

## A MAGYAR TURIZMUS ZRT. TÁJÉKOZTATÓJA A BALATONRÓL TARTOTT PREZENTÁCIÓJÁHOZ 2006. MÁJUS 18.

### A BALATON IMÁZSA

#### *A belföldi utazások legnépszerűbb úti célja a Balaton*

A Magyar Turizmus Zrt. által a magyar lakosság utazási szokásairól végzett felmérések eredményei szerint a Balaton régió nem csak a többnapos belföldi utazások esetében játszik meghatározó szerepet Magyarország turizmusában: 2005-ben a belföldi egynapos utazások 14,0%-a irányult a régióba, amellyel a Balaton a negyedik helyet foglalja el a belföldi úti célok között. A magyar háztartások által legfontosabbnak ítélt többnapos utazások legnépszerűbb úti célja is a Balaton régió: **minden tíz, Magyarországon töltött főutazásból négy helyszíneként a Balaton régiót** választják a magyar utazók.

A Magyar Turizmus Zrt. 2005 őszén a Balaton imázsát feltáró kutatássorozatot végzett, amely hét fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatból, egy kvantitatív vizsgálatból és sajtóelemzésből állt. A kvantitatív kutatás 1000 fős, véletlenszerűen kiválasztott mintán került lebonyolításra, az eredmények a 18 év feletti magyar lakosságra vonatkoztatva nem, kor, megye és településszerkezet szerint reprezentatívak.

#### *A Balatonról alapvetően pozitív, sokszínű kép él a magyarok körében*

A kutatássorozat eredményei alapján megállapítható, hogy a Balatonnal kapcsolatos asszociációk jellemzően pozitívak, a vízre és a pihenésre vonatkoznak, illetve nosztalgikus elemeket tartalmaznak; a negatív asszociációk főként a víz mennyiségével és minőségével, illetve a zsúfoltsággal kapcsolatosak. A spontán asszociációk között elsősorban a magyar tengert, a vizet, a nyaralást, üdülést, utazást, illetve a fürdést említették. A leggyakrabban említett negatív asszociáció a drágaság volt. A Balatont elsősorban a kék és a zöld színnel azonosítják a magyarok, mivel ezek a víz színei.

### ***A Balaton nemzeti kincsünk, nincs versenytársa belföldön***

A magyarok pozitív véleménye a Balaton ellentétpárokkal való leírásában is tükröződik, szerintük a Balaton jellemzően barátságos, színes, divatos, igényes, izgalmas, tiszta, modern, biztonságos és tiszta vízzel várja a turistákat.

A magyar lakosság véleménye szerint a tipikus balatoni turisták a kisgyerekekkel utazó családok, a bulizó fiatalok, illetve a táborozó gyerekek, bár alapvetően mindenki megtalálhatja a számára vonzó kikapcsolódási lehetőséget: a Balaton programajánlatában minden korosztály talál számára megfelelőt (szállásától elérhető távolságon belül), az utazók kifejezetten elégedettek a kulturális és a szórakozási lehetőségekkel és a tavat ideális üdülőhelynek tartják a kisgyermekkel utazók számára.

A magyar lakosság szerint a tó legfőbb értéke annak természeti adottsága és kulturális öröksége, illetve közelsége. A magyarok határozottan úgy vélik, hogy a Balaton nemzeti kincsünk, amelynek sokféle arca van, szeretik a balatoni tájat. A vélemények szerint jókat lehet a parton sétálni, a környéken pedig kirándulni. Nagyfokú elégedettség övezi a Balaton autóval való megközelíthetőségét, ám a helybeli közlekedéssel és parkolással elégedetlenebbek a magyar turisták – bár még így is közepesnek ítélték e tényezőket is. A balatoni vendéglátóhelyek és általában a Balaton esetében az ár-érték arány problémát jelent, azonban a kínálatot, illetve a kiszolgálás színvonalát megfelelőnek találják; a magyarok fontosnak tartják a Balaton gasztronómiai és borturisztikai értékeit. A balatoni turizmusban dolgozókat alapvetően vendégszeretőnek tartják a magyarok, de úgy vélik, hogy nem ugyanúgy fogadják őket, mint a külföldi turistákat, úgy érzékelik, hogy külföldön kedvesebben kezelik őket.

