



# KESZTHELY VÁROS ÖNKORMÁNYZATA KÉPVISELŐ-TESTÜLETE EMBERI ERŐFORRÁSOK BIZOTTSÁGA

*ügyirat száma: 1/5-30/2018.*

## J E G Y Z Ó K Ö N Y V

**Készült:** Keszthely Város Önkormányzata Képviselő-testülete Emberi Erőforrások Bizottsága 2018. május 02-én 14:04 órai kezdettel megtartott rendkívüli nyilvános üléséről.

**Az ülés helye:** Polgármesteri Hivatal Díszterem  
(Keszthely, Fő tér 1.)

**Jelen vannak:** Csótár András bizottsági elnök, Molnár Anna, Horváth Tamás, Herold János, bizottsági tagok

Igazoltan távol: Dr. Ifi Ferenc, Nemes Klára, Dr. Dubleczy Károly bizottsági tagok

Tanácskozási joggal jelen van:

Ruzsics Ferenc polgármester

Nagy Bálint alpolgármester

Dr. Skoda Lilla aljegyző

Marton-Tamás Renáta marketing- és kommunikációs referens

Vozár Péterné testületi-tag

**Csótár András bizottsági elnök:** Szeretettel köszöntötte a bizottság tagjait, Vozár Péterné képviselő asszonyt, a hivatal dolgozóit. Megállapította, hogy a bizottság 4 fővel határozatképes. Elmondta, hogy Dr. Dubleczy Károly és Nemes Klára bizottsági tagok igazoltan vannak távol, Dr. Ifi Ferenc bizottsági tag pedig jelezte, hogy késni fog. Majd feltette szavazásra a napirendet.

### Napirend:

#### 1. Reklám, PR költségek a 2018-as turisztikai szezonra II.

A bizottság a napirendet 4 igen szavazattal egyhangúlag elfogadta.

#### 1. Reklám, PR költségek a 2018-as turisztikai szezonra II.

**Csótár András bizottsági elnök:** Elmondta, az előterjesztés ugyanaz, mint a múltkor. Igaz, hogy a költségvetési táblázatban van olyan tétel, ami már lejárt, ezeket is figyelembe kell majd venni. Igyekezett minél több információt összeszedni az anyagról. Kérdése, mi a fő cél, mit szeretnének reklámozni? Véleménye szerint nyáron nem szükséges a várost eladni, inkább a város „imázsát” kell felépíteni, ami 2-3 év múlva meghozza a gyümölcsét. Ezt követően megkérdezte a bizottság tagjait, van-e hozzászólás, kérdés, javaslat.

*Keszthely, a Balaton fürdője*

**Marton-Tamás Renáta marketing- és kommunikációs referens:** Elmondta, hogy a nap, mint nap beérkezett számtalan ajánlat közül válogatott. Próbálta ár-érték arányban a legnagyobb nézettségűt kiválasztani, ami az ötmillió költséget befér. Véleménye szerint a nagyobb rendezvényeket, mint pl. a KeszthelyFest, a Gasztrofesztivál, kellene megerősíteni. Elindult a szálláshelyek egységes megjelenésének összeállítása. Vannak olyan reklámkampányok, amit a Facebookon, a Youtube-on lehetne megvalósítani. Az előnye, hogy gyorsan, nagy mennyiségű információt közölnek és figyelemfelkeltők. A kisebb rendezvényekhez nem kell hirdetési csatorna. Nagyon szeretné, ha Keszthely Város egy saját Facebook oldallal rendelkezne. Az emberek tájékozódását, a program lehetőségeket tartja a legfontosabbnak. Mindezek mellett a plakátnyomtatást is egy olyan iránynak tartja, ami rendkívül hatékony.

**Csótár András bizottsági elnök:** Elmondta, alapvetően egyetért ezekkel, de végig kell gondolni, melyik az a réteg, akit Keszthely Város Önkormányzata meg szeretne szólítani. Számára a legfontosabb, hogy a keszthelyiek részt vegyenek a rendezvényeken. A helyi média hirdetéseit fontosnak tartja. Szeretné tudni, van-e olyan felmérés, ami megmutatja, hogy milyen volt a részvételi arány az eddigi rendezvényeken? Véleménye szerint érdemes lenne a Tourinformmal és a Goldmark Károly Művelődési Központtal is összedolgozni. Nagyobb Zalai Hírlap kampányt is el tudna képzelni. Fontosnak és gyenge pontnak tartja a honlapot.

