

FEJLESZTÉSI ALAPELKÉPZELÉS / KONCEPCIÓ



...útiterv a Nagymaros városának megújításához

Jóváhagyott változat
2005. április

TARTALOMJEGYZÉK

A VÁROSFEJLESZTÉSI KONCEPCIÓ KÉSZÍTÉSÉNEK LÉPÉSEI

Előszó

1.

NÉHÁNY SZÓT AZ ELŐZMÉNYEKRŐL

3.

3.

Koncepció

4.

MEGHATÁROZÓ FŐ IDEA / CÉLOK: TÉRSZERVEZŐ ERŐ MEGTEREMTÉSE, NÖVELÉSE

4.

TÉRSÉGI IRÁNYÍTÓSZEREP MEGSZERZÉSÉNEK ESÉLYE

4.

REGIONÁLIS ÉS INTERREGIONÁLIS KAPCSOLATOK

5.

ALAPFILOZÓFIA, ALAPMAGATARTÁS

6.

A MEGÚJULÁS ÉPÍTŐKÖVEI

7.

TÉRSÉGI TURISZTIKAI CENTRUM

7.

TÉRSÉGI INTÉZMÉNYI KÖZPONT

10.

OPERATÍV PROGRAMOK

11.

1. HELYSZINFEJLESZTÉS / KÖRNYEZETFORMÁLÁS / TELEPÜLÉSSZÉPÍTÉS

11.

2. TELEPÜLÉS-TERMÉK FEJLESZTÉSE

17.

3. SZERVEZETFEJLESZTÉS / MENEDZSMENTFEJLESZTÉS

21.

4. HUMAN ERŐFORRÁS, ÉS INNOVÁCIÓS KÉSZSÉGFEJLESZTÉS

28.

5. KOMMUNIKÁCIÓ, MARKETING

29.

ÖSSZEĞZÉS, AJÁNLÁSOK

35.

NAGYMAROS FEJLESZTÉSPOLITIKÁJÁNAK KÖZPONTI GONDOLATA / RENDSZERLOGIKÁJA

35.

MELLÉKLETEK

36.

GLOBALIS, NEMZETKÖZI TRENDEK

38.

TELEKKONSZOLIDÁCIÓS MINTA (VERŐCE-ERESZTVÉNY)

45.

NAGYMAROSI TURIZMUS EGYESÜLET ALAPÍTÓ OKIRATA (TERVEZET)

48.

ELŐSZÓ

Néhány szót az előzményekről

Nagymaros Város Önkormányzata 2004 őszén széleskörű kommunikáción alapuló tervezési - menedzselési munkába kezdett, melynek célja a Település hosszú távú fejlesztési koncepciójának elkészítése, az elmúlt években elkészült szakági koncepciók, és fejlesztési elképzelések összehangolásával, továbbgondolásával.

Az eddig elkészült dokumentációkban (Problémafeltáró Szakértői Elemzés, illetve Orientációs Beszámoló) a lakosság (beleértve az üdülőtulajdonosokat is) a civil szervezetek, a helyi gazdasági élet szereplőinek bevonásával különböző fejlesztési forgatókönyvek kerültek felvázolásra, amelyek összevetésével, elemzésével múlt év decemberében elfogadásra került az az alternatíva, amely kijelöli a fő csapásirányt az elkövetkező évek (10-15 év) fejlesztéseire.

Az elfogadott fejlesztési forgatókönyv (Öröm a tájban Nagymaros), amely alapvetően egy mikro-regionális központ - egy szervesen együttműködő turizmuskörzet szervező központjának megteremtését tűzi ki célul - nem valósítható meg egyetlen lépésben. Az elmaradások, elégtelenségek felszámolásához ugyanis aktív, egymásra épülő lépések sorozatából álló evolutív stratégiára van szükség.

Ezért a koncepciókészítés jelen munkaszakaszában az eredményes, hatékony és kontrollálható előrehaladás érdekében olyan stratégia kimunkálására kerül sor, amely a távolabbi célokból kiindulva határozza meg az egyes megvalósítási és funkcionális részterületek:

- ✓ Helyszínfejlesztés / Környezetfejlesztés / Településszépítés
- ✓ Település-termék fejlesztése
- ✓ Szervezetfejlesztés / menedzsment-fejlesztés
- ✓ Humán erőforrás és innovációs készségfejlesztés
- ✓ Kommunikáció, marketing

fő irányultságait, elvégzendő feladatainak keretét.

Tulajdonképpen szervezetöt vázol fel a település vezetői, irányítása számára Nagymaros megújításához, regenerálásához.

A település és egyben a térség fejlesztéséhez nem egyedi projektekre és azoknak a patchworkszerű összeillesztésére, hanem a tér rendszerének, alakjának megfogalmazására, kialakítására van szükség. Ennek megfelelően az egyes projekteket, beruházási elképzeléseket csak egy jól átgondolt, a térség (mikro-régió) arculatához is illeszkedő rendszerbe ágyazva lehet fejleszteni és támogatni.

Mindehhez megfelelő alapot nyújt a Koncepciótanulmány jelen munkaszakasza, azáltal, hogy meghatározza az ÁTFOGÓ CÉLOK-at, sőt a szereplőkkel való kommunikáció eredményeként bizonyos vonatkozásokban a SPECIALIS CÉLOKAT is.

Egy jól átgondolt rendszer, ahhoz igazodó fejlesztési elképzelések azonban önmagukban még nem elégségesek a célok eléréséhez. A megvalósításhoz aktív és együttműködő közösségre, hatékony és szervezett menedzsmentre van szükség, amely segít a kitűzött célok elérését célzó tevékenységek megszervezésében.

Amennyiben jelen koncepció széles körben is ismertté válik, az itt megfogalmazott rendszergondolatokhoz a település egyéni szereplői is csatlakozni tudnak gondolataikkal, speciális elképzeléseikkel, kreativitásukkal, akkor viszonylag rövid időn belül létrejöhetnek a megújulást generáló önszervező csoportok és terméktérületek.

Ennek érdekében a korábbi munkaszakaszokhoz hasonlóan aktív hozzájárulására, építő gondolataira, véleményére továbbra is számítunk, hiszen **EZ AZ ÖN TELEPÜLÉSE ÉS AZ ÖN TERVE!**

Budapest, 2005. január 17.

MEGHATÁROZÓ FŐ IDEA: TÉRSZERVEZŐ ERŐ MEGTEREMTÉSE

Nagymaros pozícióját a távlatban a településháló(zat)ban elfoglalt szerepe határozza meg. A rendszerváltozást követően megindult szerkezetváltás átrendezte a régióon belüli erőviszonyokat. Nagymaros a rendszerváltás vesztese lett, a víziépcsőre épített jövőképének szertefoszlása következett. ¹ Az ipari szerkezet átalakulása a térség hagyományos termelési ágait is érintette. A mezőgazdaság, és az arra települt különböző feldolgozóipari tevékenységek válságba kerültek. A térség korábbi erőcentrumai (Vác, Szob, Esztergom) maguk is erőteljesen leépültek, átalakulási-fejődési dinamikájuk nem volt elégséges a Dunakanyar egészének helyzetbe hozásához.

A Dunakanyar egyik legjelentősebb szunnyadó gazdasági potenciálját: a turizmust, a társadalom közreprétegeinek relatív elszegényedése nem tette kiaknázhatóvá az elmúlt másfél évtizedben. Ennek egyik oka, hogy a nagyvárosi erőközpont perifériáján, az agglomeráció szegélyén elhelyezkedve az életkialítások megfélelőek voltak innováció, megújulás nélkül is. Azok az innováció kapacitások, amelyeket az előző korszak termelt ki nem voltak elégségesek a település, a térség olyan mértékű és dinamikus megújulásához, mint amit az alternatívát jelentő „bejáró” életmód kiszámíthatóbb módon képes volt biztosítani. A gazdasági válság túlélését, átvészelését az egyéneknek egyszerűbb volt a településen kívüli megteremtési, mintsem a válság kínálta alkalmat felhasználna újraterteni a település és környezete iparstruktúráját. Nagymaros ereje, jelentősége a térségi munkamegosztásban nem változott meg jelentősen, nem gyengült, de nem is erősödött: megmaradt harmad-, vagy inkább negyedosztályú erőközpontnak.

Azáltal, hogy a térség szinte összes települése hasonló módon szellemi kapacitásainak, intellektuális szervező erejének nagy részét „exportálja”, nem tudja motiválni és fenntartani, illetve dinamizálni a rendszerváltozással megtorpant *innováció folyamatát*. Eddig még nem jöttek létre az új körülményekhez igazodó, helyi kezdeményezéseken alapuló gazdasági megújulás energiái, a térség települései egyre nagyobb függőségbe kerültek a magasabb rendű erőközpontoktól: Budapesttől, Váctól, Esztergomtól, sőt az egyre inkább „Visegrád”-tól is. Az erőközpontoktól való függőséget a javuló közlekedési technikák csak erősítik, konzerválják. A tér szereplői egyre inkább beleszoknak, beletörődnek a kialakult helyzetbe, a kisebb veszteségek árán kielégítőnek látszó életkialításokba. Egyfajta nyugdíjas refugium jellegű², a való világ elől biztonságot nyújtó térként kezelve lakókörnyezetüket.

A térségi irányító szerep megszerzésének esélye

Tekintve, hogy a koncepcióban elvetésre került a „jólét alapú fejlesztés”, azaz Nagymaros gazdag polgárok általi fenntartása, meg kell teremteni a gazdasági prosperitás új lehetőségét, a gazdasági szerkezetváltást. Ezt a célt csak összehangolt, egymásra épülő lépések eredményeként lehet elérni. A fő cél az, (ami egyébként csak következménye lesz a részcélok teljesülésének, egy demokratikus társadalom viszonyai között önmagában nem megvalósítható), hogy Nagymaros magasabb rendű erőközponttá váljon, már rövidtávon is növelje térszervező erejét! Legyen a Duna-szoros (és esetleg a Dunakanyar) megújulásának, innoválásának motorja! Hozza létre azokat a szellemi-intézményi és vállalkozói kapacitásokat, amelyekkel a térség szerkezetváltása, a turizmusgazdasági átmenet menedzselhető, létrehozható.

² menedékhely

¹ Talán egyedül Visegrád volt nyertese a víziépcső felszámolásának: többek között fejlesztési területekhez jutott az állami területek „privatizációja” során, és lehetőséghez a Palotajátékokkal megalapozhatóvá vált „társadalmi tőkéje” eredményeként.

KONCEPCIÓ

Ma még nincs a körzetnek, Dunakanyari mikro-térségnek olyan települése, amelyik rendelkezne kellő térszervező erővel, amelyik Vác vagy Esztergom - mint másodlagos erőközpont - után harmadik szintű erőközpontként vitathatatlanul szervezné, irányítaná a mikro-körzetet, mint egy szerves funkcionális kistérséget. Valójában még maga a mikro-régió sem formálódott ki.

Ift nem kívánjuk a térség településeit, ezek potenciáljait és pozícióit elemezni, de e nélkül is érzékelhető, hogy Nagymaros jó eséllyel „pályázhat” egy ilyen harmadlagos erőközpont szerepre, amennyiben helyzetbe tudja hozni, ki tudja használni, és fejleszteni tudja innovációs-képességét, innovációs potenciálját.

Nagymarosnak, és a térség településeinek fel kell tudni készülni az ipari korszakot követő információs kor kihívásaira, a megváltozott és változó keresletnek megfelelően a turizmusipar dinamikus helyzetbe hozására, a térség nemzetközi desztinációvá (célterületté) válására.

A hálózatba kapcsolt települések az Új Gazdaság igényeinek megfelelően megújíthatják, sőt valójában létrehozhatják a szolgáltató-gazdaság struktúráit. Hogy a válságból való kilábalás hatékony lehessen, ezt az átalakulást irányítani és menedzselni kell! Nagymaros szellemi, innovációs kapacitásaira támaszkodva felvállalhatja ezt a szerepet.

Regionális és interregionális kapcsolatok

A jelenlegi helyzet leegyszerűsítve a következőképpen jellemezhető:

- Budapest erős, megújult gazdasággal rendelkezik, nagymértékben integrálódott a nemzetközi gazdasági, befektetési, és pénzügyi, rendszerekbe, annak ellenére, hogy sokat nem tesz érte, egyre erősödik geopolitikai helyzetéből, elsősorban fekvési energiájából származó európai szintű gazdaságszervezési központ jellege. Ezzel az európai városhálózatban a harmadlagos erőközponti pozícióból, mint új Eurováros felverekedheti magát másodlagos erőközpont pozícióba. Ezzel Budapest - hazai relációban - feltétlenül az egyetlen elsődleges erőközpont, és ezt a helyét még hosszú időn át őrizni fogja.

A nagytérség ezen elsődleges erőcentrumán túl, a gazdasági koncentráció többi helyszínei - az olyan kisebb centrumok, mint Esztergom, Vác, Szob - is jelentős átalakuláson estek át:

- Vác megtartotta, és bizonyos területeken erősítette gazdasági és térszervező erejét, leküzdötte a szerkezetváltás megrázkódtatásait. A gyors közlekedési kapcsolat és a határok feloldódása potenciálisan tovább erősítik pozícióit
- Esztergom gazdaságilag dinamikusan fejlődő város. A felszámolt nagy állami vállalatok helyét új gyárak vették át a korábbi gép-, és műanyagiparban jártas szakemberek tudására támaszkodva. Az iparban nagy súllyal van jelen a külföldi tőke. A város ennek ellenére több szállal kötődik Budapesthez. A tervezett 10-es út, és az új Duna-híd további prosperitás, gazdasági potenciálnövekedés forrása. A város adottságai, történelmi jellege miatt jelentős turizmust bonyolít.
- Szob, mint harmadlagos erőközpont munkavállalói pozíció közepesen gyengék. A körzet foglalkoztatási gondjait – Nagymaroshoz hasonlóan - a település jelenleg nem tudja megoldani. Háttérét a strukturális problémákkal küszködő Ipoly-térség képezi, amellyel kapcsolatai nem szervesek. Helyzetét a határok feloldódása, az európai integráció javíthatja.

Ezekből is látható, hogy a mikro-régióban a gazdasági szerkezetváltás fő vonalakban már megtörtént; jelentősebb változások a dolgok belső logikájából következően már nem várhatók. A most következő időszakban ennek a szerkezetnek a megerősödése, konszolidálása, illetve a belső fejlesztő erők aktivizálódása, kibontakozása várható.

Vagyis a befektetés alapú fejlesztést immár ennek az alulról jövő belső, térségi fejlesztőerőknek a motivációjára, lehetőségeire kell felépíteni. A multinacionális vállalatok, a gazdasági nagyvállalkozások gazdasági átalakulással, privatizációval összefüggésben már „meglépték” lépéseiket.

KONCEPCIÓ

Alapfilozófia, alapmagatartás

Mire lehet tehát alapozni Nagymaros fejlesztését? Elsősorban arra a keresletre, amit a nagyrégióban élő közel 3-4 millió ember szabadidő iránti igénye terem meg. Ahhoz, hogy ez az egyre növekvő, stabilabb középosztályos igény kielégíthető, a növekvő fogyasztási kedv és képesség kiaknázható legyen, a mikro-körzetnek, mint „turisztikai termékek” több hozzáadott értéket kell tudni előállítani, ezzel összefüggésben, és ennek érdekében a szereplőknek többlet információt kell „bevinni” a termékbe, a szolgáltatások kínálatába.

Ez a tudás, ismeret és készség azonban hiányzik a térben lévő településeken. Éppen ez lehet, illetve ez kellene legyen Nagymaros szerepe, hogy miközben saját és környezete turizmusgazdaságát fejleszti, létrehozza az igényelt tudások koncentrációját, kiépíti a körzetközpontra szerepéhez szükséges új funkciókat. Ezzel az innováció, az új gazdasághoz elengedhetetlen új tudások elosztó centruma, a térség alulról jövő megújulásának motorja, irányító-szervező központja lesz.

Egyfajta tudásközvetítő hely, információ-, és gondolat-cseretér, áruk és szolgáltatások elosztásának és terjesztésének központja lesz. (Nemcsak az áruk logisztikáját, hanem a szolgáltatások és tudások, hozzáértések logisztikáját is szervezi.)

Ezáltal, hogy a szerkezetváltáshoz szükséges, a korszakváltás igényelte tudást, innovációt közvetíti, egyben szellemi, irányító központtá válik, térszervező erőhöz jut. A makro szerkezetváltás, azaz a nagy termelési rendszerek posztindusztriális megújulását, az elsődleges és másodlagos erőcentrumok gyors átalakulását követő időben Nagymarosnak esélye van, mint harmadlagos - kistérségi - erőcentrumnak az információkorszak igényelte átalakulás tudatos, „erőszakos” megvalósítására. Ennek elmaradása esetén a kistérségben más település lesz az intelligens irányító központ, és Nagymaros, mint a tér egyik szereplője megmarad „beszállítói” szerepben.

Nagymaros fejlődése nem függetleníthető az elsődleges és másodlagos erőcentrumok fejlődésétől, mivel az azokban található gazdasági erő egyfajta „vízesés” hatás szerint erősíti a másodlagos, illetve harmadlagos erőcentrumok gazdaságát. Vagyis ahhoz, hogy Nagymaros, mint technológia-innováció transzfer fogadó és terjesztő centrummá válhasson, és ezáltal jelentős mértékben a szolgáltatási szektor kis-, és közepes vállalkozásainak egyik kitüntetett erőtere legyen, meg kell szereznie irányító-szervező funkciókat.

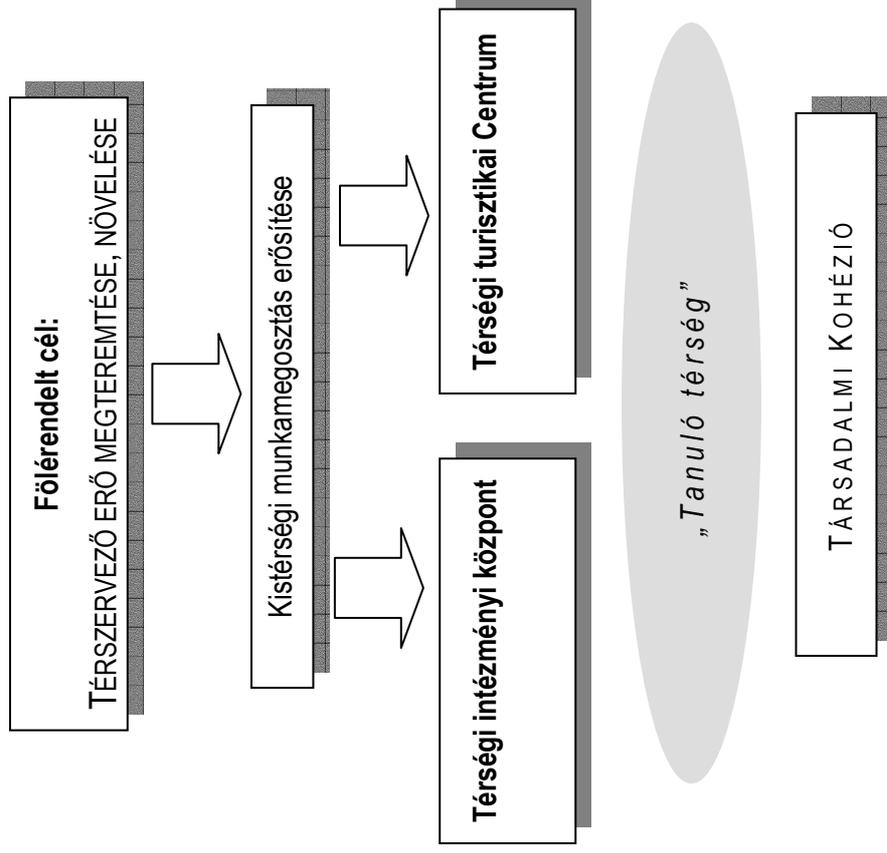
Felvetődik a kérdés, hogy lehet-e ezt a folyamatot tudatosan irányítani, esetleg befolyásolni, vagy csak a piaci folyamatoknak kitéve, azok által vezérelve alakulhat ki a jövő Nagymarosa? A koncepció alapvető megközelítése szerint igen! Ha lehet, akkor a kérdés az, hogy milyen modell, szcenárió (forgatókönyv) állítható fel, oly módon, hogy abban úgy a közérdeket képviselni hivatott (ön)kormányzat, mint a gazdasági szereplők is felismerjék, megtalálják érdekeiket és tennivalóikat?

