálatukban - Saját, művészeti kapcsolataikon keresztül támogatják a kreatív városi pozíciót és kommunikációt - SKANZEN-Belváros buszjárat és Szentendre-Bp hajójárat üzemeltetőivel szerződés kötése	Ingatlanok értéke - Az új tartalom megjelenése növeli az ingatlan értékét Lakosság életminősége - Az új városmárka a lakosok attitűdjét javítja Helyi vállalkozókékv - Új lehetőségek bemutatása inspiratív a vállalkozások számára

3.3.2 Kulturális és örökségturizmus

A kulturális és örökségturizmus területén a legjobbak Szentendre adottságai, hagyományai és e turizmus típusnak van a legjelentősebb szerepe a városmárkában is. Az elmúlt években ezen a területen voltak fejlesztési próbálkozások, a kulturális tematikájú program- és fesztiválkínálat jelentős növelésére. A város ugyanakkor a továbbiakban nem tervezi hasonló léptékű és tartalmú programkínálat fenntartását.

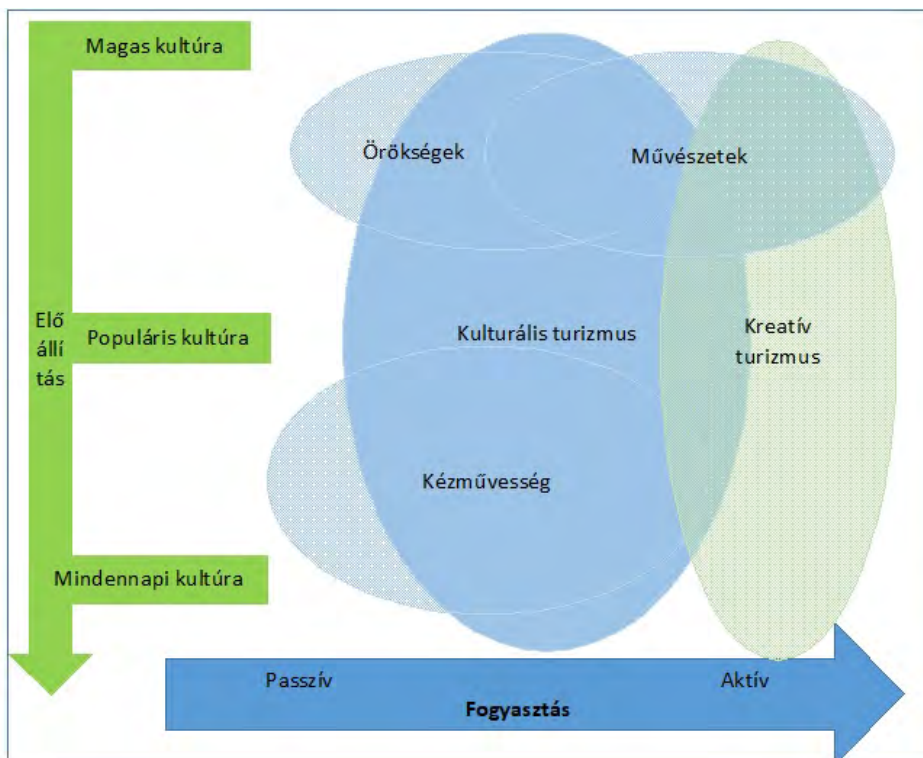
A kulturális és örökségturizmus szempontjából kiemelten fontos a belváros atmoszférája. A belváros megújításának (Vagyongazdálkodási koncepció) vezérelve kell legyen az atmoszféra megőrzése, régiesítő megújítása. Ennek eszközei az autentikus ételek, kultúra, művészet és autentikus táj, település, hagyományos életvitel és ünnepek megmutatása. Autentikus Duna part, hiteles ünnepek, helyi élet, igazi régi város hiteles régi házakkal, ezt szeretnék látni az ide látogatók, magas színvonalú helyi művészettel, hiteles és jó ételekkel. Mindezt a régi atmoszféra megőrzésével, és ha lehet, a város visszaépítésével lehet elérni.

Az autentikus kínálat meghatározó elemei az Ferenczi Múzeum Centrum alá tartozó gyűjtemények és múzeumok. A múzeumok közül a Kovács Margit Múzeum évi 22.000 fős látogatottsága tekinthető számottevőnek, míg a többi egység pár ezres látogatottságot ért el a pandémiát megelőző évben. Jelenleg párhuzamosan zajlik az FMC hosszú távú fejlesztési programjának megvalósítása, amelyben a szétdarabolt múzeumi hálózat egyes elemeinek állag-és tartalmi fejlesztése egyszerre történik. (A jelen koncepció figyelembe vette az FMC vonatkozó fejlesztési elképzeléseit.)



14. ábra Szentendre belvárosa a Castrum és a múzeumok jelölésével

A Castrum teljes területének megszerzése, illetve annak turisztikai szolgáltatási kínálatba való beillesztése a város egyik legjelentősebb lehetősége. Elismerve, hogy a feltárás, konzerválás, illetve állandó bemutatás költségei és időigénye jelentős, rövidtávon a virtuális bemutatás lehet az egyik járható út, amihez okos eszközre fejlesztett mixed-reality megoldás (pl. <https://www.imageen.net/>) és néhány látványpont kijelölése szükséges, a terület rendszeres kaszálása mellett. Egy másik alternatíva a kert formában történő (átmeneti) bemutatás, ókori kertet imitálva vagy közösségi kertként. A teljes terület tulajdonjogának rendezése mellett már most is van/lenne lehetőség a mixed-reality megoldás elkészítésére, hiszen az akár egy pontról nézve is működőképes. (A Castrumról szól a Vagyongazdálkodási Koncepció-tervezet 3.1.4 pontja is.)



15. ábra A kreativitás, a kultúra és az örökségek kapcsolata

A kulturális és örökségturizmussal kapcsolatban a legfontosabb feladat az értékek átadásának és azok „fogyasztási” módjának az átalakítása. A tapasztalatok azt jelzik, hogy a gazdag örökséget, legyen az kulturális, vallási vagy gasztronómiai csak korlátozott mértékben tudták a város, illetve az örökségkezelő partnerek bemutatni, hogy az ideális formában járuljon hozzá a város imázsához, pénzügyi bevételeihez, illetve a vendégek élményszerzéséhez. A városlátogatások időkorlátai miatt ugyanis mind az egyéni látogatók, mind pedig a szervezett csoportok inkább csak kulisszaként tekintenek erre az örökségre. Az atmoszférát „fogyasztó” vendégek korábban nagyobb arányát kell a városnak helyben megjelenő fogyasztást is jelentő vendégekké alakítania. Ehhez azonban az örökségkínálat átalakítására van szükség, hiszen a vendégek átlagos tartózkodási időtartamában és tevékenységeiben másként nem lehet módosulást elérni. Az önkormányzat közvetlen lehetőségei korlátozottak, hiszen magát a kínálatát más partnerek nyújtják, utalva az FMC-re, a vendéglátósokra vagy a kisebbségi (német, szerb, horvát, lengyel, román, szlovák, ukrán, görög, roma, valamint római) örökséggel és hagyományokkal foglalkozó közösségekre és szervezetekre. A legfontosabb feladat és egyben kihívás is, hogy miként képesek az örökségkezelők a kulturális és örökségértékeket a nagyközönség számára fogyasztható(bb) formában bemutatni és átadni. Itt gondolunk olyan feladatokra mint, pl.:

- a város múltbeli /jelenlegi kulturális zónáinak látható jelölése
- örökséghelyszínek garantált elérése (gondolva a Castrum-ra is)
- hagyományok szegmenseken átívelő átadása, pl. gasztronómiában pop-up/street forma
- városi élet tematizálása, pl. kisebbségi kultúrára épülő rendezvényekkel, pl. március utolsó hétvégéje görög tematikájú, kapcsolódva a görög államiságra vonatkozó emlékezéssel stb.

Megerősítve a korábbiakban említetteket, a város alatt húzódó kiterjedt pincerendszer, mint befogadó helyszín, de úgylis mint örökségi hagyományokra építő, inspiráló tér, alkalmas lehet a kreatív, illetve a kulturális és örökségi tartalmak befogadására is.



16. ábra A kulturális és örökség turizmus jellemzői

Kulturális és örökségturizmus és kínálat fejlesztésének elemei, lépései

9. táblázat A kulturális és örökségturizmus fejlesztése

Eladatok	Végrehajtás	Eredmények
Szolgáltatásfejlesztés - Az örökségi elemekhez való hozzáférés tervezhetőségének elősegítése (pl. Castrum digitális bemutatása, városrészek tematizálása, vallási örökség helyszínek, múzeumok) - Örökségi elemek/értékek fogyaszthatóságának több szinten és formában történő lehetővé tétele (pl. örökségi elemekre építő pop-up/street food gasztronómia megjelenése)		Látogatószám A teljes látogatószámot nem befolyásolja számottevően
Ingtatlanhasznosítás - Az örökségi/kulturális épületek tartalommal való megtöltése - Kreatív és egyéb tartalmak befogadása örökségi épületekben	Önkormányzat - Saját tulajdonú szervezetek (pl. FMC) felé a célok képviselése - Szolgáltatók felé a célok és azok támogatási formáinak bemutatása és képviselése - Terület/épület rendelkezésre bocsátás - Személyi feltételek és támogatás javítása szervezeten belül	Látogatás ideje/hossza Segít a szezonális mérséklésében, mert nem szezonfüggő kereslet (kivéve rendezvények)
Funkció/tartalom fejlesztés - A kulturális értékeket kezelők/tulajdonlók felé annak közvetítése, hogy az elérhetőség/érthetőség fejlesztésének milyen lehetőségei vannak - FMC felé az érték-lefordítás igényének közvetítése		Látogatóösszetétel - Nem befolyásolja jelentősen a vendégösszetételt - Hozzájárulhat a visszatérési hajlandóság emeléséhez
Belváros menedzsment - Épületek kültéri/beltéri használatának optimalizálása - Épületek/kertek át- és bejárhatóságának javítása, akárcsak időszakosan is		Látogatás során végzett tevékenységek Bővítheti a végzett tevékenységek körét és a költséget is
Együttműködések - Helyi: örökségtulajdonosok/kezelők képviselőivel rendszeres egyeztetés, hozzáférést elősegítésének támogatása (terület, kedvezmények), illetve a SKANZEN-nel - Belföldi: iskolai és nyugdíjas csoportos látogatásokat szervezőkkel kapcsolatépítés, LIMES és Dunakanyar TDM együttműködések felülvizsgálata - Nemzetközi: a meglévő kapcsolatok esetén az új kínálat/üzenetek kapcsolása a meglévőhöz - Új kapcsolatok: http://www.culturaltourism-network.eu/	IránySzentendre - Szakmai partnerek felé kapcsolattartás és célzott kommunikáció (belföld és külföld)/B2B - Eseményszervezés (főként fesztiválok) - B2C kommunikáció - márkafenntartás	

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Márkázás - A kreatív üzenetnek/értékajánlatnak megjelenítése - Az UNESCO Creative Cities hálózat tagjává válás https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map (Crafts & Folk art) - Szentendre márkában a kreatív tartalom megjelenítése		Ingatlanok értéke - Az új tartalom megjelenése növeli az ingatlan értékét - Márkaerősítés segíti az ingatlanok értékének megőrzését
Kommunikáció Új városmárka esetén az örökségek jelentik az organikus átmenetet	Partnerek Örökségtulajdonos/kezelő vállalkozások/szervezetek egyetértése és közvetlen részvétele nélkül nem megvalósítható (FMC, vendéglátók, üzletek)	Lakosság életminősége Megerősíti a hagyományos asszociációkat
Monitoring Az egyes terméktípusok összehasonlítására alkalmas adatgyűjtés, média és közösségi		Helyi vállalkozókévd Új lehetőségek bemutatása inspiratív a vállalkozások számára
Finanszírozás - Az önkormányzati ingatlanok (kültér/beltér) használatának direkt/indirekt költségei - Rendezvények (pl. fesztiválok) - Garantált örökségprogramok/túrák - B2B kommunikáció költségei - Tematikus zónakijelölés a Belvárosban - SKANZEN-Belváros buszjárat beindításának kezdeti költségei - Szentendre-Bp hajójárat kibővítésének költségei (pl. kikötői költségek részleges átvállalása)		
Képzés/szemléletformálás Az örökségi értékek többszintű bemutatásának formái és lehetőségei		

3.3.3 Városlátogatások

Abból indulunk ki, hogy a város, mint szabadidős célterület menedzsmentje és irányítása koordinálja és harmonizálja az állandó és az eseti lakosok (vendégek) igényei közötti esetleg eltéréseket, ütközéseket.

A városi turizmus, illetve városfogyasztás az egyik olyan turizmus/szabadidős forma, amely egyrészt közvetlenül kötődik a felkeresett terület adottságaihoz, ugyanakkor általános, fogyasztási minta alapján is kezelendő. A városlátogató vendégek nagy része, Szentendre esetén pedig jelentős része könnyen fogyasztható városi atmoszférát keres, amelyekben rövid időutazás gyanánt el lehet vésni néhány órára, és nem igényel nagyobb figyelemkoncentrációt, vagy megelőző ismeretszerzést az, hogy értse a látogató, mit is lát. Ezen városi kulisszafogyasztás legnagyobb problémája, hogy egy rövid sétával letudható, amely során az aktív bevonódás igencsak korlátozott, akárcsak a spontán költség mértéke. A költség jellemzően kimerül street-food/impulzus jellegű vendéglátásra fordított összegekben és memorabiliákban.



17. ábra A városlátogató kereslet jellemzői

A városlátogató forgalom azért is kap kitüntetett figyelmet, mert a környéki kirándulóforgalom szempontjából Szentendre mágnestelepülés, ahol különösen hétvégenként keverednek a környéki vendégek a külföldi turistákkal. Ezt a két szegmenst egészíti ki, lényegében egész éven át, a belföldi vendégek köre, akik a főszezonon kívül akár túlsúlyba is kerülhetnek (ez a pandémia időszakában különösen érzékelhető volt). Mindebből az következik, hogy nem lehet a klasszikusan vett turistaforgalmat elválasztani a környéki városlátogató, illetve városra kiindulópontként vagy megállópontként tekintő kirándulóforgalomtól, márcsak azért sem, mert keresletükben, viselkedési mintáikban minimum részleges, illetve egyes esetekben jelentős átfedést mutat(hat)nak. A

városfogyasztás nem független a más turizmus és szabadidős típusoktól, hiszen az örökségek, a kulturális kínálat, a kreatív programok, a gasztronómia, a fesztiválok stb. mind-mind részét képezi a városfogyasztásnak:

- A smart városmenedzsment megoldások, pl. parkolás, információnyújtás segítenek a meglévő kereslet optimálisabb elosztásában, kezelésében
- A városrészek tematikus jelzése bármely motivációval vendég számára tartalommal bír(hat)
- A Castrum bevonása a kínálatba csökkenti a belváros terheltségét
- A közlekedési megoldások fejlesztése (HÉV és ahhoz kapcsolódó gyalogos útvonalak, esetleg kerékpármegosztó; busz, hajó) bármely vendég számára értékes megoldást jelent és könnyebbé teszi a város felkeresését, a programok kapcsolását. A közlekedési kérdésekkel külön pontban foglalkozunk.
- A program típusú tartalmak terítése a városon belül csökkenti belváros terheltségét

