



EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



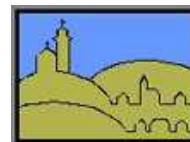
**„A Kneipp össeköt – Határon átnyúló egészség-
és turizmusfejlesztés a klasszikus Kneipp
természetgyógyászat jegyében” projekt**

MARKETINGSTRATÉGIA





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



Tartalomjegyzék

1. Mi is az a marketingstratégia?	4. oldal
2. Vezetői összefoglaló	5. oldal
3. Helyzetelemzés	8. oldal
3.1. A Vasvári Kistérség bemutatása	8. oldal
3.2. A Vasvári Kistérség demográfiai mutatói	10. oldal
3.3. A Vasvári Kistérség jellemzői és turisztikai adottságai	13. oldal
3.4. A Vasi-Hegyhát kiemelt turisztikai vonzerői	18. oldal
3.5. Népegészségügyi adatok, egészségmegőrzés	23. oldal
3.6. Az egészségturizmus jellemzői, az egészségpiac	25. oldal
4. Célcsoportok meghatározása	27. oldal
5. Fejlesztési helyszínek bemutatása	30. oldal
5.1. Hegyháti Kneipp Térség	30. oldal
5.2. Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritztal	34. oldal
6. Szolgáltatások bemutatása	38. oldal
6.1. A Kneipp története	38. oldal
6.2. A Kneipp-módszer alappillérei	40. oldal
6.3. A Kneipp-szolgáltatások bemutatása a hozzájuk kapcsolódó üzenetekkel	41. oldal
7. SWOT-ELEMZÉS	45. oldal
7.1. SWOT-ELEMZÉS (Hegyháti Kneipp Térség)	45. oldal
7.2. SWOT-ELEMZÉS (Mittleres Feistritztal Kneipp Aktiv Park – az osztrák partner által készített elemzés)	48. oldal
8. Marketingkommunikáció	50. oldal
8.1. Kommunikációs stratégia	50. oldal
8.2. A marketingkommunikáció során használt publikációs eszközök, és ezek jellemzői	59. oldal
8.3. A sajtóval való kapcsolattartás legfontosabb eszközei és ezek részletes bemutatása	61. oldal
8.4. Közös marketingkommunikáció	66. oldal
8.5. Marketingtevékenységek időzítési terve	67. oldal
8.6. Értékelés	68. oldal
9. Rövid- és hosszú távú célok, lehetőségek	69. oldal



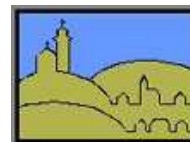


EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



Ábrák jegyzéke	75. oldal
Táblázatok jegyzéke	75. oldal
Fotók jegyzéke	76. oldal
Hivatkozások jegyzéke	76. oldal
Egyéb felhasznált irodalom	77. oldal





1. Mi is az a marketingstratégia?

A marketingtervezési folyamat egymással összekapcsolódó lépések sorozata, amelynek végeredménye a marketingstratégia.

A marketingstratégia azokat az egymáshoz illesztett, összehangolt cselekvési lehetőségeket jelenti, amelyeket a vállalat alkalmazhat a céljai elérése érdekében. A marketingstratégiát négy alapösszetevőre oszthatjuk fel:

a, üzleti környezet elemzése

b, célpiac kijelölése (mindazoknak a homogén csoportoknak az összessége, amelyet a szolgáltatásokkal el szeretnénk érni)

c, marketing-mix kialakítása (azoknak az eszközöknek az összessége, amelyekkel a célpiacon sikeres lesz a működés)

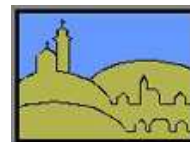
d, a tervek megvalósítása.

A marketingstratégia tehát egy általános terv arra vonatkozóan, hogy mit szeretnénk elérni adott célpiacon, továbbá ennek érdekében mit szándékozunk tenni a marketing-mix elemekkel. A marketingterv pedig magában foglalja a megvalósítási lépéseket, ezek sorrendjét, valamint az elérésükhöz szükséges időt.

A marketingstratégia egyesíti a marketing összes feladatát. A marketingstratégia tartalmazza a marketingcélok meghatározását, a célok eléréséhez szükséges eszközöket, valamint azt a folyamatot, ahogy a célokat elérik.

Marketingstratégiánk kidolgozásakor a **vezetői összefoglaló**ban kiemeljük a projekt országon átívelő szerepét, bemutatjuk az együttműködő partnereket, a **helyzetelemzés** során bemutatjuk a kistérségi turisztikai folyamatokat, a közvetlen makro-környezetet. Ezután következik a **célcsoportok**, majd a **fejlesztési helyszínek bemutatása**, amihez szorosan kapcsolódik az ottani turisztikai vonzerő is. A **szolgáltatások bemutatása** során szólnunk a Kneipp módszerről, a szolgáltatások megjelenési formáiról, és élettani hatásukról, valamint a hozzájuk kapcsolódó, az egész projekten átívelő üzenetek jelentőségéről. A **SWOT-elemzés**ből kiderül, hogy mi jelenti a projekt erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit, és veszélyeit, nemcsak magyar, hanem az osztrák partner szemszögéből is. Szólnunk a **marketingkommunikáció** elemeiről, majd zárásként a **rövid és hosszú távú célokról**, lehetőségekről, nemcsak a Vasi Hegyháton, hanem a Kneipp Aktiv Park Mitterles Feistritztal területén is.





2. Vezetői összefoglaló

Az osztrák-magyar ETE program keretei között megvalósítandó, - **„A Kneipp összeköt”** című projekt keretein belül a **Vasi Hegyhát Kistérség 13 településének területén** (18 helyszínen) kerülnek elhelyezésre különböző Kneipp műtárgyak.

A falvakat egybekapcsoló tematikus útvonal lehetőséget ad arra, hogy a térségbe látogatók a Kneipp-rendszer 5 elemére épülő rekreációs programon vegyenek részt, és mindeközben megismerjék a Hegyhát természeti-építészeti értékeit is.

A projekt által érintett 13 település a következő: Bérbaltavár, Csehimindszent, Gersekarát, Győrvár, Hegyhátszentpéter, Kám, Mikosszéplak, Oszkó, Petőmihályfa, Rábahídvég, Szemenye, Vasvár, Alsóújlak.

A térségen átívelő tematikus út úgynevezett „Kneipp objektumokra” (Kneipp attrakciókra) van felfűzve. Ezek az alábbi közös jellemzőkkel bírnak: kialakításuk többnyire a településeken belül, valamely látogatottabb közterületen történik (pl. templom, iskola, óvoda, sportpálya közelében). Néhány esetben az elhelyezés valamely turisztikailag már látogatottabb vonzerőkhöz kapcsolódik (pl. Jeli Arborétum, Oszkói Szőlőhegy, Vasvár – Szentkút völgy).

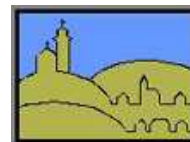
A projekt célja olyan szolgáltatások meghonosítása a térségben, amely mindenki számára elérhető, és a lakosság egészségügyi helyzetének javítását szolgálja. Míg a manapság egyre inkább teret hódító fitness és wellness szolgáltatások nem kevés pénzbe kerülnek, addig a falvakban kialakítandó Kneipp attrakciók mindenki számára ingyenesen igénybe vehetők.

A Kneipp-tanok elterjedése hozzájárul az aktív egészségmegőrzéshez, a vendégéjszakák számának növeléséhez, a falusi turizmus fejlődéséhez. A pihenőparkok a stresszmentes kikapcsolódás helyszínei lehetnek, ahol Kneipp objektumok épülnek. Ilyenek többek között a könyöklő, lábáztató, taposó, vizes játszótér, gyógynövénykert, táplálkozási piramis, labirintus, meditációs szék, inhalátor ház, stb. Ezen elemeknek nagy szerepe van az egészséges életmódra nevelésben, a pihenésben, a belső egyensúly megteremtésében. A helyszíneken minden korosztály megtalálja a számára vonzó kikapcsolódási formát, amely egyúttal egészségének megőrzését is szolgálja. Ezek alapján elmondható, hogy szinte mindenki célcsoportja a projektnek, a legkisebbektől az idős korosztályig, akinek fontos az egészsége, szereti a természetet, a hagyományos





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



értékeket, legyen az akár a térségben élő, vagy belföldi turista, akár külföldről ide látogató.

A projekt marketingstratégiájának alapja, hogy aktívan támogatni kell a szomszédos országokkal való közös marketinget. Ennek előzményeként előzetes megállapodás született osztrák hasonló profilú kistérségekkel az általuk ismert KNEIPP és náluk alkalmazott gyógy-kultúra alapján létrejövő közös együttműködésről, beleértve a vendégek cseréjét is. Az **osztrák partner a kelet stájerországi Mittleres Feistritzal Kistérség** 13 falujával. Náluk a projekt célja elsősorban az volt, hogy megismertessék az emberekkel a Kneipp tanokat, és ez által egy újfajta élményt nyújtsanak számukra, amellyel az egészségmegőrzésre helyezhetik a hangsúlyt. A projekt szükségessé tette a falvak közötti kommunikációt, és a polgármesterek közti együttműködést. A létesítmények megvalósulása után (2004-2006) 50 „Aktiv Klub” működik a térségben, kb. 4000 látogatót regisztráltak, több nyugdíjasklub és turistacsoport is ellátogatott a községekben lévő attrakciókhoz, és több Kneipp-rendezvénynek is otthont adott a hely.¹ (Ezen információk a két ország együttműködését szolgáló 2010. december 10-ei szakmai fórumon hangzottak el Hirnsdorfban - *A Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritzal bemutatása és az átalakítás tapasztalatai*, Wkfm. Gerd Krakowitzner, Kneipp Landesverband Steiermark ügyvezetője)

Az osztrák partnerrel már 3 éve megindult az **együttműködés**, amelynek célja a **Hegyhát Kneipp térséggé való fejlesztése, közös szakmai munka** megvalósítása **az egészség-megőrzésre és a természet-közeli turizmusra épülő rendszer népszerűsítése**.

Az eltelt időszakban több alkalommal került sor tapasztalatcserére, szakmai tanulmányutakra. Osztrák szakemberek elképzeléseit is tükrözi az a tematikus útvonal-javaslat, amelynek kialakítása jelen projekt keretében megvalósításra kerül.

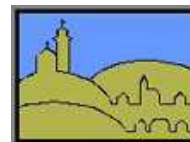
Közös szakmai fórumon találkozhattak egymással a projektben résztvevő felek (Hirnsdorf, 2010. december 10.), ahol a szakmai tapasztalatok átadásán kívül az osztrák fél is jobban megismerhette a Vasvári Kistérség egészségügyi helyzetét, ahol a Kneipp-attrakciók kialakításra kerülnek.

¹ A Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritzal bemutatása és az átalakítás tapasztalatai című előadás alapján, Wkfm. Gerd Krakowitzner – Kneipp Landesverband Steiermark ügyvezetője, Szakmai Fórum, Hirnsdorf, 2010. december 10.





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



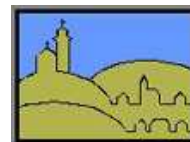
A **közös marketingstratégia** szempontjából hangsúlyozni kell, hogy a projektben résztvevő partnerek közös értékeket képviselnek, de meg kell tartaniuk nemzeti sajátosságait is.

Közös értékek, feladatok, amelyeket mindkét félnek hangsúlyozni kell:

- fontos, hogy a lakosság a gyakorlatban szembesüljön az egészségmegőrzés legegyszerűbben, helyben tapasztalható eszközeivel,
- már gyermekkorban el kell kezdeni az egészséges életmódra nevelést, a Kneipp-tanok bemutatását (óvodákban, iskolákban),
- szükség van az egészségügyi személyzet képzésére (asszisztensnők, ápolónők, orvosok),
- a kommunikációban az egészségmegőrzésre, a betegségek megelőzésére, az életminőség javulására kell helyezni a hangsúlyt, csak másodsorban a gyógyulásra/gyógyításra,
- a természetes életmódhoz való visszatérés egyidejűleg a környezetszennyezés/környezetterhelés visszaszorítását is magában foglalja,
- turisztikai vonzerőt jelent, ha ezek az objektumok a települések szívében, jól látható, gyakran látogatott helyen létesülnek,
- a víz hatása különleges hatást kölcsönöz az egyes elemeknek, a víz tiszteletét hangsúlyozni kell,
- ki kell emelni a projekt gazdasági nyereségét: egészségügyi mutatók javulása, új munkahelyek létrejöttének lehetősége,
- szükséges a Kneipp műtárgyak hatásainak elemzése és ismertetése az ott élő lakosság számára, főleg az egyéni egészségügyi öngondoskodást hangsúlyozandó, illetve az egészségügyi turizmusra gyakorolt hatásának kiemelésével.

A projekt által képviselt értékek, elvek között több olyan is szerepel, amelyet nem lehet közösen megfogalmazni, egységesen alkalmazni, mivel a magyar műveltség a Joseph Kneipp által felismert tanok és módszerek egy részét a mai napig saját **népi hagyományaiban** is őrzi. Mindezzel közelebb vihetjük az emberekhez a módszert, ugyanakkor tudatosíthatjuk, hogy nem egy idegen „újdonságról”, hanem a népi gyógyászatban évtizedek óta alkalmazott módszerekről, egészségmegőrzéssel, betegségmegelőzéssel kapcsolatos lehetőségekről van szó.





3. Helyzetelemzés

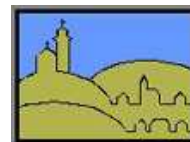
3.1. A Vasvári Kistérség bemutatása

A Kistérségi Portál (Egy portál a kistérségeknek www.nydregio.hu) adatai alapján a **Vasvári Kistérség** Vas megye déli részén helyezkedik el, 474 km² területtel a megye harmadik legkisebb kistérsége. Összesen **23 település**, ebből egy város (Vasvár) és 22 község alkotja. (1. ábra) Relatív földrajzi fekvése hazánkban belül szerencsés, amennyiben a Nyugat-Dunántúlon, viszonylag közel az osztrák és szlovén határhoz helyezkedik el, igaz jelentős távolságra a fővárostól. Ugyanakkor viszont Vas megyén belül bizonyos értelemben periférián, amennyiben a legdinamikusabb pólusoktól (Szombathely - Kőszeg térsége, Sárvár) viszonylag távol, s több pólus vonzáskörzetének peremén van. Mindez - különösen az erősebb vonzások érvényesülése - azt jelenti, hogy az elmúlt évtizedben nem kellőképpen érvényesültek az Ausztriához közeli fekvés előnyei, viszont regionális besorolása alapján a kistérség megítélése - a realitásoktól kissé elszakadó módon - országosan kedvező volt. Mindebből az következik, hogy a kistérség fejlődése nem követte (komoly erőfeszítések és jelentős eredmények ellenére) a régió és Vas megye fejlődésének ütemét, attól kissé elmaradt, így pozíciója a régióon belül romlott.

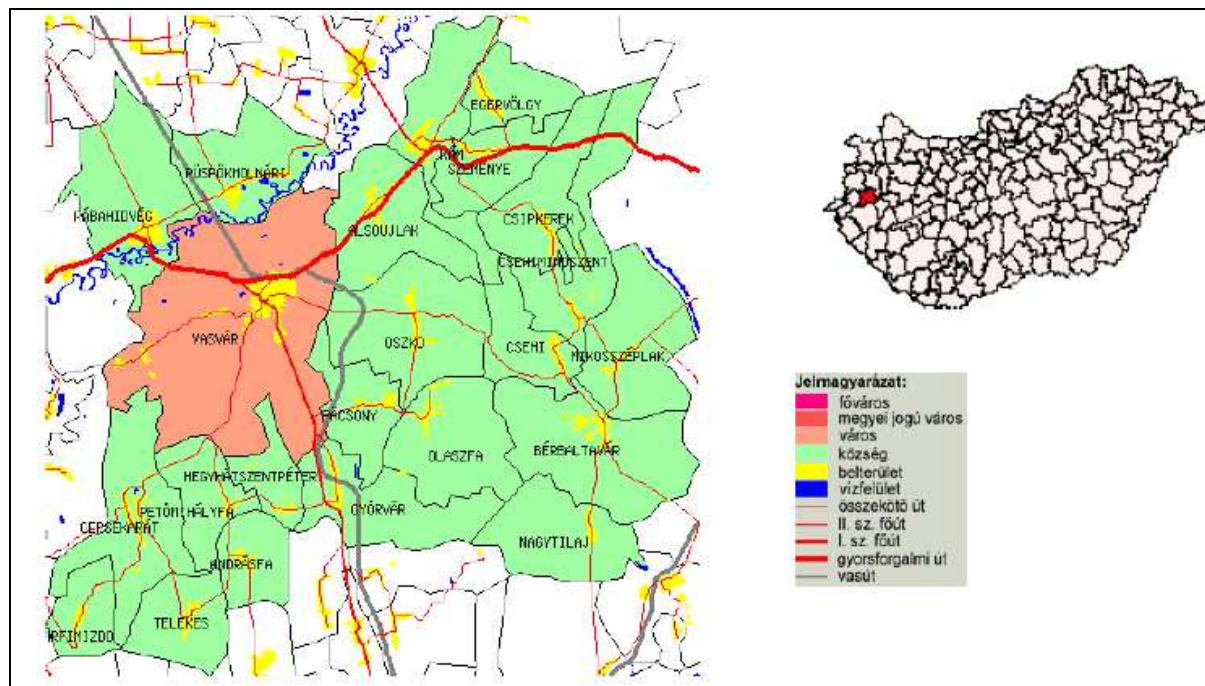
A térség megközelíthetősége alapvetően jónak mondható. Északi határán halad a 8-as főút, melyet az Alpok és a Balaton között haladó észak-déli nemzetközi utak Kámnál, illetve Vasvárnál kereszteznek. A közutak burkolatának minősége, - főként a kisforgalmú, településeket összekötő utak esetében - jelentős kívánnivalót hagy maga után. A vasúti megközelítés Szombathely irányából megfelelőnek mondható, az állomások közül Vasvár, és Pácsony esetében jelentősebb az utas-, illetve a teherforgalom. (a 8-as főút közvetlen közelségében található Vasvári vasútállomás térségi logisztikai csomóponttá történő fejlesztése a jövőben kiemelt feladat lehet.)²

² <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?kistersegID=16>





1. ábra: A Vasvári kistérség földrajzi helyzete és települései



Forrás: KSH-TEIR adatbázis

A kistérség központja:

- Vasvár

A kistérség mikro-központjai:

- Csehimindszent
- Győrvar
- Gersekarát
- Oszkó

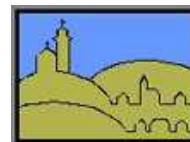
A kistérség települései:

- Alsóújlak
- Andrásfa
- Bértaltavár
- Csehi
- Csehimindszent
- Csipkerek
- Egervölgy
- Gersekarát
- Győrvar





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



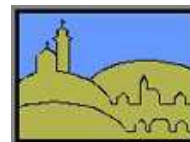
- Hegyhátszentpéter
- Kám
- Mikosszéplak
- Nagytilaj
- Olaszfa
- Oszkó
- Pácsony
- Petőmihályfa
- Püspökmolnári
- Rábahidvég
- Sárfimizdó
- Szemenye
- Telekes
- Vasvár