A társadalimilag és gazdaságilag fenntartható fejlődés elérése, a település prosperitása feltételezi a szereplők közötti nagyfokú, egyeztetést és együttműködést, feltételezi, hogy Nagymaros egy információs pólussá, szolgáltatási erőterré, tudás és technológiaközponttá válik. Ez nem tud egyetlen lépésben megvalósulni! A koncepció, mint majd látható lesz, abból az alaplogikából indul ki, hogy a távlati cél elérése, csak köztes szakaszokon keresztül, egyfajta evolutív modell mentén valósítható meg. Ennek során köztes szakaszokon kell átmenni, a gazdasági erő koncentrálásával és terjedésével összefüggésben. Nyilvánvalóan először az erőforrások koncentrációját, a koordináció és kooperáció mechanizmusait kell kiépíteni, ami egyfajta polarizációval jár, egyfajta „besűrűsödést”, koncentrációt igényel. Amint a gazdasági erő intenzívebb megjelenése biztosított lesz, akkor lesz lehetőség a további lépések során azokra a társadalmi életminőség fejlesztésekre, amelyek kitéjesítik a koncepció fenntartható fejlesztési céljait. A térszervező erő biztosításával, megszerzésével, kiépítésével Nagymaros a Duna-szoros kitüntetett helye, energetizáló központja lehet.

KONCEPCIÓ

A MEGÚJULÁS ÉPÍTŐKÖVEI

A térségi központtá válás előzetesen két fő területre terjed ki:



I.) Térségi turisztikai centrum

Nagymaros és a Duna-szoros megújulásának egyik kulcságazatát, a turizmus, azon belül is elsősorban a térség életét jelentősen nem terhelő természetélményre és kulturális élményre épülő minőségi turizmus jelentheti.

A térség adottságait csokorba rendezve, összetett, kaleidoszkópszerűen sokszínű kínálattá formálva lehet önálló „alakot”, (Gestalt, genius) formát adni a térségnek. Nagymaros a térség géniuszt, szellemét megformáló, kikövetítő, szervező és elosztó központ lehet, amennyiben elsőként kezdi meg az erre irányuló koordináló, szervező és marketing munkát. Az integráló szereppel, a turizmus-termék fejlesztése, az összetett kínálat keresletnek megfelelő formálása és kialakítható terméké alakítása a központtá válás útja.

Mindennek megvalósításához a település, a térség adottságai kedvezőek, de a lehetőségek többnyire kiaknázatlanok, a termékstruktúra és a turizmus háttér-infrastruktúrája nagyrészt még kialakulatlan.

Ez alapvetően a következő okokra vezethető vissza:

- ✓ A meglévő, korábbi korokban létrehozott szolgáltatások ma már nem alkalmasak egy „refináltan összetett” fogyasztás-struktúra kielégítésére, még inkább a kereslet gerjesztésére.
- ✓ Az elmúlt évek turisztikai fejlesztései nagyrészt elkerülték Nagymarost és térségét egyrészt a Bős-nagymarosi vízlépcsőépítés, másrészt, illetve talán ezzel összefüggésben a Dunakanyari – többnyire tömegturizmusra épülő - fejlesztések jobbpartján (azon belül is elsősorban visegrádi) orientáltsága révén. Mindez sok hátránya mellett utólag áttekinthető számos előnyt is teremt Nagymaros és a Duna-szoros települései számára, megkönnyítve ezzel a minőségi turizmus fogadását.

KONCEPCIÓ

Változó keresleti igények

A világban bekövetkező változások, a turizmussal szemben is új követelményeket támasztanak. Amíg korábban, a múlt század 20-as, 30-as éveiben a Nagymarosra érkező, nyári szabadságukat itt töltő gazdag pesti polgárok, üdülők (pl: írók, festők, művészek stb.) még csak a pihenést, a nyugalmat keresték, addig napjaink turistája többre vágyik. A munka jelentőségének változása miatt számára a szabadidő értékesebbé válik, azt a korábbiaktól eltérően minél hasznosabban, minél aktívabban szeretné eltölteni. A szabadidőben fontossá válik az élmény és információgyűjtés, a kulturális fejlődés és a továbbképzés.

A hely-választásban a beépített területek folyamatos növekedése, ezáltal a zöld területek fogyatkozása, a környezettudatosság, a nagyvárosi életter beszűkülése révén egyre értékesebbé válik, és egyre nagyobb szerepet kap a natura, a vadon, a még érintetlen természeti környezet.

Egy ilyen jellegű igényváltozás korában Nagymaros és térsége (mikro-régiója) javíthatja pozícióját, és más körzetekkel szemben előnyre tehet szert, ha felismeri a pozitívan kiaknázható fejlődési tendenciákat, megfelelő környezetet hoz létre és megteremti a szerkezeti alkalmazkodás feltételeit. Legyen szó a megfelelő infrastruktúráról, szakképzett, hozzáértő munkaerőről, vagy többletértéket hordozó szolgáltatásokról.

Ehhez azonosíthatóvá kell tenni a különböző tájrészleteket, biztosítani kell az attrakciók élvezhetőségét, színvonalát és vonzerejét. Eladhatóvá kell tenni a térség identitását, speciális karakterét, jellegzetességét, a táj, a természet szépségét éppúgy, mint kulturális adottságait. Oly módon kell kiajánlani, tálatni, bemutatni és átadni a térségben akkumulálódott értékeket, információkat, hogy az fogyasztásra bátorítsa a tér használóit, úgy az üdülőtulajdonosokat, mint az ideérkező turistákat.

Tulajdonképpen egy olyan TURIZMUS TÉMAPARK / turizmus „ipari park” kialakítására van szükség, amely egységbe foglalja a Duna-szoros látnivalóit, attrakivitásait, ezáltal egy jól áttekinthető mikro-regionális szerkezetet hozva létre.

A Témaparkban ötvöződnek és egymásba fonódnak a hagyományok és újdonságok. A Duna-szorosban kialakítandó turizmus témapark fő csapásirányát:

- A természetélmény, és
- a kulturális élmény jelenti.

(ezekbe kell aztán beilleszteni azokat a tér arculatához jól illeszkedő egyedi projekteket, projektötleteket, amelyek egyrészt előmozdítják a tér identitásának kiteljesedését, másrészt lehetővé teszik az attrakció megélését.)

TERMÉSZETÉLMÉNY

Nagymaros és a Duna-szoros vidéke páratlan természeti adottságai révén alkalmas terepe lehet egy minőségi természetorientált turizmus kiépítésének. Olyan speciális területe ez a Dunakanyarnak, ahol a folyó a hegyek között összehúzta a legcsodálatosabb látványt produkálja (tulajdonképpen „visszafelé” folyik). A Börzsöny közelsége, főbbnyire érintetlen növény és állatvilága, a kis „hátszági települések” vidéki hangulata, a tájformák sokszínűsége és a relatív kedvező környezetminőség tovább fokozzák a tér természeti értékét, egyediségét.

Ezeket a meglévő potenciálokat kell egységes, áttekinthető szerkezeté formálni. Egy olyan ZÖLD-re (nemzeti park, erdő, kultúr-táj) és KÉK-re (vízre) épített Parkhálózat létrehozására van tehát szükség, amely rendszerbe foglalja, mintegy strukturálja a Duna-szoros attrakív természeti élményhelyszíneit, látnivalóit, ezáltal irányítva az ideérkező turisták haladási útvonalát.



KONCEPCIÓ

Meg kell találni a témek azon részeit, póluspontjait, amelyek részét jelenthetik egy ilyen PARKHÁLÓZAT-nak:

A Börzsöny erdőinek közelsége számos lehetőséget kínál:

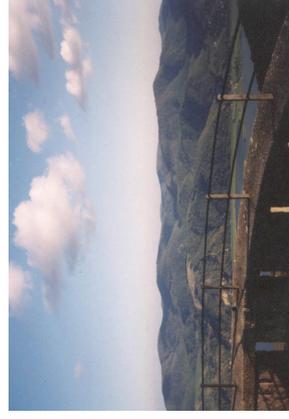
- ✓ barangolásra, hosszabb-rövidebb gyalogtúrák megtételére
- ✓ a természet megismerésére: erdei iskolák, oktató központok létesítése (Erdei Művelődés Háza), tanösvények, földtani ösvények kialakítására, természetfigyelő, rácsodálkozó helyek létesítése
- ✓ túléltáborok szervezésére, stb.



A Duna közelsége elsősorban a víz szerelmesei számára nyújthat kikapcsolódási lehetőséget:

- ✓ evezősportok (vízi táborok: kajak-kenu táborok)
- ✓ horgászat
- ✓ madárfigyelés, stb. révén.

Nagymaros vonatkozásában a mikro-regionális Parkhálózat elemeit jelentheti továbbá a település határában található, még Károly Róbert idején alapított Szeilídszentenyés, amely elhelyezkedésénél, terepviszonyainál fogva elsősorban a családok turisták számára kínál csodálatos sétáló, kiránduló, piknikező helyet. Ugyanígy a Parkhálózat részét jelentheti a város felett emelkedő Hegyes-tető, s a Kövesmező, amelyek megközelítése a hiányos „infrastruktúra” következtében rendkívül nehézkes.



KULTURÁLIS ÉLMÉNY

A globálissá váló világban egyre fontosabbá válik egyes körzetek, tájak egyénisége, identitása, génusza. Egy-egy tájegység, kisebb-nagyobb körzet hordozza a korábbi korokban megformált emberalkotta környezetét, viselkedésmódját, kultúráját. Ezek az egyedi, és máshol fel nem lelhető identitások azok, amelyek hitelesen, a befoglaló tájjal, természeti környezettel együtt azonosíthatóvá teszik a helyet. Egyre kevésbé a „halott” táj, vagy városkép az, ami vonzerőt jelent, sokkal inkább az az életforma, vonzó, egyedi, speciális izgalmas kultúra az, amit szívesen ismer meg, amiben szívesen oldódik fel a turista. Egy vagy két hétre beilleszkedik egy körzet speciális életébe, megízleli főzjét, együtt kávézik, vagy borozik a helyiekkel. Meg akarja ismerni a genius locit (hely szellemét)

A kultúra tehát ebben az értelemben nagyon sokrétű és összetett. Nagymaroson a helytörténet megismerése hozzájuttatja a „vendéget” a tér lakóinak, a házigazdáknak a megismeréséhez, a korábbi korokban volt erőfeszítéseikhez, amelynek eredményeként látható az, amit a hely kínál. A turistát, az itt üdülőket meg kell ismertetni a város és körzete múltjának hétköznapijaival éppúgy, mint a jeles napjaival, annak örömeivel, a vigasságokkal. Meg kell mutatni speciális konyháját, népművészetét, népviseletét, be kell avatni szolgáltatásaiba. Meg kell tanítani a helyi dalárdák nőitáira és a hely táncaira. Be kell vonni a nagy közös eseményekbe, legyenek azok a szelídszentenyével, vagy borászattal kapcsolatosak, esetleg vallási vagy más vonatkozású együttlétek, jeles örömnapok. Ezeken a „nem magas” kultúrával összefüggő rendezvényeken kívül a hely szelleméhez kapcsolódó „művi” kulturális rendezvényeket is ki kell fejleszteni. A tér méltán híres festészeti, művészeti múltját kihasználva lehet olyan attrakciót létrehozni, ami szintén specialitás.



A képzettségi szint általános emelkedésével, a középosztály anyagi megerősödésével, az elit ízlésének várható javulásával (lásd: Hippolit a lakáj) a kultúra és művészet fogyasztói táborra előreláthatólag növekedni fog. Ennek a potenciális vásárlói rétegnek a fogyasztási szokásait az „eredeti”, az autentikus iránti igénye meghatározza, amit ki lehet használni. A kulturális turizmus révén több korcsoportot is meg tudunk szólítani, egyrészt az idősebb generációkból a művészetek iránt érdeklődőket és hobbyból tanulni vágyókat, másrészt a művészeti oktatásban résztvevőket, valamint a felvételre készülőket, akik egész évben tanulhatnak Nagymaroson. (Ezzel is csökkenthetnénk a szezonizálás negatív hatásait.) A legkisebbek a foglalkozások, játszóházak alkalmazásával kerülhetnek közelebb a művészetekhez, addig, míg a szülők a kiállításokat élvezik.

Konklúzió: A városnak általában törekednie célszerű a „kulturális gazdaság” helyzetbe hozására. A kultúra ma már olyan gazdasági ágga vált illetve válik, amiből a város megélhet, gazdagodhat. (És ennek itt a városban komoly gyökerei vannak.) A városnak a mai „banális” természeti és vízi turizmusa diverzifikálható, új irányt vehet, amelyet a mai turizmuságazatok gazdagíthatnak. Nagymarosnak marketing kampánya keretében elsősorban a fő turistapotenciált jelentő, közel hárommillió metropoliskörzettel kell elhívtetnie, hogy a nagyvárosi elit mindennapjainak elválaszthatatlan része az az élmény, amit Nagymaros vibráló, autentikus kulturális kínálata nyújtani képes. Ennek alapját a helyben meglévő humán kapacitások, művészek, kézművesek és a múlt emlékei, illetve az ezt helyzetbe hozni képes Animátor ház, galéria, művésztelep, látványműhelyek, illetve szervező erő programok, akciók képezik. Programturizmussal máris megindítható a kulturális turizmus fejlesztése, kiterjesztése. (részletesebben lásd a Turizmus-termék című fejezetben.) Ehhez járulhat hozzá számos rész-innováció: (i) múltbéli műreemek másolatainak árusítása, aukciója, (ii) egyéb lokális emlékek jogvédelme és értékesítése emlékeke, (iii) alkotó hét programok, ezek dokumentálása, (iv) hétfégi művész-vonatok, programok stb.

II.) Térségi Intézményi központ

A térség társadalmi szervezéséhez, irányításához szükséges lépéseket elsősorban a információs, innovációs gazdaság igényei határozzák meg. A városnak fel kell tudni vállalni az Új Világ ismereteinek, terjesztését, legyenek ezek az Európai Unióval kapcsolatos lehetőségek, vagy a globalizáció kívánásai, vagy az immár jól körvonalazódó új korszaknak: az információs korszaknak a lehetőségei. Ehhez számos olyan intézmény működtetésére van szükség, amelyek részben már megvannak a településen, vagy csírájukban léteznek, de nem kellően integráltan működnek, vagy hatékonyságuk, energetizáló képességük nem elég a változások dinamikájának fényében. A térszervező erő fejlesztésére egy közel 30 ezer fős térségben gondolkozva kell kialakítani a korszellem diktálta intézményeket. Ez egyrészt a meglévő oktatási, kulturális, irányítási intézmények felfejlesztésével, tevékenységének diverzifikálásával, szolgáltatás-minőségének javításával, másrészt a még hiányzó intézmények megteremtésével érhető el.

Az intézményfejlesztési pillérhez kapcsolódó akciók:

- ❑ A Duna-szoros településeinek bevonásával ki kell dolgozni egy „Stratégiai Menedzselési, Intézményfejlesztési programot”, amelynek keretében meghatározásra kerül egy összehangolt (térségi) intézményfejlesztés, illetve amelynek alapján felállításra kerül egy hatékony menedzselő szervezet, összehangolva a települési hivatalokkal
- ❑ Megbeszélések kezdeményezése az oktatási, nevelési és művelődési bázissal, annak érdekében, hogy meghatározható legyen annak módja, útja, hogy miként lehet a „Tudás Térség Program”-ot és ezzel összhangban a „Mikro-régió-Építési Program”-ot beindítani, a térség lakóit, társadalmát a változásoknak megfelelően innoválni, kultúráját fejleszteni és a társadalmi kohéziót növelni.
- ❑ Kídolgozni egy politikát a mikro-régió humánpotenciáljának - a meglévő munkaerő-innovációpotenciáljának, a megváltozott igényekhez való illesztése, a térségi tudásbázis, intelligencia növelése, a szükségessé váló szakértelm bevonása érdekében, stb.

OPERATÍV PROGRAMOK

1. Helyszínfejlesztés / Környezetformálás / Településszépítés

Ahhoz, hogy Nagymaros kívánatos életteréként, és vonzó turistaközpontként pozicionálhassa magát a „települések piacán” a város arculatának fejlesztésére van szükség. Ez egyaránt jelenti a natura, a táj, táj-sziluett megőrzését, élő konzerválását és a karakter újratertését, mint az ember alkotja létesítményeknek a harmonikus illesztését. (A „Szépítési” program egyben alkalmat teremt számtalan marketing eszköz kidolgozására is, amelyről bővebben a Kommunikáció, Marketing című fejezetben foglalkozunk.)

1. 1. Fő utca program, terek rendezése

A természetes határvonalak: a Duna és a Börzsöny vonulatai jelentősen korlátozták a település növekedését, keresztirányú terjedését. Ennek megfelelően a településszerkezet alapjellegét a történelmileg kialakult lineáris struktúra adja. Az utcahálózat is ennek a tradicionális hierarchiának megfelelően alakult, követeve egyrészt a telekstruktúrát, a 12-es úttal párhuzamos elsődleges, és az arra merőleges másodlagos infrastruktúra-rendszert. A településmorfológia legmagasabb hierarchikus szintjét a főutca (Váci út) képviseli, amely megegyezik a városon keresztül haladó 12-es számú főútvonalal. (A fő utcával párhuzamosan annak közvetlen szomszédságában halad a település másik fő közlekedési tengelyét jelentő Budapest-Szob vasútvonal is.)

A főutca állapota, arculata az elmaradt fejlesztések, és a meg gondolatlan építkezések következtében ma meglehetősen rendezetlen képet mutat, pedig az ideérkező és a településen áthaladó turisták első benyomásukat, a városról alkotott véleményüket Nagymaros „kirakatának” is számító főutca megjelenése, arculata alapján alakítják ki.

A turizmus fellendítése, az ide látogatók megnyerése, idevonzása és a helyi lakosság (beleértve az üdülőutajadonosokat is) komfortérzetének javítása érdekében a jövőben ezért nagy hangsúlyt, kiemelt figyelmet kell fordítani a főutca és a közösségi / társadalmi terek, parkok megújítására.

Igy nagyobb hangsúlyt kell fordítani a település központi részén elhelyezkedő – négy közlekedési tengely által érintett, egykor a települési társadalom életének központjaként (rendezvények, vásárok helyszíneként, mindennapi találkozási központjaként) funkcionáló Fő tér (pontosabban a központban található három kisebb tér) megújítására, vitalitásának erősítésére, étellel való megtöltésére.

Kész sikerrecept természetesen nincs. A következőkben mégis megpróbáljuk felvázolni azokat a fő lépéseket, technikákat, amelyeket során az adottságok, és a már kialakult településszerkezet figyelembe vétele mellett Nagymaros kidolgozhatja főutca programját és tereinek (különösen főterének) revitalizációs programját.

Ez a kezdeményezés alapvetően két szempontot próbál egyesíteni:

Gazdasági szempontot: miszerint az átfogó, komplex településközpont revitalizáció megalapozza a helyi gazdaság megújulásának, diverzifikálásának: vagyis a turizmus-gazdaság fellendülésének feltételeit, kereteit.