Városlátogatás fejlesztésének elemei, lépései

10. táblázat A városlátogatás mint termék fejlesztése

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Szolgáltatásfejlesztés - A városfogyasztás eltérő formáinak aktív koordinálása: parkolás, kiskereskedelem/szolgáltatás-mix, program koordináció, közlekedés (HÉV, busz, hajó) - Szentendre Kártya termékfejlesztés - Közterület takarítás vendéglétszám függő megrendelése		Látogatószám - A teljes látogatószám bármely irányba változhat, a célok és a kapcsolódó kommunikáció függvényében - Inkább a látogatások gyakorisága és célirányossága módosul(hat)
Ingatlanhasznosítás Saját épületekben (FMC is) tartózkodási időt növelő funkciók/szolgáltatások előnyben részesítése	Önkormányzat - A város fogyasztás fizikai és szolgáltatási körülményeinek megteremtése/fejlesztése, pl. HÉV-állomás, buszjárat, hajójárat, parkolás - Új ITS-ben a turizmus és a szabadidőipar/kereslet vizsgálata - Helyi, belföldi és nemzetközi partnerségek	Látogatás ideje/hossza Az általános városlátogatások ideje nem változik számottevően
Funkció/tartalom fejlesztés - Az IránySzentendre feladatainak és kapcsolódó forrásainak céloknak megfelelő átgondolása - Az önkormányzat szervezetén belül a szabadidő tervezésének és menedzsmentjének megfelelő elhelyezése (funkció, személy, hatáskör) - A helyi/elismert termékek vonatkozó „Szentendre védjegy” kidolgozása és bevezetésének tervezése		Látogatóösszetétel A vendégösszetétel szezonálisan és motiváció alapján finomhangolódik
Belváros menedzsment Magánszolgáltatókkal együttműködési megállapodás kötése a szabadidőmenedzsment, illetve az egyes altipusok elvárásainak megfelelően		
Együttműködések - A korábban jelzett új partnerségek/kapcsolatok városi szintű elismerése és támogatása (helyi, belföldi, nközi) - Együttműködés kezdeményezése a BudapestBrand Zrt-vel, illetve az MTÜ-vel (GrandBudapest) és újragondolva a	IránySzentendre - Alap információs, ügyfélkapcsolati funkciók fenntartása - Városi szintű eseményszervezés (pl. piac) - Az önkormányzat számára mint feladatmenedzsment	Látogatás során végzett tevékenységek - Bővíti a tartózkodás során végzett tevékenységek körét - Növeli a tartózkodási időt - Növeli a helyi költség mértékét

kapcsolatokat Dunakanyar TDM-ekkel - Csoportos utaztatókkal együttműködési keretek rögzítése (pl. idősávok, behajtás/parkolás, Szentendre Kártya) - Budapest Brand Zrt-vel Budapest Kártya együttműködés - A helyi lakossággal „együttműködés” kötése a közös célok ismeretében – amit az önkormányzat minden évben egy „Köszönjük, Szentendre!” csak a lakosságnak szóló programnappal is megköszön	szervezetként való működtetés - Adatgyűjtések szervezése, lebonyolítása - Látogatási koordináció a csoportos utaztatók felé	
Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Márkázás		Ingatlanok értéke Az új funkciók/elvárások megjelenése átalakítja az ingatlanok iránti igényt és azok használatát
Kommunikáció	Partnerek - Az alapfeladatok ellátása mellett a tematikus termékek csatolás a városi kínálatba - Csoportos utaztatók egymás közötti koordinációja - BudapestBrand és a Dunakanyar TDM-ek kommunikációjában Szentendre rég/új kínálatának megfelelő szerepeltetése	Lakosság életminősége A finomhangolt városlátogatási minták kevésbé terhelik a helyi lakosságot
Monitoring		
Finanszírozás		Helyi vállalkozókedv A városlátogatás, mint termék stabil piacot jelent
Képzés/szemléletformálás		

3.3.4 Lassú turizmus

A lassú (slow) turizmust jellemzően a fenntartható turizmus egy formájának tekintik, amely:

- érzékeny környezeti/környezetvédelmi kérdésekre és ajánlásokra
- hozzájárul a kulturális hagyományok (újra) felfedezéséhez, illetve
- növeli a látogatók kulturális ismereteit

Mindezek úgy tekintik elérhetőnek, ha:

- a desztináció kevesebb, de hosszabb időt igénybe vevő élményeket kínál
- az élmények autentikus alapra épülnek
- a látogatók emocionális bevonódása/érintettsége emelkedik
- a vendégek felelős fogyasztóként tekintenek magukra, (el)ismerve a látogatással járó következményeket és hatásokat
- ökológiai felelős gasztronómiára épít
- helyi közösség életstílusa és életcéljaival azonosul
- gyalogos és kerékpáros közlekedést helyezi előtérbe és
- közvetlenül kapcsolódik az aktív tevékenységekhez/turizmushoz.

A lassúság célja, hogy a vendégek és a lakosok közvetlenebbül éljék meg egymás időszakos társaságát. Ezt a cél szolgálják azok a megoldások, amelyek a helyiek szemével mutatják be a városokat (pl. <https://www.spottedbylocals.com/> vagy <https://www.withlocals.com/>).

A slow-food mozgalomhoz hasonlóan a lassú turizmus egyik fő ötlete a helyi termékek fogyasztása és a helyi vállalkozások támogatása. A lassú turizmusban a fő célok közé tartozik az egyéni autós közlekedés helyett a nem motorizált közlekedési formák és a tömegközlekedés előnyben részesítése. Alapvető fontosságú a lakókkal, kultúrájukkal, szellemi kapcsolataikkal való kapcsolattartás, akár a helyieknél való tartózkodás mellett, akár a helyi projektek kidolgozásában való részvétel révén.

A lassúságot előtérbe helyező városok (Cittaslow.org) a lassúságot több szempontból is értik, utalva a lassú gasztronómiára vagy a lassú szálláshelyekre, de lassú marketingre is, vagy pedig a lassúság iránt érdeklődő vendégeket segítő concierge (személyes látogató-kísérő) megközelítésre is, akik személyre szabottan is képesek városlátogatási ajánlatokkal kiszolgálni a látogatókat, még érkezésük előtt.



18. ábra A lassú turizmus jellemzői

Lassú turizmus és kínálat fejlesztésének elemei, lépései

11. táblázat A lassú turizmus fejlesztése

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Szolgáltatásfejlesztés - A lassú látogatás lehetővé tévő szolgáltatások: utcabútorok, megálló/kilátó/fotópontok, kerékpáros parkolók fejlesztése - Zöld-fókuszú városvezetés/menedzsment elemeinek, módszereinek prioritizálása		Látogatószám A teljes látogatószámot nem befolyásolja számottevően
Ingatlanhasznosítás Saját épületekben (FMC is) tartózkodási időt növelő funkciók/szolgáltatások előnyben részesítése	Önkormányzat - Lassan fogyasztás fizikai körülményeinek megteremtése - Új ITS-ben a lassú város megközelítésének szerepeltetése - Szolgáltatók és partnerek felé a lassú koncepció bemutatása IránySzentendrével közösen	Látogatás ideje/hossza Segít a szezonális mérséklésben, mert nem szezonfüggő kereslet (kivéve rendezvények)
Funkció/tartalom fejlesztés - Aktív és városlátogató forgalom összekötése: kerékpáros útvonal(ak), csatlakozás és megállópontok - Látogatási/vendégáramlási útvonalak kijelölése, pl. gyalogos, kerékpáros (a már létező önálló felfedezésre építő sétákra is építve)		Látogatóösszetétel - Nem befolyásolja jelentősen a vendégösszetételt - Hozzájárulhat a visszatérési hajlandóság emeléséhez - Az aktív szegmens számára még egy vonzerőt jelent
Belváros menedzsment Magánszolgáltatókkal együttműködési megállapodás kötése a lassú koncepció alkalmazásáról		Látogatás során végzett tevékenységek - Bővíti a tartózkodás során végzett tevékenységek körét - Növeli a tartózkodási időt - Növeli a helyi költség mértékét
Együttműködések - Helyi: a lassú koncepció alkalmazásáról, bevezetéséről - Helyiek: https://www.spottedbylocals.com/, https://www.withlocals.com/ csatlakozáshoz toborzás - Nemzetközi: a lassúság szerepeltetése a városlátogató és a kulturális/örökségturisztikai kommunikációban - Új kapcsolatok: http://www.cittaslow.com csatlakozás elemzése	IránySzentendre - Városlátogatósi tematikus séták/túraútvonalak kínálatának átgondolása - Lassú város koncepció megvitatása a szakmával – partnerek keresésére, funkciók egyeztetése	

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Márkázás - A „lassú” pozíció beépítése a márkába https://www.spottedbylocals.com/, https://www.withlocals.com/		Ingatlanok értéke Az új funkciók/elvárások megjelenése átalakítja az ingatlanok iránti igényt és azok használatát
Kommunikáció - Új városmárka esetén az örökségek jelentik az organikus átmenetet - A https://www.spottedbylocals.com/, https://www.withlocals.com/ felhasználása a márkázásban (szerkesztett történetek stb.)	Partnerek FMC, vendéglátó és egyéb partnerek közös gondolkodása a lassú koncepció alkalmazását vállalók által a vendégek bevonódását és tartózkodási időtartamát növelő fejlesztésekről, kommunikációjáról	Lakosság életminősége Segítik az életminőség növelését
Monitoring Az egyes terméktípusok összehasonlítására alkalmas adatgyűjtés, média és közösségi		Helyi vállalkozók edv Új lehetőségek bemutatása inspiratív a vállalkozások számára
Finanszírozás - Lassú használatot támogató fejlesztések közvetlen költségei - Nemzetközi tagságokkal kapcsolatos költségek - Rendezvények (pl. fesztiválok) - B2B kommunikáció költségei - Tematikus zónakijelölés a Belvárosban		
Képzés/szemléletformálás A lassúság koncepciójának bemutatása a helyi vállalkozások, valamint a történetmesélők számára		

3.3.5 Rendezvények és fesztiválok

Az egyeztetéseken elhangzott, hogy a város nem tervezi a korábban felfuttatott esemény/fesztivál kínálat fenntartását. Ennek a döntésnek két jelentős oka is van:

1. A lakosságot és a rendezvényhelyszín belvárost is jelentősen megterhelték ezek a rendezvények, akár a parkolásra, akár a zajra, akár a nagyszámú vendégcserege utalva
2. A rendezvények szervezése és lebonyolítása jelentős forrásokat igényelt, amelyeket korábban támogatási forrásokból tudott fedezni a város. Ez a modell azonban a mai körülmények között nem alkalmazható és nem is fenntartható. A rendezvény és programkínálat átalakítása során a kevesebb-több elvét kell érvényesíteni, részben kényszerből, részben racionális és a város érdekeit szem előtt tartó megfontolásokból.

A jelen koncepció abból az alapvetésből indul ki, hogy a pandémia előtti rendezvénykínálatot abból a szempontból kell elsődleges elemezni és értékelni, hogy az egyes események, fesztiválok és programok milyen valódi szerepet játszottak a Szentendrére irányuló turizmusban. A nagy forgalmat generáló rendezvények látogatottságára csak becült adatok állnak rendelkezésre, elérve akár az 50.000 fős látogatottságot is, ugyanakkor a tipikus vendéglétszám inkább 10.000 fő körüli becsülhető.

A rendezvények egyszerre jelent(het)nek vonzerőt a helyi, illetve a közvetlen környék lakosainak, illetve a kifejezetten az esemény miatt a városba távolabbról érkező látogatóknak. Turisztikai szempontból az igazi szerepe az utóbbi csoportnak van. A parkolással kapcsolatos tapasztalatok alapján azonban feltételezhetjük, hogy a rendezvények többségének látogatói a helyi és a környéki keresletből kerültek ki. Természetesen bármilyen esemény megrendezése alkalmas lehet a turizmus elvárt irányú módosulására, de fontos regisztrálni, hogy a rendezvények eddigi formáinak többsége alapvetően lakossági programigényt elégít ki és turisztikailag nincs jelentős hatása vagy szerepe.

Érdemes megjegyezni, hogy a potenciálisan megfontolandó rendezvények kínálatában jelentős számú olyan esemény, tematika is felhasználható, amely a város örökségi és kisebbségi hagyományaihoz kapcsolódik és ezért fontosak lehetnek turisztikai szempontból is – például csak a város kisebbségi hagyományaihoz kötődően 57 lehetséges dátum adódik évente. Ezen utóbbiak közül azonban csak úgy szabad turisztikailag kommunikált eseményeket kiválasztani, hogy szem előtt tartjuk, hogy az új események időben és térben is széthúzzák a kínálatot és a keresletet is, illetve aktív támogatásra találnak az érintett közösségek részéről is. Az ilyen feltételeknek megfelelő rendezvények Szentendre szempontjából alapvetően fontos, preferált turisztikai kereslet-típusok megjelenését erősítik.

Azt javasoljuk, hogy az általános tematikájú programok helyett, a fő tematikákhoz, azaz kreatív, kulturális és örökségi, lassú, illetve továbbként a gasztró tematikákhoz szorosabban kapcsolódó rendezvénykínálat jöjjön létre, amelyekre koncentrálni lehet a pénzügyi és a kommunikációs erőforrásokat is. Az általános tematikájú rendezvények ugyanis a helyi/környéki kereslet kielégítését jelentik elsősorban, nem a turisztikai keresletét.

- Kreatív tematikájú események:
 - Festészet
 - Fotózás (hiszen az is egyfajta festészet)
 - Textilművészet
- Kulturális és örökség tematikájú események – napok/hétvégék, amelyek apropója
 - Történelmi tradíciók (pl. római)
 - Kisebbségek (pl. dalmát, szerb) hagyományainak megfelelő megünneplése

- Lassú tematika alapján
 - Lassuljon le Szentendrén – kerékpáros/kajakos/természetjáró vendégeknek
- Köszönjük Szentendreiek
 - kifejezetten a lakosságnak a szezon végén
- Folytatva a Karácsonyi Dísz(ki)világítás vagy a gyertyaúsztatás új hagyományát
- Piacra építve (és azt áthelyezve) rendszeres gasztropiac

A javasolt tematikák jelentős mértékben építenek a helyi művészekre, vállalkozásokra és lakosokra. Ezzel szemben a korábbi „mágnes”-események jellemzően nagy(obb) neveket hoznak Szentendrére, így a város identitása inkább csak a városi kulisszahasználatban jelenik meg.

Külön érdemes utalni arra, hogy az FMC progresszivitására építve eseménykategóriába tartozhatnak az alábbiak is:

- Folyamatosan változó állandó kiállítások: az állandó kiállítások legnagyobb problémája az állandóság. „Miért pont most nézzem meg?” – erre a kérdésre az állandó jellegből adódik a válasz: majd legközelebb. Ha viszont az állandó gyűjteményt egy mobillá tehető részét rendszeresen, akár hetente lecseréli egy egy múzeum és az új tárgyat mint önálló tartalmat mutatja be, akkor 5 perce sokkal több vendégnek lehet tarra, hogy megtekintse a hét tárgyát (önállóan kiállítva egy teremben)
- Műtárgyak szabadba vitele: a fenti stratégiát támogathatja, ha a kiválasztott műtárgya(ka)t felnagyítva és akár kontextuson kívül is kivinni a város egyes pontjaira/pontjára. A kültérre kihelyezett tárgy(ak) azon kívül, hogy önmagukban is vonzerőt jelentenek, közvetlenül csatornázzhatják be a vendégeket a múzeumi térbe is (vö Cowparade)

Átgondolandó, hogy az iranyszentendre.hu oldal mellett a szentendrepromag.hu oldal milyen munkamegosztást is jelent és a két oldal párhuzamos használata milyen hasznokkal (költségekkel) jár.