3.2. A Vasvári Kistérség demográfiai mutatói

A vasvári kistérségben 2001. évi népszámlálás adatai szerint **15308 fő** lakik. A kistérség 2001. évi lakossága 1238 fővel kevesebb, mint 1990-ben volt, a változás mértéke 7,5 %; ezzel a népességfogyás a megye kistérségei közül az Őrség után a második legnagyobb. A népességszám előreszámítás további népesség csökkenést jelez, mértéke az elkövetkező évtizedben – ha a számítás alapját képező körülmények és tényezők nem változnak jelentősen - az előzőhöz hasonló ütemű lesz (1. táblázat). Összességében tehát 2001-ben a megye népességének 5,7 százaléka él a kistérségben, de ez az érték 2010-ben valószínűleg már csak 5,58% lesz.³

³ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Térség és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 8. oldal





1. táblázat: A lakónépesség változása

Terület	1990	2001	Változás (%)	2010**	Változás (%)
Vasvári kistérség	16546	15308	-7,5	14256	-13,8
Vas megye	275944	268123	-2,8	255579	-4,9
Nyugat-Dunántúl	1009688	1000233	-0,9	941108	-6,1
Magyarország	10374823	10096000	-2,7	9574200	-4,7

Forrás: Népszámlálás 2001. KSH, Budapest ** népesség előreszámítás Hablicsek L. 1999. KSH. Budapest

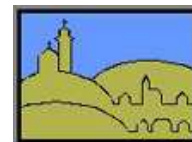
2. táblázat: A lakónépesség száma; nők, férfiak a Vasvári kistérség településein (2001)

Megnevezés	Lakónépesség száma	Lakónépességből a férfiak száma	Lakónépességből a nők száma
Alsóújlak	633	290	343
Andrásfa	285	138	147
Bérbaltavár	578	285	293
Csehi	312	147	165
Csehimindszent	429	194	235
Csipkerek	433	198	235
Egervölgy	398	184	214
Gersekarát	780	380	400
Győrvar	707	343	364
Hegyhátszentpéter	194	93	101
Kám	478	235	243
Mikosszéplak	337	157	180
Nagytilaj	183	87	96
Olaszfa	511	253	258
Oszkó	680	342	338
Pácsony	321	154	167
Petőmihályfa	258	128	130
Püspökmolnári	959	466	493
Rábahidvég	1058	519	539
Sárfimizdó	119	51	68
Szemenye	364	170	194





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



Telekes	592	290	302
Vasvár	4699	2228	2471
Összesen	15 308	7332	7976

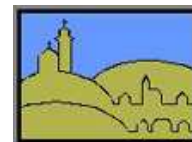
Forrás: KSH TSTAR – TEIR

A 2. táblázat adataiból látható, hogy a népesség 69,3 százaléka (nagyon magas hányada) falvakban él - a kistérség falvai, hasonlóan a megyéhez és a régióhoz, döntően aprófalvak. A falvak átlagos lélekszáma 482 fő, amely országos adatokkal összevetve nagyon alacsony, elmarad a regionális mutatótól is, de nagyjából megfelel a Vas megyei értéknek. A területen **13 db törpe** - azaz 500 fő alatti -, **8 db apró**, azaz 500-1000 fő közötti **falv** van. Egyedül Rábahídvég lakossága haladta meg kissé az ezer főt (1058 fő). A legkisebb lakosú település - 2001-es adat szerint 119 fős lakónépességével - Sárfimizdó.

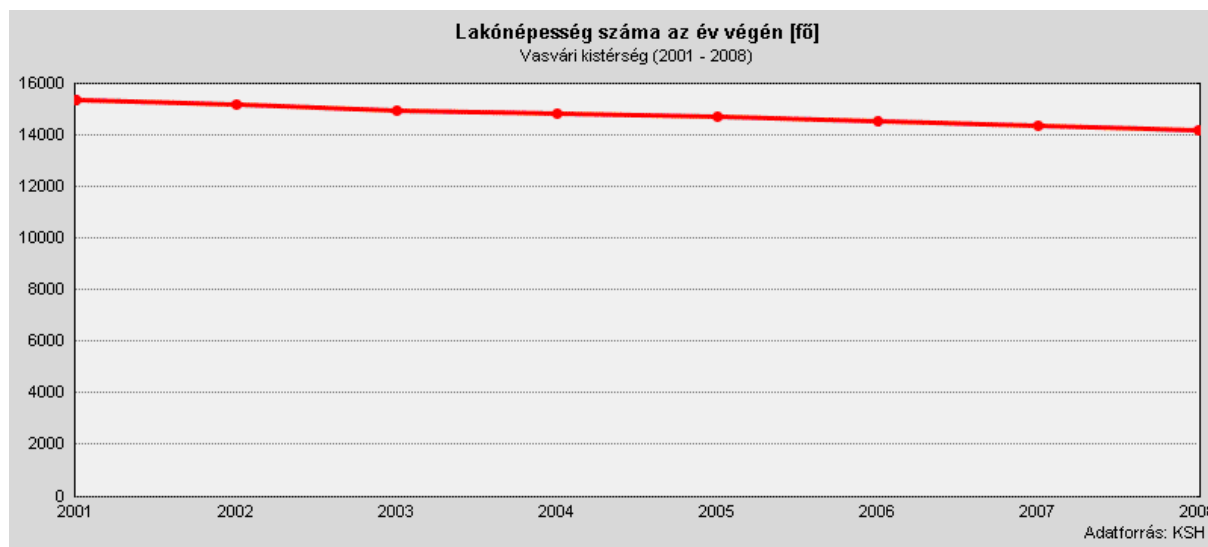
A több mint két évtizede tartó népességfogyás, a férfiak nagyobb halandósága és az ebből fakadó elöregedés következtében - hasonlóan az országos, regionális és megyei trendekhez - a Vasvári kistérségben is tovább romlott a nemek egyensúlya, és kissé erősödött a **nőtöbbség**. 2001-ben a Vasvári kistérség lakói közül 7976 nő és 7332 férfi élt (ld. 2. táblázat adatai). A települések közül mindössze Oszkóban volt (csekély) férfitöbbség. A többi településen - hasonlóan a magasabb területi egységek trendjeihez - nő-többség volt. Ismerve a népességszám előrejelzéseket és a nemek mortalitási trendjeit, valószínűsíthető, hogy a nemi arány tovább romlik, azaz növekedni fog a nő-többség.⁴

⁴ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Térség és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 9. oldal





2. ábra: A lakónépesség száma a Vasvári kistérségben 2001-2008 között



A 2001-2008-as adatokat vizsgálva (2. ábra) megállapítható, hogy a kistérség lakónépessége folyamatosan csökken, a leírt trendekben változás nem történt.

3.3. A Vasvári Kistérség jellemzői és turisztikai adottságai

A térség gazdaságilag legerősebb pólusa természetesen **Vasvár**. Itt összpontosul az ipari termelés és a foglalkoztatás legnagyobb része, a többi település számára is lehetőségeket – ha nem is az egyetlen kapcsolódási pontot - nyújtva. A gazdasági potenciál a falvak nagyobb részében gyenge, alacsony szintű a vállalkozási hajlandóság, kicsi a vállalkozás-sűrűség, kevés a gazdálkodó szervezetek száma. A feldolgozóipar cégei (cipőipar, elektronika, faipar, textilipar) együttesen jelentős (ha nem is meghatározó) erőt alkotnak, de különösen a foglalkoztatás terén fontos szerepet töltenek be.⁵ Az utóbbi években a Vasváron már régóta meglévő termálvizet felhasználva, szerény, de bővíthető fürdő épült, ami azonban nem tudja felvenni a versenyt a térség nagyobb fürdőivel (Bük, Sárvár, Zalaszentgrót, Kehidakustány), ezért szükséges egyedi „turisztikai terméként” való értékesítésére, akár a Kneipp gyógy-kultúra alapjaira helyezve a hangsúlyt.

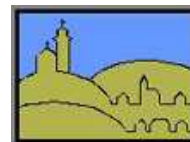
A **térség idegenforgalmi adottságai** kedvezőek, különösen a **termál, kiránduló** és a **falusi turizmus** tekintetében. Az idegenforgalmi vonzerők palettája széles (pl. Vasvár

⁵ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=3&kistersegID=16>





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



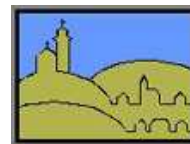
kulturális és építészeti értékei, zárandokhelyek, Jeli Arborétum, Gersekaráti-tó, bérbaltavári leletek stb.), a települések összességében rendezettek, népi hagyományaik, tradícióik újraélednek, sok a műemlék, s a kerékpáros turizmus lehetőségei is jók, de mindezek ellenére a turisták száma ma még viszonylag alacsony. A szálláshely-statisztikák szerint: 2000-ben összesen 334 kereskedelmi szállásférőhely működött, s ezeken a vendégek 4100 vendégéjszakát töltöttek el (ebből Vasvár adata: 264 ágy, 3348 vendégéjszaka, vagyis kb. 80%-os hozzájárulás.) A turizmus bizonyos típusai természetesen nem kötődnek kereskedelmi szálláshelyhez, de jelen vannak a kistérségben: ilyen az átutazó idegenforgalom, a természetjárás, részben a zárandok turizmus, melyek mindegyike számottevő súlyt képvisel itt.

A szerteágazó attrakciók és diffúz vonzerők érvényesülése ma még nem kellően hatékony, a kistérség idegenforgalmi profilja, arculata nem kellően karakteres, de e téren megindult néhány program, tematikus kínálatfejlesztés (Vas-Zalai Almaút, Katonák Útja, esetleg Borhordó út). Mindezek segítségével nagyobb szerep juthat a térség hosszú távon jól kiaknázzható, egyedi (és kevésbé egyedi, de az előbbieket kiegészíteni képes) adottságainak (kultúra, bor-gasztronómia, falusi turizmus, zárandok turizmus).⁶ Mindehhez kapcsolódik **„A Kneipp összeköt” című projekt**, amelynek keretein belül a **Vasi Hegyhát Kistérség 13 településének területén** (18 helyszínen) kerülnek elhelyezésre különböző Kneipp műtárgyak, ezzel is újabb idegenforgalmi vonzerőt képviselve. Az eddigi turisztikai vonzerő mellett most egy új paletta is megjelenhet a térségben, hiszen az **egészségturizmus** eddig nem volt jellemző (a vasvári fürdő ismertsége és népszerűsége jóval elmarad a környező többi fürdőétől). A projekt által kialakított helyszínek újabb vonzerőt jelenthetnek a kerékpáros turistáknak is, ugyanakkor a vendégéjszakák száma is nőhet, hiszen az összes attrakció felkeresése a környéken lévő látnivalókkal, pihenőhelyekkel több napos itt-tartózkodást is eredményezhet.

A kistérség **közúti hálózata** országos viszonylatban megfelelő sűrűségű, a települések közti összeköttetés és a főutak elérése megoldott. A legfontosabb – elsősorban az átmenő forgalmat lebonyolító - közúti közlekedési útvonal a kistérséget (és Vasvárt is) északon átszelő E66 nemzetközi főút, vagyis a magyar 8-as főút. A belső forgalom tekintetében még nagy szerepet kap az észak-déli (Zalaegerszeg felől jövő) 74-es számú

⁶ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=3&kistersegID=16>





másodrendű főút. (A két főút Vasvár mellett találkozik.) A térségben egy vasúti vonal (Szombathely-Nagykanizsa) halad át. A vonal négy települést érint, Püspökmolnárit, Vasvárt, Pácsonyt és Győrvárt, mely állomások az utóbbi kivételével áruforgalmi rakodóhellyel is rendelkeznek. A vasút szerepe ugyancsak nem a belső közlekedésben van, sokkal inkább az országos rendszerhez történő csatlakozási lehetőségben és a környékbeli „nagyvárosok” elérhetőségében, nem utolsósorban az ingázás lebonyolításában (Szombathely, Zalaegerszeg).⁷

A kistérség egyetlen **középiszkolája** (Béri Balogh Ádám Gimnázium Posta- és Bankforgalmi Szakközépiskola, mely az általános képzés mellett postaforgalmi szakirányán postai forgalomellátókat képez) Vasváron működik, megyei összevetésben viszonylag alacsony (lakosságszámra és pedagóguslétszámra vetített) diáklétszámmal. Ezen egyetlen helyi (összesen mintegy kétszáz nappali tagozatos hallgatóval rendelkező) intézmény megfelel az iskolavárosi szerepre nyilván nem aspiráló Vasvár nagyságrendjének.

Az **egészségügyi intézmény és ellátórendszer** ugyancsak nem a helyi szándékok szerint alakul, de általánosságban kielégítő szintűnek minősíthető. Az egy orvosra jutó lakosok száma kevéssel a megyei átlag alatti, a járóbeteg-szakellátás vizsgálati eseteinek száma ugyancsak, míg kórházi ágyak egyáltalán nincsenek a kistérségben. Az egészségügyi ellátások elérhetősége természetesen Vasváron a legjobb, ahol a szakrendelés működik.

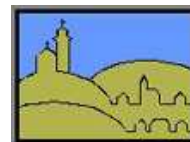
Közművelődés vonatkozásában 3 település kivételével mindenütt művelődési ház, és sok helyen könyvtár is működik (mozi csak Vasváron). Figyelemre méltó helyet foglalnak el a meglévő, illetve a közeljövőben létrejövő teleházak. A sportolást és szabadidő-eltöltést segíti, hogy mindenütt van sportpálya, több helyen van tekéző, tornaterem, és lovarda.⁸

„A Kneipp összeköt – Határon átnyúló egészség- és turizmusfejlesztés a klasszikus Kneipp természetgyógyászat jegyében” projekt szempontjából kiemelendő még, hogy a térségben erős **civil szerveződések** találhatóak, amelyek jelentősen fokozhatják a projekt sikerét, hiszen rendezvényeiken, kiadványaikban, sajtómegjelenéseik során felhívhatják a figyelmet a térség látnivalóira, többek között a most kialakításra kerülő Kneipp-helyszínek kiemelésével.

⁷ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=14&kistersegID=16>

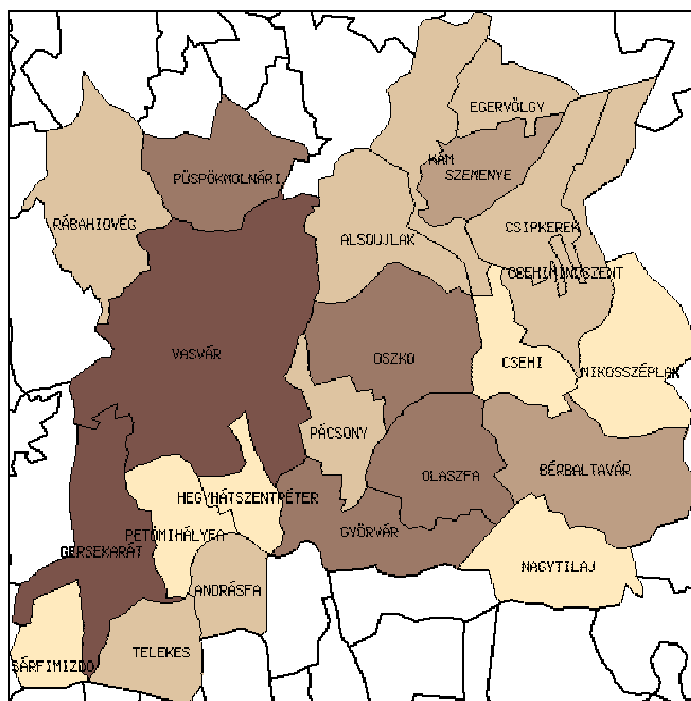
⁸ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=14&kistersegID=16>



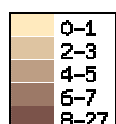


A kistérségi civil szféra szervezetei szintén nem egyenletes módon oszlanak el a kistérségben. Megfigyelhető a központ, Vasvár dominanciája, valamint Gersekarát előnyös helyzete – a szervezetek abszolút számát tekintve.⁹

3. ábra: Civil szervezetek a Vasvári kistérség településein (2003) /db/



Forrás: KSH TSTAR - TEIR

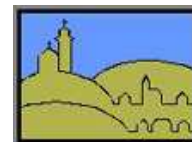


A szervezetek abszolút számának vizsgálata mellett árnyaltabb képet kapunk, ha az egyes települések lakosságához viszonyítjuk az ott tevékenykedő civil szervezetek számát.¹⁰ Az erre vonatkozó adatokat mutatja a 4. számú ábra.

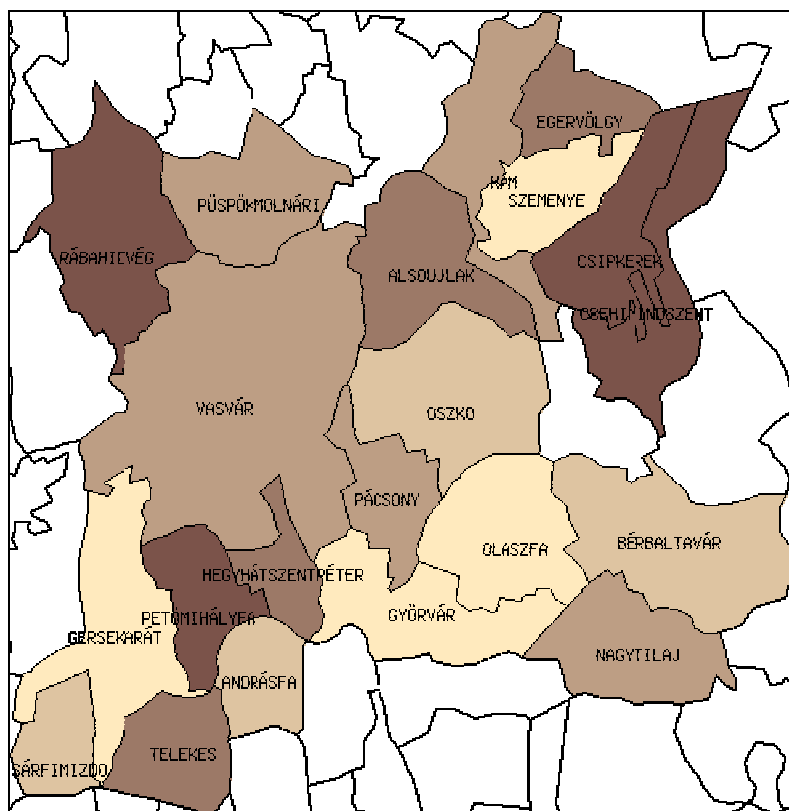
⁹ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Térség és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 12. oldal

¹⁰ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Térség és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 13. oldal

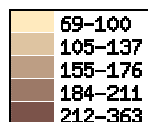




4. ábra: Állandó népesség/civil szervezetek száma a Vasvári kistérség településein (2003)

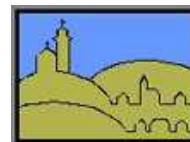


Forrás: KSH TSTAR – TEIR



A **civil szervezetek**nek (pl. Kneipp Egyesület, Hegypásztor Kör - Oszkó, Domonkos Kolostor Alapítvány, stb.), a **Vasi Hegyhát Többcélú Kistérségi Társulásnak**, **helyi önkormányzatoknak**, **közösségi házaknak**, **teleházaknak** nagy szerepük lehet a marketingstratégia megvalósítása szempontjából, hiszen a projekthez kapcsolódó tevékenységük során többek között a következő feladatokat láthatják el: propaganda, szervezés, képzés, koordinációs tevékenység, nemzetközi kapcsolatok erősítése, programszervezés, turisztikai programlehetőségek megvalósítása, vásárok szervezése.