**Marton-Tamás Renáta marketing- és kommunikációs referens:** Elmondta, a honlap folyamatosan frissül. Minden nap tölt fel programot. A Goldmark Művelődési Központtal is folyamatosan kapcsolatban van.

**Nagy Bálint alpolgármester:** Elmondta, elolvasta az anyagot, igyekezetet és szándékot lát benne. Úgy gondolja az alapvető cél ugyanaz, mind a bizottság, mind a hivatal oldaláról, ha máshogy is közelítik meg. Sok kérdés felmerült benne az anyag kapcsán. Jobbító szándékkal mondja, úgy érzi, az anyagba tényleg csak be lettek csatolva azok a megkeresések, amivel megkeresték az önkormányzatot. Véleménye szerint a 2018. nyári szezon turisztikájának marketingjéről április, május végén tárgyalni már nagyon késő. A költségvetés elfogadása után már közvetlenül el kell kezdeni. Nem érezte az anyagban a koncepciót. Arra szeretné felhívni a figyelmet, hogy a jövőben a bizottság számára egyértelművé kell tenni, mi a koncepció, kinek akarjuk az üzenetet eljuttatni. Alapvetően nem sok, amit marketingre költünk, ennél lehet és kell is többet költeni. A keszthelyi programokat össze kell hangolni az intézmények között. Nagyon látványos, tetszetős honlapot sikerült összerakni, de mégsem találja frissnek. Szükség van egy fórumra a helyi emberek informálására pl. a honlap és a Balatoni Krónika a Facebookkal kiegészítve, és egy országos kampány a Facebookon.

**Csótár András bizottsági elnök:** Kiegészítette, hogy a DunaWorld kampány nem tűnt drágának, jónak tartja, ha eléri vele a célközönséget. Jó lenne tudni, hogy a megvásárolt hirdetési felületek célt érnek-e? Szeretné tudni, van-e arra szakmai rálátás, hogy melyik médiumnak milyen a lefedettsége? Egy Nők Lapjával esetleg olyan célközönséget lehetne megszólítani, akik nem a hangos síófoki nyaralást szeretnék, hanem egy csendesebbet. A Petőfi rádiót is jó ötletnek tartja.

**Marton-Tamás Renáta marketing- és kommunikációs referens:** Véleménye szerint, a Facebookra kellene a legtöbbet költeni, de nem szabad elfelejteni, hogy van az a nagyon kicsi bázis, aki nem „facebookozik”. Ők inkább az RTL Klubot, a TV2-t nézik, a Zalai Hírlapot, vagy a Szuperinfót olvassa. Ezért gondolt a Poggyász Magazinra és a Kandász Travelra. A Nők Lapja magazin az egyik legolvasottabb magazin, de a benne megjelenő cikk ára megfizethetetlen, kb. hárommillió forint.

**Nagy Bálint alpolgármester:** Elmondta, ezért nagyon fontos a stratégia, mivel nagyon magasak az árak. Nézzük meg, mit akarunk elérni, súlyozni kell, meg kell nézni, ki a célközönség, mi a jó, mi a haszna Keszthelynek. A város pénzét befektetésnek kell tekinteni, hogy minimum ezt visszahozza, akkor célzott a közönség, ha eljönnek, és itt költenek. Nagyon sok pozitív dolog van Keszthelyen, pl. a Helikon napok, a KeszthelyFest, de nem tudjuk eladni. Az intézmények programjai nincsenek összehangolva. A jövőre nézve, nagyon

szeretné azt a stratégiát, azért kell az a pénz a bizottságtól, mert így fogja szolgálni azt a célt, amit közösen kitűztünk. Ezeken kell változtatni, és akkor nincs kétfordulós bizottsági ülés ebben a témában.