19. ábra A városi rendezvények jellemzői

Rendezvénykínálat fejlesztésének elemei, lépései

12. táblázat A rendezvénykínálat fejlesztése

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Szolgáltatásfejlesztés A rendezvények a szerint történő prioritásba rendezése, hogy helyieknek vagy máshonnan érkezőknek is szólnak-e		Látogatószám - A teljes látogatószám inkább csökkenti kommunikáció függvényében - Időszakosan növel
Ingatlanhasznosítás A tematikus javaslatokat támogatandó az épületek és kertek mint rendezvényhelyszínek	Önkormányzat - Rendezvényhelyszínek kialakítása és kapcsolódó (bérelhető) infrastruktúra beszerzése (opcionális) - Kapcsolat a városi kisebbségi szervezetekkel - Kommunikáció a lakosság felé	Látogatás ideje/hossza - Az általános városlátogatások ideje nem változik számottevően - A kisebbségi eseményekkel kapcsolatos városlátogatások növelhetik a térbeli és időbeli kiterjedést is
Funkció/tartalom fejlesztés - A rendszeres/visszatérő/egyszeri rendezvények nevesítése és csak azoknak a turisztikai kommunikációja, amelyek évekre előre is tervezhetők (helyszín, tartalom, költség) - Rendezvényterületek kijelölése a belvároson kívül is	Helyi/Közösségi/kulturális események leválasztása a turisztikai büdzséről	Látogatóösszetétel - A vendégösszetétel szezonálisan és motiváció alapján finomhangolódik - A kisebbségi rendezvények új, a város számára kívánatos turisztikai csoportokat szolgálnak meg
Belváros menedzsment A belváros mint rendezvényhelyszín pozíció módosítása az általánosan elvárt pozíciótól a különleges pozíció felé		Látogatás során végzett tevékenységek Bővíti a tartózkodás során végzett tevékenységek körét
Együttműködések - Megerősített együttműködés a városi kisebbségi szervezetekkel, egyes ünnepeik közös elhatározás alapján való kiterjesztésére „Együttműködési megállapodás” azon lakosokkal, akiket a turisztikai célú rendezvények elsődleges értenek annak elismerésével, hogy ez áldozatot jelent(het) a részükről - Egyértelmű deklarálása a külsős rendezvénygazdák felé, milyen tartalmú rendezvények tekinthetők turisztikailag relevánsnak, re kulturális/örökség, kreatív, lassú	IránySzentendre - Rendezvénykereslet monitoringja - Külsős rendezvénygazdák felé a koncepció képviselője - Saját rendezvények lebonyolítása és kapcsolódó vendégadatbázis létrehozása - Rendezvénypartner adatbázis kezelése - Rendezvény koordináció a SKANZEN-nel és a dunakanyari TDM-ekkel	

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Márkázás A városmárka csak közvetett kapcsolódik a rendezvényekhez		Ingatlanok értéke Az új funkciók/elvárások megjelenése átalakítja az ingatlanok iránti igényt és azok használatát
Kommunikáció - Annak szétválasztása a kommunikációban, hogy mely rendezvény szól helyieknek és mely turistáknak (is) - A tematikus fókuszpontok szerepelnek a márkában, és nem a rendezvényváros üzenet	Partnerek - SKANZEN rendezvények koordinációja Szentendrével - Rendezvényszervezők ösztönzése a tematikákhoz illeszkedő új rendezvény létrehozására	Lakosság életminősége A finomhangolt rendezvénykínálat és helyi kommunikáció javítja az életminőséget
Monitoring Kifejezetten rendezvény-célú adatgyűjtés annak szétválasztására, hogy mely rendezvény helyi és melyik turisztikai keresletű		Helyi vállalkozókévd A turisztikai vs. helyi jelentőségű rendezvények szétválasztása segíti a vállalkozások hatékonyabb forrásfelhasználását
Finanszírozás - Csak a valóban turisztikai célú rendezvények finanszírozása a turisztikai büdzséből, törekedve az önfenntartásra (pl. piac) - Rendezvénytechnológia/infra beszerzése (opcionális) - Célzott adatgyűjtés		
Képzés/szemléletformálás A turisztikai célú rendezvények jellegének, hatásainak, céljainak kommunikálása a kifejezetten a közvetlenül érintett lakosság felé		

3.3.6 Kiegészítő kínálat fejlesztése

Úgy gondoljuk, hogy az alábbiak a közeljövőben **nem játszanak kiemelkedő szerepet a turizmus fejlesztésében, de meghatározó szerepük lehet a fő termékek sikerességében**. A koncepcióban kiegészítő szolgáltatási- és turisztikai területekként bemutatott szolgáltatásokkal és területekkel kapcsolatban az alábbiakat kell meggondolni:

- **gasztró kínálat/vendéglátás:**
 - a gasztronómiai kínálat számos más termék számára fontos, de nem feltétlen kiegészítő elem
 - ez a pozíció, akár időszakosan és tematizálva módosítható meghatározó fontosságúvá, amikor a gasztronómiai kínálat elválaszthatatlan részét képezi a motivációnak (pl. római hétvége)
 - a szervezett csoportos és az üzleti turizmusban a gasztronómiának kitüntetett szerepe van/lehet, de csak akkor, ha árban és időtartamban az étkezés belefér a csoport idejébe
 - a városlátogató forgalom jelentős része számára főétkezés nem releváns kínálat annak árszintje, vagy a látogatás időzítése miatt. Számukra kellene olyan szentendreiséget magában hordozó és a javasolt tematikákat lebontó és „aprópénzre váltó” kínálatot létrehozni, amely street-food/pop-up kínálattal keresi meg a vendégeket – ez azonban a vendéglátós szolgáltatók nélkül nem lehetséges
 - meggondolandó a „Szentendrei lángos” analógiájára listázni a szentendreiséget magában hordozó gasztronómiai kínálatot, pl. olyan gondolat mellett elindulva, hogy a szentendrei művészek kedvenc ételei/italai is megjelenjenek a kínálatban (pl. „Kovács Margit kedvenc pogácsája”, kisebbségek gasztroörökségének felhasználása)
 - Az önkormányzat kedvezményes közterülethasználattal segítheti a pop-up/helyi street-food kínálat kialakulását
- **családi kereslet** – fontos megjegyezni, hogy a családi kereslet nem önállóan létezik, hanem minden esetben közvetlenül kapcsolódik valamely fő termékhez, pl. városlátogatáshoz, örökségturizmushoz vagy akár az aktív időtöltéshez. Mégis úgy gondoljuk, hogy speciális tulajdonságai és elvárásai miatt fontos külön is szót ejtenünk a családi szegmensről:
 - a családdal érkező, jellemzően környéki látogatók számára talán nem kevés túlzással, de a helyzetet plasztikusan leírva Szentendre egy kellemes kulissza, ahol a gyerek szabadon rohangálhat a forgalom elől lezárt utcákon
 - a kulturális kínálat jelen állapotában igen kevésbé vonzó a családok látogatók számára, ugyanakkor a kreatív tematika számos gyerekek/családok számára vonzóvá tehető elemet rejt, pl. a festészet/festés terén is. Ehhez azonban helyszínre van szükség, amely multifunkcionalitásában képes többféle programnak is otthont adni
 - a kulturális és örökség családok számára történő bemutatására alkalmas lehet az FMC által tervezett látogatóközpont, amelyet érdekesebb lenne inkább a „Story of Szentendre” témakörre felfűzni, hiszen az így más szegmensek számára is érdekes és vonzó lehet. A Castrum AI/VR megoldása szintén hozzájárulhat a családok megtartásához
- **üzleti turizmus:**
 - Szentendre nem üzleti turisztikai célterület, hiszen nincs, akár két busznyi vendéget, azaz 100 főt konferencia jelleggel befogadni képes terme
 - az önkormányzati, illetve az FMC ingatlanok közül azonban felmerülhet multifunkcionális tér létrehozása, amely mind üzleti mind pedig kulturális esemény

befogadására alkalmas lehet, gondolva itt a viszonylag kislétszámú max. 100 fő körüli rendezvényekre

- o a multifunkcionális tér/terek a co-working/co-studying terek kialakítása segítheti(k) a helyi lakosság igényeinek kielégítése mellett az üzleti látogatások növelését is, különösen az inszentív csoportok számára
- o a helyi művészekre, hagyományokra épülő a pop-up (divat)bemutató, festő- vagy főzőkurzus, mind olyan elem, amelyet az incentív csoportok nagyon kedvelnek, főként, ha rögtön vásárlási lehetőségük is van, pl. a művészet tárgyaiból termékeiből
- o az üzleti turizmus kínálatának fejlesztése az FMC, a művészek és a vendéglátósok szoros összefogásában tud csak megvalósulni

- **aktív szabadidőtöltés**

- o Szentendre lehet aktív tevékenység cél/végpontja éppúgy, mint egy útvonalon található állomás, gondolva a kerékpárosokra (pl. Eurovelo) vagy a vízi túrázókra
- o ezen aktív vendégek azonban csak akkor fognak meg is állni és költeni Szentendrén, ha eszközeiket biztonságban tudhatják addig, amíg a városban sétálnak, fogyasztanak, ezért az önkormányzat vagy maga kell kialakítson ezen kereslet számára megfelelő infrastruktúrát, vagy pedig ösztönöznie kell a magánszféra ilyen jellegű fejlesztéseit (pl. a Postás stand átalakításával kapcsolatban). A kerékpáros közlekedés számára a SKANZEN megközelítését lehetővé tévő kerékpárút kijelölése és kialakítása így nemcsak lakossági, hanem turisztikai szempontból is kiemelt fontosságú,
- o nagyon fontos, hogy különösen a főszezonban/hétvégén egyértelmű legyen kerékpárral érkezők számára, hogy a belvárosban mely utcákon közlekedhetnek kerékpárral, illetve mely időszakokban a belváros mely kijelölt területeire lehet kerékpárt csak tolva eljutni, illetve mely időszakban és mely területekre csak gyalogosan, kerékpár nélkül. Ezt azonban csak akkor lehet betartatni, ha lesz(nek) megállópontok – biztonságos és önkiszolgáló kerékpártárolók, csomagmegőrzővel – a város fő kapupontjain
- o A Pap-sziget évtizedekig fontos szerepet játszott a helyiek számára a szabadidős kínálatban és belföldi turizmus területén is, hiszen több vállalati nyaralóépület is található a szigeten, amelyek a vállalati üdültetésben töltöttek be szerepet (a kemping mellett). A Pap-sziget jelenlegi mostoha állapotának számos oka van, ugyanakkor az aktív, természetközeli kínálatban jelentős szerepet játszhatna. A Czóbel-sétány-REC vonalának meghosszabbításaként közvetlenül beköthető lenne a város kínálatába, amit a szigetre a sétány vonalában létesítendő új híd megépítésével is támogatni kellene. Jelentős funkcióváltás, pl. a tervezett úszóakadémia Pap-szigetre helyezése nem illeszkedne a turisztikai koncepció által javasolt irányba.

Kiegészítő kínálat fejlesztésének elemei, lépései

13. táblázat A kiegészítő termékek fejlesztése

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Szolgáltatásfejlesztés Aktív látogatók eszközeinek, csomagjainak biztonságos elhelyezése		Látogatószám Aktív és üzleti forgalom növekedése
Ingtalanhasznosítás Ingtalanallokáció multifunkcionális elvárásnak megfelelően	Önkormányzat - Közterület használati politika és árazás átalakítása - Rendszeres kommunikáció a szakmai partnerek felé - Kiegészítő termékeként helyi témaképviselő keresése	Látogatás ideje/hossza Családi és aktív kereslet esetén
Funkció/tartalom fejlesztés - Saját tulajdonú/kezelésű területeken ösztönzőkkel segíteni a kitelepülést és a tematikus megjelenést - A közterületek mint kulturális/örökség bemutatótér megjelenítése (akár időszakosan)		Látogatóösszetétel A kiegészítő termékek bővítik az egyszeri látogató és a visszatérő vendégbázist is
Belváros menedzsment Belváros funkció- és tematika koordinációja		Látogatás során végzett tevékenységek Bővíti a tartózkodás során végzett tevékenységek körét és az azokhoz kapcsolódó költséget
Együttműködések - A vendéglátósokkal külön megállapodás kötése - Az üzleti turizmus szereplőivel egyeztetés az elvárásokról és partner lista készítése	IránySzentendre - FAM trip(ek) szervezése, lebonyolítása - Tematikus kommunikáció frissítése - Aktív szegmensben a Dunakanyar TMD-ekkel szoros kapcsolattartás (Eurovelo) - Kerékpártároló üzemeltetés és felügyelet - Gasztrokoordináció fenntartása	

Feladatok	Végrehajtás	Eredmények
Márkázás A városmárka csak közvetett kapcsolódik a rendezvényekhez		Ingatlanok értéke Az új funkciók/elvárások megjelenése átalakítja az ingatlanok iránti igényt és azok használatát
Kommunikáció - Kiegészítő funkciókat támogató fejlesztések elkészültétől függően tematikus kommunikáció - B2B sales guide kifejezetten üzleti turizmus fejlesztésére	Partnerek - Vendéglátások kínálatának tematikus adaptálása - Művészek részvétel a családi és üzleti kínálat fejlesztésében	Lakosság életminősége A finomhangolt szolgáltatáskínálat és helyi kommunikáció javítja az életminőséget
Monitoring Városlátogatók tevékenységi és költségi monitoringozása		Helyi vállalkozók edv A tematikákhoz jobban kapcsolódó kínálat segíti a vállalkozások hatékonyabb forrásfelhasználását
Finanszírozás - Aktív kereslet számára szolgáltatás bővítés költségei - Kitelepülést támogató közterületbérlet mérséklés - Üzleti turizmus szereplői számára FAM trip(ek)		
Képzés/szemléletformálás B2B partneri képzések		

4 A turizmus és a vagyongazdálkodás összefüggései

4.1 Turisztikai funkciók helyszínei

A turisztikai és a vagyongazdálkodási koncepció összefűzése két területen valósul meg:

- Egyrészt az egyes ingatlanok szintjén,
- Másrészt a javasolt fejlesztési társulások számára közvetlen és közvetett iránymutatás meghatározásával.

A turisztikai koncepcióban bemutatott termékek fejlesztése és menedzsmentje szükségessé teszi új funkciók kialakítását, amelyek megjelenését az önkormányzat azzal tudja elősegíteni, hogy a funkciók tartalmának elősegítése mellett **saját ingatlanvagyonából allokál egy-egy funkció számára megfelelő épületet**. A funkciók létrehozása és üzemeltetése nem jelenti automatikusan, hogy azt csak az önkormányzat teheti meg, tehát nem szükségszerűen járnak közvetlen költségvetési következményekkel. Sokkal inkább arra utalunk, hogy az egyes kívánt új, vagy módosított funkciókat partnerek bevonásával is ki lehet alakítani, illetve lehet üzemeltetni azzal, hogy az egyes célingatlanokat csak a meghatározott funkció létrehozása és működtetése esetén lehetséges a partnernek tartós bérletbe adni. Az alábbi táblázatban foglaljuk össze, hogy mely funkcióhoz mely ingatlan lenne a legmegfelelőbb azzal, hogy az elképzelésekben nagy a rugalmasság, a funkciók nem épület specifikusak, azaz máshol is elhelyezhetők egészen addig, amíg a vendégforgalmi útvonalakban maradnak.

14. táblázat A javasolt funkció és kínálatfejlesztések ingatlan/terület igénye

Funkciók a kreatív tartalomhoz	Lehetséges helyszínek, opciók
többfunkciós piac: rendszerese(bbe)n megrendezendő piac, művészeti tartalommal; kültéren, a Duna vonalában, a korzó folytatásaként	• Lázár cár tér • Czóbel park
• beltéri pop up/rendszeres visszatérő kombinált kiállító+bemutató+vásár funkció	• Művészet Malom (Bogdányi u. 32.)
• festőpont(ok), amelyekben bárki festhet és a megízlelheti a 15 perc hírnevet– naponta törölhető/cserélhető (akár digitális, akár valódi (mosható) festéssel). Szükséges beltéri és kültéri modulja is (pl. udvarral).	• Barcsay Múzeum (Dumtsa Jenő u. 10.) • Vajda Lajos Múzeum (Hunyadi u. 1.), illetve • Bodgányi 11. • Kmetty Múzeum (Fő tér)
• szállásfunkcióval is rendelkező kreatív „tábor”/amatőr művésztelep	• MANK galéria (Bogdányi 51.), ha ilyen kereskedelmi szolgáltatást vállalnak • Bodgányi 11. vagy Bodgányi 41.
• közös-tanulási (co-learning) tér szentendrei felsőoktatásban tanuló diákoknak	• Művészet Malom (Bogdányi u. 32.) • Offline center
Funkciók a kulturális/örökség tartalomhoz	
• Az állandóan változó állandó kiállítás (ahol kültéren is elfér kapcsolódó installáció)	• Ferenczy ház – Vajda Lajos Múzeum (Hunyadi u. 1.)
• Szentendre története látogatóközpont (Story of Szentendre)	• Kereskedőház pince • Művészet Malom

• visszatérő örökségi programokhoz állandó kiinduló pont és hinterland (római hétvége/nap, dalmát hétvége/nap stb)	• Népművészetek háza utcaszint Rákóczi F. 1
• „fogadj örökbe egy házat” program jegyében szálláshely kialakítás (akár jelentős felújítás nélkül is) – akár 2 napra is lehet örökbe fogadni egy-egy lakást/házat, kampány/márka jelleggel is	• Fő tér 11. • Fő tér 16. • Kossuth u. 4. • Kossuth u. 15., stb.