3.4. A Vasi Hegyhát kiemelt turisztikai vonzerői

A Vasi Hegyhát elsősorban település-földrajzi meghatározottságú, több vonatkozásban néprajzi egységként is értelmezhető. Turisztikai vonzerőinek bemutatása azért fontos, mivel a Kneipp objektumok önmagukban még nem vonzanak elég látogatót, ezért mindenképpen szükség van kapcsolt szolgáltatások nyújtására, a **környék látnivalóinak, turisztikai vonzerőinek** kiemelésével, amelyeket a kiadványokban is szerepeltetni kell.

Nevezetesen a **népi építészet**, valamint a **szőlő- és borkultúra emlékei**, a népszokások és a népnyelvi emlékek. A Vasi Hegyhát falvainak hagyományos faépítkezését az erdők hasznát féltő földesúri tiltások sem tudták minden esetben visszaszorítani. A ház talapzatát és fő szerkezeti elemeit bárdolt fagerendákból készítették, a lakóház falait vesszőből fonták és sárral tapasztották. A 19. század derekától mind gyakrabban építettek tömés házakat, döngölt agyagból. Az épületeket leginkább zsuppal fedték, a zsúptetőket hosszú szárú rozsszalmából készítették (**Hegyhátszentpéteri tájház**). A helyi népi építészet leginkább archaikus emlékei a **szőlőhegyi prészházak** (pincék). A falvaktól távolabb fekvő szőlőhegyek öreg gesztenyefáikkal, gyümölcsöseikkel és ódon épületeikkel a hegyháti táj meghatározó elemei (**Oszkói pincesor, Petőmihályfai szőlőhegy**). A Vasi Hegyhátat egészen a 20. századig a túlnépesedés és az elmaradottság jellemezte. Ennek egyik oka a város és a piac hiánya, melyen csak **Vasvár** 19. századi fejlődése enyhített némileg.

Az ötezer lakosú kisváros az államalapítástól egészen 1578-ig Vas vármegye székhelye és a Nyugat-Dunántúl egyik legjelentősebb városa volt. A török háborúk alatt a város teljesen elpusztult, a 18. században mind járási székhely jutott ismét szerephez, újabban a Vasi Hegyhát központjaként játszik szerepet a környék életében.

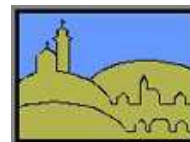
A város főtere igazi kisvárosi hangulatot áraszt: épületeit az elmúlt évtizedben felújították, és megújult maga a tér is – most már a város igazi centruma.

Vasvár legjelentősebb műemléke a középkori eredetű **domonkos templom és kolostor** épületegyüttese, amely a város történetének szinte valamennyi korszakából őriz emlékeket. Az épület ma részben egyházi, részben világi célokat szolgál, többek között múzeum és zarándokszállás is működik benne. A múzeumban a Domonkos Rendtörténeti





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



Gyűjtemény anyaga mellett középkori megyetörténeti kiállítás és Török Richárd szobrászművész hagyatéka tekinthető meg.

Ugyancsak középkori alapokon épült újjá a **Temetői templom**, melyet fekvése miatt is érdemes felkeresni, mert szép kilátás nyílik innen a Rába-síkságra. Megtekintésre érdemes az ún. **Békeház** is, amely eredetileg a vasvári káptalan tiszti lakása volt, helyi hagyomány szerint ebben a házban kötötték meg 1664-ben a vasvári békét.

A település múltjához szorosan kapcsolódik a Római- vagy újabb nevén **Vasvári sánc** is. A korai magyar határvédelem részét képező építmény maradványai ma is jól követhetők Vasvár és Győrvár között, rekonstruált szakasza, a Vaskapu a környező parkerdővel különleges látványosság.

Vasvár a megye egyik legismertebb búcsújáráshelye, Nagyboldogasszony napján és Mária neve napja ünnepén ma is sok ezer ember keresi fel a plébániatemplom kegyszobrát, a Temetői templomot és a **Szentkút** csodálatos természeti környezetben fekvő forrását.

A Szentkút közelében található a szabadtéri színpad, a **Csónakázó-tó** és a **Szentkút Fürdő**. Ez utóbbi további fejlesztésére is szükség van, ahol beltéri Kneipp objektumokkal és szolgáltatásokkal tovább lehetne népszerűsíteni a Kneipp fürdőkultúrát.

A térség legfontosabb és legismertebb turisztikai látványossága a **Jeli Arborétum**, amely minden évben óriási forgalmat bonyolít. Az április végétől június közepéig tartó rododendron (havasszépe) virágzása Magyarország egész területéről, és külföldről is vonz turistákat.

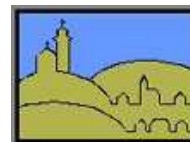
A fürdőzés és a vízi sportok szerelmeseinek a **gersekaráti Karát Szabadidőpark** és a **Szajki tavak** felkeresése ajánlható, de a **Rábán** is **több kikötőhely** várja a vendégeket (Rábahídvég, Püspökmolnári).

A természetjárók **szervezett túrák** (Hegyhát 50 és 30, Mindszenty Emléktúra) és számos kijelölt túraútvonal közül választhatnak.

A térség érdekességei közé tartozik a nemzetközi jelentőségű **bérbaltavári őssálatcsont-lelőhely**, a **Győrvári csata kuruc emlékhelye**, valamint **Mindszenti József hercegprímás csehimindszenti szülőháza**.

A Hegyháton számos **kulturális és szabadidős program** várja az ide látogatókat, amelyek szintén alkalmat teremthetnek a helyi Kneipp objektumok népszerűsítésére. Így





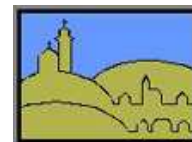
például a Hegyháti Napok, a Kuruc Fesztivál, az Oszkó Hegyi Mulatság. A falvakban nagy hagyománya van a szüreti mulatságoknak, falunapoknak.¹¹

3. táblázat: Fejlesztési helyszínek turisztikai vonzerői a Vasi Hegyháton (saját adatgyűjtés alapján)

HELYSÉG NEVE	LÁTNIVALÓK, TURISZTIKAI VONZERÓ, SZÁLLÁSHELYEK
Bérbaltavár	Ősállatcsont-lelőhely Szent Miklós Római Katolikus Plébániatemplom
Csehimindszent	Mindszenty József szülőháza Mindszenty szobor az emlékparkban Mindenszenteknek ajánlott Római Katolikus Plébániatemplom
Gersekarát	Vízi-, horgász- és vadászturizmus Gersekaráti-tó (strand, jetski, horgászat, kemping) Fias-tó partja védett növényekkel Szőlőhegyén, a Mihályfai hegyen kápolna és védett présházak <i>Guba Panzió, Herczeg Gyula Falusi Vendéglátó, Karát-lak, Kovács Gyuláné Falusi Vendéglátó, Vadvirág Vendégház, Falusi Vendégfogadó</i>
Győrvár	Vasi Hegyhát Pálinkaháza Győrvári csata kuruc emlékhelye (Kuruc emlékmű) Szent Erzsébet tiszteletére szentelt római katolikus templom Makovecz Faluház
Hegyhátszentpéter	Tájház

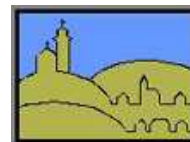
¹¹ A vidék kihasználatlan kincsei – Turisztikai ajánlati csomagok Dél-Vas megyében, Hegypásztor Kör, Oszkó, 2007.





	Római Katolikus Templom Római Sánc kezdőpontja
Kám	Jeli Arborétum, 75,1 ha területű európai hírű botanikus kert Szent András Római Katolikus Plébániatemplom Nepomuki Szent János szobor Kisfaludy hársfája a Bezerédy kertben <i>Havasszépe Vendégház</i>
Mikosszéplak	Mikosd kastély Szűz Mária tiszteletére szentelt katolikus templom Szajki-tavak a település határában (üdülőtérület fürdési és horgászási lehetőséggel) <i>Turistaház Mikosszéplak</i>
Oszkó	Oszkói szőlőhegy zsúpfedeles présházakkal Erdei Iskola sokszínű programokkal (népi kismesterségek, ősi falusi munkák) szállásépülettel, tanösvénnyel Szent György tiszteletére épült római katolikus templom szentélyében Dorffmeister István „Pieta” című festményével Nádler László festőművész műteremgalériája Határmenti Vinotéka Birkás Pálinkaház <i>Aszaló Fogadó, Hegypásztor Erdei Iskola és Turistaszállás</i>
Petőmihályfa	Szőlőhegy több hagyományos, boronafalú présházzal Szőlőhegyi Kápolna Római Katolikus Templom
Rábahídvég	Szentháromság tiszteletére szentelt római





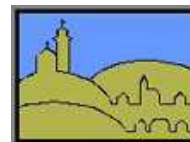
	<p>katolikus temploma, benne Dorfmeister-freskó és oltárképek</p> <p>Seebach-kastély</p> <p>Vadvízi túrák kikötője a Rába-híd mellett</p>
Szemenye	Római katolikus műemléktemplom Szent Vendelnek ajánlva
Vasvár	<p>Vasvári Domonkos Kolostor és Múzeum (Domonkos Rendtörténeti Gyűjtemény, középkori megyetörténeti kiállítás, Török Richárd szobrászművész hagyatéka)</p> <p>Vasvári Sánc</p> <p>Temetői templom</p> <p>Békeház (vasvári béke kötésének helyszíne)</p> <p>Szentkút</p> <p>Vasvári tó</p> <p>Kemping és termálfürdő</p> <p>Fukszberger Méhészet</p> <p><i>Greffer Lászlóné magán szállás, Hegyhát Gyöngye Panzió, Szentkút Kemping és Turistaszállás, Szentkút Patak Szálló, Vasvár-Nagymátfai Erdei Iskola és Turistaház, Zarándokszállás</i></p>
Alsóújlak	<p>Árpád kori temető kápolna</p> <p>Szent István Templom</p> <p>Őshonos Állat Park</p> <p><i>Wagner Lovaspanzió és Wellness Centrum</i></p>

Szélesebb kitekintés mellett elmondhatjuk, hogy a térség számára turisztikai vonzerőt jelentenek a közelben lévő nagyvárosok (Körmend, Zalaegerszeg, Szombathely), illetve a nyugat-dunántúli fürdők is (kiemelten Sárvár, Bük, Szentgotthárd), valamint az Őrség természeti, turisztikai értékei, látnivalói.





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



3.5. Népegészségügyi adatok, egészségmegőrzés

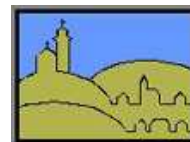
Magyarország népegészségügyi adatai európai mércével rosszak, főleg a szív és érrendszeri betegségek aránya magas. Az élettartam Ausztriában átlagosan 8,2 évvel magasabb, mint nálunk. A jelenlegi átmeneti társadalmi helyzetben az egészség megtartása érdekében újra kell gondolni az állam és az egyén szerepét, és rá kell ébreszteni a lakosságot az egészségmegőrzés fontosságára.

Magyarország EU-ba történt belépésével új lehetőségek nyíltak az **egészségmegőrzés** hasznosságának átvételére a szomszédos kelet-ausztriai régiókból.

Magyarországon a születéskor várható egészségben eltöltött élettartam a férfiak esetében 55,3, a nőknél 58,0 év. Ez azt jelenti, hogy a férfiak életük 80%-át egészségesen élnek le, míg a nők csak 75%-át. A különbség a későbbi életkorban már csökken. A születéskor várható egészségben eltöltött élettartam hazánkban az EU-átlagnál alacsonyabb, viszont az utóbbi időben növekvő tendenciát mutat. A növekedés üteme a várható élettartamokénál kissé magasabb minden életkorban. Ez azért nagy jelentőségű, mivel a népesség előregedésével párhuzamosan az élet hossza helyett mind inkább az egészségesen leélt életek jelentik az igazi értéket az egyén és a társadalom számára. A napi életvitelben való korlátozottság, illetve a nem egészségesen leélt életek egyre növekvő terhet jelentenek a társadalmi ellátórendszerekre is, közvetve az egész nemzetgazdaságra nézve. A hosszan tartó ápolás és az egészségügyi kiadások növekedése egy bizonyos határon túl már igen nehezen finanszírozható. Az **EU egészségpolitikájának kiemelt fontosságú célkitűzése az egészségesen várható élettartam növelése, az elkerülhető megbetegedések és a sérülések megelőzése** révén.

Az OECD Health Data 2010, az OECD egészségügyi statisztikai adatbázisának 2010. évi adatai alapján az egészségügyi kiadások növekedése az összes OECD országban magasabb, mint a gazdasági növekedés. (forrás: <http://www.medinfo.hu/hol/cikkh.cgi?id=2334>) Az egészségügyi kiadások a GDP arányában a 2000. évi átlagosan 7,8%-ról 9%-ra nőttek 2008-ra. A kiadások növekedésében a technológiai fejlődés, a lakossági elvárások növekedése és a lakosság előregedése játszott kiemelkedő szerepet és ez a jövőben sem lesz másképp. Magyarországon az egészségügyi kiadások a GDP 7,3%-át tették ki 2008-ban (7,4%-át





2007-ben). Az összes egészségügyi kiadás reál értéken Magyarországon 2007-ben 2006-hoz képest 7,1, 2008-ban 2007-hez képest 1,3%-kal csökkent.

A legtöbbet az Amerikai Egyesült Államok költ egy főre számítva az egészségügyre, 2008-ban az OECD átlag (3000 USD, vásárlóerő paritáson számolva) jóval több, mint dupláját, 7538 dollárt. Magyarország egy főre jutó egészségügyi kiadása 2008-ban 1437 USD volt.

A legtöbb OECD országban az egészségügyi kiadások zömét az állam viseli. Az OECD átlagában ez 72%, a magánkiadások aránya 28%. Magyarországon az állami és magánkiadások aránya 71-29%, az egy főre jutó állami kiadások reál értéken 2006-ról 2007-re 9,9, 2007-ről 2008-ra 0,3%-kal csökkentek.¹²

A lakosság egészségügyi kiadásainak 65%-át kitevő gyógyszerekre 2006-ban harmadával, gyógyászati segédeszközökre másfélszer többet költöttek a háztartások, mint hat évvel korábban.¹³

Ha a ténylegesen egészségügyre fordított kiadásokat nézzük, akkor Magyarország a fejlett országok közül az utolsó helyen áll. A források szűkössége még inkább indokolja olyan preventív megoldások meghonosítását, újraelestését, amelyek a természetes gyógymódokhoz nyúlnak vissza. Ezt az igényt erősítette meg a Vasvári Kistérség népegészségügyi adatait bemutató hirnsdorf-i előadás is.

A **Vasvári Kistérség népegészségügyi adatai** alapján (A *Vasvári Kistérség egészségügyi helyzete c. előadás, Dr. Szücs László kistérségi tiszti-főorvos, Szakmai fórum, Hirnsdorf, 2010. december 10.*) megállapítható, hogy a térségben szükség van a **prevencióra** és az **egészségügyi mutatók javítására**.

A 15-64 éves férfiak között 35%-kal nagyobb a többlethalálozás más térségekhez viszonyítva. A halálokok közül kiemelkednek az emésztőrendszer, a keringési és légző rendszer betegségei, valamint a fertőző- érzékszervi-, és idegrendszeri betegségek.

A kistérségben lakó 19 év alattiak között magas a megbetegedési mutató az asthma, a táplálkozási- és anyagcserezavar, valamint az atopiás dermatitisz esetében. 19 év fölött ez a szám a magas vérnyomás, az iszemiás szívbetegség és cukorbetegség esetén magas.

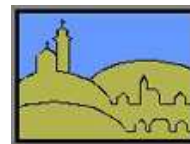
¹² <http://www.medinfo.hu/hol/cikkh.cgi?id=2334>

¹³ Társadalmi jellemzők és ellátórendszerek 2007. KSH, Budapest, 2008.





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



A térségben készült felmérés adataiból kiderül, hogy a helyes táplálkozás alapelveivel a lakosság 30-40%-a van tisztában (közepesen, vagy jól), 10%-a kicsit, vagy nagyon jól, 5% pedig egyáltalán nem rendelkezik ismeretekkel.

A gyermekek között is egyre több a beteg, legismertebb betegségeik a következők: tartási rendellenességek, lúdtalp, fénytörési hibák, magas vérnyomás, cukorbetegség, elhízás, kóros soványság, asthma.

A kistérségi tiszti-főorvos szerint is szükség van a Kneipp módszer és a terápiás lehetőségek kiaknázására, hiszen nagy szerepük lehet a **belgyógyászati betegségek megelőzésében, betegségek utáni rehabilitációban, a konvencionális orvoslás kiegészítésében, az egészségtudatos életmódra való nevelésben, az egyéni felelősségtudat fejlesztésében**, valamint az **aktív egészségmegőrzés** területén. Mindehhez szükség van a népegészségügyi helyzet javítására, méghozzá helyi sajátosságok figyelembevételével, valamint „jó egészségfejlesztési gyakorlat” kialakítására.¹⁴

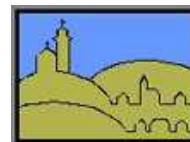
3.6. Az egészségturizmus jellemzői, az egészségpiac

A Kneipp-módszer az egészségmegőrzésre, a rehabilitációra épülve, mind a két régióban a közösen kialakítandó **egészségturizmusra** nagyszerű lehetőséget kínál, hiszen a bevált természetes gyógymódok közé tartozó Kneipp terápia nem a konvencionális orvoslás alternatívája, hanem kiegészítője. Mindezt Dr. med. Wolfgang Brüggemann német belgyógyász is feljegyezte, vagyis hogy: „értéke a belgyógyászati megbetegedések megelőzésében, és azok prevenciójában nagy, akut, vagy súlyos krónikus megbetegedések esetében kicsi. A mindenkori specifikus terápia mellett azonban mindenképpen hasznos lehet a Kneipp terápia. Az ember javát nem a konvencionális orvoslás, és a természetgyógyászat ellentéte, hanem ezek együttműködése szolgálja. Mindkét módszernek ismerni kell a lehetőségeit és határait is. Mindennek feltétele a kezelőorvos megfelelő szakismerete.”

Az **egészségpiac** Németországban növekvő tendenciát mutat (főként a wellness, fitness, bio-élelmiszerek, és egészségturizmus területein), mivel az emberek 60-70%-át

¹⁴ A Vasvári Kistérség egészségügyi helyzete című előadás alapján, Dr. Szücs László – kistérségi tiszti-főorvos, Szakmai Fórum, Hirsndorf, 2010. december 10.





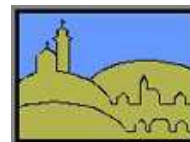
befolyásolja az egészség gondolata szabadságuk megtervezésénél, fontos számukra, hogy optimálisan élethossziglan, de a lehetőségek szerint minél tovább egészségesek maradjanak. Ezáltal az **egészségturizmus** a gazdaság motorjává válhat, mivel több munkahely teremődik, az emberek pedig kevesebb időt töltenek betegállományban. A Kneipp-tanok terjesztése/terjedése megnöveli a vendégéjszakák számát egy adott térségben, ehhez kapcsolódóan előtérbe kerülnek a bio-szállások (parasztudvarok) is. Az egészségturizmuson kívül szerephez jutnak az üzleti utazások, a wellness turizmus és a napi kirándulások, hiszen ezeken a területeken is egyre fontosabbá válik a szabadidő eltöltés módja, vagyis a hétköznapokból való kilépés, a lazítás, az aktivitással egybekötött pihenés.¹⁵ *(Élhetővé és eladhatóvá tenni a Kneipp módszert, Dkfm. Detlef Jarosch előadása, 2010. december 10. Hirnsdorf)*

Ezen az úton haladva elmondható, hogy **Magyarországon** is egyre nagyobb az érdeklődés a fitness és wellness szolgáltatások iránt, **az egészségturizmus egyre nagyobb szerephez jut**. Mindennek alapja lehet a hazai közfürdő-hagyományok (pl. a vasvári térséghez közel lévő kőszegi intézet Kneipp gyógyászati elemekkel), valamint a hazai (gyógy)fürdő-kultúra (pl. Bük, Zalakaros, Hévíz, stb.).