Társadalmi, közösségi szempontot: miszerint Nagymaros főutcájának, közttereinek (különösen Fő terének) megújulása a városiakok részvételével, bevonásával együtt a település identitásépítésének fontos eszközt jelent, megerősítve ezzel az önanonosságot, a valahova tartozás érzését. Mindezek által javul a városi élet minősége, újjáéleszthető a közösségi fórumok, mindennapi találkozóhelyek („intelligens pólusok)

REVITALIZÁCIÓS CÉLOK

A település főutca, főteréfejlesztési / megújítási stratégiája során a következő célokat kell figyelembe venni:

1.) *Turizmus vonzerő* - a helyi gazdaság turizmus aspektusának erősítése:

- Kapitalizálni a turizmus-áramlásokat (vízpart, főutca, attrakciók, attrakciók, természetélmény)
- Megújítani a jelenleg egy-másfél hónapra kiterjedő turizmus szezon
- A turista piacnak egyre nagyobb szegmensét, célcsoportját kiszolgálni

KONCEPCIÓ

2.) Általános főutca, főtér vonzás - általában vonzóvá válik a főutca és a főtér azáltal, hogy:

- Erősítjük vizuális karakterét és arculatát
- Javítjuk a gyalogosok biztonságát és komfortját
- Biztosítjuk a parkolási igények kiszolgálását

3.) Gazdasági fejlesztés – megnöveli a főutca és a főtér gazdasági szerepét, azáltal, hogy:

- Stimulálja az új kereskedelmi beruházásokat
- Javítja az üzleti és foglalkoztatási lehetőségeket
- Javítja a kereskedelmi adó bevételeket

4.) Közösségi tudat és elégedettség növelése

5.) *Helyzetbe hozás:* befektetéseket támogatni, ezáltal megteremtve egy elfogadható kockázat-környezetet a település gazdasági közössége számára, ugyanakkor jelentős eredményeket elémi Nagymaros arculatjavításában, identitás-növekedésében

MIT JAVASOLUNK? FŐ KOMPONENSEK

Annak érdekében, hogy a megújulási program (mind fizikailag, mind gazdaságilag sikeres legyen) három elemet kell egymással párhuzamosan és hatékonyan kezelni. Ez a három elem a következő:

- Utcakep és közterek
- Marketing és programozás
- Épülethomlokzatok, kerítések

Utcakep és közterek

- ✓ A főutca / terek karakterképeének javítása – utcabútorok, felújított, dekoratív utcavilágítás, esztétikus közlekedési-, és utcátáblák, fasorok, virágosítás, sétálóterületek

✓ Gyalogos összeköttetések – helyenként új járdák és sétálóterületek kialakítása, a kereskedelmi területek és a vízpart, valamint más természeti és táji látnivalók közötti gyalogos összeköttetés intenzifikálása

✓ A főutca foghíjainak beépítése – ösztönözni és bátorítani újabb beruházásokat és üzleteket a településközpontban és településszegély közötti esetleges foghíjak beépítésére, a sétálóterület esztétikumának javítása

✓ A beérkezés fejlesztése – jelentős fejlesztések szükségesek a település érkező pontjainál. Látványos közúti felvezetés, út menti információs táblákkal

✓ Parkolás – jobb parkolási lehetőségek biztosítása, több eligazító tábla, hogy a turisták is könnyen megtalálhassák a parkolóhelyeket. A már meglévő parkolási lehetőségek hatékonyabb kihasználása

✓ Turista-fogadóközpont – a településközpontban egy fogadó központ (Információs Pont), illetve étkezési, vásárlási lehetőségek, műhelyek, művészeti galéria, esetleg múzeum kialakítása

Marketing és programozás

✓ Tiszta és rendezett – hangsúlyozottan fontos az utcakep tiszta és rendezett megjelenése. Foglalkozni kell mindennel, ami bántja a szemet!

✓ Marketing – igényekhez igazodó nyitvatartási idők kialakítása, alkalmi kiadások, vásárok szervezése, a főutca, főtér üzleteinél minden promóciós tevékenység összehangolása, lehetőleg kooperatív marketing. A Duna-szoros térség turista célponttá válásának elősegítése

✓ Események, programok – speciális események pl: fesztiválok, vásárok, és egyéb érdekességek (pl: utcai kávézók, lacikonyha, borozó, fagyilalt stb.) kialakításának elősegítése

KONCEPCIÓ

- ✓ Üzleti toborzás – az igények, hiányok, lehetőségek meghatározása az attraktív üzletekre való tekintettel – az elérhető szolgáltatások kínálati spektrumának szélesítése, minőségi javítása

Épület homlokzatok, kerítések

- ✓ Egységesebb utcakép megteremtése, a hagyományos nagymarosi építéset megőrzése érdekében támogatni kell a homlokzatok felújításának, kerítések kialakításának programját.

A fent említett átfogó megközelítés igényli, hogy valaki felelősnek érezze magát azért, hogy a közösségi tér (főutca, főtér, terecske) jól működjön, megfeleljen azoknak az embereknek, akik használják. Valakinek felügyelnie kell a megvalósítást, majd utána a napi tennivalókat. Látható tehát, hogy szükség van felelősre u.n. **főutca / főteremenzserre**, aki menedzseli az egész működést a felújítástól a tisztántartáson keresztül a biztonságosságig. Az átalakításhoz nemcsak pénzre, hanem szakértelemre, közösségi tenni akaratásra is szükség van.

A közterület nemcsak a spontán szocializáció révén, hanem vonzó, aktív és támogatott eseményeivel is a tér vagy utca alulhasznosított részébe tudja vonzani a térhasználókat.

A fő utca / főtér megújulási tervnek a magánszektor szereplői és az önkormányzat közös jövőképeként, akaratként kell megszületnie. Ezért a terv első lépésében a potenciális partnerek bevonására, természetes partnerség kialakítására kell összpontosítani.

Az ilyen jellegű programok finanszírozásának számos módja van, és mindegyik módszernek vannak előnyei és hátrányai. A forrásszervező stratégia megtervezésekor fontos, hogy kiegyensúlyozzuk a reálisan elérhető forrásokat és a megoldható problémákat.

A forrásszervező menedzsmentnek figyelemmel kell lennie minden forrásszervező lehetőségre, beleértve a támogatásokat, speciális programalapok, adományozások, forrásszervező akciók, bevételteremtő tevékenységek, kötvények, téglalajegyek, közhatalmi és magántőke társulások sokaságát.

Összegzés: A térmegújítási projektek, mint látható számos formát ölthetnek – vannak olyan térrészek, ahol a hely szépségét kell, hogy kiemeljék, máshol új identitást kell megformálniuk, vagy éppen az egész szomszédságot kell dinamizálniuk, de mindig úgy, hogy a nagymarosi közösség szelleme tapinthatóvá váljon.



KONCEPCIÓ

1. 2. Közösségi központok (CIVIC Centerek) fejlesztési programja

A közösségi központok (Civic centerek) fejlesztési programja sok esetben, így Nagymaros esetében sem különül el teljes mértékben az előbb említett fő utca, illetve fő tér revitalizációs programtól; felfoghatjuk annak elmélyítéseként, folytatásaként, illetve annak egy következő lépéseként.

A közösségi központok fejlesztésére Nagymaros esetében három javaslatot fogalmaztunk meg:

- **Művelődési Ház** programkínálatának, tevékenységének diverzifikálása, minőségjavítás mind fizikai, mind tartalmi tekintetben, amelynek eredményeként a város rendelkezésére fog állni a mai kor igényeit megfelelő szinten kielégíteni képes „plaza”-típusú, integrált kulturális környezet. A Művelődési Ház „kulturális plaza-vá” történő fejlesztése abban az esetben válhat mikro-regionális vonzerővé, amennyiben Nagymaros a többi települést (így Visegrádot is) megelőzve mihamarabb (akár már 2005-ben) a Főtér megújulásával párhuzamosan, annak funkcióval összehangolva a tettek mezejére lép. (Ennek megvalósítására, a tervek-programok kidolgozására vonatkozóan a helyi közösség és kulturális-művelődési szakemberek bevonásával a település országos, illetve nemzetközi pályázatot írhat ki.)



- ✓ a hét meghatározott napján a szomszédos települések termelőinek, kereskedőinek és a Börzsönyi háttértelepülések bevonásával a piac, mint cserehely, találkozási pont térségi szerepének megteremtésére
- ✓ a nagymarosi piac a helyiek mellett az ideérkező turisták számára is tartalmas szabadidő-eltöltési, vásárlási, kapcsolódási lehetőséget biztosít majd, ezáltal egyfajta „turista-attrakcióvá” válik, bepillantást engedve vidéki élet mindenapjaiba
- ✓ a piac területén kialakításra kerülhet egy olyan márkabolt, ahol jellegzetes (hagyományos és újonnan kitalált, meghonosított) nagymarosi termékek kerülhetnek eladásra (pl: gesztenye-termékek, a ma már csak emlékezetben élő nagymarosi málna és a belőle készült termékek, stb.)
- ✓ ugyancsak a piac területén kerülhet kialakításra az u.n. marosi étkek háza, ahol helyi ételkülönlegességek megkóstolására, meghatározott napokon esetleg elkészítésére nyílik lehetőség



- **Piac** megújítása, mikro-regionális szerepének növelése, mindennapi találkozási ponttá történő fejlesztése, amely révén:

- ✓ lehetőség kínálkozik a helyben megtermelt zöldségek, gyümölcsök értékesítése mellett speciális, kézműves, iparművészeti termékek értékesítésére, illetve

- **Animátor Ház** kialakítására az egykori Felvonulási lakótelep területén kerülhetne sor. Az Animátor ház a létrehozandó művésztelep területén a kulturális-művészeti rendezvények, kiállítások, aukciók megrendezése mellett lehetőséget kínálna minden egyéb társadalmi kezdeményezés, rendezvény (pl: börszék, vásárok, bemutatók, és egyéb civil összejövetelek, gyűlések, esetleg lakodalmak) lebonyolítására is. (Az Animátor ház kialakításának, szerepének bemutatására a *Település-Termék fejlesztése című fejezetben részletesebben is sor kerül.*)

Összegzés: Valóában olyan városi területeket hozunk létre, (fejlesztünk fel) melyek identitása és arculata ünnepli és befogadja az emberek közötti interakciókat, a kultúrát, a rekreációt, az aktív, minőségi és élvezhető urbánus életstílust. Vagyis biztosítjuk az ember közösségi lény képességeinek kiélésére, különböző szintű alternatív hálózatokba (kisközösség / community, nyilvánosság / public) való kapcsolódásának igényét.



1.3. Üdülőterületek konszolidációja

Az egyik kihívás, amivel a közeljövőben a Dunakanyar településeinek, így Nagymarosnak is szembesünie kell, az a volt zártkerti ingatlanok szerkezetváltása. A hetvenes években kialakult zártkerti ingatlanstruktúra belső változás előtt áll. Az akkori életmódra létrehozott rekreációs, üdülőterületet is érintik a liberalizációval beindult gazdasági-társadalmi átalakulás következményei éppúgy, mint a generációváltás várható hatásai:

Generációváltás következményei:

A hetvenes években tulajdonossá vált rétegek szenior korúvá váltak. Ingatlanaik fejlesztésére vonatkozó motivációjuk saját jövőterveikkel összefüggésben kettős:

- (i) az ingatlant huzamosabb tartózkodásra alkalmassá téve állandóan, vagy az év meghatározott részében (nyári félévben) itt kívánnak tartózkodni. Ezzel az eddigi hétvégi ház, üdülőház, vagyis a „második lakás”, első vagy egyenrangú lakássá minősül át,
- (ii) a tulajdonos gyermekének, leszármazottjának adja a „weekend-telket” ingatlant rájuk bízva annak további használatát, hasznosítását. Ehhez az új generáció motivációi határozzák meg a telek / ingatlan további értékesülését. Ezzel közel azonos jellegű / tartalmú az a változás, amikor a tulajdonos – eltérő motivációkkal – értékesíti az ingatlant.

Mindezen változások egy irányba mutatnak: a volt zártkerti ingatlanstruktúra egyre inkább intenzíven használt első vagy második lakás típusúvá alakul, ennek minden következményével, igényével. A megváltozó szükségletek egybeesnek a megváltozó szükséglet-kielégítési módok megjelenésével. Egy mai üdülő nem hasonlít egy harminc évvel ezelőtti üdülőhöz, annak igényeihez.

Mindezek hatására a korábbi struktúrák nem kielégítők, nem biztosítják a volt zártkeri területek mai igényeknek megfelelő működőképességét. Ennek következtében Nagymaroson urbanizációs nyomás jelentkezik, ami egyrészt a helyszínen besűrűsödésével, telekstruktúra megújulásának igényével jelentkezik. Ez egyrészt a helyszínen „kemény” infrastruktúrái újraalakításának igényében, másrészt pedig a „lágy” szolgáltatási infrastruktúrákban is megjelenik, hiszen a település lényegesen valójában lényegesen nagyobb lakosság számúvá válik, mint ahogy azt a statisztikák mutatják.

Az üdülőterületek megújulása több módon lehetséges:

- (i) Nagymaros visszaszorítja a népesség növekedését, és megkezd az „eladósorba” kerülő ingatlanok felvásárlását, egyfajta „funkcionális tartalékot” képezve, növeli a közösség a város ingatlanvagyonát. *(tiltott Nehezen keresztülvihető gazdálkodási problémát felvető megoldás)*
- (ii) A település tudomásul veszi a „lopakodó” átalakulást, vagyis azt, hogy a területen lépésről lépésre megsűrűsödnek a lakóingatlanok anélkül, hogy az ilyen fokú urbanizációhoz szükséges szerkezet a területen kialakulna. A telkenkénti funkcióváltások hosszútávon ellehetetlenítik a üdülőterület működését (vagy csak lényegesen nagyobb költséggel lehet lesz megoldani), illetve másokra, nem a haszonélvezőkre terhelik annak költségeit, időben eltolva a megvalósítást. *(reaktív túrt átalakulás)*
- (iii) Az önkormányzat akarattal kijelöli azokat a zónákat, ahol támogatja az urbanizációt, és egyben meghatározza azokat a feltételeket, amelyeket a zónában lévő haszonélvezőknek teljesíteniük kell. Ez alapvetően a szükséges struktúrák létrehozására irányuló feladatok megosztása: (a) a város közössége, azaz a közpénzekkel létrehozandó fejlesztés-átalakítás illetve (b) a létrejövő többlettértek fejében az ingatlan tulajdonosok által biztosítandó szolgáltatások, feladatok:

- a. Az egyszerű telekkonszolidáció keretében annyi történik, hogy a korábbi korban kialakított telekosztást az új igényeknek megfelelően átgondolva meghatározásra kerül az a szerkezet, amelyet ütemesen létre kívánnak hozni a telektulajdonosok annak érdekében, hogy a terület működése biztosított legyen, és az önkormányzat jogot biztosítson számukra az átalakításhoz (lakóterület, hitelfelvétel stb.). Ezen átalakítás érdekében a tulajdonosok az önkormányzattal egy közműtársulást hoznak létre, aki szervezi, menedzseli az urbanizációs folyamatot. A korlátozott cél csupán a problémák rövidtávon történő megoldása (A telekkonszolidációs folyamattal kapcsolatban bővebben a mellékletekben – Verőce példáján keresztül.)
- b. Egy távlati fejlesztés figyelembevételével, amikor már a Dunakanyar balpartjának egészében gondolkodva, egy hosszú 50-100 éves struktúra előkészítése is napirendre kerül, azoknak a zártkeret nem közvetlenül érintő infrastruktúráknak a meghatározása is megtörténik, amelyek a tér, a régió egészének működőképességét fogják tudni hosszú távon biztosítani. (pl: helybiztosítás egy Dunakanyar Magistrale: városi elkerülő gyorsforgalmi út „autópálya” számára az átkelő forgalom csökkentésére, a beépített terület határán, esetleg részben alagútban, Zebegény felé részben a háttértelepüléseket is jobban feltárva, EU forrásokból finanszírozva)

(iv) Létezhetnek ezeknek a módoknak a kombinációi is.

KONCEPCIÓ

2. Település-termék fejlesztése

Ahhoz, hogy a koncepcióban meghatározott fő cél megvalósuljon, vagyis Nagymaros a Duna-szoros térszervező központjává váljon olyan összetett, KOMPLEX „TELEPÜLÉS-TERMÉK” megfogalmazására, kidolgozására van szükség, amely erősíti, illetve „sugározza” a térség identitását, valamint növeli versenyképességét.

A TERMÉKEK minőségével, arculatával, megjelenésével tudjuk leginkább befolyásolni a potenciális térfogyasztókat: a Nagymarosra érkező turistákat éppúgy, mint a helyben rendelkezésre álló üdülőtulajdonosokat. A tér adottságait, értékeit szem előtt tartva számos lehetőség, kifejleszhető termék-ötlet áll a település rendelkezésére. Gondoljunk csak arra, hogy mennyi autentikus helyszínen lehet információt nyújtani a környezetről, a múlt történéseiről, az itt járt személyekről, a korábbi korok örökségéről, és általában a tér kultúrájából, speciális adottságairól, azaz mindazon információkról, amelyek csakis erre a tére jellemzőek, egyediek.

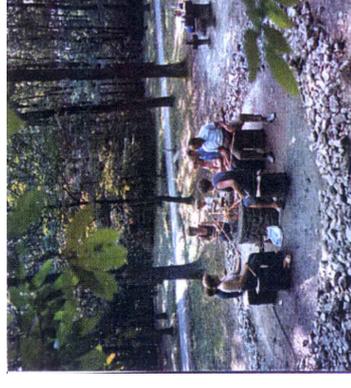
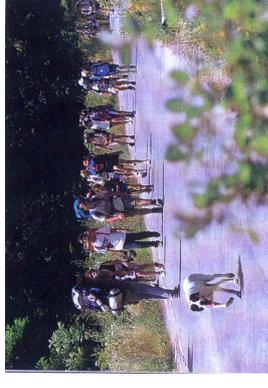
Ma egyelőre ezek az elemi összetevők nem állnak össze komplex kínálattá, egységes arculattá. Ahhoz, hogy az identitásnak ezen összetevője ne csak lehetőség, hanem valódi meghatározó elem lehessen a tér adottságaira épülő és a piaci igényekhez igazodó versenyképes és sikeres termékínálat, „márka” kialakítására van szükség. Vagyis egy olyan természetélményre és kulturális élményre épülő komplex turizmus-termék, kidolgozására kell összpontosítani, amelynek fő építőkövei a következők lehetnek:

- ✓ Barangolás, túrázás a városban és környékén
- ✓ Erdei oktatóbázis
- ✓ Vízi túra bázis
- ✓ Kulturális központ: Látványműhelyek
Kézműves és művészeti galéria
Művésztelep
Animátor-ház
Programok, rendezvények

Település-termék fő építőkövei

☞ BARANGOLÁS, TÚRÁZÁS A VÁROSBAN ÉS KÖRNYÉKÉN

Nagymaros fekvése kisvárosi bája és a térség gazdag múltja (történelmi, képzőművészeti) eleve behatárolja a gyalogutak tematikáját. A városban és annak környékén több tematikus túraútvonal alakítható ki, melyek épülhetnek egyrészt a város épített örökségeire, az itt fellelhető, illetve újraéleszhető kézműves hagyományokra, másrészt a környék természeti kincseire, látnivalóira. A tematikus utak kialakításánál szem előtt kell tartanunk, hogy ezek az erdei, vízparti, városi sétányok nem mások, mint szabadidőre élő múzeumok folyosói. Ezek az utak önmagukban a településnek nem sok bevételt nyújtanak, így fontos, hogy hozzájuk további programlehetőségek, étkezési és egyéb szabadidő eltöltési lehetőségek is kapcsolhatók legyenek.



Erdei túrák

A Börzsöny erdőinek közelsége számos lehetőséget kínál túrázashoz, hosszabb-rövidebb kirándulások megtételéhez. Nagymaros elhelyezkedésénél fogva (a Börzsöny kapujában) kiindulópontja lehetne a Duna-szorosból a Börzsönybe irányuló gyalogtúráknak. Ehhez azonban a szomszédos településekkel szoros együttműködésben a jelenleg meglévő túraútvonalak mielőbbi rendbetételére, nyomvonaluk újragondolására, illetve új túraútvonalak kidolgozására van szükség.

KONCEPCIÓ

Így például lehetővé kellene tenni a város határában lévő csodálatos panorámájú Kövesmező és Hegyes-tető kedvezőbb – Nagymarosról közvetlen – megközelítését, u.n. Panoráma utak kijelölését.

A település határában található szelídgesztenyés terepviszonyai elsősorban kisgyermekes családok számára nyújtának vonzó kikapcsolódási, pihenési lehetőséget.

A túrautak vonalvezetésével párhuzamosan hangsúlyt kell fektetni a háttér infrastruktúra feltételeinek javítására: pihenő és piknik helyek, megfelelő tábla és jelzésrendszer, stb. kialakítására.

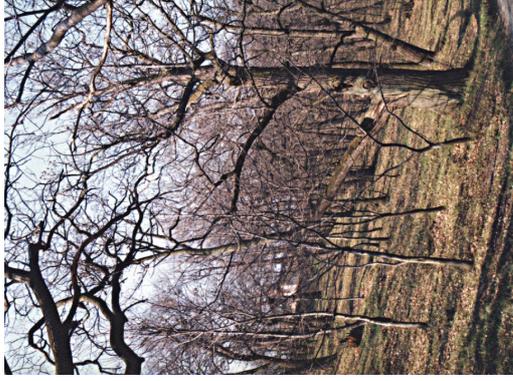
Duna-parti séták

Kevés olyan település található a Duna mentén, amely ilyen hosszú – közel 4-5 kilométeres – céltudatosan kialakított folyóparti korzóval rendelkezne, mint Nagymaros. A lakott területekhez közvetlenül kapcsolódó, onnan könnyen elérhető Duna-part teljesen sík, emelkedők nélküli terepviszonyának köszönhetően megfelelő fejlesztésekkel akár a kisgyermekes családok és idősebb rétegek számára is könnyed kirándulási, gyalogtúra lehetőséget biztosíthat.