Funkciók a városlátogatáshoz	
Duna korzón installációs pont, ahová az FMC tud(hat) kihelyezni túlméretes/stb tárgyakat	
Castrum területén egy (több) fotó/áttekintést lehetővé tévő pont, amely(ek) a VR/AI tartalom elkészültekor is használhatóak; kiindulópont a Ferenczy múzeum épülete lehetne	Castrum
állandó bemutatkozási lehetőség a helyi művészek számára értékesítési lehetőséggel	- Kereskedőház - Pirk ház és udvar
szentendreiséget képviselő termékek üzlete (zsúrizett, piacok közötti időszakban is értékesítheti az ottani termékeket)	- Pirk ház és udvar - Kmetty Múzeum (Fő tér) - Kereskedőház földszint
kifejezetten a csoportos látogatók számára nyújtott „Szentendre 15 percben” vetített történetet befogadó tér (nem kell utcakapcsolatos legyen)	- Kmetty Múzeum (Fő tér) - Pirk ház és udvar - Művészet Malom
nemzetiségi street food udvar	- Barcsay Múzeum (Dumtsa Jenő u. 10.) - Vajda Lajos Múzeum (Hunyadi u. 1.)
zenélő pontok	- Pirk ház és udvar - Művészet Malom udvar - Rab Ráby tér - Czóbel park
Funkciók az üzleti turizmushoz	
csoportos látogatásokhoz, zártkörű programokhoz alkalmas rugalmas bel és kültér kb 100-120 főig	Művészet Malom
Funkciók az aktív turizmushoz	
kerékpárkölcsonzés, Skanzen túrák kiindulópontja –	- északon a Mandula utcához közel, Offline center, Czóbel park környékén; - délen Bükkös patak mellett: Kossuth 4-hez kapcsolódva, illetve a Postás strandon tervezett kerékpáros pont

A másik kapcsolódási terület a **fejlesztési társulások számára történő iránymutatás és azokban való aktív részvétel**. Értelmszerűen magánforrások olyan fejlesztések iránt mutat(hat)nak érdeklődést, amelyek képesek az elvárt hasznot kitermelni. A turisztikai koncepció egyértelműen megfogalmazott olyan fejlesztési irányokat, amelyek megvalósulása csak akkor lehetséges, ha a magánszféra is részt vesz abban, hiszen sem saját források, sem saját vagy nem áll az önkormányzat rendelkezésére ahhoz, hogy a célokat önállóan meg tudja valósítani. A fejlesztési társulásokban azonban tudja képviselni ezeket a célokat és képes tud lenni arra, hogy a köz és a magánérdeket közvetlenül koordinálja és harmonizálja – anélkül, hogy az önkormányzati tulajdonelemek eladásra kerülnének. A fejlesztési társulás a magáncélú fejlesztések mellett a koncepcióban lefektetett közérdekű funkciók kialakítására is képes, hiszen ezen funkciók és szolgáltatások a magánszféra érdekeit is támogatják. Például az amatőr (kreatív) művésztelep üzleti alapon működtethető és az inszertív (ösztönző) csoportok is díjazás ellenében vesznek igénybe tereket, rendelnek meg egy művészeti vagy textil bemutatót.

4.2 Szálláshelyfejlesztés

Több egyeztetésen is elhangzott az, hogy Szentendre turizmusának egyik hiányossága a helyi szálláshely kapacitás alacsony mértéke, illetve annak szállodahiányos összetétele. Az adatok azt mutatják, hogy a városban 2010-ben kb. négyezer vendég átlagosan alig több mint 1 (1,14) éjszakát töltött el kereskedelmi szálláshelyeken. A vendégek száma jelentős mértékben nem nőtt az elmúlt 10 év alatt, ugyanakkor az átlagos tartózkodási idő 4 éjszaka körülire emelkedett. A nem kereskedelmi szálláshelyek kapacitása kb. 1,000 férőhelyre becsülhető, amelyeken viszont jelentősen hosszabb, kb. 9-10 éjszakai tartózkodás a jellemző. A város által beszedett idegenforgalmi adó jó évben 10 millió Forint/év nagyságrendet tett ki, de rosszabb évben az 5 millió Forintot sem érte el.

A jelen koncepció abból indul ki, hogy a szálláshelykínálat bővítése alapvetően a magánszféra részvételével történhet, kivéve azokat az eseteket, amelyekben az önkormányzati vagyont képező épületben történik szálláshely kialakítása, mint ilyenre konkrét példa is van már. A szálláshelykínálat bővítésében a SKANZEN hotel csak közvetett szerepet tölt(het) be, lévén hogy alapvetően csoportos (diák) látogatók számára nyújt szálláslehetőséget.

A szentendrei szálláshelykínálat bővülése, illetve bővítése alapvetően csak a javasolt termékcsoportokkal párhuzamosan, azokhoz akár közvetlenül is kapcsolva javasolt. Budapest, illetve a Duna-kanyar meglévő szálloda kínálata megfelelő alapot nyújthat a kereslet megcélzott átalakításához. Mindemellett az idegenforgalmi adó számottevő növekedése csak akkor valósulhatna meg, ha jelentős, léptékváltó szálláshelyi kapacitás növekedés állna be. Ezt pedig a koncepció nem javasolja. A kreatív, és a kulturális, valamint örökségi termékekhez kapcsolódóan azonban nagyon is elképzelhető és javasolható, hogy alacsony befogadóképességű, a város miliójének megfelelő kapacitások létesülhessenek, akár önkormányzati ingatlanban, akár pedig magánbefektetés részeként. A kiskapacitású szálláshelyek ugyanis jobban állják a szezonális ingadozásait, mint a nagy(obb) szállodák és a termékcsoportokhoz való kapcsolódásuk is könnyebben biztosítható (pl. „amatőr művésztelep ház”, kreatív elvonulás ház tematika mellett). Ezek a kapacitások természetesen bármely vendégszegmens számára elérhetőek és alkalmasak arra, hogy az általános szálláskapacitást növeljék. Az airbnb típusú szoba/lakás kiadás is alkalmas lehet a fenti tematikáknak megfelelő szálláshelyek megjelenésére. Ez esetben a helyi szintű szabályozás kritikus feladat, hiszen akár az egy évben maximálisan kiadható, vagy a minimálisan foglalni napok kötelező éjszakák számának, valamint a vonatkozó IFA mértékének meghatározása és a használat szigorú ellenőrzése nélkül további konfliktusforrás jöhet létre, számottevő helyi szintű bevétel nélkül.

4.3 Kapcsolódás az országos és budapesti turisztikai stratégiákhoz, a Magyar Turisztikai Ügynökséghez

A jelenlegi információk szerint az MTÜ 2021. második negyedévében ismerteti a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) 2030 frissített verzióját. Ebben Szentendre és a Dunakanyar várhatóan abban a kontextusban fog megjelenni, mint a **Grand Budapest koncepció része**. A Grand Budapest koncepció Esztergom-Vác-Gödöllő-Ráckeve-Székesfehérvár körben fogja össze majd a térség településeit. A tervek szerint erre térségre létrehozna majd egy önálló desztinációs/márka gondnoksági ernyőszervezetet is. Mindezek azonban még nem végleges, inkább terv szinten elérhető információk. Összevetésül a Budapest Brand Zrt. 2021. április 27-én jelentette be a Budapest Turizmus Stratégia elkészültét és belső vitára bocsátását, amely szintén utal a Grand Budapest

megközelítésre és úgy tekint Szentendrére, mint amellyel szoros(abb) együttműködésben lehetőség lenne budapest-térségi turisták tartózkodási idejének növelésére.

Úgy gondoljuk, hogy annak ismeretében, hogy a 2018-ban az MTÜ-höz benyújtott pályázatokat az MTÜ lezártnak tekinti, azokkal kapcsolatban további egyeztetésre nincs lehetőség. Az MTÜ-től érkezett vélemények, pályázati bírálatok, illetve visszajelzések alapján azt láthattuk, hogy az MTÜ részéről a meghatározó vélemény az volt, hogy a városnak nem volt turisztikai célokat megfogalmazó stratégiája és a pályázatok alapvetően a korábbi időszakban elmaradt állagmegóvás és rekonstrukciós feladatok pótlásáról szóltak, pontos turisztikai tartalom és kapcsolódó célrendszer nélkül.

Jelen turisztikai koncepció ezt a hiátust feloldja, ugyanis egyértelmű célokat és prioritásokat fogalmaz meg, amelyek alapot szolgáltatnak a korábbi fejlesztési elképzelése átgondolására, finomhangolására és akár új elképzelések felvetésére is.

Úgy gondoljuk, hogy ezt a turisztikai koncepciót már érdemes bemutatni az MTÜ-nek, ugyanis ebben rengeteg olyan elem és feladat van, amelyek fontos és hasznos bemenetet képviselnek a Grand Budapest koncepcióhoz és lehetővé tehetik új pályázati lehetőségek felderítését.

5 Rövidtávú feladatok

A pandémia hatására a turizmus hagyományos formái szinte teljes mértékben leálltak. Ez azzal a következménnyel is jár, hogy a korlátozások enyhítésével párhuzamosan minden desztináció azonos időszakban, egyszerre jelenik meg és igyekszik a kereslete figyelmét felkelteni.

Ebben a közeljövőben megjelenő, marketing szempontból igen zajos időszakra, valamint a kilábalás időszakára felkészülve az előzőekben bemutatott feladatok közül kiemeljük azokat, amelyek elvégzése rövidtávon szükséges, azaz prioritást kell(ene) élvezniük. Ezek az alábbiak:

1. **Kapcsolat- és hálózatépítés:** Szentendre versenyképességének erősítésének és a turizmus új irányba terelésének kulcsfontosságú feltétele a partneri hálózat teljes átalakítása. Az új hálózati térképen elsősorban az alábbi csoportokat kell feltölteni partnerekkel:
 - a. **Ún. mag szervezetek képviselői:** turisztikai és szabadidős szektor kulcsszereplői, ideértve a szálláshely szolgáltatókat, a közlekedési szolgáltatókat, az utazásközvetítőket és a vonzerők üzemeltetőit is. Állandó egyeztetésre kell hívni a beutaztatás szempontjából kulcsfontosságú utazásszervezők/irodák képviselőit, a buszos és hajós szolgáltatókat stb.
 - b. **Támogató szolgáltatások képviselői:** ez a csoport magába foglalja az oktatási intézményeket, a turizmus és szabadidőipar kormányzati és helyi közintézményeit, az szakiparági egyesületeket, kisebbségi szervezetek, valamint
 - c. **Kapcsolódó iparágak/beszállító partnerek képviselői:** amelyek beszállítóként vagy üzleti partnerként vesznek részt a turisztikai/szabadidős kínálat létrehozásában, pl. vendéglátóhelyek, élelmiszer-termelők és beszállítók, kiskereskedelmi egységek, a média-, és PR-ügynökségek, építési vállalkozók, befektetők.

Inkubáció, mint belső (saját) kompetencia fejlesztés és koordináció

- a partner szolgáltatókkal folyamatos kapcsolattartás
- szakmai iránymutatás az egyes termékekkel kapcsolatban, pl.:
 - i. optimális programelemek
 - ii. árazási javaslatok
- folyamatos értékelés, és szezonvégi záró-értékelés

Kommunikáció

- új termékek és üzenetek harmonizálása: üzleti partneri (B2B) és nagyközönségi (B2C) egyaránt
 - márkasztratégia véglegesítése
2. **Rendezvénykínálat értékelő elemzése** – melyek tekinthetők valóban meghatározónak turisztikai szempontból?
 3. **Nemzetközi szakmai hálózatokhoz való csatlakozás** – a kreatív, a kulturális és örökség, illetve a lassú turisztikai hálózatok közvetlen megkeresése és tagsági lehetőségek felderítése, hiszen ezen keresztül jelentős szakmai segítséget lehet kapni a termékeket már bevezetett más városok tapasztalataiból
 4. **„Szentendreiség”** termék- és szolgáltatás szintű definíciójának és adaptálásának elkezdése a kulturális területtől a gasztronómiáig

5. **Monitoring rendszer definiálása és elindítása**, hiszen az információk szükségesek lesznek nemcsak a közvetlen hatások kimutatásához, hanem ahhoz is, hogy az önkormányzat rendelkezzen az alapinformációkkal, amelyek a továbbiakban segítik a döntéshozatalt, pályázást és finanszírozási döntéseket is.

Ezen általános feladatok között vannak olyanok, amelyekre az önkormányzat **közvetlen ráhatással** lehet:

- Budapest Kártya kiterjesztés
- Behajtás korlátozás hétvégente
- Csoportos utazásokat szervezőkkel, SKANZEN-nel, Passnave-vel/Legendával stb. szorosabb koordináció/partnerség
- Udvarok akár időszakos megnyitása
- Belváros kerékpáros közlekedésének szabályozása
- SKANZEN-belváros közötti közlekedés megoldása
- P+R parkolás rendszerének továbbfejlesztése
- Kerékpárutak fejlesztése SKANZEN-Belváros, illetve SKANZEN-HÉV végállomás között
- Önálló márka fejlesztés és bevezetés (kidolgozás már elkezdődött)
- Termékek minősítésének/ zsűrizésének létrehozása

Rövidtávú feladatok, amelyekre az önkormányzat **csak közvetett hatással** bír:

- Gasztronómiai kínálat márka-alapú átalakítása/bővítése
- Koordináció a magánszolgáltatókkal (pl. ajándékkínálat)
- 11-es út felújításának befolyásolása
- A város megközelíthetőségének javítása (késő esti hajójárat, éjszakai HÉV járatok)
- Partnerség új szintjének kialakítása (pl. TDM szinten)
- VEKOP és egyéb fejlesztési források megszerzése
- HÉV végállomás környezetének átalakítása

6 A turizmus szempontjából fontos mobilitási-közlekedési kérdéskörök

Ahogy az részletesebben a 2020 tavaszán elkészített anyagban is bemutattuk, a város mobilitási problémáinak kezelése és megoldása először az igények befolyásolásával kezdődik és csak utána a módválasztás befolyásolásával, amelyben mind az elérhető mobilitási módok, szolgáltatások, mind a szabályozási és a tarifális oldal szerepet játszik. A belváros közlekedési problémái és a turizmussal kapcsolatos mobilitási lehetőségek, akadályok nem választhatóak el a város egészének közlekedési rendszerétől, illetve a fővárosi, térségi kapcsolatoktól sem.

A mobilitási szokások változtatásának első szintje az igények befolyásolása, ami sok tekintetben túlmutat a közlekedéstervezés területén, és csak a városfejlesztéssel, városrendezéssel integráltan valósítható meg. A belváros szempontjából legfontosabbak ezen a téren a kompakt város (az extenzív terjeszkedés megállítása, szelektív sűrítés a tömegközlekedéssel jól kiszolgálható helyeken), a látogatószám növelése helyett a látogatók tartózkodási idejének növelése, valamint a mobilitási igények időbeli és térbeli széthúzása pl. turisztikai attrakciók térben dekoncentrált fejlesztésével és népszerűsítésével.

A következő mobilitási elemzés néhány olyan ötletet, lehetőséget mutat be a módválasztásának befolyásolására, amelyek Szentendre belvárosára koncentrálva fontosak lehetnek a turizmus különböző formáinak újrarendelése során.

6.1 Szentendre megközelítése: a módválasztás befolyásolása

A közlekedésből eredő káros hatások akkor mérsékelhetők, ha **minél többen választják a fenntartható (tiszt és helytakarékos) közlekedési módokat: a gyaloglást, kerékpározást és a közösségi közlekedést**, illetve ezek kombinációit. A fejlesztéseknek ezek feltételeit kell javítaniuk, egyúttal szelektíven korlátozva, illetve átrendezve az egyéni gépjárműközlekedést. Az autózás feltételeinek javítása, a gyorsabb, kényelmesebb eljutás ugyanis a szentendreihez hasonló túlkeresletes helyzetben legfeljebb rövidtávon enyhíti a torlódásokat – ezzel szemben már középtávon is beépül a döntésekbe, és a nagyobb arányú autóhasználat, távolabbi lakó- vagy munkahelyválasztások révén a probléma hamar újratermelődik.