**Csótár András bizottsági elnök:** Hozzáfűzte, úgy látja elindult valami, amit közösen meg lehet oldani, majd év végén összefoglalni, hogy a befektetett pénzeszegek hogyan hasznosultak, levonva a következtetéseket. Pár év alatt fel lehet ezt úgy javítani, hogy mindenki elégedett legyen. Érdeemes lenne az anyagban említett imázs mondatot, vagy szlogent megtalálni, arra utalva, hogy Keszthely télen-nyáron Balaton. Kérdése, a nagy média reklámok mennyi időre kerülnek ki, és mennyibe kerülnek?

**Marton-Tamás Renáta marketing- és kommunikációs referens:** Válaszában elmondta, harmincezer + áfa a helybérlet, tizenötezer + áfa, maga az, hogy kinyomtatják és kiragasztják, ami egy hónapig van kint.

**Csótár András bizottsági elnök:** Kedvező árnak és lehetőségnek tartja ezt.

**Vozár Péterné képviselő:** Elmondta, vannak környező települések, akik már januárban komplett rendezvénynaptárral rendelkeznek. Itt ez még sosem sikerült. Attól, hogy nincs költségvetés, azért még lehetne rendezvényeket szervezni. Már szeptemberben kellene erről beszélni. Az összes tapasztalat, amiből látni lehet a következő évet, azt már szeptemberben lehet látni. Nagyon régi probléma, hogy az intézmények erőből rendezik az egymással összekapcsolódó rendezvényeket, nem figyelnek egymásra. Semmiféle összhang sincs. Néhány éve volt egy rendelet, hogy az a civilszervezet kaphat támogatást, aki bejelenti, a rendezvényeit. Igaz, hogy rendeletbe lett foglalva, de ez lassan hamvába holt. Egy adventi naptár rendezvényeinél egymást ütik a koncertek, bemutatók. A honlapról szeretné még elmondani, hogy a gazdaság fül alatt egy árva szó sincs, a turizmus fül sincs rendben, a képviselőkről egy betű sincs, csak a nevük. A KeszthelyFest alatt nincsenek húzó nevek, akiket lehetne reklámozni. A Gasztrofesztiválról nem tudunk semmit. Mit hirdetünk a Facebookon, ha semmiről nem tudunk? Öt hónappal a rendezvény előtt, ha csak azt tudjuk, hogy Gasztrofesztivál, az rendben van, de később már szükség van a részletekre. Véleménye szerint a Burgonyafesztivál mellé sem állt senki, így elköltözött Gyenesdiásra. Nem lett kihasználva, hogy van keszthelyi burgonya.

**Csótár András bizottsági elnök:** Meglátása szerint, lehet, hogy jó lenne egy közös VSB és EEB ülésen megbeszélni a stratégiát. Ha vannak szakemberek a hivatalban, akik össze tudják hangolni az intézmények programjait egymással és az önkormányzat hirdetési metodikájával, akkor nem lesz gond.

**Marton-Tamás Renáta marketing- és kommunikációs referens:** Válaszában elmondta, ha valaki a honlapon nem talál valamit, akkor ő nagyon szívesen beszél róla és megmutat mindent. A gazdaság fül még feltöltés alatt van, várja az instrukciókat, mit töltsön fel. A KeszthelyFestnek fent kell lennie, de a Gasztrofesztnek még van öt hónapja. Az éves eseménynaptárt már januárban elkészítette. Ha egy rendezvényre nem tudnak pénzt biztosítani, megfelelő mennyiségűt, mert hárommillió forint az nem megfelelő, mert egy hang,- és fénytechnika bérlése másfél millió forint, akkor a maradék másfél millió forintból három napra nem lehet programot szervezni. Egy neves előadó, pl. Rúza Magdi hárommillió forint. Jó lenne egy-egy nagyobb programhoz támogatót keresni, mint pl. az OTP. Nagyon szeretné, ha már az imázs mondat is meg lenne. Ugyanez a helyzet a kabalával is. Valakinek el kellene döntenie, hogy a rengeteg pályázatból melyik lenne a nyerő.