Ehhez a korzót úgy kell kialakítani, hogy az egészében végigsétálható legyen, és abban ésszerűen váltogassák egymást a mai Széchenyi-pihenőhöz hasonló csendes **pihenő pontok**, ahonnan a nyugalomra vágyók élvezhetik a víz közelségét, az eléjük táruló látványt, valamint az olyan nyüzsgő pontok, ahol különböző programok megrendezésére nyílik lehetőség. Ehhez kiűnő lehetőséget kínál az egyik szakági koncepcióban felvetett **mólszínpad** kialakítása is. A Duna-parti sétány meghosszabbítható egy u.n. **ökorkorzó**szerű résszel, amely az ártéri erdők mentén haladva megfelelő háttér infrastruktúrával (információs táblák) alkalmas lehet a Duna élővilágának bemutatására, megismertetésére.

Természet – Művészet túra

Egy ilyen túra remek lehetőséget kínál arra, hogy reklámozza egyrészt a művészeket, másrészt a művészek által festett képek révén, magát a tájat is. Az alapkoncepció, a térség művészei által alkotott képekkel bemutatni a növény és állatvilágot, és a képzőművészet műhelytitkaiba beavatni a látogatókat, ezzel is hangsúlyozva a hely és a művészet elválaszthatatlan kapcsolatát. Az útvonalat egy átlagos "mozgástól elszakított" család minden tagja számára teljesíthető hosszúságúra, és nehézségűre kell kijelölni. A táblák cserélhetőek kell legyenek, mivel így évszaktanként a látkép és a természet változásával az információs táblák is újat tudnak mutatni.



ERDELOKTATÓBÁZIS (ÓKO-KÖZPONT, ERDEISKOLA)

A fiatalabb korosztályok számára lehetőség van olyan erdei oktatóközpont létrehozására, ahol a gyermekek élményorientáltan, testközelből figyelhetik meg a Börzsöny növény és állatvilágát, ismerhetik meg a térség földtani adottságait. A Duna közelségére támaszkodva számos programlehetőség kapcsolódhat a vízi

élővilág megismeréséhez is.



Ez a napjainkban egyre gyakoribb táborozási forma fontos szerepet tölt be a gyermekek környezettudatos nevelésében. Az innen induló tanösvények a legjobb tanulási rendszert nyújtják a személyes tapasztalás élményével. A park attrakivitását növelné az állatkertekből már ismert állatsimogatók és etetők kialakítása.

KONCEPCIÓ

VÍZI TÚRA BÁZIS

Nagymaros és környéke egyrészt természeti adottságai, másrészt kajak-kenu múltja révén alkalmas terepe vízi túrák, vízi táborok szervezésének. Ezek a táborok tavasztól – kora őszig nyújtanak kikapcsolódási lehetőséget, ezzel is hozzájárulva a jelenleg alig másfél hónapos nyári szezon megnyújtásához.



A vízi túra bázis kialakításának alapvető infrastrukturális feltételei (pl: kemping, kikötő, főző és piknik helyek, tárolóhelység, stb.) többé-kevésbé adottak, de az intenzívebb kihasználás érdekében mindenképpen fejlesztésre, bővítésre szorulnak. (pl: vízi túra információs ház)

Kézműves és művészeti galéria

Egy helyi kézműves és művészeti galéria állandó alkalmat teremt a helyi genius, a kulturális javak, mai, korszerűségnek megfelelő, és régi korokban Nagymaroson és környékén létrehozott kultúrjóságot” (esetleg kópiák, hivatalos másolatok) árusítására. Ki lehet használni azt a kulturális identitást, amivel a teret az anno itt élt, és most itt élő alkotóművészek, kézművesek, iparművészek teremtettek-teremtenek meg, és ami a körzetet (Zebegény, Leányfalu, Szentendre) egyedülállóvá, páratlanná teszi.



Kézműves táborok / Művésztelep

Nagymaroson a meglévő adottságokra, művész-szakértelmekre támaszkodva lehetőség nyílik tavaszi – nyári - őszi kézműves táborok szervezésére, ahol a művész-kézműves mester a turista művészi vénával, motivációval rendelkező érdeklődőket eligazítja, korrigálja, így a tanonc palánták, azzal az érzéssel vihetik haza produkcióikat, hogy hobbiuk gyakorlása során, többletértékhez jutottak, gazdagodtak, miközben szórakoztak is. (Ez persze busásan megfizethető, ha ilyen imágója lesz a térnek, a térben élő-dolgozó művészeknek).



KULTURÁLIS / MŰVÉSZETI KÖZPONT

Látványműhelyek

Nagymaroson és Zebegényben egykorvolt művészeti élet fellendítését az egykori Nagybányai mintára meg lehetne kezdeni. Ennek első lépéseként a meglepedett és működő kézműves és művészeti műhelyeket lehetne „látványműhelyként” helyzetbe hozni, egy u.n. „open studio” hálózatba szervezni.

Ezeket a művészekkel, kézművesekkel egyeztetett időpontban, vagy a hét meghatározott napján-napjain látogathatnák a turisták, megismerkedve az egyes munkafolyamatokkal, fortélyokkal. (Ilyen látványműhelyekkel az ország más részein is találkozhatunk például Herenden, Ajkán, Hollóházán, Hollókőn, Parádsasváron, stb.) A látványműhelyek mellett kialakított bemutatótermekben lehetőség nyílna a kézműves termékek megvásárlására.

KONCEPCIÓ

A kézműves táborok során nemzetközi „kitelepülések” is megszervezhetők a villányi kőfaragó, vagy az egykori nagyatádi-velemi fafaragó táborokhoz, esetleg az iparművészeti egyetem szilaspogonyi nyári festőtáborához hasonlóan. A táborok zárásával összhangban szervezett aukciók, bemutatók vonzást teremtenek „kincskereső” fogyasztók, és művésztekedvelők számára egyaránt. (Javasolt helyszín: Felvonulási lakótelep használaton kívüli épületei)

Animátor ház / Internationales Haus

A térben megtalálható és kijánlható számos kellenség lehetővé teszi, hogy a vonzó térben egy konferenciaközpont is működhessen. A „Felvonulási lakótelep” központjában a Művésztelep mellett, lehetőség nyílik konferenciaközpont, u.n. Animátor ház kialakítására, amely:

- Egyrészt: Városi / közösségi központ, amely a korszerű elvárásainak megfelelően több fajta funkciót ötvözve attraktív közösségi találkozóhelyet biztosít a város (és a mikro-régió) lakosai számára
- Másrészt nemzetközi találkahelyet is teremt, ahol közepes és alacsony árfekvésben rendezhetők meg programok.

Az Animátor Ház működésére és üzemeltetésére külön program, lehetőség esetén pályázat dolgozandó ki, esetleg a St Andreasberg-i Internationales Haus minta felhasználásával. (www.sonnenberg-international.de)

Fesztiválok / rendezvények

A kulturális turizmus fellendítéséhez, a település identitásának megteremtéséhez, térszervező erejének növeléséhez nagymértékben hozzájárulhatnak azok az időről-ídrőre megrendezendő, hagyományteremtő fesztiválok, rendezvények, amelyek már napjainkban is látogatók sokaságát vonzzák Nagymarosra, s önmagukban is „kirándulási alkalmat” teremtenek.

Ezeknek a már meglévő, és Nagymaros esetében elsősorban a nyári időszakra összpontosító rendezvényeknek a szomszédos települések eseményeivel való összehangolása révén egy olyan térségi rendezvénykínálat létrehozására van lehetőség, amely:

- ✓ a közel egy időben zajló események tekintetében egy komplexebb, akár a Duna-szoros egészére kiterjedő, diverzifikáltabb kínálatot nyújtó rendezvénysorozat megteremtését teszi lehetővé (lásd Művészetek Völgye),
- ✓ másrészt oldja a nagymarosi turizmus egyszegzonúságát, s biztosítja a két vagy három évszakra kiterjedő turizmus kínálat létrehozását, ezáltal a térség folyamatos látogatottságát.

+Az eseményeket, rendezvényeket hirdető összehangolt kommunikációs, és marketing tevékenység révén a Duna-szoros térsége, így Nagymaros is jobban beépül az emberek (hazai és nemzetközi turisták) mental map-jébe, gondolati térképébe, ezáltal is ösztönözve őket az idelátogatásra, majd a visszatérésre.



3. Szervezete fejlesztés / menedzsment-fejlesztés

Ahhoz, hogy a településsel való együtt működés intenzifikálása mellett Nagymaros tervezhetőség, aktív település-kormányzásra hatékony koordinációra, együttműködésre: a lakosság bekapcsolódására, érdekcsoportok bevonására, szerepvállalásra van szükség.

Az összehangolás (koordináció) és az együttműködés (kooperáció) ahhoz szükséges, hogy az egyes történések ne egymás hatásait gyengítsék, hanem fenntartható, időtlen struktúrák jöjjenek létre.

A településirányítás feladatairól, eszközeiről

Széleskörű nyilvánosságmunka, a lakosság bevonása, mozgósítása

Amikor a település irányítói a demokratikus kommunikáció eszközeire támaszkodva átfogóan, nagy vonalakban kitűzték a fejlődés-fejlesztés kívánatos céljait, meghatározták Nagymaros jövőképét, azaz a MIT? kérdését, a településvezetés számára a HOGYAN? kérdésére kell nagyon gyakorlatias választ adni. Azt kell megválaszolni *hogyan lehet végrehajtani Nagymaros megújulása érdekében szükséges gazdasági - térbeli és technikai átalakulást, és az ehhez szükséges közösségi-irányítói beavatkozásokat úgy, hogy ezáltal a kívánatos jövőkép álljon elő, illetve annak megvalósulásához jussunk közelebb?*

A településvezetés felelőssége, feladata, hogy szűkös és korlátozott erőforrások mellett is megteremtesse a fejlődés lehetőségét és kezdeményezze, szervezze az igényelt struktúrák létrehozását, ehhez mozgósítsa, stimulálja a lehetséges szereplőket, partnereket, a település lakóit és a mikro-régió gazdaságát.

A gazdaság és a magánszféra ugyanis önmagában egyedi, elemi, kisszerű megoldások sorával nem tudja biztosítani a megújulást, a szükséges szerkezeti alkalmazkodás feltételeit. Ehhez határozott, kiszámítható és "főbb szereplős" irányításra van szükség.

Térségi együttműködés erősítése

A helyi társadalommal való együtt működés intenzifikálása mellett Nagymaros döntéshozóinak az integrációs folyamatokat kihasználva célként kell kitűzni a térségi - a Duna-szoros többi településével történő - együttműködés fejlesztését, erősítését. (Itt elsősorban turizmus fellendítését, és az intézményi kooperációt szolgáló feladat meghatározásra, közös térségi jövőkép, fejlesztési programok kidolgozására kell gondolni.) Azon feladatoknak, problémáknak a megoldását, amelyek csak a település megfelelő környezetbe, kontextusba illesztésével oldhatók meg, azokat oda kell eljuttatni, ott kell megoldást találni.

A fenti célok elérése érdekében egy sor gyakorlati lépést, kezdeményezést kell tenni, hogy az adminisztráció, a közhivatal közösségi menedzsmentté alakuljon. Az általunk javasolt lépések esélyt kívánnak biztosítani a programok legitimációjához, a partnerség építéséhez, ezáltal a fejlesztési források megsokszorozásához. A következőkben először a lehetséges irányítási lehetőségeket mutatjuk be, majd ajánlást teszünk egy olyan angol mintára kidolgozott szervezeti séma u.n. bizományos egyesület (Trust) létrehozására, amely az önkormányzat (település-irányítás) és a turizmusban érdekelt szervezetek, vállalkozások (vendéglátók, szállásadók, egyéb szolgáltatók) szövetségékként jöhetne létre. A Turizmus Egylet mellett javasoljuk továbbá egy olyan "ernyőszervezet" létrehozását, amely a Nagymaroson működő, eddig sok esetben fragmentáltan tevékenykedő civil szervezetek (34) összefogásával, tevékenységük összehangolásával a hatékonyabb előrehaladást segíti elő. (Ennek kezdeti lépései a koncepciókészítési munkával párhuzamosan megtörténtek.)

KONCEPCIÓ

Önkormányzati politikák / Értékválasztás a célok megvalósításához

A	

Közösségi kezdeményezés - Községi beavatkozás

Erős önkormányzati politika.

Az önkormányzati politika eszközeinek kiterjedt alkalmazása az ingatlanpiac ellenőrzése érdekében.

Tervezési eszközök

Adó és pénzügyi támogatási eszközök

Piaci eszközök

Adminisztratív eszközök

B	

Magán kezdeményezés - Községi beavatkozás

Gyenge önkormányzati beavatkozás

Az önkormányzat megalkotja a szükséges kereteket, feltételeket. A piacot a magánkezdeményezések irányítják.

Az önkormányzati eszközök korlátozott használata.

Tervezési eszközök

Adó és pénzügyi támogatási eszközök

Piaci eszközök

Adminisztratív eszközök

C	

Magán kezdeményezés - Piaci beavatkozás

Az önkormányzat megalkotja a szükséges kereteket, feltételeket. A piacot a magánkezdeményezések irányítják.

A piaci törvények általános alkalmazásai (piacal való együttműködés).

Tervezési eszközök

Adó és pénzügyi támogatási eszközök

Piaci eszközök

Adminisztratív eszközök

D	

Közösségi kezdeményezés - Piaci beavatkozás

A piaci politika eszközeinek kiterjedt alkalmazása az ingatlanpiac ellenőrzése érdekében

A piac dominanciája érvényesül

Tervezési eszközök

Adó és pénzügyi támogatási eszközök

Piaci eszközök

Adminisztratív eszközök

Ennek érdekében az irányításnak ki kell dolgoznia azokat az eszközöket, amelyek lehetővé teszik a közösségi kezdeményezést, de teret hagynak (sőt teret nyújtanak) a magán kezdeményezéseknek, valamint biztosítják a közösségi beavatkozást, az önkormányzati adminisztratív eszközök korlátozott használatát, lehetővé teszik a piaccal való együttműködést, illetve a piaci mechanizmusok általános alkalmazását.

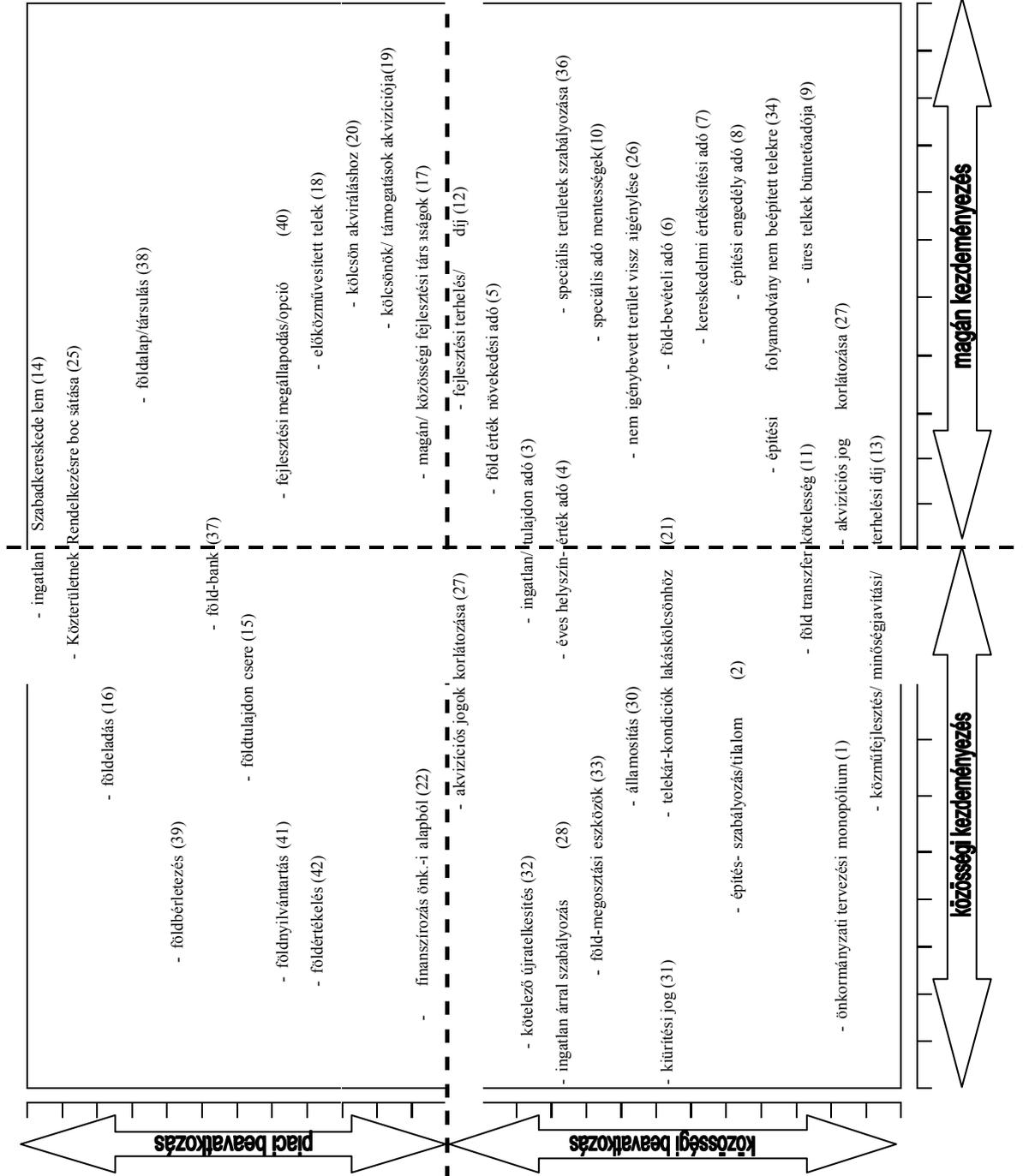
Így egy kezdeményező, azaz tervező önkormányzati politika, illetve egy kormányzó, irányító, kontrollt gyakorló önkormányzati politika ötvözete lesz kialakítható.

Ehhez az önkormányzat döntéshozóinak erős legitimitációra lesz szükségük, ami megteremthető a széleskörű nyilvánosság bevonásával elkészített fejlesztési koncepció további társadalmasításával: kis kézikönyv, vagy újság formátumban röviden, gyakorlatisan a célok, illetve a jövőkép közkinccsé tételével, illetve egy Munka-, vagy Akcióprogram közbeszédben való megvitatásával, valós partnerségi kapcsolatok, együttműködések kiépítésével.

A Nagymaroson folyó gazdasági (szolgáltatási és / vagy termelési) és társadalmi átalakulás irányításához, mint azt már jeleztük, a passzív, adminisztratív tervezési eszközök önmagukban nem elégségesek, szükség van fejlesztési (így adó- és pénzügyi) eszközök segítségével érvényre juttatni a települési politikát.

KONCEPCIÓ

ÖNKORMÁNYZATI TERÜLETPOLITIKA ESZKÖZEI



Partnerség építése

A „Partnerség” ma széles körben használatos kifejezés ott, ahol több mint egy szervezet vagy érdek van jelen. Egy hatékony helyi partnerség felépítéséhez a következő definíciót szükséges szem előtt tartani:

„A partnerség egy megállapodás (szerződés) két vagy több szereplő között az együttműködésre, a közös célok elérésére”

A partnerséghez vezető úton a részvétel (participáció) az első lépés. Sokkal könnyebb kiépíteni a megfelelő együttműködést (így a megcélzott partnerséget is!) a civilek és a közhatalom között, ha már biztosított a részvétel valamely módja.

Ehhez, mint a bevezetőben is említettük Nagymaros esetében nagyon jó alapot jelent a koncepciókészítési munka során kialakított kommunikációs fórum-rendszer.