Az emberek nálunk is szívesebben töltik szabadidejüket, szabadságukat olyan helyeken, ahol egyidejűleg gyógyulhatnak, vagy legalábbis tehetnek valamit egészségükért. Az egészségturizmus szerepe ezáltal felértékelődik Magyarországon is, gazdasági jelenléte már most sem elhanyagolható. A Kneipp-tanok terjedésével a térségben **nőni fog a vendégéjszakák száma**, ezzel a **falusi turizmus is nagyobb szerephez jut**. A Kneipp szolgáltatások igénybevétele nem jelent többletkiadást egy-egy kirándulás, hétvégi program során, ezért feltételezhető, hogy egy-egy éjszaka eltöltésére kisebb összeget áldozni tudnak a turisták, így a falusi szállásadók szerepe is erősödni fog.

¹⁵ Élhetővé és eladhatóvá tenni a Kneipp módszert című előadás alapján, Dkfm. Detlef Jarosch, Szakmai Fórum, Hirnsdorf, 2010. december 10.





4. Célcsoportok meghatározása

A projekt által elért célcsoportokat meghatározhatjuk aszerint, hogy életkorukból fakadóan mennyire érdeklődnek a Kneipp szolgáltatások iránt, őket hol tudjuk elérni, és milyen kommunikációs csatornákat tudunk igénybe venni mindehhez. Az adott célcsoportokat aszerint is csoportosíthatjuk, hogy a projekthelyszíntől milyen távolságban helyezkednek el, milyen közlekedési eszközzel tudják megközelíteni az objektumokat, illetve kik azok, akik érdeklődési körükből kifolyólag elsődleges alanyai lehetnek marketingtevékenységünknek.

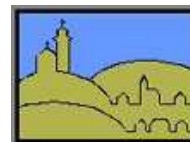
A célcsoportok meghatározása során iskolai végzettség alapján szegmentáltuk a kistérség lakosságát. E módszer alkalmazásának oka, hogy megítélésünk szerint iskolai végzettség szerint specifikus eszközökre van szükség a célcsoportok eléréséhez. Mivel a kistérség teljes lakosságát el akarjuk érni, ezért életkor szerinti és az általunk meghatározott értékrend szerinti felosztást alkalmaztunk.

4. táblázat: A Vasvári kistérség népessége a legmagasabb iskolai végzettség szerint (2001)

A 7 éves és idősebb népességből				
az általános iskola 1-5. osztályát végzettek száma	az általános iskola 6-7. osztályát végzettek száma	az általános iskola 8. osztályát végzettek száma	egyetemi, főiskolai végzettségű oklevél nélkül	egyetemi, főiskolai végzettségű oklevéllel
1268	2073	4612	66	549
középiskolai végzettségű középiskolai érettségi és szakmai oklevél nélkül	középiskolai végzettségű középiskolai érettségi nélkül, szakmai oklevéllel	középiskolai végzettségű középiskolai érettséggel, általános oklevéllel	középiskolai végzettségű középiskolai érettséggel, szakmai oklevéllel	0 osztályt végzettek száma
523	2818	626	1450	200

Forrás: KSH TSTAR – TEIR

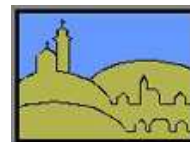




5. táblázat: Célcsoportok áttekintése életkorok szerint (saját adatgyűjtés alapján)

Célcsoport	Célcsoport jellemzője	Elérés helye
3-13 éves korosztály	Óvodás és általános iskolás gyerekek, a szülők és nevelőik célzott elérése révén (lásd. később, 25 feletti korosztályoknál)	oktatási és nevelési intézmények, otthon, család (közvetetten - lásd. később, 25 feletti korosztályoknál)
14-18 éves korosztály	30-40 km-es körzetben élők, önszerveződő csoportok, főként gimnazisták, kerékpárosok, táborozók	oktatási intézmény, sportegyesület, tábor, mozi, net
19-24 éves korosztály (főként nők)	értékorientált, egészségorientált, fontos a kapcsolt vonzerők szerepe, alacsonyabb jövedelműek (ingyenes szolgáltatás)	főiskola, egyetem, főként művelődésszervező, földrajz szakos hallgatók, HÖK, Karrier Iroda, mozi, net, fesztivál
25-30 éves korosztály (főként egyedülálló nők, párokban élők, kisgyermekes családok)	hagyományos értékek hívei, természettudatosak, egészségtudatosak, közép- vagy felsőfokú végzettségűek, alacsonyabb jövedelműek	főiskola, egyetem, munkahely, szórakozóhely, otthon, net bölcsőde, óvoda, Gyermekek Háza, játszóházak
30-45 éves korosztály	kirándulók, egészséges életmód/egészségmegőrzés/természetgyógyászat iránt érdeklődők, hotelvendégek (főként gyógy- és wellness szállodák), családanyák	természetjáró/egészséges életmód-körök, hotelek (főként gyógy- és wellness szállodák), otthon
45-65 éves korosztály	egészségtudatos idősebb korosztály, hotelvendégek (főként gyógy- és	hotelek (főként gyógy- és wellness szállodák),





	wellness szállodák), unokás-családok	éttermek, fürdők, otthon, rendelő
65 év feletti korosztály	szervezett csoportok, egészségorientált egyének	fürdők, utazási irodák, utazásszervezők, rendelő

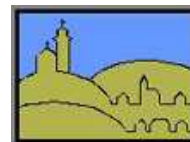
6. táblázat: Célcsoportok azonosítása egyéb módon (saját adatgyűjtés alapján)

Földrajzi megközelíthetőség szerint	Helyi lakosok, 30-40 km-es körzetben élő kirándulók, régióban lakók, magyar turisták (kapcsolt szolgáltatásokra építve), külföldi turisták (főként osztrák-szlovén határ közelsége miatt a környező országokból érkező turisták)
Közlekedési eszközzel való megközelítés szerint	természetjárók, kerékpáros turisták, a „Kneipp-helyeket útba ejtő” autós-turisták, szervezett utakon résztvevő kirándulók
Érdeklődési kör szerint	egészségorientált emberek, értékorientált emberek, egészséges életmód hívei, természetgyógyászat iránt érdeklődők, akik nagy hangsúlyt helyeznek az egészségmegőrzésre, betegségmegelőzésre
Egyéb	önkormányzatok, polgármesterek, egészségügyben dolgozók (elsősorban orvosok) természetgyógyászok, civil szervezetek, egészségügyi szolgáltatók (pl. jövőben elképzeltető együttműködés kialakítása egészségbiztosítókkal)





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



5. Fejlesztési helyszínek bemutatása

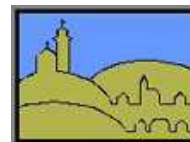
5.1. Hegyháti Kneipp Térség

A térségen átívelő tematikus út úgynevezett „**Kneipp objektumokra**” (Kneipp attrakciókra) van felfűzve. A **műtárgyak létrehozásával** együtt megtörténik a **környezet kialakítása** is, ami magában foglalja a **zöldfelületek** rendezését, a Kneipp elvekkel harmonizáló **burkolatok** elhelyezését, a projekt során megtervezett **egységes Kneipp szimbólum felállítását**, valamint **többnyelvű információs táblák** kihelyezését.

Mindezen túl valamennyi állomáson kialakításra kerülnek **sajátos Kneipp műtárgyak** is, az 5 alapelvre építve (víz, táplálkozás, mozgás, gyógynövények, belső egyensúly). A műtárgyak tervezése, kialakítása egységes elvek mentén, az osztrák és a magyar Kneipp Régió közös egyeztetései révén valósul meg, elsősorban természetes anyagok használatára építve.

Az osztrák-magyar közös marketingstratégia kialakítása szempontjából fontos kiemelni, hogy elenyésző lehet azon turisták száma, akik kifejezetten a Kneipp-objektumok miatt keresnének fel egy-egy települést, ezért **több attrakciót, rekreációs lehetőséget, illetve kulturális értéket is fel kell mutatni, amikkel egy-egy területre lehet csalogatni a látogatókat**. Ezeket a látnivalókat, szórakozási lehetőségeket **együttesen kell kínálni**, a kiadványokban, szóróanyagokban, reklámokban egy-egy település újdonságnak számító Kneipp-attrakción kívül mindezeket **együttesen kell bemutatni**. Így az **egészségturizmus** mellett nagyobb szerephez jutnak a **turisztikai látványosságok és látnivalók** is.

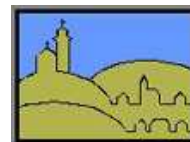




7. táblázat: Fejlesztési helyszínek bemutatása objektumokkal és látnivalókkal a Vasi Hegyháton
(saját adatgyűjtés alapján)

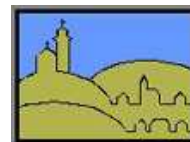
HELYSÉG NEVE	KNEIPP OBJEKTUMOK	LÁTNIVALÓK, TURISZTIKAI VONZERŐ
Bérbaltavár	Könyöklő Gyógynövénykert Lábáztató Kneipp szimbólum Kneipp szoba Pihenő pad+szemetes	Ősállatcsont-lelőhely Szent Miklós Római Katolikus Plébániatemplom
Csehimindszent	Könyöklő Patakmeder kitisztítása (taposó) Lábáztató Park padokkal Kneipp szimbólum Pad+szemetes	Mindszenty József szülőháza Mindszenty szobor az emlékparkban Mindenszenteknek ajánlott Római Katolikus Plébániatemplom
Gersekarát	Lábáztató Könyöklő Kneipp szimbólum Kneipp szoba	Vízi-, horgász- és vadászturizmus Gersekaráti-tó (strand, jetski, horgászat, kemping) Fias-tó partja védett növényekkel Szőlőhegyén, a Mihályfai hegyen kápolna és védett présházak <i>Guba Panzió, Herczeg Gyula Falusi Vendéglátó, Karát-lak, Kovács Gyuláné Falusi Vendéglátó, Vadvirág Vendégház</i>
Győrvár	Könyöklő Taposó	Vasi Hegyhát Pálinkaháza Győrvári csata kuruc emlékhelye (Kuruc





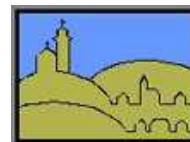
	Kneipp szimbólum Pad+szemetes	emlékmű) Szent Erzsébet tiszteletére szentelt római katolikus templom Makovecz Faluház
Hegyhátszentpéter	Gyógynövénykert Könyöklő Taposó Lábáztató Parkoló Kneipp szimbólum Padok	Tájház Római Katolikus Templom Római Sánc kezdőpontja
Kám	Taposó Lábáztató Könyöklő Gyógynövénykert Pad+szemetes Kneipp szimbólum	Jeli Arborétum, 75,1 ha területű európai hírű botanikus kert Szent András Római Katolikus Plébániatemplom Nepomuki Szent János szobor Kisfaludy hársfája a Bezerédy kertben <i>Havasszépe Vendégház</i>
Mikosszéplak	Könyöklő Taposó Napóra Kneipp szimbólum Pad+szemetes Kneipp szoba	Mikosd kastély Szűz Mária tiszteletére szentel katolikus templom Szajki-tavak a település határában (üdülőterület fürdési és horgászási lehetőséggel) <i>Turistaház Mikosszéplak</i>
Oszkó	Könyöklő Taposó Vizes játszótér Táplálkozási piramis Labirintus	Oszkói szőlőhegy zsúpfedeles prэшázakkal Erdei Iskola sokszínű programokkal (népi kismesterségek, ősi falusi munkák) szállásépülettel, tanösvénnyel





	<p>Kneipp szoba Kneipp szimbólum Padok+szemetes</p>	<p>Szent György tiszteletére épült római katolikus templom szentélyében Dorffmeister István „Pieta” című festményével</p> <p>Nádlér László festőművész műterem-galériája</p> <p>Határmenti Vinotéka</p> <p><i>Aszaló Fogadó, Hegypásztor Erdei Iskola és Turistaszállás</i></p>
Petőmihályfa	<p>Gémeskút</p> <p>Taposó</p> <p>Napóra</p> <p>Könyöklő</p>	<p>Szőlőhegy több hagyományos, boronafalú présházzal</p> <p>Szőlőhegyi Kápolna</p> <p>Római Katolikus Templom</p>
Rábahídvég	<p>Napóra</p> <p>Könyöklő</p> <p>Meditációs szék</p> <p>Pad+szemetes</p>	<p>Szenháromság tiszteletére szentelt római katolikus temploma, benne Dorffmeister-freskó és oltárképek</p> <p>Seebach-kastély</p> <p>Vadvízi túrák kikötője a Rába-híd mellett</p>
Szemenye	<p>Könyöklő</p> <p>Taposó</p> <p>Pad+szemetes</p>	<p>római katolikus műemléktemplom Szent Vendelnek ajánlva</p>
Vasvár	<p>Inhalátor ház</p> <p>Taposó</p> <p>Sétaútvonal</p> <p>Könyöklő</p> <p>Pad+szemetes</p>	<p>Vasvári Domonkos Kolostor és Múzeum (Domonkos Rendtörténeti Gyűjtemény, középkori megyetörténeti kiállítás, Török Richárd szobrászművész hagyatéka)</p> <p>Vasvári Sánc</p> <p>Temetői templom</p> <p>Békeház (vasvári béke</p>





		<p>kötésének helyszíne)</p> <p>Szentkút</p> <p>Vasvári tó</p> <p>Kemping és termálfürdő</p> <p>Fukszberger Méhészet</p> <p><i>Greffer Lászlóné magánszállás, Hegyhát Gyöngye Panzió, Szentkút Kemping és Turistaszállás, Szentkút Patak Szálló, Vasvár-Nagymátfai Erdei Iskola és Turistaház, Zarándokszállás</i></p>
Alsóújlak	<p>Könyöklő</p> <p>Lábáztató</p> <p>Pad+szemetes</p>	<p>Árpád kori temető kápolna</p> <p>Szent István Templom</p> <p>Őshonos Állat Park</p> <p><i>Wagner Lovaspanzió és Wellness Centrum</i></p>

5.2. Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritzal

A Feistritz folyó völgyének középső szakaszán, Weiz, Hartberg és Gleisdorf települések vonzáskörzetének határán, 2004-ben - Steiermark tartomány támogatásával - 13 település együttműködésével Ausztriában és Európában is egyedülálló **Kneipp Aktiv Park** létesült. A művészi módon kialakított létesítmények arra szolgálnak, hogy kellemes környezetben, játékos formában tegyünk egészségünkért.

A régió természeti kincseire alapozva a vendégek 13 településen vehetnek igénybe Kneipp szolgáltatásokat (8. táblázat részletesen is bemutatja ezeket a helyszíneket). A családok egyedi módon kialakított Kneipp létesítményeket ismerhetnek meg, a Kneipp tanok elsajátítása révén pedig megőrizhetik egészségüket, vitalitásukat.

A régió turisztikai különlegességei közé tartozik Feistritz állat- és növényvilága, valamint gasztronómiai lehetőségei.



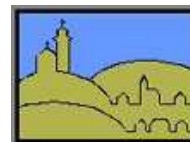


A célcsoportoknak számos ajánlatot kínál a térség, legyen az akár egy hétvége, vagy egy hosszabb üdülés természetes vagy igényes környezetben - üdülési, túrázó, természetjáró vagy kerékpáros ajánlat formájában.

8. táblázat: Ausztriai fejlesztési helyszínek bemutatása objektumokkal és látnivalókkal (az osztrák partner - Kneipp Aktiv Park Mitterles Feistritzal adatgyűjtése alapján)

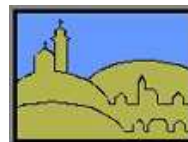
HELYSÉG NEVE	KNEIPP OBJEKTUMOK	LÁTNIVALÓK, TURISZTIKAI VONZERŐ
Kaibing, Maria Fieberbründl	Szabad téri inhalátor pavilon - „Erdei kápolna” „Durlis Kneippen-Bründl” vizes attrakciók Túraút a Feistritz folyó parján	Maria Fieberbründl-i búcsújáró templom gyógyforrással Feistritz folyó <i>Durlacher Vendégfogadó</i>
Gersdorf	Pihenőpark – vízoszlop, pihenőpadok, gyógynövénykert, taposó, mezítlábas sétaútvonal, labirintus, játékasztal	<i>Gersdorfbergi Krenn's Gasthof (Vendégfogadó)</i> Kilátás a környező 14 kápolnára és templomra
Großhart, Auffen	Kneipp-torony – nyolcszög alaprajzú öt emeletes fa torony „Sebastian” Kneipp-hajó Szívritmus – harangütés – mezítlábas sétaútvonal „szervóra-ként”, vízoszlop „Légzés-aktív-ritmus útvonal” – 12 állomásból áll, 5 km hosszú, speciális légzőgyakorlatokra épül	Kilátás a Safental-ra és a Feistritzal-ra Toronyóra negyedóránkénti harangütéssel Harter tó cölöpépítményekkel, több vendéglővel
St. Johann bei Herberstein	Meditációs útvonal – Kneipp falusi körút Félsziget a folyón – taposás a Feistritz folyó vizében, kőfotelek „Kolostor-kneipp” – erőterek kőlabirintussal, kilátó és meditációs terek, játéklehetőségek, mezítlábas útvonal	Folyami tanösvény Barokk plébániatemplom





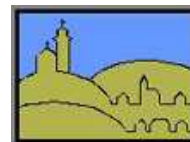
	<p>„Kneipp-falutér” – folyami kavics-kút, játékasztal, taposó, friss vizes taposómedence</p> <p>Folyami védmű élményszigettel – akusztikus meditációs szőnyeg, taposó</p>	
Großsteinbach	<p>„Kneipp – gyerekek és macskák” – általános iskola körüli szabad terület – vízi játékasztal, könyöklő és vizes taposó, táplálkozási piramis, mezítlás út</p> <p>„Időkert” és tájba épített napóra, amely az Augustus császár által a római Marsmezőn épített órához hasonló, naptár csillagjegyekkel, és Swarovski kristálygömb 216 kristályfelülettel</p> <p>„Táj-élményút” – 13,8 km hosszú, 7 állomással, Großsteinbach teljes területén</p>	Túraútvonal
Hartl	<p>„Angyalkápolna” – Kneipp-út, Kneipp-kút</p> <p>„Szivárványút” – Nordic-Walking túraútvonal – minden szakaszt a szivárvány egy-egy színe jelöl</p>	<p>Angyalkápolna</p> <p>Nordic-Walking útvonal</p>
Blaindorf	<p>„Fa-kő-Kneipp-kör” – akácfaiból és természetes kvarcit kőzetekből meditációs kör, Kneipp-öntözőberendezés, mezítlás út, valamint egy terméskőpad és egy „tájkanapé”</p>	<p>Későgotikus templom</p> <p>Illensdorf-i vizes élőhely</p>
Kaindorf	<p>Kneipp gyerekjátsszótér, kombinált könyöklő és lábáztató taposáshoz, kőlabirintus, játékasztal, fajték, mezítlás út, taposóösvény</p>	<p>Kalandjátsszótér</p> <p><i>Hotel Steirer Rast</i></p>





	Beltéri Kneipp – Kneipp taposó a Steirer Rast hotelben	
Kulm bei Weiz	„Egyensúlyban élni” – hideg vizes könyöklő, lábfej és térdlocsolás, mezítlás taposó, játékasztal, „tájkanapé”	<i>Wachsmann Egészség- és Lovasudvar</i>
Pischelsdorf	„Virágút” – 2,3 km hosszú vizes taposóhely a Römerbach patakban, vízoszlopok és „tájkanapé” „Hegy a fényben” – útvesztő, középpontjában egy meditációs kővel	Römerbach
Siegersdorf bei Herberstein	„Kneipp és Bor Oázis” – mezítlás kör-sétaút, könyöklő medence vörösfenyőből, víztaposás a tóban, száraz taposó, menta-csalán út és bor-tanösvény „A waldhof-i természet-érzés” - vizes taposó, vízoszlop könyöklőkhöz „Kneipp Üdülő a Parasztudvarban” – saját Kneipp és wellness-lehetőségek, pl. szauna	Kilátó 100 éves vincellérház <i>Waldhof Vendégház, Haas család üdülői</i>
Tiefenbach	Kikapcsolódás a talpreflex-útvonalon a 40 m-es óriáslábnymnál, az egyes mezőket a talpreflex zónák szerint alakították ki, talpformájú gyalogút, vízoszlop, játékkő, „tájkanapé”	
Hirnsdorf	Bad Wörishofen-i tér – „a partnerség tere” – Kneipp mellszobor a tóban, „öt-oszlop-kút”, mezítlás útvonal, tavi víztaposó, játékasztal, taposóösvény, táplálkozási piramis, könyöklő és vízoszlop	





6. Szolgáltatások bemutatása

6.1. A Kneipp története

Sebastian Kneipp szüleivel és testvéreivel nagy szegénységben, egy nedves pincelakásban nevelkedett, amelynek következtében már fiatalon elérte a kor rettegett kórja, a tuberkulózis. Betegségén úgy próbált segíteni, hogy többször megfürdött a jeges Dunában, illetve saját maga által készített gyógynövényteákat fogyasztott. Immunrendszerét sikerült annyira megerősítenie, hogy néhány hónap alatt kigyógyult a halálos kórból.