Szentendre és Budapest között egyértelműen a hév fejlesztése jelentheti a megoldás kulcsát nem csak az ingázás, de **a városba látogatók számára is.**² A BFK és a MÁV-HÉV jelenleg az alábbi fejlesztéseket készíti elő 2020 nyarán megkötött és 2022 végén záruló tervezési szerződések keretében. A kivitelezés a 2021 és 2027 közötti európai uniós források rendelkezésre állásának függvényében indulhat el, leghamarabb 2023-tól.

- **Szentendre-Békásmegyer között teljes pályarekonstrukció a sebességkorlátozások megszüntetésével**, akadálymentes beszállást lehetővé tévő peronok építésével, **az állomások környezetének rendezésével.**

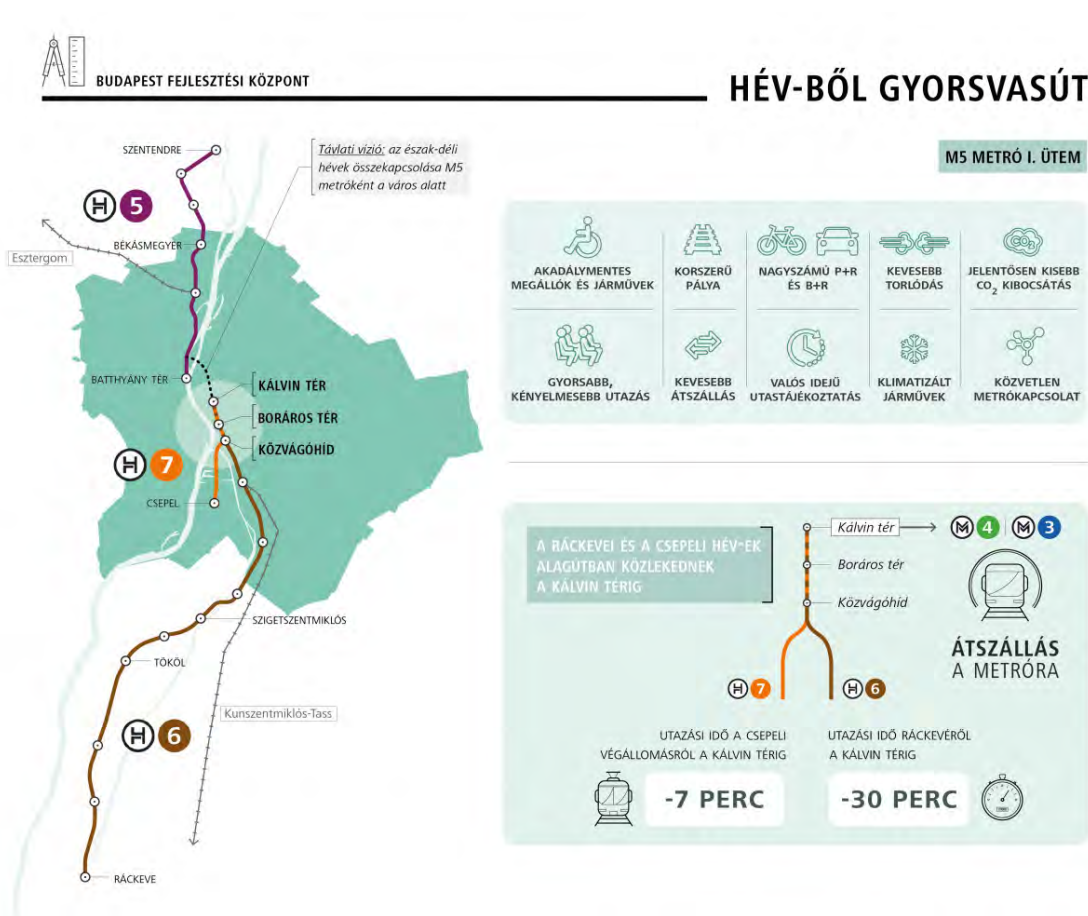
Békásmegyer-Batthyány tér között részleges pályarekonstrukció. Kaszásdűlő és Békásmegyer között az úttájrók kiváltásának lehetőségét is vizsgálják.

² A TDM felmérése szerint a látogatók fele hévvel érkezik.

Összesen 17 állomás akadálymentesítése, 16 helyszínen B+R és 7 helyszínen P+R parkolók kialakítása. Szentendre állomás funkcióvizsgálatához 2021 március-áprilisában nyilvános kérdőívezést végeztek.³

A tervek szerint „akár 6 perces” menetidő-megtakarítás, csúcsidőben 4-5 perces követés, gyorsított járatok közlekedésének lehetősége érhető el, aminek hatására kb. 16%-os utasszám-növekedést prognosztizálnak.

- 42+12 darab új, egyterű, alacsonypadlós, klimatizált, kerékpárszállításra is alkalmas 120 méter hosszú hév-vonat beszerzése. A többek között a H5-ös hév teljes mai flottáját leváltó járművek alkalmasak lennének a mai pályákon való közlekedésre is. A 2020 második felében kiírt tender keretében 2023 és 2025 között tervezett forgalomba állással számoltak, a tendert ugyanakkor 2021 áprilisában eredménytelenné nyilvánították.
- A hosszú távú vízió az északi és déli hév-vonalcsoportok összekapcsolása Budapest alatt – ez a beruházás csak sok év múlva reális.⁴



20. ábra A BFK grafikája az „M5 metró I. ütem” tervezési projektről

A jelenlegi tervezés részét képező fejlesztéseken felül ugyanakkor javasolt **megvizsgálni a hév Szentendrén belüli meghosszabbításának lehetőségét is az északi városkapuig**, több városi megállóval. Ez a megoldás – melynek előképe lehet a Frankfurt térségi S-Bahn Rhein-Main hálózatan a 130 000 lakosú Offenbach belvárosa alatti City-Tunnel – részben kiküszöbölné azt az adottságot, hogy a hév Szentendre kapujában ér véget, és megközelítése minden irányból jelentős közúti

³ <http://szentendrehev.hu> (2021.04.16-án már nem elérhető)

⁴ Forrás: BFK közlemények

terhelést okoz. Ezen elképzelések biztosan csak hosszú távon valósíthatók meg, de strukturális hatással bírhatnak, ezért fontos, hogy a tervekbe beépüljenek.



21. ábra: A City-Tunnel Offenbach nyomvonala (OpenRailwayMap) és Offenbach Marktplatz állomása (Dirk Lehmann, Wikimedia Commons)⁵

Rövid távon is javítani kell ugyanakkor a **hév sűrűségét** (elsősorban csúcsidőn kívüli időszakokban), **üzemidejét** (Budapestre való késő esti visszatérés lehetősége elsősorban hétfvégén és szomban,⁶ az elővárosi vonatokhoz hasonlóan⁷) és **megközelíthetőségét**:

- Elsősorban **gyalogos** (főként a Duna-part, a Belváros és a Püspökmajori lakótelep és környéke felől) és **kerékpáros kapcsolatait** (főként a Duna-menti sáv, a Dunakanyar és a Szentendrei-sziget felől), beleértve a B+R kerékpárparkolást is. **A vasút (hév) - kerékpár kombináció egyesíti a két rendszer előnyeit**: a nagyobb távolság gyors megtételére alkalmas vasút megállóinak vonzáskörzetét a kerékpáros ráhordás kitágítja és rugalmassá teszi. Javasolt a Kossuth Lajos utca mint **hév-Belváros kapcsolat gyalogosbarát átalakítása; valamint kerékpárkölcsonzó rendszer kialakítása a hév-állomásra építve**, lehetőleg a budapesti rendszerrel integráltan (ne igényeljen külön regisztrációt), és akár elektromos rásegítéses kerékpárokat is alkalmazva.

⁵ https://commons.wikimedia.org/wiki/File:S-Bahnhof_Offenbach_Marktplatz.jpg

⁶ Jelenleg 23:34-kor indul Budapestre az utolsó hév, 01:20-kor és 02:50-kor pedig a 943-as éjszakai autóbusz.

⁷ <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/belfoldi-utazas/nepszeruek-elovarosi-ejszakai-vonatok>



22. ábra Integrált tarifarendszer Berlin környékén / Vasútra szervezett közbringa rendszer: OV-fiets, Houten (Hollandia)

- Másodsorban az autóbusesz ráhordás fejlesztését városon belül és a vonzaskörzetből is, az autóbuszok előnyben részesítésével (buszsávok, csomóponti előnyben részesítés), **integrált tarifarendszer és utazástervezés bevezetésével**; középtávon a **hév-állomás környezetének színvonalas és funkciógazdag intermodális csomóponttá fejlesztésével** (az előzménytervekre építve).
- **Turisztikai szempontból fontos a szezonális és hétvégi autóbusesz kapcsolatok erősítése pl. a Skanzen irányába**, a mai kétóránkénti követés sűrítésével (akár a Skanzen belépőjeggyel ingyenesen igénybe vehető módon).
- És csak **kiegészítő jelleggel a P+R parkolás fejlesztésével** (rendezett formában, de mérsékelt kapacitással és méltányos díjfizetéssel), ugyanis a P+R használók ugyanúgy terhelik Szentendre útjait, mint az autóval ingázók.

Ezek a parkolók a P+R igény mellett az eltérő időszakokban (hétfvégén, nyári szezonban) **jelentkező látogatói forgalom egy része számára is megoldást jelenthetnek**, mivel a forgalom túlnyomó többsége Budapest irányából érkezik, és innen a Belváros már gyalogosan elérhető. Ehhez célszerű, ha a parkolók a 11-es út felől, már a hév-Belváros/Korzó gyalogos irányok keresztezése előtt megközelíthetők.

Hivatásforgalomban (Vác esetében végzett hasonló vizsgálatunk alapján) valószínűleg nem versenyképes, de **turisztikai szempontból célszerű lehet a hajóval történő megközelíthetőség bővítése és népszerűsítése**, mivel itt a hajóút maga is attrakciónak számít, egyúttal közvetlen belvárosi érkezést tesz lehetővé. Konkrét fejlesztési javaslat **a Budapestre való későbbi hazajutás biztosítása** (a jelenlegi 17 órakor induló utolsó járaton felül⁸), valamint az előzetes jegyvásárlás (helybiztosítás) lehetőségének népszerűsítése a túlkeresletből fakadó feszültségek elkerülése érdekében.

Szentendre számára a hajóval történő megközelítés nemcsak közlekedési szempontból érdekes és fontos. A kereslet összetételének átalakítása és a látogatók városban eltöltött idejének növelése érdekében szükség van az utolsó Budapestre járat indulási idejének kitolására (19:00 vagy 20:00 órára). A hajós szolgáltatókkal történt egyeztetések tapasztalatai az jelzik, hogy elvileg a magánszolgáltatók részéről is lenne érdeklődés az esti járat beindítására/üzemeltetésére, azonban ennek több feltétel megléte esetén van igazán realitása. Jelenleg a MAHART Zrt joga a

⁸ <https://www.mahartpassnave.hu/hu/menetrend-2/dunakanyari-kirandulohajok/b/>

mólóüzemeltetés és a kikötői díjak 100,000 HUF/alkalom szintje szinte automatikus akadály egy új járat beindítása előtt, különösen akkor, ha abból indulunk ki, hogy igazán kereslet csak a viszfuvarra lenne, azaz egy irányban a hajó üresen megy. Még akkor is, ha a visszaúton étkezést is biztosít a hajó üzemeltetője a kikötési díj + az egyirányú üresmenet költségei együttesen nem teszik rentábilissá a járat beindítását, hiszen a hajó 3,5-4 óra alatt akár két budapesti városnéző kört is teljesíteni tud. A kikötési díj mérséklése jelentheti az egyik megoldást, illetve a VIKING tervezett új mólójának használata (alacsonyabb díj esetén). Megfontolható olyan kombinált termék kialakítása is, amely ötvözi a hajót, az elektromos buszt a Skanzenbe/ből és a HÉV-et is. Az okos közlekedési megoldások lehetővé tesznek ilyen szintű integrációt is.

6.2 A Szentendrén belüli mobilitás alapvető kérdései

A Szentendrén belüli (hivatásforgalmi és egyéb - vásárlási, szabadidős stb.) célú utazások körében városrészenként eltérő módon hangsúlyozható át a közlekedési módok kínálata.

- **A gyalogos közlekedés** hatótávolsága miatt **elsősorban a városrészeken belül, valamint a Belváros és a környező városrészek közötti utakra alkalmas**. Utóbbi elsősorban a 11-es út átjárhatóbbá tételével érdemes segíteni: sűrűbben elhelyezkedő átkelési lehetőségek (pl. a 11-es kiépítésekor elvágott utcák gyalogos összekötése szintben, vagy a terepadottságok függvényében akár külön szintben, pl. gyalogos hidakkal), gyalogosbarát jelzőlámpa-hangolás, lassításra ösztönző szűkebb csomóponti ívek alkalmazásával. A 11-es út hosszában is szükséges vonzóbb környezet kialakítása (lassabb, de egyenletesebb forgalom, szélesebb és jobb állapotú járdák, zóldsávok).

A belváros frekventált terein, utcáiban a közterületi parkolás csökkentése javasolt, és időszakosan a kerékpározás elterelésére is szükség lehet a sűrű gyalogosforgalom miatt (de nem tiltással, inkább kéréssel, pozitív kommunikációval). **Javasolt a gyalogosforgalom területi szétoszlásának segítése:** kevésbé frekventált látnivalók, területek felkeresésének ösztönzése gyalogos információs rendszerrel.

- **A kerékpáros közlekedés lehetőségeit elsősorban a domborzati adottságok befolyásolják**, ami főként a Duna-menti sávban és a csatlakozó völgyekben (pl. Bükkös-patak völgye) teszi versenyképessé, de lankásabb irányokban és az elektromos rásegítéses (pedelec) kerékpárok terjedésével kisebb arányban a domboldali városrészekben is használható. Az alábbi javaslatokat célszerű kerékpáros forgalmi vizsgálat és kerékpáros turisztikai koncepció keretében részletesen továbbtervezni:
 - Általánosságban javasolt **a város kerékpározhatóságának javítása**, minél több útvonalon (megengedő szabályozás, biztonságos kialakítás, megfelelő burkolat, kerékpárparkolók a célpontoknál stb.).
 - A Duna korzó esetében vizsgálandó, hogy milyen kerékpáros forgalomra lehet számítani a jövőben (városon belüli és ingázó, hosszú távú turisztikai és hétfégi szabadidős forgalom); milyen kialakítás teszi lehetővé az év nagy részében a kerékpáros és gyalogos/közterületi funkciók békés egymás mellett élését, és rendezvények esetén milyen alternatívák jelölhetők ki (pl. parti szervízút, egyes használói csoportok számára akár a 11-es út, átlós kompközlekedés stb.)
 - **Javasolt a kerékpáros turisták megállítása** (a pandémia hatására megnövekedett számú látogató megszólítása, belváros gyalogos felfedezésére és fogyasztásra ösztönzés, tehermentesítve a korzót is): a korzó egy-egy déli és északi pontján kerékpáros megállópontok kialakítása biztonságos kerékpárparkolóval,

csomagmegőrzővel, akár (a gyalogosokat is szolgáló) mosdóval, mellékhelyiséggel. A kerékpárparkoló-kapacitás akár ideiglenesen is bővíthető mobil kerékpárparkolókkal.