A lehetséges együttműködések fokozatai, 5 stációja:

PARTICIPÁCIÓS SZAKASZ

1.) Információ: a legkevesebb, amit meg lehet tenni: közölni az emberekkel, hogy mit tervezünk

2.) Konzultáció: meghatározzuk a problémát, számos megoldást kínálunk, meghallgatjuk a véleményeket, reakciókat

PARTNERSÉGI SZAKASZ

3.) Közös döntés: ráveszünk másokat, hogy további ötletekkel, megoldási javaslatokkal, lehetőségekkel lássanak el bennünket, továbbá kapcsolódjanak be a kialakult vélemények, javaslatok értékelésébe

4.) Együtt cselekvés: a közös érdekek megfogalmazása, közös döntések mellett a szereplők partnerséget alkotnak azok megvalósítása érdekében, vagyis konkrét lépéseket tesznek a közös célok beteljesülésének elősegítésére

5.) Független közösségi kezdeményezések támogatása: tanácsadás, támogatás, vagy forrásátadás keretei között segít a Partnerség céljaihoz, elhatározásaihoz jól illeszkedő független közösségi kezdeményezések megvalósulásában, amelyek közelebb visznek a közös cél, közös érdek megvalósulásához is

A szerveződés, vagyis az együttműködés szervezése, intézményesítése keretében a cél, amit a felsorolt fokozatok közül minimálisan el kellene tudni érni az a PARTNERSÉG első lépcsője, azaz a **közös döntés**. Erre azért van szükség, mert különben a részvétel fórumait, a konzultációkat követően a hivatal ügy dönt, ahogy akar, azaz elkönyölten születik meg a döntés. És ha ez eltér a konzultációkon kialakult közösen kialakított céltól, akkor a civilek nem látják eredményesnek munkájukat, elvesz a hitük és lelkesedésük, ezzel rosszabb helyzetbe kerül az ügy, mint előtte. („Miért vegyek részt, ha semmi se történik?”, vagy ha „úgyse veszik figyelembe, amit itt határoztunk?”)

Még jobb lenne, ha az együttműködés eljutna az **együtt cselekvésig**! A megvalósításban való részvétel, források bevonásával egyszerűbben is elfogadható. Ehhez a következőkben ismertetendő Turizmus Egylet mellett létre lehetne hozni egy u.n. Fejlesztési Alapot, amely rendelkezhetne közhatalmi forrásokkal és civil adományokkal, támogatásokkal, illetve ezek szervezésének lehetőségével. Ez a cél-eszköz már kellő biztosíték lenne arra, hogy akció is létrejön, azaz sor kerüljön a közös elhatározás megvalósítására.

Ennek elősegítése, az együttműködés elmélyítése, intenzifikálása érdekében Nagymaroson felmerült az igény két olyan integrációs társaság létrehozására, amely a fejlesztési koncepcióban felvázolt irányelvekhez illeszkedően Nagymaros megújulását, illetve a helyiek aktivizálása révén a társadalmi összetartozást, kohéziót szolgálja.

KONCEPCIÓ

NAGYMAROSI TURIZMUS EGYLET (BIZOMÁNYOSI TRUST)

A Bizományosi Szervezet tulajdonképpen egy angol mintára kidolgozott, de a hazai szabályozás figyelembevétel létrehozandó, egyesületi formában működő szervezet, amely a helyi önkormányzattal kötött partnerségi szerződés, szándéknyilatkozat alapján a turizmussal kapcsolatos közhatalmi feladatokat átvállalja az önkormányzattól, emellett olyan egyéb feladatokat vállal magára, és olyan akciókat kezdeményez, amelyek elősegítik egy hatékony turizmusgazdaság megteremtését.

A Bizományosi Szervezet („Nagymarosi Turizmus Egylet”) tagjai elsősorban olyan (vendéglátással, kereskedelemmel, szállásadással, stb.) helyi vállalkozókból, vikendtulajdonosokból, turizmus és marketing szakértelemmel rendelkező tanácsadókból kerülnek ki, akik közvetlenül érdekeltek a turizmus fellendítésében. Emellett Szervezet természetesen nyílt, azaz ahhoz bárki szabadon csatlakozhat.

A Szervezet feladatai:

- Jól átgondolt, hosszú távon is életképes turizmus-termék kialakításának, megteremtésének elősegítése
- A helyi értékek piaci értékesítésének elősegítése
- A kereskedelem és a szolgáltatás színvonalának javítása, minőségi, a település arculatához jól illeszkedő kínálati spektrum kialakítása
- A kereskedelem és a vendéglátás területén tevékenykedő helyi vállalkozók összefogásának, együttgondolkodásának elősegítése
- A hiányzó turizmus-szakértelem megteremtésének elősegítése
- Vendégváró, kulturális programkínálat bővítése
- Egységes turizmus adatbázis létrehozása és frissítése, folyamatos kereslet-piaci elemzés készítése
- Az ideérkező turisták hatékonyabb informálása érdekében aktív marketing-tevékenység folytatása (Túrafüzet / Barangoló kiadvány, térképház, információs iroda felállítása stb.)

A Bizományosi szervezet pénzügyi fennmaradását, megélhetését:

- az önkormányzat által a turizmussal kapcsolatos kötelező önkormányzati feladatok ellátása, átvállalása fejében kapott támogatás
- a tagok által befizetett tagdíj
- a pártoló tagok által felajánlott anyagi támogatás
- a tagok egyéb adományai, felajánlásai (pl: ingatlan, egyéb tárgyi felajánlások, humán szolgáltatások stb.), valamint
- az Egylet saját tevékenysége révén keletkező jövedelmek biztosítanak.

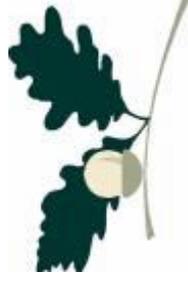
A Bizományosi szervezet emblémája, logója a település és a térség arculatához, természeti adottságaihoz illeszkedően javaslatunk szerint lehetne:



Egy gesztenyegubó



egy pillangó



egy tölgyfaág

(Az általunk javasolt változatok természetesen nem kötelező érvényűek, az egyesület alapítói, tagjai más elképzelések, ötletek megvalósítását is támogathatják. Javasataink inkább gondolatébresztő szándékkal kerültek felvázolásra!)

KONCEPCIÓ

A menedzsment hatékonysága a jövőben a következő principiumoktól is függ:

- Ahhoz, hogy Nagymaros turizmusa sikeresen megújítható legyen olyan stratégiára van szükség, amely képes a politikacsinálás minden szintjét integrálni, méghozzá megfelelő nyílvanossággal, átláthatósággal, transzparenenciával, és ehhez többszintű elszámoltathatósággal, mint irányadó principiummal
- Az együttműködés, a közös munka alapvető változásokat igényel és kényszerít ki az irányítási kultúrában és a hivatali munkájában
- Nincs változás kockázat nélkül, ezért létre kell majd hozni a fejlesztés-megújítás / megújulás kontroll mechanizmusait, azaz a program haladás-mérésének: a szabályozásnak és az auditálásnak a kereteit ahhoz, hogy megfelelő autonómiát lehessen adni a Bizottmányoknak (akire rábízta, akire „kiszerezdi” /outsourcing/ a köz a feladatot). A megfelelő autonómia, a döntések meghozásának joga nélkül csak komplikálódik a megvalósítás menete, illetve kontroll nélkül (kvázi Felügyelő Bizottság) a program politikai kockázatai (középzenek nem átlátható felhasználása) nőnek.
- Nem lesz fenntartható a fejlődés anélkül, hogy a közösségnek ne adnának hatáskört és felelősséget akciók végrehajtására.
- Hosszú-távú perspektíva alapvetően szükséges egy ilyen integrált megoldás számára, mert mind a civileknek, mind a hivatalnak elég időre van szüksége, hogy kiépíthesse kapacitását.
- Igazán eredményes megoldások akkor jöhetnek létre, ha a döntési mechanizmus intézményesítése (Bizottmány) mellett minőségi szolgáltatások (szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás) és jól átgondolt turizmus termékinlátat jön létre, és ehhez a közszféra (hivatalok) átad(nak) bizonyos eszközöket és forrásokat a Menedzsmentnek, és esetleg vagyont az Alapnak.

STARTOLJUNK: A szervezet létrehozásának előkészítő lépései

- ☞ Térképezzük fel azokat a civil szervezeteket, helyi vállalkozókat (szállásadók, vendéglátósok, stb.) és szakembereket, akik érdekeltek Nagymaros Turizmusának fellendítésében
- ☞ Szóljunk meg azokat, az eddig fragmentáltan működő (civil és köz-) szervezeteket, személyeket, akik már eddigi tevékenységük során is megpróbáltak előremutatón cselekedni Nagymaros érdekében, ám egyedül, önmagukban nem voltak képesek átütő eredményeket felmutatni.
- ☞ Lehetőleg minél korábban építsünk ki bizalmat a „projekt előre” stratégiával, szervezzünk érdeklődést felkeltő fórumot, fórumokat (esetleg moderátor segítségével)
- ☞ Dolgozzunk ki akciótervet és víziót az elkövetkező évek teendőivel kapcsolatban (ehhez jó alapot jelenthet a Település Fejlesztési Koncepciója)
- ☞ Az alakuló csoportban adjunk helyet a városkormányzás képviselőinek
- ☞ Állítsunk rendelkezésre forrásokat, tegyünk lépéseket annak érdekében, hogy a csoport kellő támogatást kapjon munkájához

KONCEPCIÓ

MACIKÁK (MAROSI CIVIL SZERVEZETEK ÁLLANDÓ KONFERENCIÁJA)

A Nagymaroson működő civil szervezetek részéről ugyancsak felmerült az igény egy olyan „erősszervezet” létrehozása iránt, amely az eddig fragmentáltan tevékenykedő atomizált szervezetek összefogásával, szövetségével hatékonyabb előrehaladást tesz lehetővé.

Ennek mielőbbi megalakítása, létrehozása érdekében idén januárban került sor az első nagymarosi³ civil konferencia megrendezésére, amelynek fő célkitűzése, operatív célja a civil szervezetek közötti együttműködés, együttgondolkodás lehetőségének, módjának, illetve a „Hogyan kommunikáljunk valamit közösen?” ideának az átgondolása volt.

A találkozón a megjelent civil szervezetek egymás jobb megismerése érdekében ismertették idej legfontosabb céljait, tevékenységeiket, rendezvényeiket felvázolták más szervezetekkel való együttműködési lehetőségeiket. Megpróbálták megérteni egymás perspektíváit, probléma-, és esélylátásmódját.

Megállapodtak továbbá egy rendszeres⁴ civil párbeszéd beindításáról, az operatív munka következő lépéséről. (Egy összehangolt program és rendezvénykínálat kidolgozásáról.)

³ Nagymaroson egy helyi civil szervezet kezdeményezésére korábban már sor került egy szélesebb körű, kistérségi konferencia megszervezésére, de települési szinten a januári összejövetel volt az első

⁴ Jelenlegi tervek szerint havonta megrendezendő



4. Humán erőforrás, és innovációs készségfejlesztés

A lehetőségek fényében, a versenytényezők kihasználásához mindenképp elő kell tenni a versenyképességét, munkaadó minőségét kell elérni, hogy minőségi termékeket és szolgáltatásokat tudjon nyújtani.

Nagymaros az ország azon települései közé sorolható, ahol a helyi lakosság körében átlagosnál magasabb a felsőfokú (egyetemi, vagy főiskolai) diplomával rendelkező értelmiségiek aránya. Korántsem ilyen kedvező a helyzet, ha a település jövőképében meghatározott fejlesztési elképzelések megvalósításához szükséges hozzáértéseket vesszük alapul.

Amennyiben valaki valóban végiggondolja, hogy a turizmusiparhoz szükséges összetett szakértelmek milyen arányban vannak jelen Nagymaroson, megérti, hogy a település miért nem tud tényleges értékén megjelenni a turizmuspiacon. Ezen semmilyen külső program nem képes változtatni, tehát külső szakemberek idevonzása, alkalmazása nem jelent megoldást a probléma kezelésére, a helyi vezérvállalkozók készségének fejlesztésére, kötődésük erősítésére van szükség.



Nemcsak az önkormányzatnak, mint koordináló szervezetnek van szüksége hozzáértésre, hanem az itt élő embereknek is hinniük kell abban, szükségük van egy sor hozzáértésre, készségre, tudásra átstrukturálására. Egy ilyen tudat nélkül az emberek nem fognak „befektetni magukba”, hogy előmozdítsák a közös célok megvalósulását.

Olyan oktató programok beindítására van tehát szükség, amelyek segítségével továbbfejleszhetjük, aktualizálhatjuk a turizmusiparban boldogulni szándékozók hozzáértését, másrészt, ahogy azt már az előző fejezetben is említettük kompetenssé tehetjük a településirányítást, menedzsment készségeit képességeit a „jó kormányzás”, és ezáltal Nagymaros sikeressége érdekében.

Egyszóval a készségek tárából, „szerszámosládájából” kell tudni feltölteni vonzó és attraktív készségekkel, szakértelmekkel.

Ehhez akár a Művelődési Ház, vagy az Animátor Ház tevékenységében, akár a Nagymaroson működő civil szervezetek kezdeményezésében olyan helyi oktatóközpontok (szeminárium központok) létrehozását kell támogatni, ahol elsősorban turisztikai, kommunikációs és marketing szakemberek, már most is sikeres helyi vállalkozók, és az ország más, hasonló adottságú térségeiből érkező vállalkozók adhatják át elméleti és gyakorlati tapasztalataikat, tudásukat a helyi lakosok számára.

Egy ilyen jellegű oktatóprogram beindítása, eredményes, és sikeres működtetése amellet, hogy lehetővé teszi Nagymaros és térségének megújulását, sikeres fejlesztését, a jövőképeben meghatározott célok elérését, mintaul szolgálhat más, hasonló problémákkal küzdő települések számára is.

*A készségek fejlesztését, a település és a térség versenyképességét nagyban segíthetik olyan hazai, vagy külföldi tanulmányutak is, ahol Nagymaros és a Duna-szoros számára is alkalmas minták, jó példák megtekintésére nyílik lehetőség. (Ilyen lehet például az ausztriai Wachau, ahol a természetélményre épülő turizmus lehetőségeinek megismerésére nyílik lehetőség.)

KONCEPCIÓ

5. Kommunikáció, Marketing

Ennek a fejezetnek a fő célja, hogy Nagymaros sikeressége, eredményessége érdekében felmutassa, és segítse akarattá formálni azt, hogy a település és a térség vizuális stílusa miként befolyásolja a Duna-szoros piaci pozicionálását, és miként tudja a megfogalmazott célokat a design-nal láthatóvá tenni, kommunikálni.

Ahhoz, hogy legyen mit kommunikálni egyrészt a helyi társadalom, másrészt az ideérkező turisták, látogatók felé elsőként a település, a térség identitását / arculatát (Corporate Identity) kell megtervezni, megfogalmazni.

Arculattervezés / Identitásfejlesztés

Olyan korba léptünk, amelyben csak azok a települések és térségek tudnak „tovább élni”, amelyek különösen versenyképes terméket képesek előállítani. Ez hosszabb távon két dolgot jelent: (i) az egyre globálisabbá váló (és a turizmus szempontjából egyre kisebbé) váló világon, azaz egyre nagyobb piacon kell tudni speciális és versenyképes kínálatot jeleníteni, illetve (ii) az egymással konkuráló termékek egyre inkább hasonlóká válnak. Ezáltal megkerülhetetlenül a település és a térség személyisége „identitása” lesz az egyik legmeghatározóbb tényező a helyek és a termékek közötti választás során.

A mi esetünkben ez azt jelenti, hogy egyelőre a hely tényező kell legyen az a faktor, amellyel a Duna-szoros versenyben lehet. („A Dunakanyar azon részén fekszik, ahol a folyó a hegyek között összeszorítva a legvonzóbb látványt produkálja.”) A közeljövőben erre alapozott kommunikációval növelheti a „márka” ismertségét, kidolgozhatja termékválasztékát és javíthatja működés-, és viselkedésmódját.

Amennyiben a település, a térség sikeres akar lenni **CÉLTUDATOSNAK KELL LENNIE!** Vagyis világos, jól körvonalazható és mindenki által érthető „célokra” továbbá az itt élők, fejlesztési szereplők „erőteljes hovatartozás érzésére” van szükség.

Alapvetően ez a két elem alkotja Nagymaros és a Duna-szoros térség azonosságát, identitását.

Az identitásnak minden település, térség, így Nagymaros és a Duna-szoros esetében is saját gyökereiből, saját személyiségéből, saját erősségeiből és gyengeségeiből kell kinőnie. Vagyis az identitásnak olyan világosnak kell lenni, hogy az mértékké válhasson, vagyis:

- 1.) A turizmus-termékeknek és szolgáltatásoknak értékét és normákat kell közvetítenünk.
- 2.) A helyszínek, a környezet, amelyben ezeket a szolgáltatásokat nyújtja együttesen mind az identitás kifejezői kell legyenek
- 3.) A kommunikációs és marketing eszközök (hirdetési eszközök, irányjelző, tájékoztató táblák, feliratok, logók, stb.) egységes minőségűek kell legyenek és megjelenésükkel, arculatukkal vissza kell tükrözzék Nagymaros és a Duna-szoros térség céljait.
(mindez kézzel fogható, és a design-ban fog tudni megjelenni, ezért a forma az identitás-mix ugyancsak meghatározó eleme.)
- 4.) Egy további komponens, ha nem is látható legalább olyan fontos, mint az előzőek. Ez pedig a viselkedésmód és működésmód (az, ahogy egymással, és a kívülállókkal, turistákkal szemben viselkednek)

Ez azt jelenti, hogy az azonosság nem lehet csupán egy szlogen, egy blikkfangos jelszó, jelszavak, címszavak sorozata, sokkal inkább látható, tapintható, megélhető és nem utolsósorban mindent átfogó kell legyen!

KONCEPCIÓ

Az identitás kifejezésre kerül a neveken, szimbólumokban, logók-ban színekben és megoldásokban, amelyek által Nagymaros és a Duna-szoros térsége azonosítható. Egy bizonyos szinten ez ugyanazt a célt szolgálja, mint a lovagkór heraldikája, vagy a nemzeti zászló, illetve a vallási szimbolikák: összekapcsolnak, és ébren tartanak egy közösségi érzést, a hovatartozás-hozzártartozás érzését és a céltudatot, ugyanakkor egy másik szinten egy minőségi normát képvisel, és ezáltal a fogyasztói hűséget támogatja.

Az identitás keresése:

Minden településnek és térségnek függetlenül attól, hogy milyen nagy vagy kicsi, mennyire ismert van identitása eltekintve attól, hogy felismeri-e azt, vagy sem. Az igazi kérdés az, hogy megkísérel-e ezt az identitást irányítani, vagy éppen fordítva hagyja magát a már kialakult identitása által irányítani. Mivel egyre inkább az identitás lesz az, ami a sikeres és vesztes térségek közötti különbséget fogja jelenteni, fontossá válik az identitás fejlesztése és irányítása! (Amennyiben Nagymaros identitása irányítottá válik, az erős hatással lehet a térségre, a Duna-szoros környékére, és talán meghatározóvá, közös identitássá is válhat.)

Mint ahogy azt már említettük az identitás 4 fő tevékenységterületen alakítható, amelynek egyik fontos eleme a TERMÉK(ek), illetve ahogy az kinéz, amibe kerül, ahogy azt használni tudjuk. Ezeknek a termékeknek a minőségével lehet leginkább befolyásolni Nagymaros és térsége identitását. (Egyelőre ma ezek az összetevők nem állnak össze komplex kínálattá, egységes arculattá, vonzerővé. Az adottságok kedvezőek, de szinte teljesen kiaknázatlanok! Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy az identitás ezen összetevője ma valójában inkább csak lehetőség, mint meghatározó elem. Nagymaros és a térség identitása tehát ma még nem alapozható a viszonylag kisszámú elemi identitáshordozó termékre. A már meglévő elemek felhasználhatók a környezet, a HELY identitásának komplex kialakításához, hogy majd az így megformált identitás visszahatáson a termékek fejlesztésére. Ezért első lépésként a befogadó környezet identitásának megformálása, kommunikációja kell megtörténnjen.

Ebben sokat számítanak a hirdetések, a tájékoztató brosrák, az ismertető információt átadó füzetek, barangolást vezető füzetek, „helyszín-termék brosrák, eseményismertető, szóróanyagok és információs kiadványok, valamint az „eladók”, turistavezetők manírijai, stílusa, esetleg az önkéntesek kitűzői stb.

Hogy mit várnak a vendégek, az üdülők, rövid-, illetve hétfélig kirándulók az egyes helyszíneken és mit nyújt a „közönségszolgálat”, az információs anyagok, táblák, idegenvezetők stb. mind-mind hozzájárulnak az identitás formálódásához.