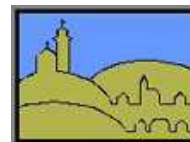
Ekkor kezdett behatóbban foglalkozni a víz és a gyógynövények gyógyító erejével. Módszereivel olyan hírnévre tett szert, hogy betegek ezrei vándoroltak hozzá, naponta körülbelül százötvenen keresték fel. "Fogadóóráin" orvos- illetve paptársaival - mivel katolikus lelkészként dolgozott - egyszerre 20 beteget fogadott, s ami a legfontosabb: mindezt ingyen tette.

Természetesen ezt sem az egyház, sem az orvosok és a gyógyszerészek nem nézték jó szemmel, különleges gyógyító módszerei miatt kuruzslónak kiáltották ki és üldöztek.

Az atya számára Bad Wörishofen, a Bajorország déli részén, Münchentől kb. 80 kilométerre fekvő település szolgált "rejtekhelyül". A világhírű, államilag is elismert Bad Wörishofen-i Gyógyfürdő ma is a Kneipp-tanok „mekkájaként” ismert, és központi szerepet tölt be a kapcsolódásra, felüdülésre vágyók életében.

Kneipp módszereit barátai unszolására papírra is vetette, így született meg röpké hat hét alatt "Mein Wasserkur" (Vízzel való gyógyításom) című könyve.





1. fotó: Sebastian Kneipp (1821-1897)

Kneipp jóval megelőzte korát, amikor kidolgozta módszereit. Elve az volt, hogy **az ember lelkét és testét egységében lehet csak gyógyítani**. Filozófiája és gyógyító módszerei ma is aktuálisak. **Őt pilléren nyugvó egészségmegőrző teóriáját a test, a lélek és a szellem harmóniája teszi egységessé.**¹⁶

A **magyarországi hagyományokat** tekintve a nyugati országrészen találkozhatunk az 1800-as években a Kneipp gyógymóddal, ugyanis Kőszegen volt **dr. Dreiszker József vízgyógyintézete**, mely a kies fekvésű város egyik legszebb pontján, közvetlenül a Kálvária-hegy alatt feküdt. A fürdő-intézetet a Magyar Királyi Minisztérium engedélye alapján tartotta fenn a tulajdonos. Az intézet minden kényelemmel be volt rendezve, gyógymódja is kipróbált volt: a módosított úgynevezett Prisnitz-féle vízgyógyeljáráshoz **Kneipp-kúra** járult, ezen kívül többek között ligno-sulfit belégzési gyógymódot, masszázst, és gyógytornát alkalmaztak.¹⁷

¹⁶ A Kneipp terápia, a konvencionális orvoslás része, Német Orvosi Lapok, 1986/47. szám

¹⁷ http://193.225.149.5/vdkweb/vm_varmegyeivarosai/egeszsegugy.html





2. fotó: A Dreiszker-féle kőszegi hidegvíz-gyógyintézet

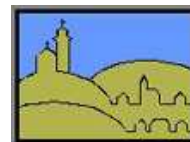
6.2. A Kneipp-módszer alappillérei

- 1./ **Víz (hidroterápia):** amely különböző hőfokú víz alkalmazásával váltakozó hőmérsékleti ingereknek teszi ki a testet, és ezzel vegetatív reakciót vált ki.
- 2./ **Gyógynövények (fitoterápia):** szelíd gyógynövényekkel, amelyek ugyan lassabban hatnak, de jóval kevesebb mellékhatást fejtenek ki.
- 3./ **Egészséges táplálkozás:** különösen hangsúlyozta a zöldségfélék, gyümölcsök és tejtermékek szerepét. A teljes értékű étel nagyon fontos az étrendben.
- 4./ **Mozgás (egészséges testmozgás, masszázs):** amely ésszerű és rendszeres testmozgáson alapul. Cél nem a kimagasló teljesítmény, hanem a terhelés és tehermentesítés rendszeres és egészségjavító keveréke.
- 5./ **Test-lélek-szellem harmóniája:** amely azt tanítja, hogyan élhet az ember összhangban önmagával, miként találhatja meg a saját testi-lelki ritmusát.

A Kneipp módszer öt pillére röviden:

- 1./ A víz gyógyító erejének alkalmazása.
- 2./ A mozgás egészség megőrzésében játszott szerepének terjesztése.
- 3./ A gyógynövények alkalmazásának az elterjesztése.





- 4./ Egészséges táplálkozás fontosságának tudatosítása.
5./ Lelki egyensúlyra való felkészítés.

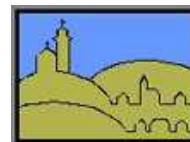
6.3. A Kneipp-szolgáltatások bemutatása a hozzájuk kapcsolódó üzenetekkel

A településeken megvalósításra kerülő **szolgáltatások bemutatásakor** meghatározzuk azokat az **üzeneteket** is (9. táblázat tartalmazza), amelyeket egy-egy kommunikációs kiadvány elkészítése során, vagy akár egy-egy népszerűsítő rádió- vagy tv-műsorban meg kell jeleníteni a riortalannak, aki egy település attrakcióját mutatja be, vagy fel szeretné kelteni az érdeklődést egy településen működő újdonságnak számító rekreációs lehetőség iránt. Ezen üzenetek olyan mindenki számára érthető, egyszerű, rövid, tömör információt tartalmaznak, amely felkelti az egyén érdeklődését, egyedisége révén könnyen megismerhetővé tesz egy adott szolgáltatást. Egy-egy attrakció sok esetben **egészségmegőrző és élettani hatással** is rendelkezik, amelyet szintén az alábbi táblázat tartalmaz.

9. táblázat: Szolgáltatások bemutatása a hozzájuk kapcsolódó üzenettel (Vasi Hegyhát, saját adatgyűjtés alapján)

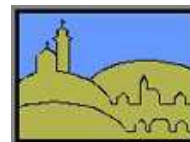
TERMÉK/ SZOLGÁLTATÁS	LEÍRÁS	HELY	ÜZENET	EGÉSZSÉG- MEGŐRZŐ VETÜLET/ ÉLETTANI HATÁS/ EGYÉB
Könyöklő (14 db)	Víz hatására épülő műtárgy, mindkét kar pár perces vízbe merítése.	Bérbaltavár, Csehimindszent, Gersekarát, Győrvár, Hegyhát- szentpéter, Kám, Mikosszéplak, Oszkó, Petőmihályfa, Rábahídvég, Szemenye, Vasvár, Alsóújlak (2 db)	5 perc felfrissülés	vérkeringés serkentése
Lábáztató (14 db)	Víz hatására épülő műtárgy, lábfejek hideg vízbe való merítése.	Bérbaltavár, Csehimindszent, Gersekarát, Győrvár,	5 perc felfrissülés	vérkeringés élénkítése





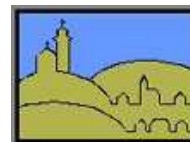
		Hegyhát-szentpéter, Kám, Mikosszéplak, Oszkó, Petőmihályfa, Rábahídvég, Szemenye, Vasvár, Alsóújlak (2 db)		
Taposó (9 db)	A vizes taposóban megfelelő módszerrel történő járással fokozhatjuk a vérkeringést, a száraz taposók esetén különböző méretű, formájú és anyagú „talaj”-on járva érhetünk el hasonló hatást.	Győrvár, Hegyhát-szentpéter, Kám, Mikosszéplak, Oszkó, Petőmihályfa, Szemenye, Vasvár (2 db),	„két lábbal a földön járni”, „talpalávaló”, természetes talpmasszázs, „talpatnyi érintés”.	vérkeringés élénkítése, talp reflexzóna stimulálása
Kerekeskút (1 db)	Egy vizes taposóhoz kapcsolódik, a taposó vízzel való megtöltését teszi lehetővé.	Petőmihályfa	fizikai erő, emberi erőforrás	fizika
Gyógynövénykert (4 db)	A térségben található gyógynövények megismerését teszi lehetővé (kert, információs táblák).	Bérbaltavár, Hegyhát-szentpéter, Kám,	„Szagold meg az egészséget!” „Gyógyszer, ahogy az Isten/természet adja.” „Látom, érzem, érintem.” „gyökeres változás” „illat, tapintás”	egészség-megőrzéshez, gyógyításhoz szükséges gyógynövények megismerése akár elvitelre is
Meditációs park (2 db)	Park, a meditációhoz legoptimálisabban megtervezett növénytársulással.	Csehimindszent, Rábahídvég	„Én és a természet.”	belső egyensúly megteremtése
Vizes játszótér (1 db)	Egyedi tervezésű játékok, amelyek megmutatják a gyerekeknek a víz erejét, felhasználási	Oszkó	víz ereje, „csobogó csodák”,	fizika, játék





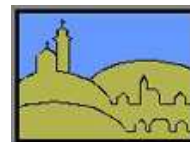
	lehetőségeit.		„csurgató”, nyugalom a szülőknek, „egy csepp nyugalom”	
Táplálkozási piramis (1 db)	A helyes és egészséges táplálkozásról ad felvilágosítást.	Oszkó	„Tudd mit eszel!”	egészséges táplálkozás
Napóra (3 db)	Közülük egy egyedi tervezésű napóra.	Mikosszéplak, Petőmihályfa, Rábahídvég	„Mérd másképpen az idődet!”	
Inhalátorház (1 db)	A sós inhalálás elsősorban felsőlégúti problémák megoldására szolgál. Lehetőség van különböző növényekre (fenyőág, gyógynövény) engedett sós víz keltette aroma belégzésére is, ami az aromaterápiára épül.	Vasvár	„Egy szippantás a természetből.”	inhaláció
Kneipp szoba (4 db)	A Kneipp-rendszer bemutatására szolgáló kiállító- és pihenő tér.	Bérbaltavár, Gersekarát, Mikosszéplak, Oszkó		tudásbővítés
Labirintus (1 db)	Egyedileg megtervezett, fűzfavesszőkből létrehozott labirintus.	Oszkó	„Találd meg a saját utad!”	játék
Meditációs szék (1 db)	A Rába és a part látványára, a természetes zajokra és érzékelésre épülő meditációra ad lehetőséget.	Rábahídvég	„néha kell pár perc nyugalom”, „Foglalkozz magaddal!”	meditáció
Padok +szemetes (18 db)	Harmonikus, természet-közeli elhelyezéssel.	valamennyi állomáshelyen	harmónia, pihenés	pihenés, meditáció
Kneipp szimbólum (19 db)	Kneipp oszlopok, a Jeli Arborétumra jellemző rododendron 5	valamennyi állomáshelyen+1 db ajándék az osztrák		szimbolika





	szirmú virágának szimbolikus feldolgozása, az 5 szírom az 5 Kneipp elemet fejezi ki.	partnernek a hirnsdorf-i tó melletti helyszínre		
Kneipp tanösvény (1 db)	Természetes közegben kialakított néhány tanösvény a Kneipp módszerről, és Sebastian Kneipp életéről, munkásságáról.	Vasvár		mozgás, tanulás



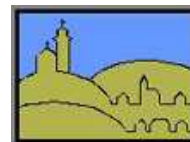


7. SWOT-ELEMZÉS

7.1. SWOT-ELEMZÉS (Hegyháti Kneipp Térség)

ERŐSSÉGEK:	GYENGESÉGEK:
<p>a projekt megvalósulási helyszíneit a különleges természeti értékek (védett növények, gyógynövények nagy száma), csendes, nyugodt pihenésre alkalmas táj jellemzi,</p> <p>a projekt megvalósulásának helyszíneinek jellemzői a gazdag kulturális örökség, egyedi értékek (termál-, kiránduló-, falusi-, vallási-, vadász-turizmus, gazdag történelmi múlt, építészeti örökségek, bor), kedvező idegenforgalmi adottságok (közelség az osztrák és szlovén határhoz, főközlekedési utak közelsége)</p> <p>a projekt megvalósulási helyszínein nincs környezetszennyező tevékenységet végző üzem,</p> <p>a projekt megvalósulása nem szennyezi a környezetet,</p> <p>a projekt országon átvívelő jelentőségét, a nemzetközi háttérrel az osztrák partner részvétele biztosítja,</p> <p>a projekt megvalósulási helyszínein sok az aktív civil szervezet, szellemi műhely,</p> <p>a projekt megvalósulását a kistérségi társulás és a projekthelyszínek önkormányzatai is támogatják,</p> <p>a projekthez kapcsolódó Kneipp honlap lehetőségeinek kihasználása (főként turizmus, vendéglátás, értékesítés, kommunikáció területén),</p> <p>ingyenes Kneipp-képzések biztosítása</p>	<p>a projekt megvalósulási helyszínein nincs tudatos természetvédelem,</p> <p>a projektterületen nem megfelelően használják ki az egyedi értékeket (veszteséges fürdőműködtetés, korszerű élménykínálat hiánya, kulturális és természeti értékek szűk körben való ismertsége és alacsony kihasználása),</p> <p>a projektterületen kevés a minőségi szálláslehetőségek, hiányzik a célcsoportoknak szóló turisztikai kínálat,</p> <p>a projektterületen sok az infrastrukturális probléma (tömegközlekedés alacsony színvonala, utak gyenge minősége),</p> <p>a projekt megvalósulási helyszínein kevés a szakképzett munkaerő,</p> <p>a projektterületen alacsony a vállalkozói aktivitás, a társadalmi szektorok között alacsony szintű az együttműködés (civil, gazdasági, önkormányzati szektorok)</p>

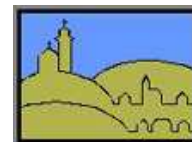




LEHETŐSÉGEK:	VESZÉLYEK:
<p>épülhetnek a projektre Kneipp-el kapcsolatos újabb kiegészítő szolgáltatások (vasvári fürdőfejlesztés, gyógy-szolgáltatások, gasztronómia),</p> <p>turizmusban rejlő lehetőségek növelése (zarándokturizmus, horgászturizmus, kultúrturizmus, fürdőturizmus, lovas-turizmus)</p> <p>az új Széchenyi-tervre építve növelhető a vállalkozói érdekeltség (falusi turizmus, élménykínálat fejlesztése, helyi nyersanyagok helyi feldolgozásának ösztönzése, helyi termékek felhasználása),</p> <p>bekapcsolódás a nemzetközi integrációba (pl. Kneipp Szövetség által),</p>	<p>a megoldatlan szennyvízelvezetés és szennyvíztisztítás, valamint a hulladék elhelyezés problémái, rövidtávon szennyezik a talajt, a talajvizet, károsítják a bioszférát, hosszabb távon veszélyeztetik a rétegvizeket, a kistérségi vízbázisokat (problémákat okozhatnak a projekt megvalósulásában is),</p> <p>a térségben nincs koordinált marketingtevékenység, kihasználatlanok a turisztikai értékek, alacsony az együttműködési hajlandóság</p> <p>a térségben hiányoznak a megfelelő színvonalú szolgáltatások, csökken a vendégmegtartó képesség,</p> <p>a térség települései, civil szervezetei forráshiánnyal küzdenek,</p> <p>sok a térségben az illegális szemétkerakó</p>

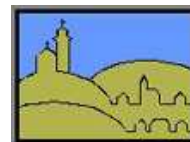
A marketingstratégia a továbbfejlesztendő erősségek és a gyógyítandó gyengeségek feltárásával, illetve azok mikéntjének meghatározásával olyan operatív döntésekhez vezet, amelyek eredményeként a vállalat megfelelő kapcsolatba kerül a kialakuló piaci lehetőségekkel.





	ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
LEHETŐSÉGEK	<p>Erősség-lehetőség stratégiák:</p> <p>a térség erősségeire építve bővíteni kell a Kneipp projekt által nyújtott kínálatot, lehetőséget kell biztosítani kiegészítő szolgáltatások létrehozására (zarándokturizmus, horgászturizmus, kultúr turizmus, fürdőturizmus, lovas-turizmus),</p> <p>bővíthető a határon átnyúló együttműködések köre,</p> <p>növelhető a térség élménykínálata</p>	<p>Gyengeség-lehetőség stratégiák:</p> <p>a projekt hatásait kihasználva a projekthelyszínek gyengeségei, a turizmusban rejlő lehetőségek a jövőben erősségekké válhatnak a kulturális és természeti értékek hangsúlyos megjelenítése révén,</p> <p>a nemzetközi integrációba való bekapcsolódás növelheti a helyi civil szervezetek, vállalkozások motiváltságát,</p> <p>a jelenleg kihasználatlan, kevésbé ismert térségi szolgáltatások a projekt hatására fejlődésnek indulhatnak</p>
VESZÉLYEK	<p>Erősség-veszély stratégiák:</p> <p>a környezeti negatív hatások tompítására, ellensúlyozására építeni kell a gazdag kulturális örökségre és az egyedi értékekre,</p> <p>az osztrák partner tapasztalatainak, tudásának felhasználásával eredményesebbé válhat a tudatos természetvédelem, a hulladékgazdálkodás, a szektorok közötti együttműködés,</p> <p>a forráshiány leküzdésére keresni kell újabb pályázati lehetőségeket</p>	<p>Gyengeség-veszély stratégiák:</p> <p>a térségben csökkenteni kell a negatív környezeti hatásokat,</p> <p>új, koordinált marketingstratégiát kell felépíteni, amely növelheti a vállalkozói aktivitást, összekapcsolhatja a különböző pályázati lehetőségeket</p>





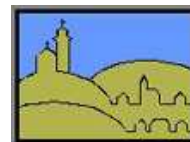
7.2. SWOT-ELEMZÉS (Mittleres Feistritzal Kneipp Aktiv Park – az osztrák partner által készített elemzés)

<p>ERŐSSÉGEK:</p> <p>példakép-szerep, a sokszínű Kneipp-létesítmények különlegessége (egyedisége) és kreatív jellege,</p> <p>a Kneipp-létesítmények építészeti megvalósítása és állapota,</p> <p>meggyőződéses és elkötelezett Kneipp-csapat, rendkívüli egyéni elkötelezett szerepvállalások,</p> <p>a 13 település és azok érintett szervei közötti együttműködés,</p> <p>érintetlen táj, a létesítmények regionális szintű bekapcsolása a tájba,</p> <p>gyalogosan is elérhető létesítmények,</p> <p>gasztronómiai, kulturális és szabadidős lehetőségek sokszínűsége, a regionális és helyi kínálatához kapcsolódó különleges vendégszeretet,</p> <p>középméretű turisztikai szerkezet egy-egy kiemelt szolgáltatóval – nyaralási lehetőség a teljes család számára</p>	<p>GYENGESÉGEK:</p> <p>a létesítmények ismertségi foka és használata,</p> <p>hiányos belső marketing,</p> <p>a politika és a Kneipp Aktiv Club közötti kapcsolat, a politika és közigazgatás elkötelezésének hiánya</p> <p>a kistérségek közötti versengés együttműködés helyett, elégtelen kapcsolat a turisztikai kistérségekkel</p> <p>turisztikai központ hiány,</p> <p>a létesítmények szétszórt elhelyezkedése a régióban,</p> <p>hiányos turisztikai piaci értékesítés,</p> <p>kevés irányított felhasználás,</p> <p>kizárólag a Kneipp-re fókuszálás, kiegészítő egészségturisztikai infrastruktúra hiánya a régióban,</p> <p>kapcsolatépítés a regionális vállalkozásokkal</p>
<p>ESÉLYEK:</p> <p>a minőségi egészségturizmus egyre növekedő piac,</p> <p>könnyed és természet közeli turizmusra törekvés,</p> <p>döntéshozók megnyerése és motiválása,</p>	<p>VESZÉLYEK:</p> <p>tisztázatlan Kneipp piaci jogok,</p> <p>a politikai és gazdasági szereplők együttműködési hajlandósága és képessége,</p> <p>növekvő kistérségi verseny,</p>



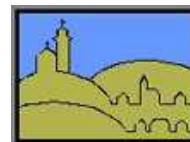


EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



<p>multiplikátor hatása, a Kneipp-mozgalom országos szintű és nemzetközi együttműködése</p>	
---	--





8. Marketingkommunikáció

8.1. Kommunikációs stratégia

A **kommunikációs stratégia** egyesíti a kommunikáció összes feladatát. A kommunikációs stratégia tartalmazza a kommunikációs célok eléréséhez szükséges eszközöket, valamint azt a folyamatot, ahogy a célokat elérik. A stratégia összeköti a szervezetet és a környezetet, ha a struktúra követi stratégiát. A kommunikációs stratégia erősen kapcsolódik a vállalati alapstratégiákhoz és gyakori a kettő közötti egybeesés.

A kommunikációs stratégia kidolgozása szempontjából fontos tényező, hogy egy adott szolgáltatás kommunikációjáról van szó, ahol a célcsoportok nem egy kézzelfogható termékről kell, hogy véleményt alkossanak. A szolgáltatás nem egyfajta tárgy, dolog, vagy eszköz, sokkal inkább cselekvés, teljesítmény vagy erőfeszítés. Ebben az esetben a tapasztalati és a bizalmi jellemzők dominálnak, a fogyasztók számára mások véleményei, tapasztalatai, élményei az irányadók.

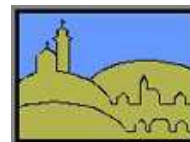
A **célcsoportok** meghatározása során megadtuk a célcsoportok jellemzőit, illetve elérésük helyét. Elérésük **marketingkommunikációs eszközökkel** történik, nagyrészt a média bevonásával.

A **14-18 éves korosztály**ból számunkra főként a 30-40 km-es körzetben élő fiatalok jelentik a célcsoportot, hiszen közülük sokan már részt vesznek különböző egyesületek munkájában, sportolnak, táboroznak, vagy akár hétvégenként kerékpáron bejárják a lakóhelyükhöz közel eső – számukra érdekesnek tartott helyszíneket. Ez a korosztály az, aki a vandalizmus szempontjából is elsődlegesen érintett, hiszen közülük kerülnek ki leginkább azok, akik nem ismerve egy-egy dolog értékét, jelentőségét, bandákba verődve megrongálnak berendezéseket, tárgyakat, stb. Ezért náluk a kommunikáció során hangsúlyozni kell, hogy társaságban, korcsoportjukban hogyan tehetnek a vandalizmus megelőzése/megállítása érdekében. Ezt a korosztályt leginkább a **neten** keresztül érhetünk el (iwiw, facebook), vagy **személyes eléréssel** az oktatási intézményekben pl. osztályfőnöki órákon, sportegyesületekben/egyesületekben, táborozások során, moziban pedig **szórólapokkal** és **személyes kommunikációval**. A média számukra a netet jelenti, ezen kívül **iskolaújságot** és **programmagazinokat** olvasnak leginkább (EST). A náluk **fiatalabb korosztályt (3-13 évesek)** játékos





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



gyermekfoglalkozásokkal lehet leginkább megnyerni, illetve közvetett módon szüleik, nevelőik által.

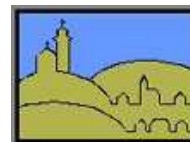
A **19-24 éves korosztály**ból főként a nők relevánsak számunkra, hiszen ők figyelnek leginkább az egészségükre, felkeltik figyelmüket az egészségmegőrzéssel, szépségápolással kapcsolatos kiadványok. Ők a fesztivállátogató közönség, sokat kirándulnak (ezért kell a kapcsolt vonzerőkre nagyobb hangsúlyt helyezni esetükben), ugyanakkor még nem rendelkeznek saját jövedelemmel, vagy alacsony jövedelműek, így az ingyenes szolgáltatások vonzóak lehetnek számukra. Őket leginkább főiskolákon, egyetemeken érhetjük el, de még náluk is nagy **net** szerepe (iwiw, facebook), illetve a szórakozás egyik fajtájaként a mozi látogatás. Elérésükhöz **főiskolai/egyetemi újságokat, rádiókat, szórólapokat** használhatunk, és továbbra is a **programmagazinok** (EST) szerepe kiemelkedő.

A **25-30 éves korosztály**ból főként az egyedülálló nők, a párkapcsolatban élő fiatalok, és a kisgyermekes családok jelentik a célcsoportot. Ők már sokkal inkább természettudatosabbak és egészségtudatosabbak, mint fiatalabb társaik, és megjelenik náluk a hagyományos értékek tisztelete. Még őket is elérhetjük egyetemeken, főiskolákon, de egyre nagyobb szerepet kap a munkahely, a szórakozóhely, valamint kisgyermekes családok esetében a bölcsőde, az óvoda és a játszóházak. A **net** mellett a média egyre nagyobb szerephez jut, hiszen a **programmagazinok**on kívül ők már **napilapokat** és **hetilapokat** is olvasnak, **rádiót** hallgatnak, egyébként pedig a **szórólapokkal** való elérés náluk is fontos.

A **30-45 éves korosztály**ban még nagyobb számban találkozhatunk az egészséges életmód, egészségmegőrzés, természetgyógyászat híveivel, ők azok, akik sokat kirándulnak és a hotelvendégek között is kimagasló számban jelennek meg. A célcsoport szempontjából a nők mellett a férfiak is jelentőséggel bírnak, de a családanyák szerepe kiemelkedő. Őket egyesületekben, szakköri tevékenységek során és hotelokban érhetjük el leginkább (**prospektusok, szórólapok** segítségével). Továbbra is nagy közöttük a **net**-használók aránya és egyre nagyobb szerephez jut a média (**napilap, hetilap, rádió**).

A **45-65 éves korosztály**ból az egészségtudatos rétegeket kell megcéloznunk, akikkel leginkább orvosi rendelőkben, éttermekben, fürdőkhöz és szállodákban találkozhatunk, a célcsoportból kiemelten fontosak az unokás-családok, hiszen a nagyszülők szívesen viszik olyan helyre unokájukat, ahol ők is ki tudnak kapcsolódni. Elérésük során már megjelennek a **napi- és hetilapokon** kívül a **tematikus lapok/folyóiratok**, a **rádió**



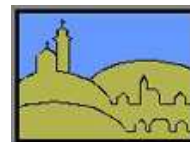


mellett a **televízió** (főként a hírműsorok érdeklik ezt a korosztályt), illetve továbbra is fontos szerephez jutnak a kihelyezésre alkalmas **szórólapok, prospektusok**, illetve orvosok, természetgyógyászok útján a **személyes meggyőzés**. Egyre inkább előtérbe kerülhetnek még speciális, ezen korosztály számára leginkább ismert és használt web-oldalak, mivel az internet-felhasználás ebben a célcsoportban is egyre inkább növekszik. A **65 év feletti** leginkább szervezett keretek között keresnek fel rekreációs-helyszíneket, közülük is leginkább az egészségorientált rétegek megcélzása a fontos. Elérésük az előző célcsoporthoz hasonló, a csoportos utaztatásra szakosodott utazásszervezők bevonása jelenthet új elérési útvonalat, valamint a nyugdíjas klubok megkeresése (**személyes megkeresés, prospektusok, szórólapok**), illetve a média szerepe talán még inkább fontos, mint az előző célcsoport esetén (**napi- és hetilapok, tematikus lapok/folyóiratok, rádió, televízió**). Ebben a korcsoportban is nő az internethasználók száma (pl. nyugdíjas fórumok révén).

10. táblázat: Célcsoportok bemutatása a hozzájuk kapcsolódó marketingkommunikációval (saját adatgyűjtés alapján)

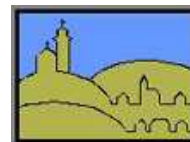
Célcsoport	Célcsoport jellemzője	Elérés helye	Marketing-kommunikáció módja	Média
3-13 éves korosztály	Óvodás és általános iskolás gyerekek, a szülők és nevelőik célzott elérése révén (lásd. később, 25 feletti korosztályoknál)	oktatási és nevelési intézmények, otthon, család (közvetetten - lásd. később, 25 feletti korosztályoknál)	játékos gyermek-foglalkozások	
14-18 éves korosztály	30-40 km-es körzetben élők, önszerveződő csoportok, főként gimnazisták,	oktatási intézmény, sportegyesület, tábor, mozi, net	tudatos kommunikációra van szükség vandalizmus megelőzésére pl. osztályfőnöki	iwiw, facebook, EST, iskolaújságok





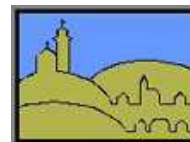
	kerékpárosok, táborozók, ifjúsági turizmus		órákon bemutatóval egybekötve, szórólapok, média- megjelenések, személyes elérés	
19-24 éves korosztály (főként nők)	értékorientált, egészségorien- tált, fontos a kapcsolt vonzerők szerepe, alacsonyabb jövedelműek (ingyenes szolgáltatás), egészség- turizmus	főiskola, egyetem, főként művelődésszervező, földrajz szakos hallgatók, HÖK, Karrier Iroda, mozi, net, fesztivál	hirdetőtáblán szórólapok, média- megjelenések, személyes elérés	iwiw, facebook, EST, főiskolai/ egyetemi újság, főiskolai/ egyetemi rádió
25-30 éves korosztály (főként egyedülálló nők, párkapcso- latban élők, kisgyerme- kes családok)	hagyományos értékek hívei, természettuda- tosak, egészségtudato- sak, közép- vagy felsőfokú végzettségűek, alacsonyabb jövedelműek, egészség- turizmus, ökoturizmus, családbarát turizmus, aktív turizmus, falusi turizmus	főiskola, egyetem, munkahely, szórakozóhely, otthon, net bölcsőde, óvoda, Gyermekek Háza, játsszóházak	média- megjelenések, szórólap	iwiw, facebook, EST, Nők Lapja, megyei napilap, helyi rádió (programa- jánló rovat)
30-45 éves	kirándulók,	természetjáró/egészsége	net,	iwiw,





korosztály	egészséges életmód/ egészségmegőrzés/ természetgyógyászat iránt érdeklődők, hotelvendégek (főként gyógy- és wellness szállodák), családanyák, egészség-turizmus, ökoturizmus, családbarát turizmus, aktív turizmus, falusi turizmus	s életmód-körök, hotelek (főként gyógy- és wellness szállodák), otthon	médiamegjel- nések, prospektus	facebook, Nők Lapja, megyei napilap, helyi rádió (program- ajánló rovat)
45-65 éves korosztály	egészségtudatos idősebb korosztály, hotelvendégek (főként gyógy- és wellness szállodák), unokás-családok, egészség-turizmus, ökoturizmus, kulturális turizmus, családbarát turizmus, bor- és gasztro-turizmus	hotelek (főként gyógy- és wellness szállodák), éttermek, fürdők, otthon, rendelő	médiamegjel- nések (megjelennek a tematikus lapok), prospektusok, szórólapok, orvosok, természetgyógyá- szok személyes megkeresése, net	Nők Lapja (Nők Lapja Egészség), megyei napilap, helyi rádió, helyi televízió, iwiw, facebook
65 év feletti korosztály	szervezett csoportok,	fürdők, utazási irodák,	médiamegjel- nések,	Nők Lapja (Nők Lapja





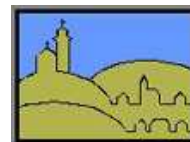
	egészségorientált egyének, egészség-turizmus, kulturális turizmus, szenior turizmus, bor- és gasztroturizmus	utazásszervezők, nyugdíjas klubok, rendelő,	prospektusok, szórólapok, orvosok, természetgyógyászok személyes megkeresése, net	Egészség), megyei napilap, helyi rádió, helyi televízió
--	--	---	---	--

Ezen kívül célcsoport lehet a helyi lakosság, a 30-40 km-es körzetben élő kiránduló, a régió lakossága és külföldi turista is. Az adott **település lakóit** általában személyes eléréssel a helyi közösségi házakban, falunapokon, helyi rendezvényeken és a civil szervezetek által érhetjük el. Nagy véleményformáló szereppel rendelkeznek, hiszen személyes kommunikációjuk mások számára is meghatározó lesz, sok esetben őket szólítja meg a média, ezért őket folyamatosan információhoz kell juttatni (személyes elérés, szórólapok, helyi média).

A **30-40 km-es körzetben élő kirándulókat** leginkább a magyar kerékpáros turisták, kirándulók, természetjárók alkotják, akik saját szövetségeik, civil szervezeteik révén érhetők el leginkább, méghozzá figyelemfelkeltő prospektusok, web-oldal, és média-megjelenés útján.

A **külföldi turistákat** főként - az osztrák-szlovén határ közelsége miatt - a környező országokból érkező kerékpáros, autós, vagy buszos turisták alkotják. Itt lép be a kétoldalú, jól kiépített kapcsolatok szerepe, hiszen őket magyar és osztrák, esetleg szlovén utazási irodákon, utazásszervezőkön, kerékpáros és egyéb civil szervezeteken, magyar és külföldi hoteleken, éttermeken, fürdőkön keresztül érhetjük el. A marketing-kommunikációs eszközök közül kiemelkedik a többnyelvű honlap, prospektusok, és média-megjelenések szerepe. Ezen célcsoport esetében kiemelkedő a kapcsolt szolgáltatások (fürdési lehetőség, bor- vagy pálinka-kóstoló, magyaros vendéglátás, vásárlási lehetőség, stb.) lehetősége. Az előbb említett célcsoportokon kívül azonosíthatók még további egyedi célcsoportok is: a **projektben résztvevő önkormányzatok, polgármesterek**, akiket belső PR-rel lehet elérni, illetve **egyéb települési önkormányzatok, polgármesterek**, akiknek szintén vonzóvá kell tenni a Kneipp-létesítményeket, hiszen távolabbi településekről is érkehetnek turisták, ahol ismertté kell tenni az attrakciókat, valamint szóróanyagok





elhelyezésére is lehetőséget adhatnak. Ezt a célcsoportot főként a saját honlap használatára kell ösztönözni (pl. hírlevél által), ahol a legfrissebb információkat találhatják meg a projekt előrehaladásáról, a létesítményekről, a turisztikai egyéb vonzerőről. Az önkormányzatoknak nagy szerepe lehet a marketingstratégia megvalósítása szempontjából, hiszen a projekthez kapcsolódó tevékenységük során többek között a következő feladatokat láthatják el: propaganda, szervezés, képzés, koordinációs tevékenység, nemzetközi kapcsolatok erősítése, programszervezés, turisztikai programlehetőségek megvalósítása, vásárok szervezése.

Egyedi célcsoportként azonosíthatók még az **orvosok**, az **egészségügyben dolgozó szakszemélyzet**, akik részt vesznek a Kneipp-módszer szakmai anyagának kidolgozásában, oktatásában, illetve a képzésben, az ő bevonásuk a projekt indulásától megkezdődött (orvos csoport dolgozik a szakmai anyag összeállításán, részt vettek szakmai tanulmányutakon, rendezvényeken).