A magyar lakosság véleménye szerint a Balaton nagyon fontos szerepet tölt be az ország turizmusában: nincs versenytársa belföldön. A külföldi desztinációk közül a viszonylag közeli, meleg vizű tengerek partjai jelentenek konkurenciát, amely érzésük szerint jobb ár-érték arányt is kínál. A spanyol, az olasz, a görög, a horvát, a török és a szlovén tengerpartot kedvezőbb úti célnak tartják a magyarok, míg a bolgár tengerpartot a Balatonnál kissé rosszabbnak ítélik. Mindezek ellenére a magyarok túlnyomó többsége ajánlaná ismerősei, barátai számára, hogy utazzon a Balatonhoz: közülük is elsősorban a kisgyermekkel utazóknak javasolnák ezt, illetve azoknak, akik még soha sem jártak a Balatonnál.

### ***A Balaton sokkal több pozitív hírt érdemelne a médiában***

A magyarok nem értékelik egyértelműen pozitívan a média szerepét. Véleményük szerint a Balaton sokszor szerepel a médiában, azonban sokkal több pozitív hírt érdemelne.

A megkérdezettek szerint a marketing révén újra divatossa lehet tenni a Balatont, ennek azonban előfeltétele, hogy a megkezdett fejlesztések folytatódjanak. Az elmúlt 2-3 évben javult a szolgáltatások színvonala, a programkínálat és a szolgáltatók attitűdje is.

***A Balaton elsősorban nyári desztináció; a szezonon kívüli kínálatról több információra van szükség***

A Balatonra utazók számottevő része az indulás előtt nem gyűjt információt a kiválasztott településről, környékéről és a programlehetőségekről. Sőt, nem is nagyon tudják, hogy hova fordulhatnak információért (bár általában úgy gondolják, hogy könnyű tájékozódni a Balatonnál), ennek megfelelően a Balaton látnivalóit sem ismerik, a passzív pihenők részben ezért is érzik problémának, ha rossz az idő balatoni nyaralásuk idején. Ezzel szemben az aktív kikapcsolódáshoz szokott turisták ilyenkor is feltalálják magukat, megszervezik programjaikat. A magyarok jellemzően úgy vélik, hogy a Balaton elsősorban nyári desztináció, ahol minden esős nap extra kiadást jelent az előre kalkulálthoz képest a családnak.

A magyarok határozottan problémának tartják a túlságosan rövid szezont, azt, hogy a Balaton „kihaltná válik” augusztus 20-a után. Ennek megváltoztatásához először a szolgáltatóknak kell lépéseket tenniük: megfelelő kínálatot kell várni a turistákat a főszezonon kívül is, amelyről tájékoztatni kell a vendégeket, még hozzá ügyelve arra, hogy minden célcsoport a számára érdekes eseményekről és látnivalókról értesüljön.

**Összegzésül megállapítható tehát, hogy a Balaton alapvetően kedvező imázsa jó kiindulópontot jelent a marketingtevékenységhez: azonban a magyar turisták egyre tájékozottabbak és tapasztaltabbak, igényeik egyre magasabbak. Elvárják a folyamatos termékfejlesztést, a jó ár-érték arányt és az intenzív, a piaci szegmensek igényeihez alkalmazkodó marketingtevékenységet.**

---

További információ:

**Magyar Turizmus Zrt., Piac- és Termékelemzési Iroda**

1012 Budapest, Vérmező út 4.

telefon: 06-1/488 8710

fax: 06-1/488 8711

e-mail: [kutatas@itthon.hu](mailto:kutatas@itthon.hu)

honlap: [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) > Szakmai oldalak > Piackutatások és Turizmus Bulletin