Végül azonban el kell majd érni, el kell jutni odáig, hogy a település és a térség termékei legyenek az identitás építői és fenntartói. Ehhez olyan szervezeti struktúra kialakítására van szükség, mint amelyet már az előző fejezetben is említettünk (Turizmus Egyesület, Turizmus Trust), vagyis amely a helyszinmarketing mellett biztosítja az elemi termékösszetevők kifejlesztéséhez szükséges szakértelem bevonását. Egyfajta kisvállalkozási ügynökségként kell támogatnia a tradíciók újraformálását, étellel való megtöltését, korszerű turizmustermékké alakítását. Ennek során nem szabad megfeledkezni arról: hogy az identitást akkor is szimbolizálni, ritualizálni kell, ha termékek erős karakterrel rendelkeznek.

Összegzés: Mint az előzőekből láthattuk nem az identitást kell keresni, hanem egy átfogó programmal kell megteremteni Nagymaros és a térség identitását. Azt egy komplex kommunikációs akciószorozattal kell felépíteni mind befelé, a lakosok felé, mind kifelé, a turisták felé.

Belső Marketing

A településfejlesztés szereplőinek, a lakosoknak, a vállalkozóknak és a befektetőknek ismerniük kell Nagymaros és a mikro-régió céljait ahhoz, hogy tevékenységükkel hozzájárulhassanak annak megvalósulásához. Szükség van a célok kommunikálására az értékek megosztására az információk és célok minél szélesebb rétegekhez történő eljuttatására. A cél, mint közös érték nagy energiákat képes mobilizálni, miközben emberi igényeket is kielégít: fontosnak, különbözőzőnek, a fejlesztés szereplőjének lenni. Mindezek elérése érdekében egy integráló kommunikációs program, egy "belső marketing" akció beindítására van szükség.

Ellenkező esetben a település, és a Duna-szoros térség kisszerű háborúskodásokban, csetepatékban elfecsérelheti energiáit, lehetőségeit és ezáltal a külvilág is elutasítja őt. (Ekkor általában kisebb csoportosulások, „szilánkcsoportok” uralmi harca válik meghatározóvá.) A reális célokat szem elől tévesztve a település, a térség úgy érzi, mintha zsákcúzába jutott volna, kisebb részérdekek mentén részcelemek követ és más területeken bevált (jelen esetben például a visegrádi) termékek rossz másolásával igyekszik a „települések piacán” pozíciót szerezni, a zsákcúzából kilábalni.

A belső marketing másik fontos célja a bizalom megteremtése. Vagyis annak megteremtése, hogy az itt élők higgyenek, bízzanak abban, hogy a szervezet korrektil fog viselkedni velük szemben. Elhiggyék, hogy az önkormányzat nem akar többet elvenni tőlük, mint amennyit hosszútávon visszaad.

A bizalom és egyenlőség (amennyit adok, annyit kapok) nélkül az emberek ellenállnak a céloknak és a menedzsment programjainak mivel, azokat taktikának tekintik, amely egyedül a kormányzás céljait szolgálja. Ebben az esetben a célok erodálódnak tekintve, hogy az emberek úgy érzik ki vannak zsákmányolva a szervezet által. (A centripetális erő ebben az esetben szétforgácsolja az energiákat.) A „jó kormányzat” imázsának megteremtéséhez és a fejlesztési elképzelések célok megismertetéséhez nagyban hozzájárul a párbeszéd technikák bevezetésével a nyitottság kialakítása.

Hírlevél, hírség, szimpóziumok, konferenciák, fogadóórák egyaránt alkalmas terepei lehetnek a menedzsment pozitív szolgálati arculatának alakításának. Arcot kell adni az irányításának, embereknek kell az arctalan hivatal helyére kerülniük! A település lakóit és a térfhasználókat „jól kell táplálni információkkal”, ügyes-bajos dolgait elintézése érdekében. (Ki lehet dolgozni egy olyan kézikönyvet, amelyben a településen és a térségben folyó ügyintézésre vonatkozóan kap naprakész információkat a polgár.) A település irányítóinak időnként célszerű találkozniuk a helyi vállalkozókkal, amelyek során a település és a térség legfontosabb lehetőségeiről, céljairól, pályapontjairól lehet eszmét cserélni, vitatkozni. (Nagymaros esetében erre jó példát jelent a januárban megrendezendő PPP konferencia, amelyre helyi vállalkozók, civil szervezetek kaptak meghívást, továbbá a hamarosan megalakítandó Turizmus Egyesület is, amely az önkormányzat és a turizmusban érdekelt vállalkozók szövetségéeként jön létre.)

Települési és térség marketing

A települési célok megismerését követően kerülhet sor a külső, települési és térségi marketing program megindítására, amelynek keretében a környező településekkel, a Duna-szoros településeivel összefogásban a térség természeti és kulturális értékeire építve a települések együttműködnek egy komplex kínálati struktúra kialakításában, kidolgozásában, események-rendezvények szervezésében. Ennek során a táj természeti szépségeinek, örökséghelyeknek, emlékhelyeknek a bemutatása mellett kiadványok, történeteket ismertető anyagok, térségre jellemző logo(k), stb. kerülnek kidolgozásra. A rendezvénykínálat összehangolásával és a kínálat bővítésével, diverzifikálásával, és mindezek különböző médiacsatornákon keresztül történő hirdetésével lehetőség nyílik a szezon megnyújtására, illetve polifirozására, kialakulnak, a meglévők esetében szélesebb körben ismertté válnak azok a jellegzetes, hagyományteremtő események és rendezvények, amelyek fémjelzik és identifikálják a térséget és benne Nagymarost is.

KONCEPCIÓ

KIADVÁNY RENDSZER

Általános tájékoztató anyag

Rövid, tömör szóróanyag, amely a térhaználóknak érzelmi befolyásolását szolgálja, célja, hogy további, részletesebb információ beszerzésére, gyűjtésére motiváljon. Az anyagban megjelennek a Duna-szoros térségére jellemző logók, valamint rövid összefoglaló tájékoztatók.

Portfóliós anyagokat befogadó dosszié

A további részletes kiadványok kihajtható rendszerező füzetek; Holder-ként használható; az oldalain zsebekben/fülekben tárolhatók a kiadványok. Formájában, külsőségeiben illeszkedik a tájékoztató anyagok rendszerébe. A borító belsejében megjelenhet a Duna-szorosra leginkább jellemző táji, építészeti karakter.

Barangoló füzet / invitáló brosúra

A térséget, a Duna-szort "megszemélyesítő", az olvasót megszólító, érzelmeire ható kiadvány; útikönyv-szerűen a speciális élményeket - mintegy harmadik fél szempontjából - ismertető anyag, speciális és jellegzetes képekkel, jobbara hangulatokkal, felfedező-élményekkel. A célcsoport számára itt kell kaleidoszkóp-szerűen megmutatni az elérhető élményeket, attrakciókat. A kiadványban hangulatos képek és világos célcsoport figyelemfelkeltő információk találhatóak. Ezzel lehet és kell érdeklődést kelteni, ez lesz a "mágnes", amely máshol kéhez véve vonzza a potenciális turistákat és egyben a turistaszervezőknek, képviselőknek ad argumentációs háttérrel. Az információméltség a kínálat feltárását szolgálja, és nem informál részleteiben. A térség kínálatát több szinten bemutató, olyan a Duna-szorossal (ezáltal Nagymarossal) összefüggő ismereteket nyújtó brosúra, amely érzelmileg valamely termék használatára motivál, tanít. (lásd gyalogtúráról, kerékpártúráról, horgászatról, ünnepekről, fesztiválokról, kézművesekről stb.)

Információs füzet / Eseménynaptár

(a rendszer részeként, de önálló egységként is kezelhető)

Elsősorban a térség használók számára készülő füzet, mely hónapokra bontva tartalmazza a Duna-szoros eseményeit, rendezvényeit. Lehetőség van korszály szerint, vagy az események jellege szerinti differenciálásra.

Egyéb turisztikai flájer / szóróanyag

A Kistérség területére megérkezettek számára készült füzet kisebb területi egységekre lebontva, esetleg településenként, amely pontos és részletes információkkal szolgál a térségről, a településekről. A kiadvány a helytörténeti áttekintés mellett, kis körstátá(ka)t is ismertet, röviden bemutatja a fontosabb épületeket, látnivalókat. Informál a településirányítás szervezetről, hivatalokról, azok nyitva tartásáról, kis információt, hogy mit hol lehet elintézni, a polgárok szervezeteiről, egyesületekről, templomok, egészségügyi ellátás, kultúra és szabadidő intézményeiről, iskolákról, továbbképzési létesítményekről, sportolási lehetőségekről, üzletek nyitva tartásáról, a fontos telefonszámokról és a turistainformáció pontos elérési pontjairól és adatairól. Lehetőleg mindig megszemélyesítve a fenti adatokat, tehát nevesítve a polgármestert éppúgy, mint a turistairoda előadóját, vagy a plébánost. Az anyag kézikönyv-szerű és akár fekete fehér is lehet, esetleg a címlapján illeszkedve a színekhez, ami az arculatot hordozza.

Internet

A Duna-szoros home page-e, amely portál jellegű, vagyis eligazítja a látogatót arról, hogy merre találja a térségről, azon belül az egyes településekről szóló részletesebb tájékoztatót nyújtó oldalakat. Az alrendszerek tartalmazzák a Duna-szoros egyéb marketing anyagait, kiadványait. A többnyelvűség a honlapon is elkerülhetetlen. (Az egyes települések az egységesebb megjelenés érdekében a mikro-régiós home page arculatához igazíthatják saját honlapjukat.)

KONCEPCIÓ

		NYOMTATOTT ESZKÖZÖK					ELEKTRONIKUS ESZKÖZÖK
KIADVÁNY TÍPUSA	Általános Tájékoztató anyag	Portfóliós anyagokat befogadó dosszié	Barangoló füzet / invitáló brosúra	Információs füzet / Eseménynaptár	Egyéb turisztikai fájl / szóróanyag	WEBLAP	
TARTALOM az üzenet, küldetés megfogalmazása	Célja további információ gyűjtésére motiválni, a befolyásolás elindítása	Holder-ként használható, a további kiadványok rendszerező füzeteként	A térséget megszemélyesítő, az érzelmekre ható kiadvány	Pontos adatokat tartalmaz, általános ismertető információs csomag	Rövid motiváló anyag, kapcsolat		
FORMA az üzenetet hordozó anyag külső megjelenése	Szóróanyag jellegű, zsebre tehető	Hajtva A/4 méretű, benne tartó zsebekkel	A/4-es formátum	A/4-es formátum (önállóan is)	Kis méretű, zsebre tehető		

KONCEPCIÓ

EGYÉB MARKETINGESZKÖZÖK

✓ **Logo-program:** Logo pályázat kiírása, amely kettős előnnyel jár: egyrészt már maga a pályázat is hirdeti a térséget (Duna-szorost), másrészt a logo kidolgozását követően megkezdhető a piacosítás (trikókon, poharakon, kítűzőkön stb. való megjelenítés), amely azonnali bevételi forrást jelent, és további ismertséget biztosít. (Ennek lebonyolítását, menedzselését – levédetés, alkalmazási terveket, a logo és funkciójának médiákban való megismertetése - végezheti a Nagymarosi Turizmus Egylet. A Turizmus Egylet tulajdonosa lesz a promóciós jogoknak, és értékesítheti azokat koncessziós, vagy royalti formában.

✓ **Irányító táblák:** Az irányító táblák elhelyezése az egész Duna-szoros térségben együttes irányítás és design alatt kell, hogy megzülessen és a főkéletes összekapcsolódást, kell biztosítson a települések között. Bárholyan is érkezen a turista (személygépkocsi, komp, vasút) a táblák a mi általunk kívánt úton kell, hogy elvezessék a vendéget a központi információs forráshoz, ahol megismerkedhetnek a város, illetve a mikro-régió kínálatával. Az útvonalak vezetésével is ösztönözhetünk a fogyasztásra, valamint a település szégyenfolijairól elterüeljük a látogatókat.

✓ **Interpretációs táblák:** Az emberi kíváncsiság kielégítésére szolgáló táblák, melyek a tematikus túrák, az alkotó műhelyek, valamint a helyi építészeti emlékek bemutatására alkalmas eszközök. Az interpretációs táblák alkalmasak arra, hogy apróbb értékekre felhívjuk a látogató figyelmét.

✓ **Szuvenírek:** Az emléktárgyakat a turisták azért veszik, hogy a hely egy kis darabját haza vigyék és otthonukban ereklyéjükre rátekinthe újra fel tudják idézni az emlékeiket. Ezen cél kielégítése mellett fontos, hogy ezek a tárgyak az arculatformálásban is szerepet töltenek be, ezért kiemelt figyelmet kell fordítani arra, hogy csak a település és a Duna-szoros térség arculatához, identitásához jól illeszkedő minőségi termékek kerüljenek az árusok polcaira.

- ✓ Hírlevél
- ✓ Hazai és nemzetközi turizmuskonferenciákon való részvétel
- ✓ Lokális termékek, márkák kidolgozása, újjáélesztése
- ✓ Látvány műhelyek (open studiók) ismertető füzet (Nagymaros esetében a Turizmus Egyesület feladataként)
- ✓ Sajtókampányok / állandó jelenlét a médiában
- ✓ Helyi szokások / mesék-sztorik bemutatása
- ✓ Fotópályázat kiírása arculatlemek gyűjtésére, képeslapok kiadása

ÖSSZEGRZÉS

A NAGYMAROS FEJLESZTÉSPOLITIKÁJÁNAK KÖZPONTI GONDOLATA / RENSZERLOGIKÁJA

1. NÖVELNI A FEJLESZTŐERŐT

Több forrást teremteni

Növelni a helyi gazdaság-privát szféra hozzájárulását
Atomizált, elemi projektszintű „férfias” beruházások helyett

Hálózatosodni, összekapcsolódni és

Struktúrákat, pólusokat fejleszteni

Ehhez

2. INNOVÁCIÓ ÉS ERŐSSZEGZÉS

Szükséges. Ehhez pedig

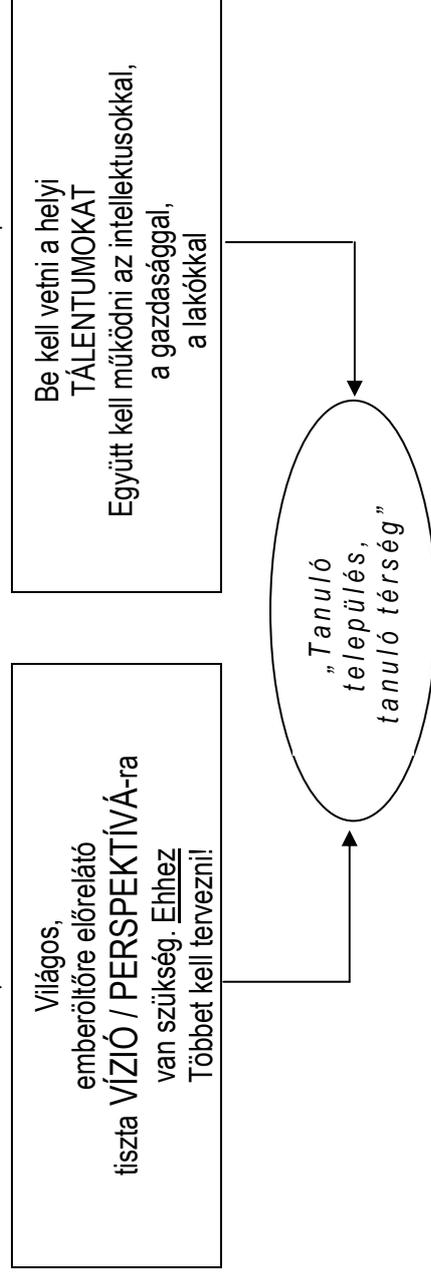
Koordinációra, stratégiai menedzselésre van szükség.

DINAMIZALNI, irányítani kell az átalakulást

a gazdasági szerkezetváltást!

Ehhez

*Irányt kell adni a történéseknek, a folyamatok jelenlegi
„folyékony halmazállapotát kell megváltoztatni.*



ÖSSZEZÉS

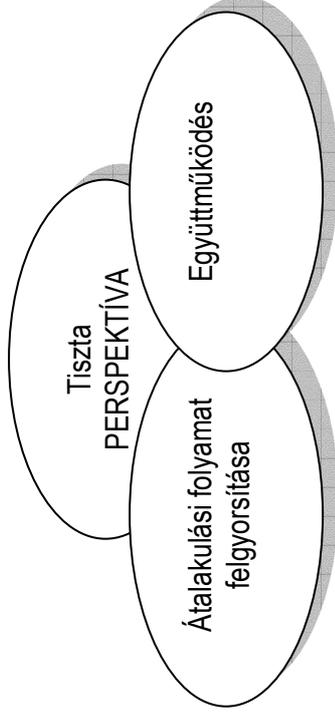
MIKRO-RÉGIÓ ÉPÍTÉS

Prosperáló „Duna-szoros agglomeráció” kialakítása

Elkülönülő településszintű, kisléptékű, versengő fejlesztésekkel a térség gazdasági versenyképessége nem fenntartható

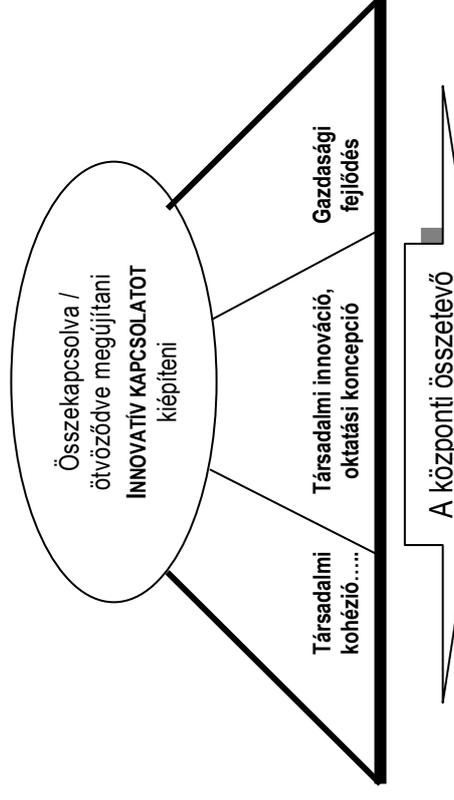
Ötvöződni-agglomerálódni kell tudni

Különálló településekből, darabokból ötvöződő városkörzet megszervezése a feladat



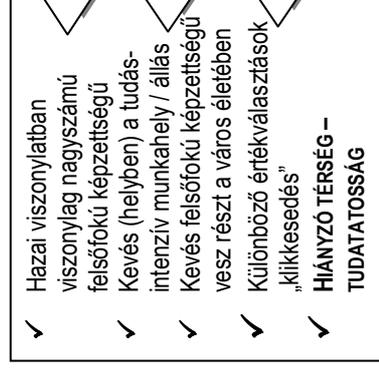
Új tudás-koncepció minta, mint a társadalmi kohézió gyorsítója
Nagymaros és térsége, mint társadalmi innovációs „laboratórium”

Kohéziófejlesztés / Innoválás



Tanuló település, tanuló térség

Megtanulni, hogy a Duna-szoros települései hogyan lesznek mikro-agglomerációvá egyben stimulálni az itt lakó talentumokat



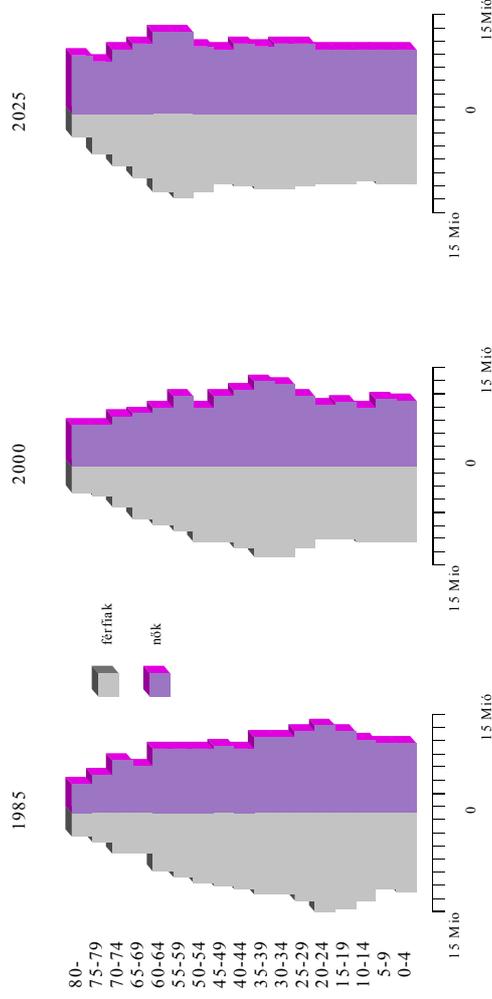
MELLÉKLETEK

I. MELLÉKLET

GLOBALIS, NEMZETKÖZI TRENDEK

Ahhoz, hogy a település összetett problémáit és felhasználható erőforrásait figyelembe véve a jövőre vonatkozó fejlődési irányokat kijelelhessük, szükséges a várható fejlődési irányok előrejelzése. Egy-egy adottság aszerint erőforrás vagy korlát, hogy a kereslethez hogyan viszonyul. Ehhez viszont helyesen kell látnunk a jövőbeni keresletet, amihez csupán feltételezések, prognózisok, illetve jövőkutatás útján juthatunk.