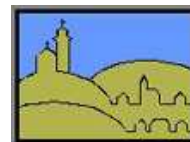
Szintén egyedi célcsoportként azonosíthatók a vasvári térségben működő **civil szervezetek** is (ők – az előbbi táblázatban említett – célcsoportok elérésében is részt vesznek), hiszen rendezvényeiken, kiadványaikban, sajtómegjelenéseik során felhívhatják a figyelmet a térség látnivalóin kívül, a Kneipp-attrakciókra is. A térségben működő projektbe bevont, vagy bevonásra kerülő szervezetek a következők:

- **Vasvári Kneipp Egyesület** (propaganda, szervezés, képzés, marketing),
- **Vasi Hegyhát Többcélú Kistérségi Társulás** (koordinációs tevékenység, szervezés, pályázatok, nemzetközi kapcsolatok fenntartása, bővítése),
- **Hegypásztor Kör, Oszkó** (kiegészítő programszervezés),
- **Domonkos Kolostor Alapítvány** (a domonkos szerzetesek és a Kneipp kultúra történelmi kapcsolatainak feltárása, szálláshely biztosítása),
- **Hegyháti Borbarát Kör** (kiegészítő programlehetőség biztosítása),
- **Pannon Helyi Termék Klaszter**, illetve tagjaként a **Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft.** (kapcsolat szolgáltatások biztosítása),
- **térségi TDM** (turisztikai desztináció menedzsment) **szervezet**,
- **helyi, közösségi házak, teleházak.**

A Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritzal által bevont szervezetek:

- Kneipp Aktiv Club Mittleres Feistritzal,
- Kneipp Aktiv Club Mittleres Feistritzal-t Támogató Egyesület,
- Kelet-Steiermark Turisztikai Szövetsége,



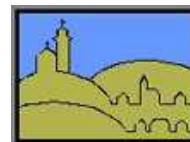


- Apfelland (stájer almatermő vidék) Turisztikai Szövetsége,
- Helyi turisztikai szervezetek (Pischelsdorf, Großsteinbach, Kaindorf),
- Großsteinbach-i általános iskola – a Kneipp-képzés pilótaprojektje pedagógusok számára
- Kneipp Steiermark Tartományi Szövetsége

11. táblázat: Egyéb célcsoportok bemutatása a hozzájuk kapcsolódó marketingkommunikációval
(saját adatgyűjtés alapján)

Célcsoport	Célcsoport jellemzője	Elérés helye	Marketing-kommunikáció jellemzői	Média
helyi lakosok	adott település lakói	közösségi házak, falunapok, helyi rendezvények, fesztiválok, civil szervezetek	személyes elérés, szórólapok, helyi média- megjelenés	helyi rádió, helyi újság,
30-40 km-es körzetben élő kirándulók, régióban lakók	elsősorban magyar kerékpáros turisták, kirándulók, természetjárók, ökoturizmus, aktív turizmus	rendezvények, fesztiválok, civil szervezetek, természetjáró/egészséges életmód körök, kerékpáros szövetségek	net, prospektusok, média- megjelenések,	helyi rádió, helyi televízió, megyei napilap, EST
külföldi turisták	főként osztrák-szlovén határ közelsége miatt a környező országokból érkező kerékpáros, autós, vagy buszos turisták, egészség-turizmus, kulturális	utazási irodák, utazásszervezők, nemzetközi kerékpáros/egyéb civil szervezetek, helyi- és osztrák/szlovén hotelek, helyi- és osztrák/szlovén éttermek, helyi- és osztrák/szlovén fürdők	net (többnyelvű honlap), prospektusok (többnyelvű kiadványok), média- megjelenések (többnyelvű reklámok) fontos a kapcsolt szolgáltatások	határhoz közeli rádiós és televíziós médiában való megjelenések/ helyi újság, Magyarországon megjelenő többnyelvű (fürdőekben, egészségügyi intézményekben,



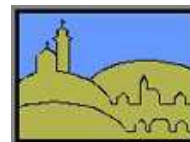


	turizmus, senior turizmus, bor- és gasztro- turizmus		szerepe (fürdési lehetőség, bor- vagy pálinka-kóstoló, magyaros vendéglátás, vásárlási lehetőség, stb.)	fogorvosi rendelőkben elérhető) tematikus kiadványok
szervezett utakon résztvevő kirándulók	buszos turisták, egészség-turizmus, kulturális turizmus, senior turizmus, bor- és gasztro-turizmus	utazási irodák, utazásszervezők, fürdők	médiamegjele- nések, prospektusok, szórólapok, orvosok, természetgyógyá- szok személyes megkeresése fontos a kapcsolat szolgáltatások szerepe (fürdési lehetőség, vendéglátás, kóstoló, stb.)	megyei napilap, helyi rádió, helyi televízió

A kommunikációs stratégia szempontjából kiemelkedő szerepe van az előbb csak érintőlegesen említett (táblázatban szereplő) eszközökön kívül a **honlapnak**, amelynek állandó fejlesztése, karbantartása folyamatosan szükséges, hiszen a célcsoportok ezen keresztül juthatnak a legfontosabb információkhoz. Ezen kívül a projekt határon átnyúló szerepe miatt is jelentősége van, hiszen a kétnyelvűség az információáramlást is megkönnyíti és a külföldi turisták tájékozódását is nagymértékben segíti.

A **média** véleményformáló szerepe miatt kiemelkedően fontos a velük való kommunikáció. Elérésük történhet **sajtóközlemények** kiadása, **sajtóesemények**, **sajtótájékoztatók** szervezése által. Fontos a pontos a sajtólista, megfelelő elérhetőségek birtokában kell lenni, és az e-mail-es meghívók kiküldése után minden esetben telefonon is egyeztetni kell a szerkesztőkkel, szerkesztőségvezetőkkel hogy részt





tudnak-e venni az eseményen. Nemleges válasz esetén fel kell ajánlani, hogy a sajtóközleményből is dolgozhatnak, illetve lehetőséget lehet biztosítani egyedi időpontban riport készítésére.

A sajtó képviselői számára biztosítani lehet **belföldi, vagy külföldi tanulmányúton**, szakmai fórumon való részvételt, hiszen így „testközelből” láthatják a „jó példákat”, a fotósok, operatőrök által felvett képi anyag a későbbiek során újságcikkek, riportok, stúdióbeszélgetések anyagát színesítheti.

A sajtón keresztül a célcsoportok legnagyobb része hatékonyan és hitelesen elérhető. Az alapinformációkat mindenképpen ezen a csatornán keresztül kell eljuttatni számukra.

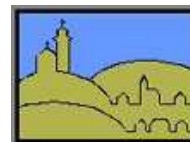
8.2. A marketingkommunikáció során használt publikációs eszközök, és ezek jellemzői

A projekt során használt marketingkommunikációs eszközöket, ezek leírását és célját a következő táblázat tartalmazza.

12. táblázat: Publikációs eszközök (saját adatgyűjtés alapján)

Publikációs eszközök	Publikációs eszközök rövid leírása, célja
Sajtótájékoztatók	<ul style="list-style-type: none"> - a legfontosabb eseményekhez kapcsolódóan, - cél a nyilvánosság biztosítása, - az újságírók közvetlenül, első kézből kapnak információt, lehetőségük van a kérdésésre
Sajtómegjelenések	<ul style="list-style-type: none"> - sajtóközlemények kiküldése az újságírók számára, - sajtóesemények szervezése, - sajtónyilvános ünnepélyes projektnyitó- és zárórendezvény
Internetes felület	<ul style="list-style-type: none"> - technikai háttér kialakítása - cél: olyan honlap létrehozása, amely elérhetővé teszi a projekt eredményeit, a Kneipp módszerekkel kapcsolatos információkat és a kialakított szolgáltatásokat, - interaktív felület, amely lehetőséget biztosít kapcsolat felvételére, a külső érdeklődők információhoz való hozzáférésére, az online





	<p>foglalásra, rendelésre, a belső publikus és jelszóval védett, nem publikus felületek kezelésére</p> <ul style="list-style-type: none">- közösségi oldalak, saját YouTube videó
Kneipp Akadémia	<ul style="list-style-type: none">- szakmai műhelyfoglalkozások magyar és osztrák résztvevőkkel
Marketing stratégia	<ul style="list-style-type: none">- a két projektpartner együttműködése révén,- a teljes projektre, a teljes, közös Kneipp térségre vonatkozóan
Arculati kézikönyv	<ul style="list-style-type: none">- a vizuális megjelenés tartalmi és formai alapelveit foglalja össze,- használandó logók, képek, színvilág, betűtípusok, felhasználási módok, arculati elemekkel ellátott iratminták
Módszertani kutatás	<ul style="list-style-type: none">- jegyzetek és szakanyagok összeállítása a Kneipp elveknek megfelelő szolgáltatások kialakítására irányulóan
Tanulmányi tematika és tananyag	<ul style="list-style-type: none">- szakmai tananyag az egészségügyben dolgozó szakemberek számára
Szakmai tanulmányutak	<ul style="list-style-type: none">- a célcsoportok és a projektben résztvevő szakértők részére, a sajtó bevonásával
Képzések	<ul style="list-style-type: none">- gyakorlati képzés orvosok, természetgyógyászok, Kneipp-szakápoló számára,- térségi szolgáltatók képzése
Szolgáltatási csomagok	<ul style="list-style-type: none">- tartalma szolgáltatási kézikönyvben összeállítva,- mindkét régióból foglalható, általános turisztikai csomagajánlatok kialakítása
Kiadványok	<ul style="list-style-type: none">- kétnyelvű (magyar-német) népszerűsítő kiadvány- kétnyelvű (magyar-német) ismeretterjesztő kiadvány
Turistatérkép	<ul style="list-style-type: none">- kétnyelvű (magyar-német) kiadvány a Vasi Hegyhát térségről és a Mittleres Freistritzal térségről a Kneipp útvonal grafikai megjelölésével
Reklám ajándéktárgyak	<ul style="list-style-type: none">- reklám ajándékcsomag három ajándéktárggyal (az





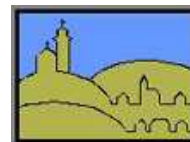
	ajándécsomagok tartalma változó, így többféle Kneipp projekt logóval ellátott ajándéktárgy készülhet, több célcsoport számára)
Szervezett média megjelenések	<ul style="list-style-type: none"> - helyi, megyei írott és elektronikus sajtó - iskolaújságok, főiskolai/egyetemi lapok, rádió - Nők Lapja országos hetilap - EST programmagazin - részletes sajtólista alapján (10. táblázat)

8.3. A sajtóval való kapcsolattartás legfontosabb eszközei és ezek részletes bemutatása

A **sajtótájékoztató** lebonyolítása gondos tervezést és pontos szervezést igényel. Ennek menete és legfontosabb feladatai a következők:

- Téma kiválasztása, pontosítása, a tájékoztatót tartó személyek kiválasztása.
- Meghívandó médiumok és újságírók kiválasztása.
- Annak ellenőrzése, hogy az adott időpontban nem rendeznek-e más, hasonló témájú, vagy nagy horderejű sajtótájékoztatót.
- A helyszín kiválasztása. A projekt szempontjából leginkább kedvező helyszín valamely műtárgy elhelyezésének helyszíne, de az újságírók eljutásának nehézségeit mérlegelve a megyeszékhely is megfelelő helyszínnek tekinthető. Több sajtótájékoztató esetén több helyszín is szóba jöhet.
- Meghívók kiküldése a sajtólista alapján. Külföldi újságírók meghívása az osztrák partner közreműködésével. A meghívók kiküldése után fel kell hívni a meghívottakat és szóban is meg kell erősíteni a meghívást
- Részletes forgatókönyv készítése minden szervezési és lebonyolítási feladatról, szükséges technika és berendezés megrendelése, megszervezése (esetlegesen projektor, hangosítás).
- Vendéglátás megszervezése.
- Újságírók fogadása. Amennyiben külföldi újságíró is érkezik az eseményre, vagy a külföldi partner részéről is részt vesz valaki a sajtótájékoztatón – tolmács biztosítása.
- Beszédírás és prezentáció elkészítése, sajtómappa összeállítása.
- Kényes kérdések-válaszok összeállítása.
- Sajtótájékoztató során fotódokumentáció készítése.



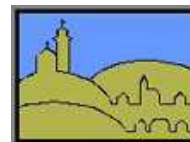


- További interjúlehetőségek felajánlása.
- Jelenléti ív készítése.
- Utókövetés: sajtóközlemény kiküldése közvetlenül a tájékoztató után – azon újságíróknak is, akik nem tudtak részt venni az eseményen, sajtófigyelés, a megjelent cikkek, tudósítások, hang- és képi anyagok összegyűjtése, elemzése.

13. táblázat: Teljes sajtólista (saját és az osztrák partner - Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritztal adatgyűjtése alapján)

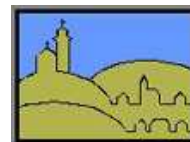
SAJTÓLISTA			
Sajtóorgánum neve	Közvetlenül kereshető személy	Elérhetőség	Egyéb megjegyzés
Vas Népe	Halmágyi Miklós, főszerkesztő	+36/30/941-4324 halmagyi.miklos@vn.plt.hu +36/94/522-560 vasnepe@vn.plt.hu	
Vasnepe.hu	Falussy Péter, online-szerkesztő Takács Gábor, online-szerkesztő	falussy.peter@vn.plt.hu takacs.gabor@vn.plt.hu	
PRO 28	Pehi László, stúdióvezető Szebényi Edit, gyártásvezető	+36/30/235-6865 +36/30/337-4047 +36/94/310-410 pro28@enternet.hu mtvszh@chello.hu	országos tudósító, regionális televízió beszállító
Magyar Televízió Regionális Stúdió, Sopron	Bognár László	bognar.laszlo@mtvsopron.hu	
Szombathelyi Televízió	Lengyel-Soós Hajnalka, gyártásvezető Ferenczy Gyöngyi, szerkesztő	+36/20/667-5000 +36/20/459-5867 tvszombathely@tv.szombathely.hu	





Vasvár TV		szerkesztoseg@vasvartv.hu	
Zalaegerszegi Televízió	Lovass Tibor, ügyvezető	+36/20/945-4748 lovass.tibor@zegtv.hu info@zegtv.hu +36/92/311-309	
TV2	Bartók Zoltán, szerkesztő	+36/30/288-5585 zoltan.bartok@tv2.hu	megkeresésük esetleges, nagyobb rendezvények, események kapcsán
RTL Klub	Bartos István, operatőr Rácz Albert, operatőr	+36/30/9930352 pistofilm@gmail.com +36/70/519-2599 berci@topmedia.hu	megkeresésük esetleges, nagyobb rendezvények, események kapcsán
MTI	Csala Péter, újságíró	+36/30/211-3070 csalap@mti.hu	
Magyar Rádió	Gergó Judit, újságíró	+36/30/902-1168 gergo.judit@radio.hu	
Rádió Szombathely		+36/94/50-66-50 radio@radioszombathely.hu	
Vasvári Újság	Vojnovics Viktória, felelős szerkesztő	+36/30/341-5840 vvojnovics@gmail.com	
Savaria Fórum	Krilov István, főszerkesztő	+36/94/505-894 krilov.istvan@savariaforum.hu ujsgiro@savariaforum.hu	
Nyugat Rádió		+36/94/511-884 info@nyugatradió.hu	
Nyugat.hu		+36/94/511-884 info@nyugat.hu	
Alon.hu	Kupi Györgyi, újságíró	+36/70/655-3404 info@alon.hu	
Westindex.hu	Cseszkó Tamás, újságíró	+36/20/393-7050 cst@westindex.hu	
Maraton	Babics Éva, főszerkesztő	+36/30/640-9760 maraton.szombathely@maraton.plt.hu	





EST	Dávid Nikolett Morvai Edina, főszerkesztő	+36/20/940-2825 szombathelyiest@szombathelyiest.hu +36/20/940-2811 +36/94/501-211	
Nők Lapja		+36/1/437-1560 noklapja@sanomabp.hu	
Journal Kulmrund- schau	Frau Wippel	kulmrundschau@zimmermann-druck.at	
WOCHE Weizer Zeitung Gleisdorf	Frau Schwarzen- berger, Frau Grabenhofer	redaktion.weiz@woche.at anneliese.grabenhofer@woche.at	
Süd Ost Journal	Herr Neumann, Herr Flucher	office@medienhaus-krois.at flucher.walter@gmx.at	
WOCHE Hartberger Bezirkszeitung	Herr Mayer	alfred.mayer@woche.at	
WOCHE Fehring	Frau Potzinger	heimo.potzinger@woche.at	
Weizer Zeitung Kleine Zeitung	Frau Bertsch Herr Pilch, Frau Patz, Frau Schrei	monika.bertsch@woche.at hartred@kleinezeitung.at weizred@kleinezeitung.at sonja.schrei@kleinezeitung.at	

A sajtótájékoztatót követően **sajtóközleményt** kell kiküldeni a megcélzott újságírókörnek (a sajtótájékoztatón részt vett újságíróknak megkönnyítve munkájukat, illetve azoknak is, akik nem tudtak eljönni, de így tájékoztathatják olvasó-, vagy nézőközönségüket). A sajtóközleménnyel szembeni követelmények:

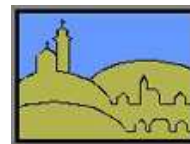
- tömör, objektív, tényszerű, hírértékű megfogalmazás
- szerkezetileg három részből áll: cím (figyelemfelkeltő), headline (bevezető összefoglaló, amely minden információt tömören tartalmaz), fő szövegrész (számadatokkal, statisztikai hivatkozással)
- elérhetőség feltüntetése
- e-mail-ben kell egyidejűleg minden újságírónak kiküldeni.

A **sajtóesemények szervezésének** célja, hogy a projektindítást követően is lehetőség szerint folyamatosan szerepeljünk a médiában. Ehhez az szükséges, hogy minden, a célcsoportot érdeklő és érintő hírről, eseményről hírt adjunk. A sajtóeseményeknek a





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



projekt-eseményekhez kell igazodni: szakmai fórum, építési munkálatok kezdete/folyamata/vége, környezetvédelmi intézkedések, minőségbiztosítási intézkedések, helyi lakosság bevonása, stb. De meghívhatjuk a sajtót az ausztriai partnerszervezethez, bemutatva a már működő Kneipp-központokat, az ottani tapasztalatokat, ahol külföldi szakértők is elmondhatják véleményüket, bemutathatják a helyi Kneipp-parkokat.

Sajtónyilvános ünnepélyes projektnyitó és zárórendezvény alkalmával a közreműködő partnereken kívül a projektet hasznosító célközönséget és a sajtót is meghívhatjuk. Az esemény célja a projekt bemutatása, köszönetnyilvánítás a közreműködő partnerek, támogatók felé, a projekt „átadása” a célközönségnek (akár használatbavétellel összekötve), valamint a sajtó informálása. Mivel nagyrendezvényről van szó, a tervezés időszakában jó, ha részletes forgatókönyv készül az eseményről. A szervezésnél különösen figyelni kell a következőkre:

- Időpont kiválasztásánál előzetes konzultáció a lehetséges VIP vendégekkel (szakminiszter, államtitkár, külföldi szakmai partner, országgyűlési képviselő, önkormányzati képviselő, polgármester, stb.).
- Helyszín gondos kiválasztása (lehet kültéri projekthelyszín, vagy beltéri fogadásra is alkalmas helyszín Szombathelyen mint megyeszékhelyen, vagy Vasváron).
- Program, vendéglátás megszervezése, moderátor kiválasztása, meghívott kör gondos összeállítása.
- Beszédírás, beszédek egyeztetése.
- Meghívás, majd ennek szóbeli megerősítése

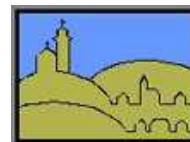
Mindegyik sajtóeseményhez szorosan kapcsolódik a **sajtómegjelenések összegyűjtése és elemzése, dokumentálása**. A sajtófigyelés alapján meg kell nézni:

- hány cikk vagy tudósítás jelent meg,
- milyen profilú médiumokban jelent meg,
- mekkora példányszámú médiumokban jelent meg,
- mekkora terjedelemben,
- milyen elhelyezésben jelent meg (pl. hányadik oldalon, milyen műsorkörnyezetben),
- mennyire mentek át az üzenetek (a számunkra fontos részt közölték le vagy teljesen mást ragadtak ki belőle)





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



- milyen kommentálásban jelentek meg (csak a hírt közölték le, vagy minősítették is)

A sajtóeseményeken (valamint a projekthelyszíneken, a projekt kivitelezése során, stb.) szükséges **fotódokumentáció készítése** is, amelyet a későbbiek során a sajtómunkában illusztrációként, de egyéb más kommunikáció során (prospektus, kiadványkészítés, stb.) is hasznosítani tudunk.

8.4. Közös marketingkommunikáció

A közös (osztrák-magyar) kommunikációs stratégia kialakítása szempontjából a **közös értékeket, lehetőségeket** kell kihangsúlyozni, főként a turizmus szempontjából (egymás Kneipp-térségeinek látogatása), illetve törekedni kell **egymás hagyományainak megismertetésére** is (népi kultúra, népi gyógyászat).

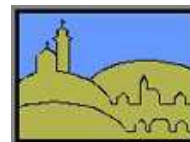
A turisták a másik országban lévő Kneipp-attrakciókat kerékpárral, autóval, vagy szervezett buszos formában látogatják, ezért szükség van a magyar és az osztrák utazási irodák, utazásszervezők, kerékpáros és egyéb civil szervezetek, TDM-szervezetek, hotelek, éttermek, fürdők bevonására is – kihasználva az általuk nyújtott kommunikációs megjelenési lehetőségeket.