**Csótár András bizottsági elnök:** Egyetért azzal, hogy a rendezvényeken a nagyobb nevek azok, amik reflektorfénybe helyezik a várost. Egy Keszthely szintű városnak fontos lenne a rendezvényeire néhány nagyobb neves előadót meghívni. Az imázs mondat eldöntésére össze kell hívni egy csapatot. A hangosítás, ha ilyen sokba kerül, akkor nagy hiba, hogy Keszthelynek nincsen ilyen technikája.

**Nagy Bálint alpolgármester:** Elmondta, a rendezvénynaptár meglétét nagyon fontosnak tartja, úgymint a rendezvények összehangolását.

**Csótár András bizottsági elnök:** Keszthelyen alapvető és kulcsfontosságú, hogy jó programok legyenek, az ország nagy részén ismerik Keszthelyt, itt a Balaton. Ez egy olyan

mágnes, amivel irigyeltek lehetünk.

**Herold János bizottsági tag:** Csatlakozni szeretne a javaslatához, hogy üljenek össze és beszéljék meg a javaslatokat, amik a várost előre viszik.

**Horváth Tamás bizottsági tag:** Véleménye szerint is az önkormányzatoknak kellene összedolgozni a programok kapcsán. Több budapesti ismerősének ajánlotta a KeszthelyFestet, de sajnos programot sehol sem látott. Az őszi és tavaszi rendezvényekre kell koncentrálni. Kevésnek tartja a szabadtéri programot. A vendéglátóhelyekre kérdőíveket kellene elhelyezni, hogy milyen platformokon találták meg a programokat.

**Marton-Tamás Renáta marketing- és kommunikációs referens:** Teljesen egyetért a kérdőívekkel. Szeretett volna egy adatbázist létrehozni a keszthelyi szállásokról, a Tourinformtól kért segítséget, de nem tudtak adni. A Gasztrofesztivál félig pályázatos, ezért valamilyen szinten meg van kötve a kezük. A fesztiválon a helyi termelők lesznek a központban, a legjobb „gasztrósokat” szeretnék meghívni, és a helyileg a Várkertre gondoltak. Nyolc „gasztróst” és kettő sütist, 25-35 helyi termelőt szeretnének meghívni.

**Csótár András bizottsági elnök:** Véleménye szerint is egy ilyen speciálisat, különlegeset kell létrehozni, a helyszín is jónak tűnik. Támogatásra javasolta a határozati javaslatot és javasolta, november, december körül beszéljen erről újra a bizottság. Kérdés, észrevétel hiányában feltette szavazásra a határozati javaslatot.

A Bizottság az előterjesztést megtárgyalta és 4 igen szavazattal az alábbi határozatot hozta:

#### 46/2018. (V. 2.) sz. emberi erőforrások bizottsági határozat

Keszthely Város Önkormányzata Képviselő-testülete Emberi Erőforrások Bizottsága a "Reklám, PR költségek a 2018-as turisztikai szezonra" című előterjesztést megtárgyalta és az alábbi határozatot hozta:

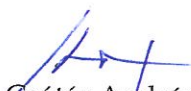
1.) Keszthely Város Önkormányzata Képviselő-testülete az önkormányzat 2018. évi költségvetésében az Emberi Erőforrások Bizottsága felosztási hatáskörébe utalt – Keszthely Város Önkormányzatának reklám és propaganda kiadásaira elkülönített – forrás terhére legfeljebb 3.700 eFt mértékig hozzájárul a 2018. évi turisztikai szezonban az önkormányzat reklám és PR költségeire az I. MELLÉKLET-ben megjelölt szakmai tartalom alapján történő felhasználásához.

2.) A bizottság felkéri a jegyzőt a kapcsolódó intézkedések megtételére.


**Határidő:** 2018. május 20.

**Felelős:** Dr. Horváth Teréz jegyző  
(Dr. Skoda Lilla osztályvezető)

Csótár András bizottsági elnök további napirend, kérdés és hozzászólás hiányában a bizottsági ülést 16:04 órakor bezárta.

  
Csótár András  
bizottsági elnök



  
Horváth Tamás  
bizottsági tag

  
Illés Györgyi  
jegyzőkönyvvezető