A jelen munka keretei nem teszik lehetővé, és nem is lenne célszerű az állandóan változó, izgó-mozgó környezet közepette egy nagy mélységű kutatómunka elvégzése a településre, mégis, hogy megítélhessük a terület erős és gyenge pontjait, szükséges egy rövid pillantást vetnünk az általános trendekre. Természetesen nem tudjuk az élet minden területére vonatkozó folyamatokat áttekinteni, ezért csupán azokat emeljük ki, amelyek a település és térsége fejlődése, fejlesztése szempontjából meghatározók lehetnek.



Korstruktúra változása

A népesség korstruktúrája eltolódik. Európában a korfa¹ karcsúsodik, ami annyit jelent, hogy a „Nagy Generáció” öregedésével a baby boom (Ratkó gyerekek 2000-ben 45-50 évesek voltak) idején születettek száma feltolódik a korfán és nem követik ezt hasonló ill. nagyobb számban a fiatalok.

Miközben a népességszám alig változik, meghatározó lesz a „karcsúsodás” következménye: a fiatalok, a „tornacipós generáció” beállítottsága, életstílusa, a változások idején 5-10 évesek ételvárási meghatározóak lesznek. Mivel kevesebben lesznek, „értékesebbé” válnak. A fiatalok kultúrája, divatjai, viselkedésmódja a középkorúak, sőt a nagyvárosi térségekben az érett korúak életformálására is kihatással vannak. Az alkalmazkodás, az átalakulás és a fejlődés által keltett feszültségek (a korábbi kulturájú idősök és az új kulturájú fiatalok között) fennmaradnak.

Összefolytnak a határok a gyerekkor és az ifjúkor között, éppúgy, mint az ifjúkor és a fiatal felnőttkor között. A fiatalok, mint az új társadalom és technika „szakértői”, mint a döntésekben részt vállalók a felnőtt társadalom arculatát fiatalossá alakítják. Az „érett generáció” arány növekedése meghatározóvá válik, a szabadidő értelmes felhasználásában fontos célcsoportot jelentenek. Belőlük kerül ki a népesség minden harmadik tagja. Szokásaik, beállítottságuk meghatározó lesz és a mindennapokat masszívan befolyásolni fogja. Meg kell szabadulnunk az eddigi „Nagyapó-Nagyanyó” képzetektől. A 60 év felettiek arány növekedése 44% lesz, aminek következtében az összlakosság 26%-át teszik ki (1985-ben 19% volt!) Ez csak Európában várhatóan több mint 100 millió nyugdíjas turistát jelent!

1 Demográfiai (népességvizsgálat) szakkifejezés a nők és férfiak korcsoportok szerinti ábrázolására

Végül de nem utójára az *életstílus* változásról:

- ✓ Minden tendencia arra utal, hogy a fogyasztás a továbbiakban is fontos szerepet fog betölteni, sőt a változás bizonytalanságaival, a kiszámíthatatlanná vált jövővel összefüggésben az élet értelmét az élvezetekben kereső életérzés következtében a fogyasztás még tovább növekszik.
- ✓ Az „Életérzés” viselkedés válik jellemzővé Nem egyszerűbben egy új kiadású, egyszervolt „Szép Kor” nosztalgikus megismétlése, hanem egy, a High-Tech-Korszak minden lehetőségével megvalósítható életigenlő és élvező „életstílus” korszak előtt! Az ember és a technika együttműködése, összjátéka teszi olyan sokszínűvé, virágzóvá ezt a fejlődést, amellyel összefüggésben az utolsó 5-10 évben új és egyre újabb (néha csak rövidéletű) áramlatok, szociális csoportosulások, új struktúrák alakultak ki.
- ✓ Hogy ennyi társadalmi csoportosulás létezik jelzi, hogy mennyire változatos, változó és meghatározhatatlan a környezet. Az igénycsoportokat már le sem lehet írni a klasszikus szakkifejezésekkel. Még hozzá sem szoktunk a yuppik-hoz (young urban professional people²) az öltönyös, csíkosinges-nyakkendős, jól kereső karrierista típushoz, „bankárfiókákhöz” már új, más fajta célcsoportok jelennek meg.

Munka / Szabadidő / Tanulás-képzés

- ✓ Egyre több vállalkozás helyezi a középpontba az embert. Ez több szabadságot, de egyben több felelősséget is nyújt a munkavállalónak. Az elkötelezett munkatárs kreatívabb és teljesítőképesebb, ezáltal a vállalkozás eredményesebb. A kreativitás és teljesítmény képzésen alapul. A holnapi képességek: képzettség, kreativitás és kommunikáció.
- ✓ A szociológusok szerint az önrendelkezés, a kezdeményező-készség jelentősége, az alkotó személyiség egyre hangsúlyozottabbá válik
- ✓ Már nem csak emberi erőforrásokról, hanem emberi tőkéről is beszélünk. A humán erőforrás az egyetlen termelő tényező, amelynek az utánpótlása nem korlátozott, mint a nyersanyagoké, vagy akár a tőkéé.
- ✓ A munka másmilyen lesz: magasabb értékű, termelékenyebb, rugalmasabb és gyorsabb. A szellemi munka jelentősége a jövőben megnő. Éppen ezért egyre fontosabbá válik, hogy fiatalok-képessé váljanak arra, hogy eleget tudjanak tenni a mindig nagyobb követelményeknek, kihívásoknak
- ✓ A munka kevésbé lesz azonosítható a munkahellyel, a képzés / oktatás az iskolával és a szabadidő kevésbé a szórakozással. A határok elmosódnak. A szabadidőben élmény és információgyűjtés, múzeumlátogatás, kulturális fejlődés, továbbképzés, stb. folyik, a munka otthon vagy „útközben” esetleg teleházakban történik.

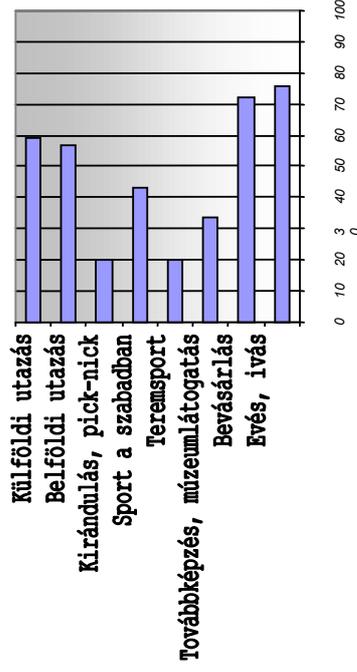
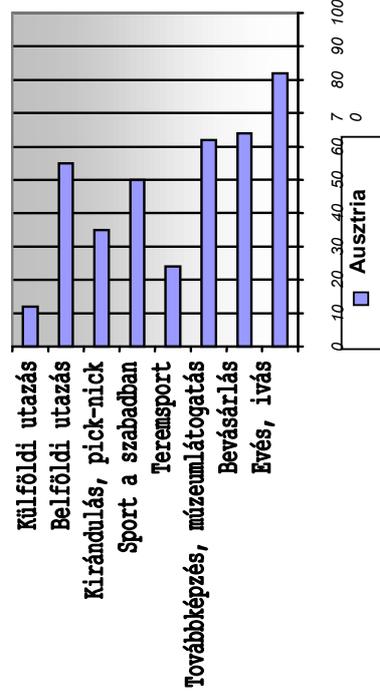
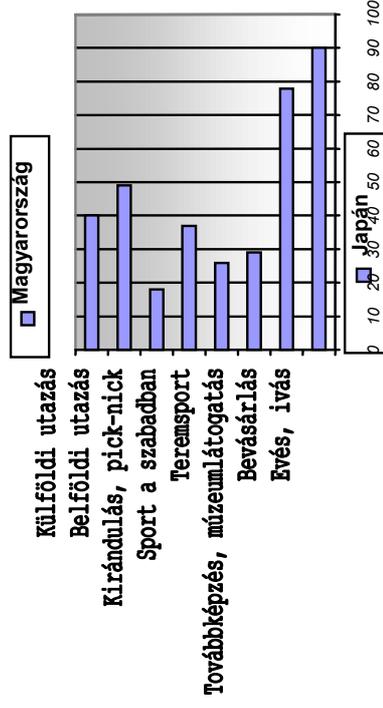
² fiatal városi hivatalnokok

- ✓ A környezet, mint natúra, mint „vadon” egyre ritkábbá, és így egyre értékesebbé válik. A természet és a természeti környezetbe való beágyazottság pozitív érték lett. A természet bár „ámékkül”, azaz nem lehet kitenni rá árcímkét, nem lehet az értékét meghatározni (legfeljebb - mint a védett madaraknak - eszmei értéket) mégis gazdasági értéké is vált. A környezetminőség, a természet-közelség pozitív gazdasági érték. Tehát nem is lehet ingyen (A környezet fenntartása is pénzbe kerül!) A kérdés az, hogy miként lehet olyan környezeti szolgáltatásokat teremteni, amelyek megfizethetők és rajtuk keresztül a természet értéke is ökonomiai értéké transzformálható? Itt vannak élvezeti értékek, és vannak információ-t jelentő értékek. Ezekből kell tudni olyan termékeket kifejleszteni, amelyekre a megfelelő mennyiségű kereslet megteremthető.
- ✓ A dilemma éppen az, hogy a táj mekkora mennyiségű használtót bír el anélkül, hogy elveszítené attraktivitását. (A Káli- medencének a Balaton-felvidéken ugyanezzel a dilemmával kellett, és kell szembenéznie, amikor a Művészetek Völgye esemény-sorozatot megszervezte, vagy amikor a vonzó kiadványokat előállította, illetőleg a barangolások kézikönyvet kidolgozta) A norvégok, franciák vagy japánok kialakítottak már erre megfelelő technikákat, így ma már tervezhető, kezelhető a probléma.

Kívánt és Nem kívánt szabadidő

- ✓ Akarva, akaratlanul az embereknek egyre több szabadideje lesz. Az egyre nagyobb termelési-igény következtében a Chaplin „Modern Idők” c. filmjében látott munkás-imázs tovatűnően van, és helyette egyre inkább keresik a munkaadók, vállalkozók az alkalmazottban az „Emberi Tőkét”. Ehhez egyre képzettebb, önmagát, képességeit ismerő egészséges és lelkiileg kiegyensúlyozott munkavállalókra van szükség.
- ✓ Gondoljuk végig, hogy átlag napi 90 millió óra szabadidővel kell tudnia az országnak értelmesen gazdálkodnia, Budapestnek kb. 15300000, Vácnak 300-320 ezer órával, a Duna-szoros térségének 270000, Nagymarosnak 40500 órával. Ez naponta 11250 napnyi értelmesen eltöltendő szabadidő-keresletet jelent csak a közvetlen környéken! Ezek nagyrészt ma máshol kerülnek kielégítésre.
- ✓ Ehhez szükséges a megnövekedett szabadidő hasznos, eredményes felhasználása, tehát előtérbe kerül a szabadidővel való bánás, gazdálkodás. Létrejön egyfajta szabadidő munkaeletika, ami azt jelenti, hogy a munkavállaló szabadidejében fejleszti magát, növeli humán energiáját, tőkét.

SZABADIDŐ ELTÖLTÉS MEGOSZLÁSA A KÜLÖNBÖZŐ ORSZÁGOKBAN



Kommunikáció és szállítás

✓ Az áruk szállításának jelentősége gyorsan csökken. A szállítási technológia fejlődésének hatása még szinte be sem látható távlatokat nyit a személyek szállításában. Az intelligens autók fejlesztése még csak éppen elkezdődött, a nagysebességű földi szállítás, a gyors, és kis követési távolságban közlekedő elővárosi rendszerek, az automatizált tömegközlekedés, mind elérhető közelségben lévő, már bevált technológiák. A decentralizáció tovább növeli a közlekedés igényét mind centrálisan (sugár irányban), mind orbitálisan (érintő, harántoló irányban).

✓ A kommunikációs igény növekedése előtérbe hozza az immateriális (ötlet és információ) szállítások elektronikus módjának kiteljesedését (telematikai rendszerek, videó-konferenciák, egy új virtuális világ, világháló jön létre önálló „törvényekkel”).

Technológia függőség

✓ A tudáshoz, információhoz, ötlethez jutásnak, a világ és az ember fenntartásának növekszik a technika-függősége. Apáink még a villanykapcsolóval ismerkedtek, ma már mindenki kis elektromérnök hozzájuk képest. Gondoljuk csak el, hogy kommunikációs kapacitásunk, vagy háztartásmenedzselési potenciálunk milyen elképesztő mértékben megnőtt az alkalmazott technikák következtében. Minden embernek meg kell tanulnia ezekkel a technikákkal értelmesen bánni, ezeket használni, kihasználni.

Tudás - és Információ- Gazdaság kialakulása

- ✓ A gazdaság súlypontja a primer forrásoktól (mezőgazdaság) vándorol az ipari termelésbe, majd a szolgáltatásokhoz és ma már tart a Tudás-iparba: tanácsadás, kutatás, ki- és továbbképzés és kommunikáció. Az „életfogytig tanulás” a jövőben meghatározó lesz, a változások felgyorsultak és ezt csak állandó továbbképzéssel lehet kompenzálni. Aki megáll, lemarad! Mindez a negyedik szektor gyors megerősödését hozza, az információszolgáltatás egyre nagyobb teret nyer. A „tudni, hogyan” eladható terméké válik. Az innováció a túlélést fogja jelenteni. A gazdaságnak innoválódnia kell!

Hatalom a tudás és kommunikációképeség által

- ✓ A hatalom a jövőben nem a teletulajdonon (feudalizmus) és a pénzen (kapitalizmus), hanem inkább a pszichikai tudáson, a karizmatikus képességen, a döntő mentális képességeken, a dialógusképességen, a kommunikálni tudáson fog alapulni.

Érték és jelentésrendszerek

- ✓ Mindezzel párhuzamosan megváltoznak az értékek. A tradicionális alapokkal, mint pl. a vallás, a tudomány, ellentétbe kerül annak megítélése, hogy mi a kívánatos és jó a jövő szempontjából (ezt hívjuk értékváltozásnak), illetve megváltozik lassan annak belátása, hogy mi az igaz (ezt hívjuk jelentésváltozásnak).



A kétfajta változás együttesen befolyásolja a világhoz való hozzáállásunkat, (fenntartható világ szemben a korábbi funkcionáló világgal), alakítja gondolkodás módunkat és kultúránkat. (A térségben folyó polémia a bevásárlóközpontok, hipermarketek helyességeiről, kívánatosságáról már ennek a jelentés és értékváltozásnak a terméke. A fogyasztás, az életigenlés hívói a változást akarók és a hagyományost megőrizni kívánók, a tradíciókban megállapodottak közötti örök értékvíta mai kivetülése. Ahogy Machiavelli mondta volt idestova 500 éve: „Aki megújítani akarna, mindazokat ellenségének tudhatja, akiknek a régi körülmények között jól ment”)

Az értékváltozás folyamatáról - Változások 3 fázisban elbeszélve

	1. fázis 18. századig	2. fázis 1970/75-ig	3. fázis 1975-től
Gazdaság meghatározó	Mezőgazdaság	Ipar	Információ
Ember meghatározó	Erő az Értelmem előtt	Értelmem az Intuiciónak előtt	Alkotás és Fejlesztés az Intuiciónak és Énnek köszönhető
Tudat	Növekvő	Szélesedő	Kiépülő
Gondolkodás	Irracionális és racionális	Túl racionális	Teljes
Irányultság	Múltba	Jelenbe	Jövőbe
Kapcsolat az Idővel	Sok idő	Semmi idő	Időtől független
Kapcsolat az Emberrel	Nyitott	Izolált	Spontán
Kapcsolat a Társadalomhoz	Csoportosodás	Tömeg	Szelektív hálózat
Környezetproblémák	Időjárás-katasztrófák	Vízszennyezés	Globális környezetszennyezés
Foglalkozás meghatározó	Természet	Gép	Informatika / robotok stb.
Munkavállaló	Földműves	Munkás	Alkalmazott / szabadfogl.
Munka értelme (primer)	Élelem	Pénz	Értelmem / kielégülés
Munka kifejeződése	Munka szabadidő nélkül	Munka szabadidő ellen	Szabadidő a munkának köszönhető
Foglalkozás tartam	Generációkon keresztül azonos	Életen keresztül azonos foglalkozás	Sok foglalkozás
Eredményesség alapja	Hódítás / öröklés	Pénz	Párbeszéd-kommunikátor
Szervezet	Autark (önellátó)	Központi	Decentralizált
Irányítás	Hősök	Hatalom / Autoritás	Karizma / Tudás
Hatalom	Kisebbség	Kevesen	Sokan
Információáramlás	Strukturálatlan	Fentről lefelé	Alulról felfelé
Info-áramlási problémák	Nincs képzés	Cenzúra	Túlsordul
Változások időigénye	Évszázadok	Több mint száz év	10-15 év



Mindezen a **6-10** jelentős (i) gazdasági, (ii) technológiai, (iii) demográfiai és (iv) politikai változáson túl - ami felöleli még a nemzetközi migráció³, a kelet-európai átalakulás, illetve a szállítási és információtechnológiák és információgazdaság fejlődésén túl az ideológia fejlődését, a fenntartható környezet és város, a szociális struktúrák körét - van egy kakukktojásnak tűnő elem, amelyet mindeztől nem hoztunk előtérbe, pedig nagyon jelentős szerepe van a jövőben éppen az információs társadalom kialakulása okán: és pedig ez a reklám és promóció következtében örténő fellendülés, azaz az ún. **BOOSTERISM**.



Ennek a marketing munkának a lehetőségei, felhasználása és a hatása Nagymaros fellendítésében már inkább a megvalósítás tervezésének területére esnek, de alapvetően fontos a búsztérizmus (boosterism) lehetőségeinek fel-, és elismerése, hiszen nagyrészt ezen alapul magának a stratégiai tervezésnek, a jövőképzésnek is a filozófiája.