A projekt szempontjából kiemelendő, és a közös értékekre, az együttgondolkodásra irányítja a figyelmet, **egymás szimbólumainak cseréje** (a Jeli Arborétumra jellemző rododendron 5 szirmú virágának szimbolikus feldolgozása az 5 Kneipp elemet fejezi ki, amelyet Ausztriában is elhelyeznek, a tervek szerint a hirnsdorf-i tó melletti területen, az ottani 5 színű 5 oszlop-szimbólum, amely szintén az 5 Kneipp elem kifejezésére szolgál Vasváron jelenik majd meg).

A közös marketingkommunikációs eszközök közül kiemelendő:

- kétnyelvű internetes felület (magyar-német),
- kétnyelvű népszerűsítő kiadvány (magyar-német),
- kétnyelvű ismeretterjesztő kiadvány (magyar-német),
- kétnyelvű turistatérkép a Vasi Hegyhát térségről és a Mittleres Freistritzal térségről a Kneipp útvonal grafikai megjelölésével (magyar-német),
- média megjelenések a szomszédos ország sajtóorgánumaiban (a sajtótájékoztatók, események alkalmában lehetőségek kell biztosítani a partner számára is a megjelenésre, a másik ország módszereinek, lehetőségeinek, programjainak bemutatására),



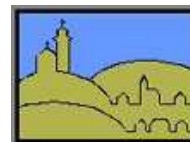


- szakmai műhelyfoglalkozások osztrák és magyar résztvevőkkel,
- közös szakmai tanulmányutak a célcsoportok és a projektben résztvevő szakértők részére, a sajtó bevonásával (az osztrák minták, és az elkészült magyar Kneipp-attrakciók bemutatása, tapasztalatok cseréje)

8.5. Marketingtevékenységek időzítési terve

Feladat/ eszköz	Időzítés							
	2010. III. negyedév	2010. IV. negyedév	2011. I. negyedév	2011. II. negyedév	2011. III. negyedév	2011 IV. negyedév	2012. I. negyedév	2012. II. negyedév
Belső projekt-menedzsment	x	x	x	x	x	x	x	x
Külső, menedzsment segítő tanácsadás	x	x	x	x	x	x	x	x
Webes felület kialakítása, működtetése			x	x	x	x	x	x
Szervezett médiamegjelenések	x	x	x	x	x	x	x	x
Konferenciák	x							x
Módszertani kutatás (kézikönyv kiadása)	x	x	x	x				
Tananyag-fejlesztés, képzések			x	x	x	x		
KNEIPP Akadémia rendezvényei		x	x	x	x	x	x	
Közös marketing-stratégia kialakítása		x	x					
Arculati kézikönyv			x	x				
Szolgáltatás-csomagok fejlesztése			x	x	x			





Térségi szolgáltatók képzése					x	x		
Szakmai tanulmányutak				x		x		
Kiadványok készítése				x	x	x		
Turistatérkép						x	x	
Térségi egészségnapok					x	x	x	x
Reklámajándék tárgyak						x	x	

8.6. Értékelés

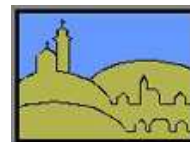
A kommunikációs kampány végén az addigi kommunikációs tevékenység értékelésre kerül. Az értékelés a következő módszerekkel történik:

Eszköz	Értékelési módszer
Sajtóesemények	Sajtófigyelés, megjelent sajtócikkek, tudósítások elemzése (megjelenések kvalitatív és kvantitatív elemzése), üzenetek felhasználásának elemzése, üzenetek tartalmának elemzése), újságírók személyes visszajelzései
Konferenciák, rendezvények, szakmai tanulmányutak	Résztevők száma, érdeklődési index, személyes visszajelzések, feltett kérdések, elégedettség
Kiadványok, tájékoztató kiadványok	Személyes visszajelzések, hatásuk mérése (hány ember hivatkozik rájuk)
Honlap	Látogatási szám
Módszertani kutatás, tananyagfejlesztés, képzések	Személyes visszajelzések, feltett kérdések, elégedettség





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



9. Rövid- és hosszú távú célok, lehetőségek

A projekt rövid távú célkitűzése: a kistérség Kneipp-programban résztvevő helységiben az úgynevezett „szelíd” turizmus Kneipp gyógy-kultúrán alapuló elterjesztése, ami egy újfajta gyógy-turizmus alapja lehet, de a helyi lakosság egészségkultúráját is növelné.

A projekt hosszú távú célkitűzése: A fejlesztés hatására **egységes turisztikai arculattal** léphet fel a kínálati piacon az egész kistérség. A megvalósulással **növekszik a térség turizmus-mutatója, többszörösére emelkedhet a vendégéjszakák száma.** A projekt hatására **új munkahelyek**, új munkakörök jönnek létre, amelyet természetesen helyi munkaerővel lehet biztosítani. A vendégek ide érkezésével **növekszik az idegenforgalmi bevételek mértéke**, amelyek egyrészt jobb életszínvonalat biztosítanak, másrészt a befolyó összegek egy részét további attrakciók kialakítására, illetve fejlesztésekre lehet fordítani. Másodlagos célként fogalmazódhat meg az egyén egészségügyi öngondoskodásának kiteljesedése is.

A Kneipp-turizmus szorosan kapcsolódik a turizmusfejlesztés prioritásaihoz: így egészségturizmus, ökoturizmus, kulturális turizmus, családbarát turizmus, ifjúsági turizmus, senior turizmus, falusi turizmus, aktív turizmus, bor- és gasztroturizmus.

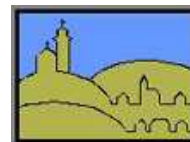
A projektmegvalósítás során létrejövő Kneipp-térség turisztikai fejlődésében nagy szerepe lehet a közeljövőben létrejövő **térségi TDM** (turisztikai desztináció menedzsment) **szervezetnek**, amely e terület turisztikai termékeit és egyéb szolgáltatásait egységben, komplex módon kívánja megjeleníteni. Ezen szervezet a térségben érdekelt vállalkozások, önkormányzatok, szakmai és civil szervezetek együttműködésén alapul, és legfontosabb célja az adott fogadóterület turisztikai színvonalának és forgalmának növelése, a térség egyediségét hangsúlyozó turisztikai kínálat létrehozása és hatékony értékesítése, valamint a szerteágazó marketingfeladatok összefogása. Így nagy szerepe lehet a Kneipp-térség marketingfeladatainak ellátásában, a hozzá kapcsolódó szolgáltatások ismertetésében.

A **távoli jövő lehetőségei** közé tartozik Kneipp gyógy-centrumok kialakítása, így fejlesztve a gyógy-turizmus palettáját és széles spektrumú szolgáltatást nyújtva a rekreációs és wellness szolgáltatásoktól a gyógyvíz alapú rehabilitáción át a legkorszerűbb eljárásokra alapozott orvosi kezelésekre, és komplex csomagokat alkotva,





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



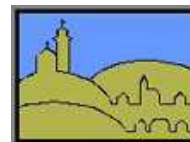
amelyek kiegészülnek magas színvonalú egészségügyi ellátással és szabadidős turizmussal.

Mindezen **célok eléréséhez feltétlenül szükséges** a Kneipp-tanok elterjesztése/elterjedése minél szélesebb körben, méghozzá úgy, hogy azt kínáljuk, amit a vendég/turista/kiránduló keres. A kínálatnak mindig megbízhatónak kell lennie, fontosak az egyénre szabott megoldások, és a kiszolgáló személyzet képzése/továbbképzése (hiszen ők lesznek azok, akik a vendéggel közvetlenül találkoznak, foglalkoznak) és a minőségbiztosítás. A fürdőkben/hotelokban/gyógycentrumokban egy „jó árat” kell kialakítani (ne legyen túl olcsó, de túl magas sem), ezzel is lehetővé téve azt, hogy az emberek áldozzanak az egészségükre. Lehetővé kell tenni a turizmusban dolgozó emberek számára (főként a falusi vendéglátók esetében), hogy kapcsolatot tarthassanak gazdasági szakemberekkel, vagy legalábbis olyan szervezettel, amely a felmerülő problémákra azonnali választ tud adni számukra.

Fenntarthatósági szempontból fontos, hogy a térségben megjelenhetnek a határon átnyúló együttműködést megcélzó források, nemzeti fejlesztési források (Terület és Régiófejlesztési Célelőirányzat), illetve a Leader+ programban elnyerhető források is. A 2007-2013 finanszírozási időszakot felölelő Nemzeti Fejlesztési Tervben önálló elemként szerepel az egészségturizmus, többek közt a gyógy- és wellness turizmus is. Támogatási szempontból a tervek szerint előnyt élvez majd a vonzerők és a hozzá kapcsolódó infrastruktúrafejlesztés is, amely a projekt megvalósulásának szempontjából döntő szerepű lehet.

Bár konkrétan nem része a projekt marketingstratégiájának, de a jövőbeni fenntarthatóság, fejlődés szempontjából fontos lehet az esetlegesen a későbbiek során a projekthez kapcsolódó Kneipp-szolgáltatások feltérképezése, amely mintegy a projektmegvalósulás utáni lehetőségeket tartalmazza.

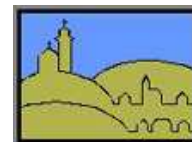




14. táblázat: Esetleges, a projektmegvalósítás utáni Kneipp-szolgáltatások a Vasi Hegyháton (saját adatgyűjtés alapján)

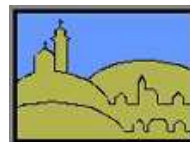
Kneipp szolgáltatás	Kneipp szolgáltatás leírása
fejlesztési tervek a vasvári fürdőben	egyedi Kneipp szolgáltatások megvalósítása, fedett hidroterápiás centrum kialakítása (Kneipp taposó, Kneipp váltóruhany, jakuzzi, szauna mellette hideg vizes merülő medence, kádfürdő, masszázs, egészségügyi személyzettel)
egyéb fejlesztések Vasváron	Kneipp előírásoknak megfelelő camping , Kneipp ház kialakítása a jelenlegi Magyar Király elnevezésű volt fogadó épületében, amely helyet adhat továbbképzéseknek, hidroterápiás bemutatóknak, Kneipp termékbemutatóknak, workshop-oknak, Domonkos kolostor kiemelt helyzetének erősítése (gyógynövény kertre épülő gyógynövénybolt a kistérségben termesztett, feldolgozott, előkészített gyógynövényekkel, termékekkel, ajándéktárgyakkal), Kneipp-ételeket is kínáló étterem létrehozása
a Kneipp objektumokat összekötő gyalogtúra-útvonalak , kerékpárutak kiépítése, lovaglási lehetőségek	a gyalog- és biciklitúrák során meg lehet ismertetni a környék nevezetességeit, a környezetet, lehetőséget lehet teremteni a





biztosítása.	lovass turizmus fejlesztésére
Kneipp fogadók, illetve Kneipp egészségkultúrát ajánló nagyobb szálláshelyek kialakítása	a projektben érintett nagyobb falvakban vállalkozó családoknál Kneipp szálláshelyek kialakítása, Kneipp módszer alkalmazása (gyógynövények felhasználása – gyógyteák, borogatások, pakolások, fürdőadalékok, forró és hideg lábfürdő, harmatos fűben járás, hóban járás, gumitömlős váltóvizes zuhany, álló- és ülő locsolók, esetlegesen szauna hideg vizes merülési vagy zuhanyzási lehetőséggel, stb.), bio étrendek, bio élelmiszerek az ellátás során, mindehhez szorosan kapcsolódhatna a falusi vendéglátók képzésének megszervezése
Kneipp objektumok helyszínén foglalkozások, bemutatók, kulturális rendezvények szervezése	a foglalkozások a Kneipp-módszerek bemutatására, gyógynövénykultúra elterjesztésére irányulhatnak, a bemutatók kapcsolódhatnak helyi rendezvényekhez, valamint Kneipp- napokat is lehetne tartani a térségben helyi jellegzetes gasztronómiai programokkal, Kneipp-ételbemutatóval, borkóstolóval, Kneipp-termékbemutatóval, aktív testmozgással, egészségi állapot felmérésével, stb.
egészségügyi fejlesztések a közeli megyeszékhelyeken (Szombathely, Zalaegerszeg) és Vasváron	Kórházi, vagy magánpraxisok keretében Kneipp tanokra épülő szolgáltatások biztosítása megfelelő orvosi háttérrel
a településeken lévő ingyenesen használható Kneipp objektumokhoz kapcsolódó egyéb „fizetős”	gyógynövény automata, amelyek elhelyezésére kisebb településeken is adott a lehetőség (egyéb más automata mintájára készült gyógynövények





szolgáltatások	megvásárlására lehetőséget adó gépezet), Vasváron bio bolt, gyógynövény szaküzlet Kneipp termékekkel, ajándéktárgyakkal
-----------------------	---

15. táblázat: Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritztal - víziók, eszménykép és célok (az osztrák partner - Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritztal adatgyűjtése alapján)

Vízió/Eszménykép	Kneipp Természetgyógyászat Régió „Ausztia kertjében”
Jelmondat	Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritztal – Kneipp – Élmények Ausztia kertjében
Mottó	A „Mittleres Feistritztal” meghosszabbítja életét
Célok	<p>1. Világos, egyértelmű megvalósítási struktúrák kompetenciákkal, elegendő eszközellátottság kialakítása és megalapozása.</p> <p>2. A Kneipp berendezések élményorientáltságának megtartása, továbbfejlesztése, használatuk általi örömszerzés fokozása.</p> <p>3. Multiplikátorok ill. nagykövetek megnyerése a Kneipp-tanok és a Kneipp Aktiv Park számára.</p> <p>4. Információs csatornák kihasználása, illetve a befelé és kifelé irányuló információáramlás javítása.</p> <p>5. Motivált lakosság és jobb egészségi állapot feltételeinek kialakítása.</p> <p>6. A (turisztikai) kulcsszereplők hálózatának kiépítése és értékelése a régióban.</p> <p>7. A régióban szakmai kompetencia felépítése és kiépítése - Kneipp Élmény-rally instruktor</p> <p>8. Piacképes turisztikai ajánlatok kialakítása, egyeztetés a piacra juttatásról a felelősökkel.</p>



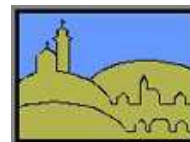


EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



	9. Partnerség kialakítása és ápolása más természetgyógyászati régiókkal.
--	--





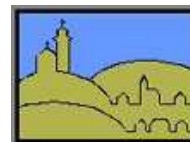
Ábrák jegyzéke:

1. ábra: A Vasvári kistérség földrajzi helyzete és települései	9. oldal
2. ábra: A lakónépesség száma a Vasvári kistérségben 2001-2008 között	13. oldal
3. ábra: Civil szervezetek a Vasvári kistérség településein	16. oldal
4. ábra: Állandó népesség/civil szervezetek száma a Vasvári kistérség településein	17. oldal

Táblázatok jegyzéke:

1. táblázat: A lakónépesség változása	11. oldal
2. táblázat: A lakónépesség száma; nők, férfiak a Vasvári kistérség településein	11. oldal
3. táblázat: Fejlesztési helyszínek turisztikai vonzerői a Vasi Hegyháton	20. oldal
4. táblázat: A Vasvári kistérség népessége a legmagasabb iskolai Végzettség szerint	27. oldal
5. táblázat: Célcsoportok áttekintése életkorok szerint	28. oldal
6. táblázat: Célcsoportok azonosítása egyéb módon	29. oldal
7. táblázat: Fejlesztési helyszínek bemutatása objektumokkal és látnivalókkal a Vasi Hegyháton	31. oldal
8. táblázat: Ausztriai fejlesztési helyszínek bemutatása objektumokkal és látnivalókkal	35. oldal
9. táblázat: Szolgáltatások bemutatása a hozzájuk kapcsolódó üzenettel (Vasi Hegyhát)	41. oldal
10. táblázat: Célcsoportok bemutatása a hozzájuk kapcsolódó marketingkommunikációval	52. oldal
11. táblázat: Egyéb célcsoportok bemutatása a hozzájuk kapcsolódó marketingkommunikációval	57. oldal
12. táblázat: Publikációs eszközök	59. oldal
13. táblázat: Teljes sajtólista	62. oldal
14. táblázat: Esetleges, a projektmegvalósítás utáni Kneipp-szolgáltatások a Vasi Hegyháton	71. oldal
15. táblázat: Kneipp Aktiv Park Mittleres Feistritzal - víziók, eszménykép és célok	73. oldal





Fotók jegyzéke:

1. fotó: Sebastian Kneipp 39. oldal
2. fotó: A Dreiszker-féle kőszegi hidegvíz-gyógyintézet 40. oldal

Hivatkozások jegyzéke:

1/ A Kneipp Aktiv Park Mitterles Feistritzal bemutatása és az átalakítás tapasztalatai című előadás alapján, Wkfm. Gerd Krakovitzer – Kneipp Landesverband Steiermark ügyvezetője, Szakmai Fórum, Hirnsdorf, 2010. december 10.

2/ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?kistersegID=16>

3/ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Társég és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 8. oldal

4/ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Társég és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 9. oldal

5/ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=3&kistersegID=16>

6/ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=3&kistersegID=16>

7/ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=14&kistersegID=16>

8/ <http://www.nydregio.hu/cgi-bin/kisterseg/index.cgi?view=bemutatas&ID=14&kistersegID=16>

9/ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Társég és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 12. oldal

10/ LEADER+ Közösségi kezdeményezés a Vasvári Kistérségben, készítette a „Vasi Hegyhát” Területfejlesztési Önkormányzati Társulás megbízásából a Pannon Projektum Társég és Humánfejlesztő Bt., Halinka Péter (külső szakértő), 2005. 13. oldal

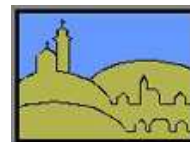
11/ A vidék kihasználatlan kincsei – Turisztikai ajánlati csomagok Dél-Vas megyében, Hegypásztor Kör, Oszkó, 2007.

12/ <http://www.medinfo.hu/hol/cikkh.cgi?id=2334>





EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



13/ Társadalmi jellemzők és ellátórendszerek 2007., Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 2008.

14/A Vasvári Kistérség egészségügyi helyzete című előadás alapján, Dr. Szücs László – kistérségi tiszti-főorvos, Szakmai Fórum, Hirnsdorf, 2010. december 10.

15/ Élhetővé és eladhatóvá tenni a Kneipp módszert című előadás alapján, Dkfm. Detlef Jarosch, Szakmai Fórum, Hirnsdorf, 2010. december 10.

16/ A Kneipp terápia, a konvencionális orvoslás része, Német Orvosi Lapok, 1986/47. szám

17/ http://193.225.149.5/vdkweb/vm_varmegyeivarosai/egeszsegugy.html

Egyéb felhasznált irodalom:

A vidék kihasználatlan kincsei – Turisztikai ajánlati csomagok Dél-Vas megyében, Hegypásztor Kör, Oszkó, 2007.

A vidék kihasználatlan kincsei – Dél-Vas megyei szálláshelyek gyűjteménye, Hegypásztor Kör, Oszkó, 2007.

Katonák útja – Történelmi áttekintés és turisztikai csomagok gyűjteménye, Vasvár Város Önkormányzata, 2008.

A Vasi-hegyhát kincsei - Hagyományok, értékek, látnivalók, Hegypásztor Kör, Oszkó, 2005.

Prospektusok, egyéb kiadványok:

A Jeli Arborétum és a Vasi Hegyhát – Programlehetőségek a Jeli Arborétum szomszédságában, 2009.

Kalandozások a Vasi Hegyháton, 2010.

Oszkó és a Hegypásztor Kör, 2010.

VASI HEGYHÁT, 2010.

„Hegyekkel játszik az út...” Gyalogos és kerékpáros túrák 2009.

A Vasi-hegyhát - A bor tükrében, 2010.

