

A magyar turizmus jelentős fordulópont előtt áll

Interjú Guller Zoltánnal, a Magyar Turisztikai Ügynökség vezérigazgatójával

Hungarian tourism is at a turning point Interview with Zoltán Guller, Head of the Hungarian Tourism Agency

■ **A 2016-os év több szempontból is rekordokat döntött a magyar turizmus életében. Mely eredményeket emelné ki ezek közül?**

– A leginkább szembetűnő az volt, hogy nemcsak a saját, korábbi hazai adatainkhoz képest történt kiugró változás, de nemzetközi összehasonlításban is figyelemre méltó a hazai turizmus fejlődése: Magyarországon tavaly a világátlag közel kétszeresét, az európai átlag majdnem háromszorosát produkálta a nemzetközi turistaérkezések számának növekedése. A vendégforgalom erősödése idén is jelentős, áprilisban kifejezetten elképesztő eredményeket mutatott, elsősorban a négynapos húsvéti hétvége miatt: 22 százalékkal emelkedett a külföldiek, 28 százalékkal a belföldi vendégek itt töltött éjszakáinak száma, illetve 33 százalékkal nőtt a szállásdíjbevétele is. Az az ambiciózus cél, hogy 2019 végére utolérjük az osztrák idegenforgalom teljesítményét, vagyis azt, hogy a turizmus közvetlen és közvetett hozzájárulása a GDP-hez a mostani 10 százalékról elérje a 16 százalékot. Ezeket az adatokat látva kimondható: a turizmus Magyarország egyik kiemelten fontos ágazatává nőtte ki magát, amely fontos szerepet játszik mind a GDP előállításában, mind a foglalkoztatásban, mind a fizetési mérleg egyensúlyának javításában. Több szempontból is hatalmas lehetőség előtt áll Magyarország, amit nem szabad elmulasztani. Eddig sosem látott mennyiségű fejlesztési forrás áll például rendelkezésre a turizmus fejlesztésére. De lehetőséget jelent az országnak az is, hogy egyre kevesebb azoknak az úti céloknak a száma, ahová egy turista nyugodt szívvel elutazhat a családjával, Magyarország viszont egyelőre remek helyzetben van, biztonságos úti célnak számít.

■ **A Magyar Turisztikai Ügynökség országjáró körútjain a helyi turisztikai szakemberekkel folytatnak konzultációt. Milyen koncepciót dolgoztak ki a belföldi turizmus élénkítésére?**

– Az utazáshoz kapcsolódó elvárások alapjaiban változtak meg. Az emberek a lehető legrovidebb idő alatt a legkedvezőbb áron a lehető legtöbb élményt szeretnék átélni. A korábbi paradigma meghaladtá vált, nem szolgált válaszokkal az időközben megfogalmazódott kér-



désekre, igényekre, problémákra, mint amilyen az előbb említett élményígéret hajkurászása vagy az internet térnyerése is volt. A turizmus területén fordulatra van szükség, és úgy érezzük, ennek most jött el az ideje. A koncepció kialakításához a Magyar Turisztikai Ügynökség áttekintette, hol, milyen fejlesztésekre van a leginkább igény. Csak ott fejlesztünk, ahol piaci alapon indokolt. A magyar turizmus tehát jelentős fordulópont előtt áll. A turizmusfejlesztés koncepciójának, azaz a desztinációs logikának a lényege, hogy egymáshoz közeli élménypontok olyan tömegét kell létrehozni, amely hosszabb időre képes az adott desztinációban marasztalni a vendégeket, és többszöri visszatérés-

■ **2016 broke records in many aspects of Hungarian tourism. Which achievements would You highlight?**

– The most outstanding phenomenon was that change was not only significant compared to previous Hungarian results, but the development of our tourism is remarkable on an international level as well. Last year Hungary had nearly the double of the world and nearly the triple of the European average in terms of the number of tourists arriving in the country. The increase in number of guests is high this year, too. In April the results were amazing, especially due to the four-day long weekend at Easter. The number of nights spent here by

re ösztönzi őket. A július 3-án társadalmi egyeztetésre bocsátott Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program zászlóshajó projektjének, a Kisfaludy Szálláshely-fejlesztési Konstruksiónak is az a legfontosabb törekvése, hogy üzletileg is hosszú távon fenntartható, versenyképességet javító fejlesztések valósuljanak meg, amik jól illeszkednek a desztinációs szemléletbe. Olyan projekteknek nem fogunk tudni támogatást biztosítani, amelyeknek turisztikai szerepe, fontossága megkérdőjelezhető. Az országjárások során szeretnénk néhány nagyon fontos dolgot megértetni mindenkiel. Az egyik, hogy a vállalkozások számára rövid, sőt középtávú versenyelőnyt is jelent, ha a turisztikai szolgáltatók egy térségen belül egymás szolgáltatásait is ajánlják, ezzel ugyanis nagyobb élménycsomagot tudnak nyújtani a vendégeknek, akik tovább is maradnának, és többet is hajlandóak fizetni. A másik hasonlóan fontos dolog, hogy az ágazat minden szereplője érezze át, a sikeres paradigmaváltás közös ügyünk. A belföldi turizmus élénkítése az egyik kiemelt cél, aminek érdekében egy több hónapos integrált kommunikációs kampányt is indított a Magyar Turisztikai Ügynökség. A kampány a hazai, kevésbé ismert úti célokat, kulturális és természeti értékeket mutatja be és népszerűsíti, a szlogenje pedig: Magyarország rád vár! Mivel a digitalizáció életünk minden területén egyre meghatározóbban van jelen, minden eddiginél nagyobb hangsúly került a digitális megoldásokra. A klasszikus médiaeszközökön kívül (mint például a televízió, a rádió, a közterületi megjelenések), külön weboldal is indult, de véleményvezérek is megjelennek a kampányban, akik a közösségi médiafelületeken népszerűsítik az ország több kevésbé ismert látványosságát, mint amilyen például az egerszalóki sódomb vagy a Káli-medencében található Hegyestű.