- **A Skanzen és térségének elérése** a Belváros felől oldható meg kedvezőbben az Egres út – Szélkerék utca nyomvonalon, melyhez utóbbi csatlakozásától a Sztaravodai út mentén kerékpárút építése szükséges. Érdekes a hév-állomás felől is alternatív útvonalakat kijelölni a Bükkös-part tehermentesítése céljából, de itt a domborzat kedvezőtlenebb.
- **A helyi autóbusz-közlekedés terén javasoljuk a szolgáltatás bővítését**, illetve részleges átalakítását olyan módon, hogy a sűrűn lakott városrészeket és fő célpontokat a 11-es úton át összekötő, normál méretű autóbuszokkal kiszolgált viszonylatok mellett **kis méretű járművekkel többletkapcsolatokat teremtsen a domboldali városrészek és a Belváros között, a 11-es utat keresztezve**, a jelenleg kiszolgáltatlan kertvárosias részeket akár igényvezérelt közlekedési rendben feltárva. A forgalomcsillapított belvárosi területeken egészen kis, golfbusz méretű járművekkel rugalmas szolgáltatás nyújtható elsősorban az idős vagy nehezen mozgó emberek számára.

A rendszer részeként javasolt megteremteni a jelenleg lényegében hiányzó Belváros-Skanzen kapcsolatot, ami hozzájárulhat a két térség közös, egymást erősítő desztinációvá válásához, a hosszabb idejű tartózkodáshoz és csökkentheti az autós megközelítés kényszerét. Ennek következő lépése a kisbuszos helyi közösségi közlekedési rendszer kidolgozása, valamint a hév-állomás – Skanzen és Belváros-Skanzen autóbuszos kapcsolat fejlesztési terve (működési modell, hálózati és menetrendi koncepció, díjszabási javaslat, utasmenetrend, tájékoztató anyagok kidolgozása). A Skanzen–belváros autóbuszos kapcsolat sikerességének egyik záloga a megállók megfelelő helyszínének kijelölése, amelyeknek a HÉV- és a hajóállomástól, valamint a belvárostól is elérhető távolságra kell lennie úgy, hogy a busznak a végállomáson várakozási helyre is szüksége van. Ugyancsak érdemes ezzel kapcsolatban megemlíteni, hogy a Skanzen felkeresése minden látogatási minta szerint a napokon belül is hullámokban történik, hiszen az odalátogatók nemcsak 1 órát töltenek ott el, ezért számottevő kereslet a kora délelőtti és a késő délutáni órákban tételezhető fel.

Felvetendő a Skanzen számára, hogy lenne-e lehetőség olyan körjárat üzemeltetésére, amely a belvárosból indulva a Skanzen tájegységein áthaladva visszatér a belvárosba (azaz leszállási és egyéni körbenézési lehetőséget nem biztosít). Ezen termék olyan vendégek számár is érdekes lehet, akik előzetesen nem is akarták volna felkeresni a Skanzen t.



23. ábra Kavalir igényvezérelt belvárosi mobilitási szolgáltatás, Ljubljana / Közszolgáltatást ellátó minibusz, Zirc

Fentiekkel párhuzamosan javasolt a **gépjárműforgalom megfontolt és fokozatos korlátozása** olyan módon, hogy az az alternatív eljutási lehetőségek fejlesztésével csomagban történjen. Ez magában foglalja a fizetőparkolási rendszer felülvizsgálatát, a belvárosi forgalomcsillapítás és behajtási korlátozások bővítését, valamint a közterületek, útfelületek újraosztását. **A behajtási korlátozások kialakítása időszakonként, célcsoportonként differenciáltan** (pl. időszakosan, engedéllyel) javasolt. A koncepció ki kell terjedjen a városi áruszállításra is (citylogisztika). A közúti kapacitások növelése (például a Duna korzó gépjárműforgalom előtti megnyitása) a torlódásokat legfeljebb rövid távon enyhítené, az egyéni döntésekbe beépülve már középtávon is a torlódások újratermelődésével kell számolni nagyobb forgalom mellett, ezért nem célravezető.

Javasolt a fizetőparkoló rendszer forgalomszabályozó szerepének erősítése, melynek elemei:⁹

- **jobb tájékoztatás** online, statikus és dinamikus parkolásirányítási rendszerrel (**előzetesen, az utazás megtervezése során** – módválasztás, útvonaltervezés, parkolási lehetőségek közötti előzetes választás; **a helyszínen, a parkolóhely-választás során** – parkolóhelyek rendelkezésre állása vagy telítettsége, alternatív lehetőségek és azokhoz való eljutás)
- **a szakpolitikai célokat támogató díjrendszer** (néhány órás autós turizmussal szemben az alternatív megközelítési módok és a hosszabb tartózkodás ösztönzése; a város az alkalmi látogatókból is bevételez jusszon, ne csak terhet jelentsen a kiszolgálásuk);
- a turistabuszok parkolásának szabályozása, kapacitásmenedzsment révén a turisták számának és területi megoszlásának befolyásolása (az érintett szolgáltatókkal egyeztetve);
- **a parkolókapacitás áthangsúlyozása a Belváros területéről** (pl. Korzó északi és déli szakaszairól) **a 11-es út környezetébe és a hév-állomás térségébe. Az ott tervezett P+R parkolók a P+R igény mellett az eltérő időszakokban (hétvégén, nyári szezonban) jelentkező látogatói forgalom egy része számára is megoldást jelenthetnek**, mivel a forgalom túlnyomó többsége Budapest irányából érkezik, és innen a Belváros már gyalogosan elérhető. Ehhez célszerű, ha a parkolók a 11-es út felől, már a hév-Belváros/Korzó gyalogos irányok keresztezése előtt megközelíthetők.



24. ábra Parkolásirányítási rendszer kijelzői, Hallstatt (Ausztria)

A belvárosban az ott lakók parkolásának szabályozása gondos, utcáról utcára és ingatlanról ingatlanra történő felmérés alapján javasolt. Az egymásnak ellentmondó szempontok és érdekek miatt fontos az érintettekkel rendszeres egyeztetések megteremtése, a **közös vízió és célok**

⁹ Az alábbi szempontok nem helyettesítik, inkább a szerzővel egyeztetve megerősítik és kiegészítik a Szentendre Város Önkormányzata megbízásából Sipos László által kidolgozott parkolási koncepciót

kialakítása, amelyekből az alkalmazandó – helyenként, időszakonként és célcsoportonként differenciált – eszközök levezethetők. Az operatív célok és eszközök egy lehetséges körét az alábbiakban vázoljuk fel:

- Parkolás áthelyezése más közterületekre
 - Belvárosban lakóknak dedikált parkolók kijelölése a területen belül (övezeti, vagy szakaszonként táblázott / felfestett jelleggel)
- Parkolás áthelyezése közterületen kívülre (pl. magáningatlanokra)
 - Intézmények közterületen kívüli parkolóinak (akár időszakos) bevonása az egységes városi parkolási rendszerbe (pl. lakossági engedéllyel számára éjszaka igénybe vehető)
 - Ingyenes / kedvezményes közterületi várakozási engedély csak egy autóra
 - Csak teljes árú, vagy kedvezményes (de nem ingyenes) közterületi várakozási engedélyek; vagy akár licit a meghatározott szabad helyekre
 - Új közterületi várakozási engedély csak a szabad férőhelyek erejéig adható ki (várólista)
 - Behajtási engedélyre jogosult, de közterületi várakozási engedélyre nem (saját ingatlanon parkolhat)
- Parkolás áthelyezése övezeten kívülre
 - Lakóknak dedikált parkolók kijelölése, kiépítése a belváros peremén (11-es út mentén). Ezek használata nem feltétlen ingyenes, de mindenképp jelentősen kedvezőbb kell legyen, mint a közterületi parkolás.
- Gépjárműbirtoklás mérséklése
 - Kiadható behajtási engedélyek számának korlátozása
- Alternatívák kínálása: pl. aki szabályozás vagy vállalás alapján nem tart autót a belvárosban, az kompenzációként az övezetben vagy annak közelében elérhető autómegosztó, kerékpármegosztó szolgáltatásra, teherkerékpár bérletre, közösségi közlekedési bérletre kedvezményes hozzáférést kap.

Gyakorlati példa a Ljubljana belvárosában bevezetett kiterjedt sétálóövezet, ahol a város kompenzációként elektromos kisbuszos szolgáltatást vezetett be („Kavalir”, képet lásd feljebb); vagy Hallstatt korlátozott forgalmú belvárosa, ahová a szállóvendégek sem hajthatnak be, de kisbuszos shuttle szolgáltatást vehetnek igénybe a külső parkolókból.¹⁰ Európában számos középkori városmag alkalmatlan az autótárolásra, ezekben az esetekben kijebb (pl. városfalon kívül) lehet csak autót tárolni. Uppsalában új városrészek épülnek úgy, a költözéssel járó életmódváltási lehetőséget kihasználva, hogy csak a lakások 30%-ának megfelelő mennyiségű parkolóhely épül és az is a terület peremén, ezzel szemben a közösségi közlekedés és a kerékpározás (szükség esetén az autómegosztás) kényelmesen, egyszerűen elérhető. Bármilyen rendszer kerül bevezetésre, **fokozatos és hosszú időre előre kiszámítható bevezetési ütemezés javasolt**, lehetővé téve az alkalmazkodást az érintettek számára.

Szentendre szempontjából alapvető jelentőségű a 11-es főút szerepe és kialakítása. Ezzel kapcsolatban konkrét javaslat csak alapos - forgalmi modellezést is magukban foglaló - vizsgálatok alapján tehető. Szentendre Város Önkormányzata megbízásából 2020 őszén forgalomszámlálás, problématerkép és forgalmi modellépítés történt,¹¹ amely azonban lényegében csak a

¹⁰ <https://www.hallstatt.net/parken-in-hallstatt/>

¹¹ <https://szentendre.hu/szamolj-velunk-11-es/>

gépjárműforgalom lefolyásának könnyítésére koncentrált, ennek megfelelően a lakossági ötletek is túlnyomórészt erre vonatkoztak.

Kormányhatározat¹² alapján a 11-es úton felújítás indul (2021-ben tervezéssel, 2022-től kivitelezéssel), mely Szentendrén belül az orosz laktanya és a határcsárda közötti 7 km-es szakaszt érinti,¹³ ez azonban a burkolatmegerősítésen túl csak néhány csomópont korrekciójára, csomópontok és gyalogátkelőhelyek jelzőlámpás irányításba vonására terjed ki. Budakalász-Szentendre között 2x3 sávra bővítést terveznek, a déli városkapunál külön szintű csomóponttal. Ezek a beavatkozások a csomóponti, átkelési konfliktusok kezelése mellett a forgalom további növekedése irányába mutatnak.

A gépjárműforgalom könnyítése, gyorsítása, a kapacitás növelése bár rövid távon enyhítheti a lokális feszültségeket, a szentendreihez hasonló túlkeresletes helyzetben már középtávon is törvényszerűen a forgalom növekedéséhez vezet. **A gyökeresebb megoldások meghatározása érdekében javasoljuk megvizsgálni az alábbi, stratégiai szintű alternatívákat:**

- **Különböző keresztmetszeti kialakítások a jelenlegi keresztmetszet átrendezésével,** többek között: 2+1 forgalmi sáv (akár napszakonként váltakozó irányban) és kerékpársávok; 1+1 forgalmi sáv és busz(-kerékpár)sávok; 1+1 forgalmi sáv, váltakozó irányú buszsáv és kerékpársávok. A módosítások a tervezést követően tesztjelleggel valós körülmények között is vizsgálhatók.
- **Csomóponti kialakítások,** a fentiekkel együtt vizsgálva: körforgalmak kialakításával egyszerre lassítható és tehető egyenletesebbé a forgalom, lehetővé téve minden irányból minden irányba a kanyarodást is, és segítve a keresztező gyalogos, kerékpáros forgalom átvezetését, ugyanakkor az egyes ágak prioritásai nem szabályozhatók. Vizsgálandó a helybiztosítás lehetősége, a gépjárműforgalom szempontjából elfogadhatatlan hátrányt nem jelentő kapacitás biztosíthatósága.

Szentendre közlekedési problémáinak, céljainak és lehetséges megoldásainak stratégiai szintű átgondolására és kidolgozására alkalmas a fenntartható városi mobilitási terv (Sustainable Urban Mobility Plan - SUMP) műfaja, mely az Európai Unió kezdeményezésére kidolgozott, a legjobb európai gyakorlatokon alapuló, de a hazai és helyi adottságokhoz igazított tervezési módszer. A SUMP tervezés folyamán azonosíthatók és gondos értékelés alapján kiválaszthatók azok a projektjavaslatok, amelyekre a későbbiekben részletes megvalósítási tervek készíthetők. Az Európai Bizottság kimondott törekvése, hogy a városoknak szóló, közlekedési célú uniós forrásokat SUMP meglétéhez kösse. Mindezek teljesülésével ugyanakkor nem csak az uniós forrásokhoz való hozzáférést segíti, hanem segít minden – uniós, hazai és városi – forrást okosan, költséghatékonyan, a város céljait valóban előmozdítva felhasználni.¹⁴

¹² 1744/2020. (XI. 11.) Korm. határozat a közúti felújításokra vonatkozó kiemelt társadalmi igények megvalósítása érdekében szükséges intézkedésekről, http://njt.hu/cgi_bin/njt_doc.cgi?docid=222680.391334

¹³ <https://magyarepitok.hu/utepites/2020/11/rendbe-teszik-a-11-es-fout-szentendrei-szakaszat>

¹⁴ <https://mobilissimus.hu/projektek/sump-utmutato-masodik-kiadas>

7 Melléklet: Desztinációs Hatásmodell

A desztináció, mint turisztikai rendszer gazdasági hatásainak összességét kívántuk bemutatni a Desztinációs Hatásmodell (DHM) elkészítésével és alkalmazásával. A DHM-nek országos szinten is ez az első alkalmazása, azaz a desztinációmenedzsment szervezeteknek és az önkormányzatoknak új, a turizmus valódi szerepét bemutatni képes eszköz került a kezébe a DHM kidolgozásával.

A desztinációba (jelen esetben Nyíregyházára) érkezők költségéből elsősorban a közvetlenül és közvetve is részesülnek:

- **Közvetlenül:**
 - Szálláshely-szolgáltatók
 - Vendéglátóhelyek
 - Kiskereskedők (élelmiszer és ajándék)
 - Szabadidős tevékenységek
 - Közlekedési vállalkozások és
 - Vonzerők (pl. fürdőszolgáltatások, múzeumok, állatpark) üzemeltetői, illetve
- **Közvetve:**
 - Önkormányzati adóbevételek (pl. idegenforgalmi adó és az ahhoz kapcsolódó állami kiegészítés vagy iparűzési adó mértéke) formájában
 - A kapcsolódó vállalkozások által foglalkoztatottak száma alapján
 - A turisztikai szolgáltatók és a vonzerők üzemeltetőinek beszállítói kapcsolatait vizsgálva (főként azokat, amelyek forgalomarányosan változnak).

A DHM-hez számos adatot (mind helyi, mind pedig országos) adatot elemeznünk kellett, ugyanis a turizmus rendkívül összetett iparág és számos más iparággal van kapcsolatban, ezt pedig a modellezésben figyelembe kellett veyük.

Az adatgyűjtés és elemzés eredményeképpen elkészült DHM az alábbi tényezőkre vonatkozóan képes adatokkal szolgálni:

- **Összes kiadás**
- **Keletkezett összes kibocsátás**
- **Keletkezett bruttó hazai termék**
- **Összes munkajövedelem**
- **Generált foglalkoztatás egyenértékesben kifejezve (fő/év)**
- **ÁFA**
- **SZJA**
- **Nyereségadó**
- **Helyi adók**
- **Összes adóbevétel**

Mindezen adatok ismerete azért fontos, mert települési (nyíregyházi) önkormányzati szinten az egy-egy évben rendelkezésre álló források nagy részét a központi költségvetés juttatja az

önkormányzatok számára főként a településeken „megtermelt” adók visszatérítéseként. Azaz az idegenforgalmi adó (IFA) önmagában alig mond el valamit a turizmus szerepéről, fontosságáról: sokkal többet mondanak el azon adatok, amely a más, kapcsolódó adók (pl. ÁFA, béradók, nyereségadó) mértékét határozzák meg.