³ népességvándorlás

MELLÉKLETEK

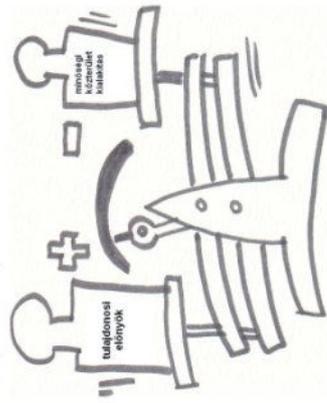
II. MELLÉKLET



Az Egyensúlyi Minősége

Lakóterületi érték és a terület
 (báboáérték -3,5 más F/L)
 lakóterületi adminisztráció

"újabb" (megújult) 60m2 területűek
 (érték -20áF/L)

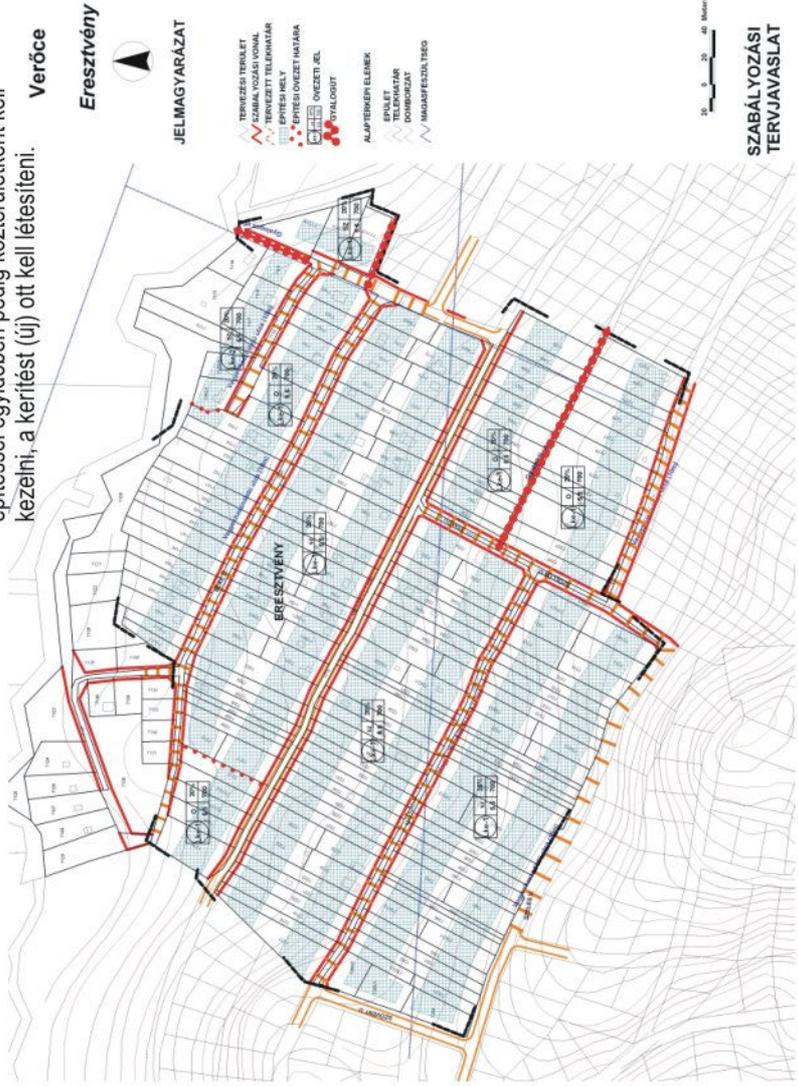


Magyarországi építési
 jogszabályok szerinti
 tervezés (E-100)
 Közvetítő központ (E-100)
 Szervezői feladatok kivételével

mi a folyamat?

amint:
 1.) a jelenlegi **tulajdonos** a telkét lakótelekként **értékesíti**, akkor az új tulajdonos már a tervben rögzített telekalakításnak megfelelő telek birtokosává válik (még akkor is ha az építkezést nem kezdi meg azonnal és így a kerítést stb. nem helyezi át rögtön)

2.) a jelenlegi **tulajdonos** megváltoztatja a telek használatát, azaz **lakótelekké nyilvánítást** (adómentesség) **kérvényezi**, vagy építési engedély kérelmet nyújt be lakóépület létesítésére, a jelenlegi bővítésére stb. vagyis funkcióváltásra. Abban az esetben a kijelölt terület a továbbiakban már közterületté válhat. Az új építéssel egyidőben pedig közterületként kell kezelni, a kerítést (új) ott kell létesíteni.



VERŐCE
Eresztvény

szabályozás és telekkonszolidáció

Verőce község Önkormányzata
 2621 Verőce, Árpád út 40.
 (27)350-033
 Szentesi Anikó főépítési
 tervező:
ECORYS Kft.
 1052 Budapest, Városház u. 3-5.
 (1)317-23-93
 info@ecorys.hu

2004. január



mi az érték növekedés?

mik a feltételek?

mi az eredmény?

jelenlegi állapot		
átlagos egységár (Ft/m ²)	minimális telekméret (m ²)	telekár (Ft)
5 000	750	3 750 000
területrendezés		
átlagos egységár (Ft/m ²)	leadott terület (m ²)	telekár (Ft)
5 000	50	250 000
átlagos útéptítés ár (Ft/m ²)	szükséges útéptítés (m ²)	útéptítés ára (Ft)
10 000	24	240 000
átlagos csatorna-éptítés ára (Ft/m)	szükséges csatornaéptítés (m)	csatornázás ára (Ft)
20 000	8	160 000
területrendezés ára összesen		650 000
fejlesztés utáni állapot		
átlagos egységár (Ft/m ²)	minimális telekméret (m ²)	telekár (Ft)
9 500	700	6 650 000
jelenlegi telekérték		3 750 000
fejlesztés költsége		650 000
fejlesztés utáni telekérték		6 650 000
egyenleg		2 250 000

telekosztás feltételei, új telekosztás esetén:

Beépítés:

beépíthető terület: 20%, (70% zöldfelület)

Telekméret:

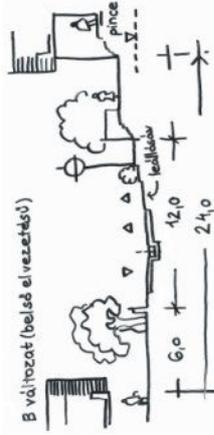
min. 700m²; max. 1400 m² teleknagyság

szabadonálló beépítés:

minimális telekszélesség: 16 m, minimális telekhosszúság: 40 m

oldalkertes beépítés:

minimális telekszélesség: 12 m, minimális telekhosszúság: 45 m



Lakóingatlan, melynek értéke

kb. a duplája (többletérték ~2.6 Míó Ft)

Nagyobb építhető épület (lakóépület)

Építési kölcsön lehetőség

Jogtisztá helyzet

Burkolt úthálózat (6 m széles)

Közvilágítás

Csatorna

Közművek szolgáltatói tulajdonba kerülnek

Szemétszállítás és hó-eltakarítás

Telekkonszolidációs folyamat

A terület rendezése önkéntes alapon történik.

• A telektulajdonosok **Keretmegállapodást** könek a jelenleg üdülő használatú telkek lakó-telekké alakítására.

• Az önkormányzat a **Keretmegállapodás** feltételeivel egyénileg minden tulajdonossal megállapodik.

A telkek átalakítása nem egy akció során, hanem folyamat keretében történik meg. A folyamatmat fordulópontra („springende punkt”) amikor a jelenlegi üdülőhasználat lakófunkcióvá alakul illetve tulajdonos változás történik.

részletesen:

Mindaddig, amíg a jelenlegi tulajdonos a jelenlegi üdülőfunkciójában használja a telkét, minden változatlan marad, (beleértve a kerítést, ill. Vizóraakna helyét, stb.) azaz a tervben közterületnek kijelölt terület nem válik közterületté.

JAVASOLT

TELEKKONSZOLIDÁCIÓ

MELLÉKLETEK

III. MELLÉKLET

Alapító okirat

(tervezet)

„Nagymarosi Turizmus Egyesület”

A Nagymarosi Turizmus Egyesület tagjai az egyesületi jogról szóló 1989. évi II. törvény alapján működő demokratikus önkormányzattal működő, politikamentes társadalmi szervezetet hoznak létre Nagymaros Város idegenforgalmi potenciájának fellendítése, egy fenntartható turizmusgazdaság feltételeinek megteremtése érdekében.

1 §

- (1) Az egyesület neve: Nagymarosi Turizmus Egyesület
- (2) Az egyesület székhelye: 2626 Nagymaros.....
- (3) Az Egyesület határozatlan időre jön létre. Az Egyesület nyitott, ahhoz bárki szabadon csatlakozhat
- (4) Az Egyesület tevékenységét
- (5) Az Egyesület bélyegzője:

2 §

(1) Az Egyesület célja:

- Jól átgondolt, hosszú távon is életképes turizmus-termék kialakításának, megteremtésének elősegítése
- A helyi értékek piaci értékesítésének elősegítése
- A kereskedelem és a szolgáltatás színvonalának javítása, minőségi, a település arculatához jól illeszkedő kínálati spektrum kialakítása
- A kereskedelem és a vendéglátás területén tevékenykedő helyi vállalkozók összefogásának, együttgondolkodásának elősegítése
- A hiányzó turizmus-szakértelem megteremtésének elősegítése
- Vendégváró, kulturális programkínálat bővítése

(Az angol Trust-ok – bizományosi szervezetek – mintájára, de a hazai szabályozás figyelembevételével kidolgozott gondolatindító javaslat)

- Egységes turizmus adatbázis létrehozása és frissítése, folyamatos kereslet-piaci elemzés készítése
- Az ideérkező turisták hatékonyabb informálása érdekében aktív marketing-tevékenység folytatása (Turafüzet / Barangoló kiadvány, térképház, információs iroda felállítása stb...)

(2) Az Egyesület a fent megfogalmazott célokat az alábbiak segítségével éri el:

- A fejlesztésekhez finanszírozási forrásokat szervez, pályázatokon vesz részt
- Információs és propaganda tevékenységet végez
- Közreműködik a rendezvények szervezésében, illetve felkarolja és támogatja az új kezdeményezéseket
- A turisztikai törekvéseket és érdekeket támogatja
- Részt vesz a turizmus infrastruktúra fejlesztésében

3 §

(1) Az Egyesület tagja lehet az a természetes vagy jogi személy, aki a belépési nyilatkozat kitöltésével és aláírásával elfogadja az Egyesület Alapszabályzatát, célkitűzéseit, valamint rendszeresen részt vesz az Egyesület munkájában. A tagsági viszony a tagdíj befizetésével, a belépési nyilatkozat kitöltésével és aláírásával jön létre.

(2) Egyesületi tag lehet:

- Alapító tag
- Rendes tag
- Tiszteletbeli tag
- Pátrólo tag (jogi személy)

(3) A tagsági viszony megszűnése:

- Kilépéssel
- Kizárással*
- A tag halálával vagy jogi személy esetén jogutód nélküli megszűnéssel

* Amennyiben a kizárás elleni határozat ellen az Egyesületi tag a Taggyűléshez fellebbez, vagy a Taggyűlési Határozat ellen bírósági panasszal él, a fellebbezési időszak alatt, illetve a panasz elbírálásáig a tagsági viszony szünetel.

(4) A kilépési szándékot az Elnökséghez írásban kell benyújtani, amely csak a kereskedelmi év lejártaát követően válhat érvényesé.

4 §

(1) *Alapító tag* az a természetes vagy jogi személy, aki az Egyesületbe 2005.-ig belépett. Az Alapító tagok fogalmazzák meg, hozzák létre az Egyesület Etikai Kódexét.

(2) *Rendes tag* az, aki az 1 § (2) és (3) bekezdése alapján részt vesz az Egyesület munkájában, és eleget tesz tagdíjfizetési köteletségének.

(3) *Tiszteletbeli tag* az, akit az Elnökség az Egyesületben kifejtett munkája alapján annak választ.

(4) *Pátrólo tag* az a természetes vagy jogi személy, amely az Egyesület anyagi támogatását vállalja együttműködési megállapodás alapján.

5 §

(1) A tagoknak az 5 § (2) bekezdésében meghatározott kategóriák szerint tagdíjat kell fizetniük, melynek összegét az Egyesület Taggyűlése határozza meg.

(2) A tagdíj vonatkozásában az alábbi kategóriák különböztetendők meg.

- A.) Vendéglátóipar
- Szállásférőhelyek
 - Fízetővendéglátás
 - Vendéglátás
- B.) Kereskedelem
- Nagykereskedelem
 - Kiskereskedelem
 - Kiszpar

C.) Önkormányzat

D.) Egyéb közintézmény

E.) Magánszemély

F.) Egyéb

AZ EGYESÜLET SZERVEZETI FELÉPÍTÉSE**6 §**

Az Egyesület az alábbi szervezetekkel rendelkezik:

- a.) Taggyűlés
- b.) Elnökség

7 §

A Taggyűlés

- (1) Az Egyesület legfőbb döntéshozó szerve a Taggyűlés
- (2) A Rendes Taggyűlést a hatékony előrehaladás értelmében negyedévente kell összehívni, melynek időpontjáról a tagokat előzetesen írásban kell értesíteni.
- (3) Rendkívüli Taggyűlést kell összehívni:
 - a.) ha bármilyen okból az Elnökség ezt szükségesnek tartja
 - b.) ha a rendkívüli Taggyűlés összehívását az Egyesület tagjainak több, mint egyharmada – a napirend pontos megjelölésével – írásban kéri az Elnökségtől.
- (4) A rendes és rendkívüli Taggyűlést (továbbiakban: Taggyűlés) az Egyesület Elnöke hívja össze. Az írásbeli meghívó tartalmazza a taggyűlés helyét és időpontját, valamint annak napirendjét.
- (5) A Taggyűlés határozatképes, ha azon az alapító és rendes tagoknak legalább a fele megjelent. A Taggyűlésen tanácskozási joggal a pártoló és tiszteletbeli tagok is részt vehetnek.
- (6) Határozatképtelenség esetén a Taggyűlést ugyanazon napirendi javaslattal 8 napon belül újra össze kell hívni. A Taggyűlés ekkor - a megjelentek számától függetlenül – mindenképpen határozatképes.
- (7) A Taggyűlésre szóló meghívást a Taggyűlés előtt legalább 15 nappal korábban meg kell küldeni az Egyesület tagjai számára.

8 §

- (1) A Taggyűlést az elnök, akadályoztatása esetén az alelnök, amennyiben ő is akadályozva van a főtítkár vezeti.
- (2) Napirenden kívüli kérdések megtárgyalása és a napirend esetleges módosítása felől a Taggyűlés nyílt szavazással, egyszerű szótöbbséggel dönt.
- (3) A Taggyűlésről minden esetben jegyzőkönyvet kell vezetni, amelyet az elnök, valamint a Taggyűlés által kijelölt két tag aláírásával hitelesít.
- (4) A jegyzőkönyvnek tartalmaznia kell a Taggyűlés helyét és idejét, a megjelentek számát (jelenléti ív mellékelve), a határozatképesség (vagy határozatképtelenség) megállapítását, a napirendi pontokat, az elhangzott felszólalások, hozzászólások érdemi részét és a határozattételi javaslatokat.
- (5) Az Egyesület Taggyűlésén résztvevő tag kérheti hozzászólása írásbeli anyagának jegyzőkönyvhöz történő csatolását.
- (6) A jegyzőkönyvek megőrzéséről az Elnökség gondoskodik. A jegyzőkönyvek 25 évig nem selejtezhetők.

9 §

- (1) A Taggyűlés a határozatait általában nyílt szavazással és egyszerű szótöbbséggel hozza. Minden tag egy szavazattal rendelkezik.
- (2) Titkos szavazást kell elrendelni, amennyiben ezt a Taggyűlés résztvevőinek több, mint egyharmada kéri. Jelen bekezdésben foglaltakat kell irányadónak tekinteni személyi kérdések tárgyalása során is.

10 §

- (1) A Taggyűlés kizárólagos hatáskörébe tartozik:
 - a.) az Elnökség éves jelentésének elfogadása
 - b.) a pénzügyi beszámoló elfogadása
 - c.) a következő év munkaprogramjának elfogadása
 - d.) a költségvetés elfogadása
 - e.) a tagdíj megállapítása
 - f.) a pártoló taggal (tagokkal) kötött megállapodások elfogadása
 - g.) az Egyesület tulajdonát képező ingatlan elidegenítése, megterhelése
 - h.) döntés az Egyesület aktív vagyonának hovatartozása felől
 - i.) döntés más egyesülettel, egyesületekkel való egyesülés felől
 - j.) az alapszabály megváltoztatása, módosítása, kiegészítése
 - k.) az Egyesület tisztviselőinek megválasztása
 - l.) az Egyesület feloszlásának kimondása
- (2) A kizárólagosan Taggyűlési hatáskörbe tartozó ügyek közül – a g.) h.) i.) l.) pontokban foglalt eseteket kivéve – a hatáskört átruházhatja az Elnökségre. Az átruházott hatáskörű ügyekben hozott döntésekről az Elnökség beszámoló a Taggyűlésnek.
- (3) Az (1) bekezdésben meghatározott ügyekben – a g.) h.) i.) j.) és l.) pontok kivételével a Taggyűlés egyszerű szótöbbséggel dönt.
- (4) Az első bekezdés g.) h.) i.) j.) és l.) pontjai esetében a Taggyűlés kétharmados szótöbbséggel határoz.

11 §

Az Elnökség

- (1) Két Taggyűlés között az Egyesület ügyeit az Elnökség intézi.
- (2) Az Elnökség az 5 § (2) második bekezdésében felsorolt érdekszférák, szakterületek tagjaiból delegált személyekből áll, akiket az egyes érdekszférák képviselői javaslata alapján a Taggyűlés választ. Az Elnökség létszáma fő.
- (3) Az Elnökség tagjai közül javaslatot tesz az elnök és az alelnök személyére.
- (4) Az Egyesület tisztségviselői , valamint az Elnökség tagjai tevékenységüket ellenszolgáltatás nélkül végzik és tevékenységükkel végső soron a Taggyűlésnek tartoznak felelőséggel. A tisztségviselőknek az Egyesület ügyeinek intézése kapcsán felmerült és indokolt kiadásait az Egyesület megtéríti.
- (5) Az Elnökség szükség szerint, de legalább havonta tart üléseket. Az Elnökségi üléseket az elnök hívja össze. A meghívókat az ülés előtt legalább nyolc nappal ki kell küldeni. Az elnökségi ülés meghívójának tartalmaznia kell az ülés helyét, pontos időpontját és a tervezett napirendet.
- (6) Rendkívüli elnökségi ülést legalább az elnökségi tagok 50%-ának írásbeli kérésére kell összehívni. Az ilyen kérésnek tartalmaznia kell az ülés javasolt napirendi változatát is.
- (7) Az elnökségi ülés határozatképes, ha legalább az elnökségi tagok 50%-a jelen van.
- (8) Határozatképtelenség esetén az elnökségi ülést ugyanazon napirenddel nyolc napon belül össze kell hívni, ám ebben az esetben az ülés a megjelentek számától függetlenül határozatképes.
- (9) Az elnökségi ülést a 8 § (1) – (5) bekezdéseiben foglalt rendelkezéseket értelemszerűen kell alkalmazni.

12 §

- (1) Az Elnökség feladat és hatáskörébe az alábbiak tartoznak:

- a.) előkészíti és a Taggyűlés elé terjeszti
 - az éves jelentést
 - a pénzügyi beszámolót
 - a következő év munkaprogramját
 - a költségvetés tervezetét
- b.) végrehajlja a Taggyűlés által elfogadott éves költségvetésben foglalt feladatokat.
- c.) az Egyesület üzleti tevékenységének előkészítése
- d.) nyilvántartja az Egyesület tagjait
- e.) kezeli az Egyesület vagyonát
- f.) a Taggyűlés által megszabott normák alapján az egyes tagok pénzügyi hozzájárulásának megállapítása
- g.) a költségvetésben nem szereplő rendkívüli kiadások engedélyezése a Taggyűlés felé történő utólagos beszámolási kötelezettség mellett.

- (2) A fenti feladatok ellátása érdekében az Elnökség a Taggyűlés által elfogadott éves költségvetés felett rendelkezik.

13 §

- (1) Harmadik személlyel szemben az Egyesületet az Elnök képviseli, ő irányítja továbbá az elnökségi üléseket, valamint a Taggyűlést. Az elnököt hivatalból az Alelnök képviseli. Az elnök ezen jogosultságát esetenként másra is átruházhatja, de a megbízott tevékenységéért azzal egyetemlegesen felel.

- (2) Az Egyesület elnöke az elnökségi ülések közötti időben általános ügyvezetőként végzi tevékenységét. Ebben az időszakban hozott döntéseiért az elnökségnek beszámolni tartozik.
- (3) Az Elnök az előző bekezdésben biztosított hatáskörében tett minden tevékenységéért a Taggyűlésnek felel.

PÉNZÜGYI ELLENŐRZÉS

14 §

- (1) A Taggyűlés legalább három tagú ellenőrző bizottságot választ.
- (2) A Pénzügyi ellenőrző bizottság teljes körűen ellenőrzi az Egyesület pénzügyi és könyvelési tevékenységét és arról írásos jelentést készít a Taggyűlés számára. Az elszámolási és az egyesületi év megegyezik a naptári évvel.

ZÁRÓ RENDELKEZÉSEK

15 §

- (1) Minden olyan kérdésben, amelyről jelen alapítólevél nem rendelkezik, de a rendelkezéseinek értelmezése tekintetében vita támad, a Magyar köztársaság Alkotmánya, és az egyesületi jogról szóló 1989. évi II. tv., illetve a Polgári Törvénykönyv rendelkezései az irányadók.
- (2) Ez az alapítólevél az alakuló ülés által történt elfogadás napján lép hatályba.

Nagymaros, 2005.

Hitelesítők:

.....