■ A desztináció alapú fejlesztések elsőként a Balaton, a Sopron–Fertő, valamint a Tokaj–Felső-Tisza–Nyírség területeit érintik. Milyen beruházások várhatóak az elkövetkezendő években? Ezután mik a következő állomások?

– Amit általában is fontosnak tartunk a beruházásokkal kapcsolatban elmondani, hogy minden turisztikai fejlesztésnél odafigyelünk arra, hogy a helyiek életminősége is javuljon. Nem szabad Barcelona vagy Velence hibájába esnünk, ahol a helyiek már a turisták ellen tüntetnek. Jelenleg három kiemelt turisztikai fejlesztési térség van nevesítve, de hamarosan további térségek kijelölésére is sor kerül. A balatoni programra több mint 360 milliárd forint áll rendelkezésre, amelyből óriási, 101,7 milliárd forint hazai forrás segíti

foreign visitors increased by 22% and by Hungarians by 28%, and the hotel revenue was increased by 33%. The ambitious goal is to reach the results of Austrian tourism by the end of 2019. It means that the direct and indirect contribution of tourism to the GDP would be raised from the current 10% to 16%. Based on these data you could say that tourism in Hungary has become a prioritised sector which plays an important role in the GDP, in employment and in the improvement of the wages balance. Hungary is about to have a great chance from many aspects, and it should not be missed. The sources for investment, including the development of tourism, have never been so rich. Another chance for the country is that the number of safe destinations where tourists can travel with their families is decreasing. For the time being Hungary is in an excellent position, as it is a safe destination.

■ During the country tour of the Hungarian Tourism Agency You have consultations with the local experts of tourism. What concept have You got to boost domestic tourism?

– Expectations related to travelling have changed fundamentally. People would like to get the most experiences in the shortest possible time. Previous paradigm has become outdated, as it had no answers to questions, requirements or problems like the above mentioned need of experience or the spread of the Internet was. In tourism a new turn is needed, and I think this is the time for that. In order to create a concept the Hungarian Tourism Agency assessed what developments are required most. Improvements are only done in fields which it is justified by the market. The essence of the development in tourism concept i.e. of the destination view is to create the cluster of points for experience which can make visitors stay in the destination area for a longer time and would inspire them to return more times. The flagship project of the Kisfaludy Tourism Development Program launched on 3rd July 2017 is the Kisfaludy Accommodation Development Construction. Its main endeavour is to have competitive developments commercially sustainable on the long term and they should also fit the destination view. Projects of which the role and importance in tourism are questionable will not be supported. During the tours in the country we would like to make people understand a few key issues. One is that it could be a short or middle term competition advantage for businesses if the participants of the tourism sector recommend each other's services within the same area. This way they could provide the guests with more experiences, which

would make them stay longer and would be ready to pay more. Another important thing is that all the participants of the sector should understand that successful change of paradigm is a common issue. A prioritised goal is boosting domestic tourism, for which the Hungarian Tourism Agency launched a few months long integrated communication campaign. The campaign introduces and promotes Hungary's less known destinations, cultural and natural values. Its motto is: "Hungary awaits you!" Since digitalisation is present in more and more segments of life in a very determining way, digital solution have to get even bigger emphasis. In addition to classic media devices (TV, radio, public space presence) a special website was launched, and there are opinion leaders, who promote the less known sights of the country, such as the Salt Hill of Egerszalók or Hegyestű in the Káli Basin, on social sites.

■ Destination-based developments will be first done at Lake Balaton, and in the area of Sopron-Fertő and Tokaj-Upper Tisza-Nyírség. What investments are expected in the forthcoming years? What will be the next steps?