A vendégéjszakák és a turisták költési szerkezete és összegének nagysága alapján a turizmus-vendéglátásból **2008-ban Nyíregyházán kb. 1,6 milliárd forint közvetlen kiadás keletkezett.** Az alábbi adatok úgy értelmezhetők, hogy ezen paraméterekkel írható le a nyíregyházi turizmus hozzájárulása a város (és az ország) gazdaságához. Nyíregyházán tehát:

- **A turizmus kapcsán összesen 1,6 Mrd forint kiadás realizálódik.**
- Ez a kiadás tovaryűrűző hatások miatt (beszállítók, beszállítók beszállítói stb.) **országosan összesen 2,8 Mrd Ft összes kibocsátást jelent.**
- **A multiplikátorhatás 1,86-os,** azaz 1 Ft köztelen kiadás 1 Ft 86 fillér összes termelést generál.
- A költségvetésnél közvetlenül jelentkező **adóbevételek** mértéke, amelyek Nyíregyháza turizmusa kapcsán realizálódnak, **összesen 661 M Ft**-ot tesznek ki (a helyi adók a szállodák, vendéglátóhelyek, kiskereskedelmi helyek adóját jelentik, de ebből is csak azt a részt, ami közvetlenül a turizmus hatásaként jelentkezik).

Desztinációs Hatásmodell eredményei

Megnevezés	2008
Belföldi vendégéjszaka, ezer	49
Külföldi ezer	17
Összes kiadás M Ft	1.582
Keletkezett összes kibocsátás M Ft	2.835
Keletkezett bruttó hazai termék Mrd Ft	1.155
Összes munkajövedelem M Ft	682
Generált foglalkoztatás egyenértékesben kifejezve (fő/év)	3.800
ÁFA, M HUF	231
Béradók M HUF	327
Nyereségadó M HUF	103
Összesen	661 Millió
Helyi IFA M HUF	18

8 Melléklet: közlekedési előzmények és adatforrások

Közlekedési relevanciájú stratégiák, tervek, fejlesztési dokumentumok Szentendrén

Dokumentum neve	Tervező	Dátum	Közlekedési relevancia, tartalom	Területi szint	Műfaj
Szentendre nyugati elkerülést biztosító út tanulmányterve	UVATERV Zrt.	2000. november	Két nyomvonalváltozat bemutatása, az egyik kicsit közelebb megy a városhoz, a HÉV állomás melletti iparterület és a Vasúti villasor közelében, a másik nagyobb ívben kerüli meg a várost.	városi	megvalósíthatósági tanulmány/tanulmányterv
Szentendre az ezredforduló után - A város távlati rendezési terve - Fejlesztési koncepció	Mű-Hely Rt., Stratégiai Munkacsoport	2001. március	Nyugati tehermentesítő út megépítése, mint középtávú cél, ezzel - a pismányi térség forgalmának levezetése erre az útra - az ipartelep, a lakótelepek és az üdülőterület megközelítésének segítése és forgalmának levezetése - valamint a tehermentesítő megépítésének nyomán a 11-es út városi szakaszának "főutcává" alakítása, ahol rövidebb szakaszon fölmerül az út alagútban történő vezetése is. Híd építése a Szentendrei-szigetre az orosz laktanya alatt, mint középtávú cél.	városi	városfejlesztési koncepció/stratégia
ULCISIA CASTRA – Orientációs beszámoló	ECORYS Magyarország Kft.		A rekonstrukciós koncepcióban a castrum előterében -2 szintes mélygarázs kialakítása.	projektszintű	fejlesztési koncepció/stratégia
ULCISIA CASTRA – Komplex megvalósíthatósági	ECORYS Magyarország Kft.	2005. november	A castrum fejlesztéséhez kapcsolódóan a 11-es út mentén futó gyalogosjárda átalakítása.	projektszintű	megvalósíthatósági tanulmány/tanulmányterv

tanulmány					
Szentendre Belváros Konceptió	EMC Consulting	2005. augusztus	- A nyugati tehermentesítő út megépítésének támogatása, mely közúti alagúton kapcsolódna vissza a 11-es útba - HÉV és VOLÁN végállomás felújítása, városi közforgalmi intézmények oda telepítésével és ingyenes, nagy felületű parkolótér kialakításával - A Szentendrei szigetre átkötő híd létesítése, javasolt helyszín a volt orosz laktanya magasságában - A Dunakorzó óvárosba való integrálása a mozgó és álló járművek fokozatos kiszorításával, de a kerékpáros és a közösségi közlekedési (egy a belvárost feltáró kisméretű busz) lehetőségek megtartásával - Védett óvárosban gyalogos zóna kialakítása szezonális jelleggel, esetlegesen a zóna határán kisközösségi parkolósílok kialakításával a lakosok számára, ill. parkológarázsok kialakítása a turisták számára - A 11-es út településbe való integrálása városias keresztmetszetek, több keresztirányú kapcsolat kiépítésével - A hosszú idejű parkolás áthelyezése a Paprikabíró parkolóba, a teátrum étterem melletti parkoló hasznosítása csak le és felszállás céljából, esetlegesen az Állomás téri parkoló bevonásával	városrés zi	városfejlesztési konceptió/stratégia
Dunakanyar Térség Fenntartható Közlekedése - Stratégiai Terv	KÖZLEKEDÉ S Főváros Tervező Iroda Kft.	2006. július	Fontos a harántirányú utak, illetve Duna-hidak fejlesztése. A dunai hajózás fejlesztése mennyiségi és minőségi szempontból fenntarthatósági célból. A hivatkozott 2005-ben elkészült Dunakanyar Duna-program javasolja a szentendrei hajó és jacht kikötő fejlesztését, valamint vízibuszjárat szervezését. Míg az első kettő a turizmus céljait, az utóbbi a mindennapi ingázás céljait szolgálná.	megyei/ budapes ti agglome rációs	fejlesztési konceptió/stratégia
Szentendre, Castrum szabályozási terve –	Váti Városépítés	2007. október	A tervezett funkciók (pl.: múzeum, mélygarázs, buszparkoló) megközelítéséhez kialakítandó csomópontra több változat készült,	projekts zintű	rendezési/szabályoz ási terv

Vizsgálat és rendezési koncepció	i Kft.		melyek közül hatósági egyeztetés során került kiválasztásra a javasolt verzió.		
Szentendre - HÉV végállomás és térsége, Szabályozási Terv	Budapest Főváros Városépítési Tervező Kft.	2008. május	Helyzet elemzés, rövid és hosszú távú programterv, valamint szabályozási terv a rövidtávon megvalósítható fejlesztésekhez. Javaslatok hosszú távra: - HÉV végállomás és VOLÁN pályaudvar korszerűsítése - P+R parkolók kialakítása - Kistérségi alközpont kialakítása - A térség kereskedelmi ellátottságának javítása Javaslatok rövid távra: - A térség kereskedelmi ellátottságának javítása - bevásárlóközpont létesítése a Dózsa György út mentén - Vasúti villasor menti lakóterület beépítése - Kőúzó utca fejlesztése (meghosszabbítás a tervezett nyugati elkerülőig), sportpálya területbővítése -A Rózsa utcai vasúti átjáró mellett lévő 378/5 hrsz-ú telekre vonatkozó javaslat (szab. terv módosítás) Közlekedési javaslat (rövid táv): új csomópont kialakítása a 11-esen a tervezett bevásárlóközpont elérésére, Dózsa Gy. út - Rózsa utca csomópontjának fejlesztése és egyéb kisebb módosítások	projektszintű	rendezési/szabályozási terv
Szentendre nyugati tehermentesítő út – Előzetes vizsgálati dokumentáció	TURA Terv Mérnökiroda Kft.	2010	A dokumentum a város szerkezeti tervében rögzített "A" jelű nyomvonalat veszi alapul, mely alapján az elkerülő út és a forgalomváltozás környezeti hatásait becsli és vizsgálja, valamint a hatások csökkentésére vonatkozóan fogalmaz meg javaslatot.	városi	megvalósíthatósági tanulmány/tanulmányterv
Szigetmonostor Dunaág híd - Előzetes Vizsgálati Dokumentáció	UNITEF '83 Műszaki Tervező és Fejlesztő	2010. április	A szigetre átvezető híd számára 6 opcionális átvezetési útvonalak (B, C, C1, C2, C3, D) által generált várható forgalom előrebecslése (2025-ben).	kistérségi/városkörnyéki	megvalósíthatósági tanulmány/tanulmányterv

	Zrt.				
Fejlesztési célok	Dunakanyar Térségi Fejlesztési Tanács	2011. október	A dokumentum a vasúti, a közúti, a hajós és a kerékpáros közlekedés terén fogalmaz meg fejlesztési területeket, valamint bemutatja a 2007-ben indult Csónakház program aktuális állását.	kistérségi/város környéki	fejlesztési koncepció/stratégia
Hivatásforgalmi, hálózatba illeszthető kerékpárutak fejlesztésének előkészítése EuroVelo6 kerékpárútvonal északi szakaszán (Rajka-Budapest közighatár), illetve Budapest déli határától a fővárosi agglomerációban - Döntéselőkészítő tanulmány	Hegyen-völgyön konzorcium	2013. december	Szentendrén három nyomvonalváltozat bemutatása.	regionális	megvalósíthatósági tanulmány/tanulmányterv
Szentendre Duna korzó II. ütem - A Duna korzó komplex közlekedési, építészeti engedélyezési terve és közmű alátámasztó munkarésze	FÖMTERV	2015. május	-	projektszintű	engedélyezési terv

Integrált Településfejlesztési Stratégia	PEST-BUDA KONZORCIUM	2015. augusztus	A HÉV végállomás területe akcióterületként nevesítve (Integrált közlekedési központ): - HÉV és Volánbusz állomás fejlesztése - P+R, B+R parkolók kialakítása - Gyalogos aluljáró revitalizációja - 1. számú posta előtti tér, mint fogadóközpont fejlesztése - VSZ telephely, tűzép telep gazdasági, kereskedelmi célú hasznosíthatóságának előkészítése és megvalósítása - Elaprózott, magántulajdonban lévő hasznosíthatatlan területek ipartelepítési szempontú előkészítése, rendezése - Kerékpárút kiépítése Pomáz felé A történelmi városközpont akcióterületen a parkolási rend átalakítása, forgalomtechnikai szabályozások: - parkolófejlesztés - városközponti autóforgalom korlátozása, gyalogos zóna kiterjesztése, Duna-part sétálóövezetté alakítása - turisztikai közlekedési eszközök üzembe állítása a városközpontban, valamint a központ és a skanzen között	városi	városfejlesztési koncepció/stratégia
Szentendre közbringa - Megvalósíthatósági tanulmány	Regional Environmental Center	2015. augusztus	A tanulmány széleskörű lakossági egyeztetésen alapul, melyből kiderül, hogy a helyiek rendkívül nagy arányban támogatják a közbringa-rendszer megvalósítását. A rendszer kialakítására nyolc fejlesztési változat került kidolgozásra, melyek közül a "gyűjtőállomás-hálózati, elektromos közbringa" találkozik a leginkább a helyi igényekkel. A megvalósításra javasolt rendszer 11 gyűjtőállomásból és 100 elektromos kerékpárból áll, a rendszer 142 millió forint beruházást igényel.	városi	megvalósíthatósági tanulmány/tanulmányterv

Szentendre város Településfejlesztési Konceptió	PRO-TERRA Kft., MOBIL City Bt., TÁJOLÓ- TERV Kft., KÉSZ Kft., WOLF Kft., Archeo-Art Bt.	2015. október	"Várostérségi kapcsolatok erősítése, a fenntartható fejlesztés közlekedésfejlesztési elemei" , mint specifikus cél. Közlekedéssel kapcsolatos fejlesztési célok az egyes városrészekben: - Vasúti villasor és környéke: Multifunkcionális intermodális csomópont kialakítása - Pap sziget-Derecske: új közúti és gyalogos hidak létesítése. - Pannónia: A Duna parti szakasz két végpontján térségi kihatású közlekedésfejlesztések. - Déli városkapu: Dera-patakon kerékpáros híd, a Dunán közúti híd - Skanzen: az országos közút nyomvonal korrekciója	városi	városfejlesztési konceptió/stratégia
Szentendre Településszerkezeti Terv	PRO-TERRA Urbanisztik ai Ügynökség Kft.	2017. július	A tehermentesítő út megjelenik, mint tervezett országos mellékút. Duna-híd tervezett megépítése IMCS megvalósítás, mint cél Postás Strand, mint a BKK-agglomerációs hajójárat új kikötője	városi	rendezési/szabályoz ási terv
Szentendre város kerékpárforgalmi hálózati terve	TANDEM Mérnökiro da Kft.	2018. január	- kerékpáros hálózat fejlesztése, hálózati hiányok pótlása - az arra alkalmas egyirányú utcák megnyitása ellenirányú kerékpározhatósága - a MOL BUBI rendszer kiterjesztése a városra kormányhatározat értelmében - EuroVelo 6 sok helyen felújításra és szélesítésre szorul, a város déli részén a mostani útvonalról nyugatabbra futó vezetés javasolt	városi	közlekedésfejlesztés i konceptió/stratégia
Szentendre – Településrendezési eszközök módosítása – EUROVELO 6 kerékpáros útvonal déli szakasza	PRO-TERRA Urbanisztik ai Ügynökség Kft.	2018. március	-	városi	rendezési/szabályoz ási terv

Szentendre, Dunakorzó módosított komplex építészeti és környezetrendezési terve (módosított koncepció terv)	Puhl és Dajka Építésziroda Kft.	2018. április	-	projektszintű	fejlesztési koncepció/stratégia
EuroVelo 6 – Dömös – Szentendre kerékpáros útvonal, Környezeti hatástanulmány	AKUSZTIKA mérnöki iroda	2018. november	A vizsgált nyomvonal egyes szakaszai, illetve hídhelyei a vízbázis belső védőterületeit érintik, így megépítésük jogszabályilag nem engedélyezett.	kistérségi/városkörnyéki	hatástanulmány
Szentendre - Belső városkapu Projekt - Megvalósíthatóság Tanulmány	Firka Építész Stúdió Kft.	2019. február	2 verzió a HÉV végállomás térségének fejlesztésére: 1) új, süllyesztett aluljáró a 11-es alatt, új kerékpárút, terepszint alatti P+R, új VOLÁN tárolóterület, kereskedelmi és szolgáltató funkciójú épület 2) térszíni gyalogátkelőhely a 11-esen, új kerékpárút, gyalogos aluljáró a HÉV sínek alatt, mélygarázs, kereskedelmi és szolgáltató funkciójú épület	projektszintű	megvalósíthatósági tanulmány/tanulmányterv
Szentendre város lakóterületeinek változása az elmúlt 70 évben, a város fejlődése/fejlesztési a településrendezési tervekkel összefüggésben	Zábránszky né Pap Klára	2019. március	A város lakóterületeinek fejlődése, a rendezési tervek áttekintése, a szabályozás változásának fontosabb állomásai.	városi	tanulmány

Szentendre város zajcsökkentési intézkedési terve a 2012-2017 ciklusra elkészített stratégiai zajtérkép alapján	AKUSZTIKA mérnöki iroda	2019. március	A városban a közúti közlekedésből származó zaj a legjelentősebb, a zajterhelés különösen magas a 11 sz. főút mentén. A zajcsökkentés legjelentősebb eszközei a közúthálózat fejlesztése, a forgalomtervezés, a tervszerű útfelújítások, a közforgalmú közlekedés fejlesztése, a parkolási rendszer fejlesztése, a kerékpáros közlekedés fejlesztése, a passzív zajcsökkentés és a területhasználat tervezése.	városi	intézkedési terv
Szentendre – Településrendezési eszközök felülvizsgálata – Szabályozási Terv	PRO-TERRA Urbanisztikai Ügynökség Kft.	2019. június	-	városi	rendezési/szabályozási terv
A Pilis-Dunakanyar Kistérség fejlesztési projektelemei (Duna-stratégia projektjavaslat)			Szentendrét elkerülő út megépítése, mint cél. HÉV vonalának teljes felújítása, mint cél a HÉV szentendrei végállomásának felszín alá süllyesztésével. Szigetmonostori kis-dunai híd megépítése (közúti vagy gyalogos-kerékpáros).	kistérségi/város környéki	fejlesztési koncepció/stratégia
Budapesti Mobilitási Terv - II. Közlekedésfejlesztési és beruházási programjavaslat		2019. május	"É-D-i regionális gyorsvasút (ÉDRV) északi szakasz rekonstrukció (P040)" megnevezve a projektek között, mint állami projekt.	megyei/budapesti agglomerációs	programjavaslat
Üzleti Terv – Szentendre Élmény Projekt – Dunakorzó rekonstrukció	Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program	2020	A tanulmány a korzó forgalmi rendjének átalakítását javasolja, a Dunára lefutó utcák "visszaállításával", összekötésével a partszakasszal és a parkolási lehetőségek racionalizálásával. A lehető legkisebb közúti forgalom kerülne csak átengedésre, mely zömében a kiszolgáló forgalmat, a kétirányú tömegközlekedést és a területen ingatlanl rendelkezők közlekedését jelentené, valamint	projektszintű	üzleti terv

			növekedne a gyalogosok által igénybe vehető területek nagysága.		
Szentendre - 11-es út Szentendrén átvezető szakaszának modellezésén alapuló forgalmi hatástanulmány	InnoQualea Kft.	2020.október	Forgalmi adatfelvételek és egyéb adatok alapján forgalmi modell készítése és a a helyzet elemzése. Lakossági problémafeltárás kérdőívvel. A problématérkép és a modell alapján 4 csomópontban a javasolt fejlesztés forgalmi helyzetre gyakorolt hatásának elemzése.	projekt szintű	hatástanulmány
Folyamatban lévő tervezések					
A 11-es út felújítása		folyamatban	Burkolatfelújítás, csomópontok átalakítása, jelzőlámpa hangolás módosítása...stb.	projekt szintű	részletes műszaki terv
H5-ös HÉV vonal felújításának előkészítése		folyamatban	A H5 szentendrei HÉV vonal rekonstrukciójának megtervezése. A Budapesti Fejlesztési Központ által megrendelt munka tervezett ütemezése szerint az engedélyezési terv 2021 szeptemberére fog elkészülni, amely alapján várhatóan 2022 augusztusára készül el a kiviteli terv.	projekt szintű	engedélyezési terv

9 Lefolytatott egyeztetések

- SKANZEN
 - dr. Cseri Miklós – főigazgató
 - Horváth Anita – főosztályvezető, Kommunikációs és Marketing Főosztály
- Közlekedési kontaktok
 - Sipos László – parkolási koncepció készítője
 - Kozma Tibor - ügyvezető, Sailor Kft.
 - Németh György – ügyvezető, Legenda Kft.
 - Kovács Tamár – Budapest TukTuk/ Official Budapest Castle Bus
- Utazási irodák és idegenvezetők
 - dr. Erdei Bálint – ügyvezető, Cityrama
 - Drégely Ágnes – ügyvezető, TourEastTour
 - Mogyorósi Tünde - garantált utak igazgató, Cityrama
 - Dorogi Katinka – beutaztatási igazgató, Quality Tours Hungary
 - Deák Judit – elnök, Magyar Idegenvezetők Egyesülete
- Neustadt Dániel – Turisztikai divízióvezető, Budapest Brand nZrt
- Szentendre
 - Fülöp Zsolt
 - Magyar Judit
 - Pilis Dániel
 - Alföldiné Petényi Zsuzsa
 - Kiss Gabriella
 - Csemeczky Zita
 - Lőrincz Ágnes
 - Gulyás József
 - Lang András
 - Prosek Zoltán
 - Lakatos Judit
 - Lőrinczy György
 - Szücs Katalin
 - Botos Karolina
 - Benkovits György
 - Kerti Attila
 - Helyes Imre
 - Pásztor Zoltán

- o Lissák Márton
- o Elek Márton
- o Szabó Ádám
- o B. Szabó Vera
- o Irimiás Balázs
- o Zábránszkyné Pap Klára
- o Vincze Ottó
- o Zsigmond Attila
- o Zakar Ágnes
- o Holczer Ágnes
- o Pados Krisztina Cafe Christine
- o Szalai Péter Görögkancso
- o Máhr Attila Aranysárkány
- o Erdész László Art Gallery

10 Térképek

T-01. SZENTENDRE BELVÁROS TÉRKÉPE - FŐ UTCA FUNKCIÓK 2021. ÁPRILIS



JELMAGYARÁZAT

Önkormányzati tulajdonú épületek:

- BPB**
Belvárosi piaci bérlemény
- BSZB**
Belvárosi szociális bér lakás
- KÖZ**
Közérdekű épület
- CAS**
Castrum területe
- NT**
Nincs teendő

Részben önkormányzati tulajdonú ingatlanok:

- BPB**
Belvárosi piaci bérlemény
- NT**
Nincs teendő

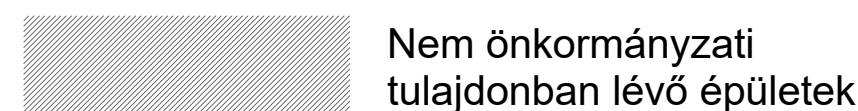
Egyházi tulajdonú ingatlanok:

- Egyházi épületek**

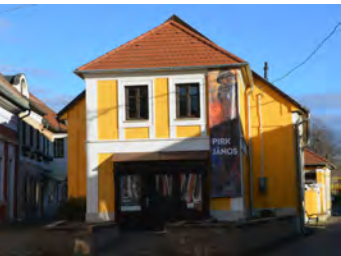
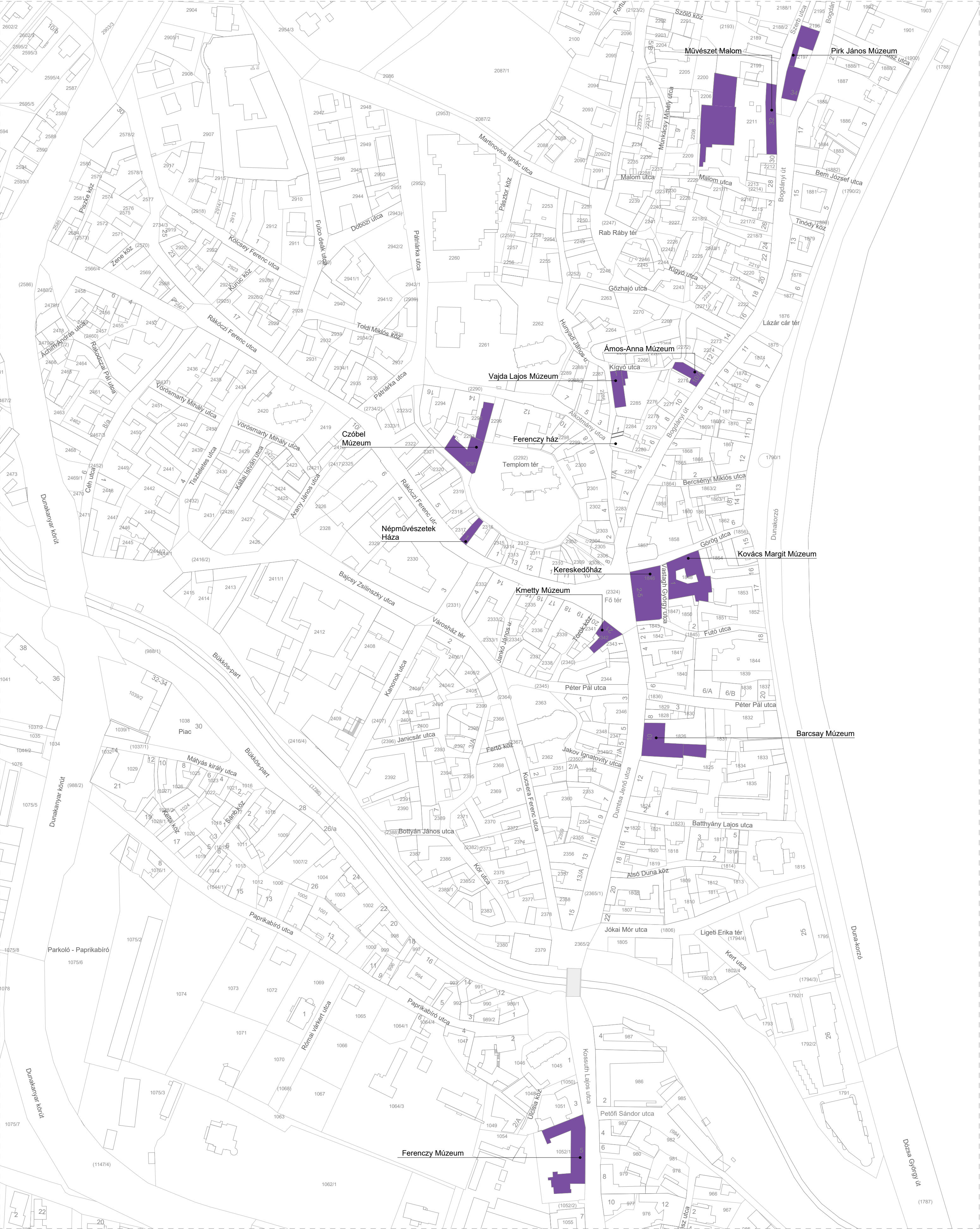
Nem önkormányzati tulajdonú ingatlanok:

- Nem önkormányzati tulajdonban lévő épületek**

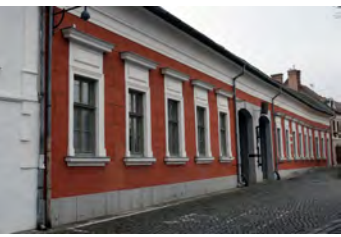
Önkormányzati tulajdonú épületek:



T-03. SZENTENDRE BELVÁROS TÉRKÉPE - MÚZEUMOK - 2021. ÁPRILIS



Pirk János Emlékmúzeum



Művészet Malom



Ámos - Anna Múzeum



Vajda Lajos Múzeum



Czóbel Múzeum



Népművészetek Háza



Kereskedőház



Kmetty Múzeum



Kovács Margit Múzeum



Barcsay Múzeum



Ferenczy Múzeum

Múzeum neve	HRSZ.	Cím	Jelenlegi funkció	Új funkció javaslatok
Pirk János Emlékmúzeum	2197	Bogdányi u. 34.	Pirk János életmű kiállításnak ad helyet. Szépen felújított, hangulatos dalmát udvar, ami szolgáltatói hasznosításra vár.	A kiállító tér mellett lévő egyéb helyiségekben, valamint az udvaron különböző kulturális programok, kis koncertek, komolyzene, jazz, színházi előadások stb valósulhatnak meg – kuratóri támogatással, a Teátrummal szoros együttműködésben.
Művészet Malom	2211	Bogdányi u. 32.	Időszakos nyitvatartás - változó tematikájú kiállítások. Jelenleg itt működik a Grafikai Műhely. Udvara rendezvényhelyszínnek is alkalmas, színpad is található itt.	A Grafikai Műhely helyén kávézó nyílna, élénkítve ezzel a Malom periférikus pozíciójából adódó alacsonyabb forgalmát. Folt Kávézó is szívesen beköltözne a Malom középső szárnyába. Az északi szárnyban a szentendrei művészek gyűteményes kiállítása valósulna meg. Tervezett cél az udvar közösségi térként való fejlesztése (elektromos fejlesztés, világítás).
Ámos - Anna Múzeum	2275	Bogdányi u. 10.	Jelenleg alkotóházként és kiállító térként működik a múzeum. Az épület földszintjén működő alkotóházban iparművészek és festők alkotnak. Tavaszról őszig az épület kertje is megtelik étellel.	Az emeleten művészettörténetészeknek, kutatóknak szeretnének egy lakást kiadni fél-egy éves rezidensi ösztöndíj keretében. A jelenleg az emeleten található kiállítást digitalizálnák és a későbbiekben csak így lenne elérhető.
Vajda Lajos Múzeum	2285	Hunyadi u. 1.	Jelenleg kiállító térként működik. Kevéssé ismert, alulátogatott múzeum.	For-profit galéria – kereskedelem + alkotás A szuterénbe költözne a Péter Pál Galéria (iparművészek kiállítása). Udvara egybenítható a Fercny ház udvarával, rendezvény helyszínnek is kiválóan alkalmas. Az épület alatt húzódo pince rendszer esetlegesen hasznosítható. (bor kóstolás)
Ferenczy Ház	2284	Alkotmány u. 1.	Jelenleg vendégházként működik a TDM kezelésében, valamint önkormányzati bérlekások is találhatóak benne.	A Ferenczy házat a Múzeum átvénné a várostól. A TDM-mel együttműködve szálláshelyeket terveznek itt kialakítani, valamint a pincébe kerülné a Grafikai Műhely. Udvara egybenítva a Vajda Múzeum udvarával rendezvény helyszínnek is alkalmas lehetne.
Czóbel Múzeum	2293	Templom tér 1.	Czóbel kiállításnak ad otthont.	Az épület felújítása pályázati pénzből befejezésre kerül. A Czóbel kiállítás mellett új tartalmak is megjelenének: Czóbel és kortársai. A Népművészetek Házból felvezető lépcső jobban bekapcsolná a város vérkeringésébe.
Népművészetek Háza	2317	Rákóczi F. u. 1.	Kapacitás hiány miatt jelenleg üresen áll.	Új funkció: helytörténeti kiállítás időszaki jelleggel. A Pest megyében megtalálható 11 nemzetiiség bemutatása, esetleg nemzetiségi konyha kialakítása, étel kóstolás. A "harangozó lépcsője" összekötné az épületet a Templomdombbal, kapcsolatot teremtve a Czóbel Múzeummal.
Kereskedőház	1846	Fő tér 2-5.	Jelenleg egy könyvesbolt működtik egy traktusában valamint a mellette lévő traktusban egy kávézó működőképes. Kiállítóterként jelenleg nem funkcionál. Vizes pincéjéből ki kellett költöztetni a helytörténeti kiállítást.	Látogatóközpont kerülne itt kialakításra - elsősorban digitális megvalósításban. Vajda József, fotogrammetriai mérnök együttműködésével. A Kereskedőház hasznosítása hat külön épületi egységként javasolt. Az Ybl Miklós egyetem építész hallgatói felmérést végeznek benne.
Kmetty Múzeum	2342	Fő tér 21.	A Kmetty kiállításnak ad otthont, alulátogatott múzeum. Annak ellenére, hogy a Fő téren található,nehezen menedzselhető, mivel Kmetty nevét kevesen ismerik.	Ide költözne át a Barcsay kiállítás. Ez a kiállítás a Fő téren, kiemeltebb pozíciója révén nagyobb látogatószámot tudna generálni. Valamint egy csomagban lenne kezelhető a többi Fő tér környéki múzeummal (Kovács Margit Múzeum, Népművészetek Háza, Czóbel Múzeum, valamint a Vajda Lajos Múzeum + Ferenczy ház)
Kovács Margit Múzeum	1848	Vastagh György u. 1.	Kovács Margit kerámia kiállítása. A leginkább látogatott múzeum Szentendrén, éves szinten 20.000 látogató fordul meg itt.	A Kovács Margit kiállítás működne itt tovább, közös csomagban lenne látogatható a többi Fő tér közeli múzeummal.
Barcsay Múzeum	1826	Dumtsa Jenő u. 10.	A Barcsay kiállításnak ad otthont, jelenleg nem használt a kiállítóter. Az udvarán hagyományosan kisebb koncertek, táncházak kerülnek megrendezésre.	A Barcsay kiállítás a tervek szerint átköltözne a Fő térre, a jelenlegi Kmetty Múzeumba. A jelenlegi Barcsay múzeum udvari szárnyában műhelyprogram indulhatna. (kiváltva ezzel a kulturális tartalmat). Az udvaron, a hagyományokat folytatva, a továbbiakban is kisebb jazz, blues koncertek valósulhatnak meg.
Ferenczy Múzeum	1052/1	Kossuth Lajos u. 5.	Jelenleg a múzeum központ centruma és fő kiállító helye. Időszaki kiállításoknak ad otthont: falai között huszadik századi és kortárs, szentendrei kötődésű és nemzetközi látókat egyaránt látogathatók.	Az épületben karbantartó felújítások javasoltak.