– What is important to say about the investments in general is that in case of all tourism developments the improvement of the standard of living for local people is taken into high consideration. We should not make the mistakes Venice or Barcelona made, where local people demonstrate against tourists. Currently there are three touristic areas selected, but soon some more will be chosen. Over HUF 360 billion can be used for the Balaton program, of which HUF 101.7 is of domestic source. It will help the improvement of attrac-



olyan szükséges attrakció és minőségi szolgáltatásfejlesztések megvalósulását, amelyek uniós támogatásból nem finanszírozhatók. Ez sosem látott mértékű fejlesztési forrás. Ha ezt sikerül összefogással jól felhasználni, az üdülőrégió a következő 20 évben Európa egyik legdinamikusabban fejlődő, legélhetőbb turisztikai térségévé válhat. Itt elsősorban a kerékpáros, a hajós és a tömegközlekedést kívánjuk erősíteni, aminek elő- vagy példaképeként akár a budapesti FUTÁR-rendszert is megnevezhetjük, hogy úgy is könnyen és gyorsan utazhasunk a Balatonnál, hogy nincs a telefonunkban egy ismerős helyi taxis telefonszáma. Elképzelésünk szerint a belső égésű motorral hajtott hajókat ki kellene tiltani a Balaton vizéről, vagyis a jövőben csak elektromos motorral hajtott vízi járműveket lehetne használni a tavon. A Sopron–Fertő turisztikai térségben cél, hogy a térség felzárkózzon az osztrák oldalon kínált turisztikai szolgáltatásokhoz. Az ehhez rendelkezésre álló közel 60 milliárdos fejlesztési keretből mintegy 39 milliárd forintot a magyar költségvetés biztosít, többek között a

tions and quality service development that cannot be done by EU resources. This is a development source that has never been available before. If it can be used well by good cooperation, in the next 20 years the holiday area will be one of Europe's most dynamically developing and most liveable touristic regions. Here basically the cycling, ship and public transport are to be improved. Its forerunner or example could be the FUTÁR system in Budapest. It would make travelling easy even if one hasn't got a familiar local taxi driver's number in their telephone. We think that ships with internal combustion engines should be banned from Lake Balaton, and in the future only electric engine water vehicles could be used on the lake. In the Sopron–Fertő touristic area the aim is to make the region catch up with the touristic services offered on the Austrian side of the border. Out of the HUF 60 billion available HUF 39 billion is provided by the Hungarian Government, among others for the significant touristic im-

soproni várkerület, a Lövérék és a Fertő-part jelentős turisztikai fejlesztésére. 101,5 milliárd forint jut a Tokaj-Hegyalja, Felső-Tisza és a Nyírség turisztikai térségbe. A teljesség igénye nélkül Sátoraljaiújhelyen megépül a világ leghosszabb, 700 méter hosszú üveghídja a Szár-hegy és a Várhegy között, de többek között megújul Tokaj belvárosa, és megépül Nyíregyházán egész éves turisztikai attrakcióként a Legoland Discovery Center is.

■ Többek között a bérfejlesztésre és a szállodák minősítési rendszerének egységesítésére is állítottak össze stratégiát. Hogyan tervezik ezek megvalósítását?



provement of the Sopron Castle District, the Lövérék and the Lake Fertő bank. HUF 101.5 billion will be spent on the development of the Tokaj-Hegyalja, Upper Tisza and Nyírség touristic regions. Among others the longest, 700-metre long glass bridge will be built between the Szár Hill and the Castle Hill in Sátoraljaiújhely, the inner city of Tokaj will be renovated and as a whole-year touristic attraction the Legoland Discovery Center will be built in Nyíregyháza.

– A sikeres paradigmaváltáshoz, a szolgáltatások minőségének javításához nélkülözhetetlen a szakképzett munkaerő, tehát a bérfejlesztés ugyanúgy stratégiai fontosságú, mint például a szállások fejlesztése. A bérek növelésére a folyamatban lévő áfacsökkenés a vendéglátáson belül lehetőséget ad. Úgy gondolom, a munkáltatók feladata, hogy ennek egy részét a béremelésekre forgassa vissza, hiszen a jól képzett, megbízható munkaerő egyre nagyobb értékévé válik a szektorban. A Magyar Turisztikai Ügynökség a rendelkezésre álló eszközökkel támogatja a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének egységes besorolási rendszerre irányuló törekvését. A magyar utazók érdeke is azt kívánja, hogy a szállodák minőségi besorolása mindenki számára egyértelmű és egységes legyen, hogy irányítúként segítse a tájékozódásukat. A Kisfaludy Szálláshely-fejlesztési Konstruktóra pályázóknak vállalniuk kell például, hogy minősítetik magukat a Hotelstars rendszer kritériumai szerint.

Fodros István

■ Strategies have also been elaborated for wages correction and the unification of the hotel evaluation system. How do you plan execute them?

– Successful change of paradigm and the improvement of the quality of services require trained employees, so the wages correction is as important from a strategic point of view as the improvement of accommodation. Pay rises can be done by the reduction of VAT in the hotel sector. I think the employers' task is to use a part of it for pay rise, because well-trained, reliable employees are becoming more and more appreciated in this sector. The Hungarian Tourism Agency supports with all the means available the endeavours to unify the rating system by the Hungarian Hotel & Restaurant Association. It is also in the interest of Hungarian travellers that the quality rating of hotels would be clear and unified, so it could help as a compass to find their ways. The applicants for the Kisfaludy Accommodation Development Construction have to accept to be evaluated by the system of the Hotelstars.