Javaslatok Magyarország turisztikai stratégiájához

A jelen célja, hogy rövid áttekintést adjon arról, hogyan látja Magyarország és ezen belül Budapest turisztikai stratégiáját az elsősorban a vendéglátásban érdekelt vállalkozói és szakértői kör az MVI képviseletén keresztül. A következőken rövideb bemutatjuk, milyen hangsúlyokat és súlypontokat javaslunk a stratégia megvalósításában.

Elöljáróban fontos megjegyeznünk, hogy a Visit Hungary szervezésben létrejött megbeszélés keretében személyesen megismert stratégiai alapokkal egyetértünk, azokat jelen anyagban megismételni nem kívántuk.

A mindent átható 2030-2036-os stratégia fő mérőszámai az MVI javaslatában:
2030+=20+30, azaz a cél +20% vendégszám, +30%-os átlagköltés növekedés.
Ezzel a turisztikai szektor többlet kibocsátása akár 3-4%-os GDP növekedést is indukálhat és stabil, prosperáló, fejlődésorientált ágazat jön létre.

Javaslataink két lépésben épülnek egymásra:

1. **Azonnali intézkedések.** Négy területen javasoljuk megteremteni azokat a „higiéniai" feltételeket, amelyekkel országos szinten és Budapesten is megszűnik a versenyképességi hátrány és az ügyfélélményre negatívan ható elemek.
2. **Hosszú távú stratégiai megfontolások.** Erre az alapra építve olyan adózási, finanszírozási, fejlesztési és kommunikációs irányokat javaslunk, amelyek tartósan növelik Magyarország és Budapest turisztikai vonzerejét.

I. Azonnali intézkedések: a „higiéniai" feltételek megteremtése

Négy területen javaslunk gyorsan megvalósítható lépéseket, amelyek rövid távon megszüntetik a versenyképességet és a vendégélményt romboló tényezőket.

1. Az adminisztratív akadályok lebontása

Az MVI, VIMOSZ, MSZÉSZ és MÉSZ által benyújtott 33 pontos szakmai javaslatcsomagból javasoljuk, hogy a kormányzat vegye napirendre az alapvetően adminisztratív jellegű akadályokat, és lehetőség szerint jogszabályalkotással hárítsa el azokat. Ezek a lépések jelentősen megkönnyíthetik minden érintett vállalkozás működését.

2. A turizmust romboló jelenségek felszámolása

Javasoljuk, hogy a ma mindenki számára jól látható, a turizmust romboló jelenségeket Budapesten és országos szinten is vegyük sorra, és szüntessük meg azokat. Ennek eszköze lehet

a közvetlen önkormányzati vagy kormányzati ráhatás, illetve a magánszereplők meggyőzése. Kiemelt példák a teljesség igénye nélkül:

- **Egész éves díszkivilágítás legalább éjfélig.** A turisztikai látványosságok kivilágítása az év minden napján legalább éjfélig tartson. Ez maximalizálja a látogatók által készített és megosztott tartalmakat (user generated content), és a vendéglátóhelyeknek is lehetőséget ad a késői vacsorák kiszolgálására. Országos a kérdés, de a budapesti látványosságok kiemelt figyelmet érdemelnek. Ezt akár érdemes célzott világításkorszerűsítési programmal is támogatni.
- **A közterületi italfogyasztást kiszolgáló bolti italárusítás megszüntetése** a világörökségi és kiemelt turisztikai területeken, hogy ezek a helyszínek ne váljanak „közterületi kocsmává".
- **A rakpart méltó hasznosítása.** Tárgyalásokat kezdeményezünk Budapesttel arról, hogy a lezárt rakparton a rakparthoz és a világörökségi helyszínhez méltó szórakoztatás és vendéglátás valósuljon meg.
- **„Ne legyen ciki!" – társadalmi kezdeményezés.** Olyan közösségi média felületek létrehozását javasoljuk, amelyek élére akár az MVI is állhat. Ezeken bejelenthetők és felszámolhatók azok a kisebb-nagyobb vizuális környezetszennyezések, illetve külföldi szemmel kellemetlen vagy méltatlan helyzetek, amelyek országunk rossz hírét keltik.
- **"Budapest is a safe city" kép helyreállítása.** Az elmúlt időszakban Budapesten tapasztalható közterületi állapotok (palackozók, kristályozók, dílerek) épp most porlasztják el a "Budapest is a safe city" képet. Azonnali fokozott rendőri jelenlétre és intézkedésre volna szükség a belvárosban!"

3. Versenyképességi és foglalkoztatás-növelési célok

Visszautalunk az MVI, MÉSZ, VIMOSZ, MSZÉSZ közös 33 pontos anyagára, amelyben a versenyképesség és a foglalkoztatás növelésére konkrét javaslatokat tettünk. Javasoljuk ezek azonnali megvalósítását.

4. Az Airbnb-típusú szálláshelyek szabályozása

Javasoljuk a rövid távú lakáskiadás (Airbnb) azonnali állami szabályozását, valamint hosszú távú, rendszerszintű megoldásának kidolgozását.

II. Hosszú távú stratégiai megfontolások

Az azonnali intézkedések mellett az alábbi hosszú távú irányokat javasoljuk.

5. Versenyképességet növelő adóésszerűsítés

Javasoljuk az MVI, MÉSZ, VIMOSZ, MSZÉSZ 33 pontos javaslatában bemutatott adóésszerűsítések megtételét. Ezek részben már költségvetési hatással járnak, ugyanakkor érdemben növelik az ágazat versenyképességét.

6. Innovatív és niche szegmensekre is fókuszáló országmarketing

Olyan országkommunikációt és országmarketinget javaslunk, amely megkülönböztető erővel emeli ki azokat az előnyöket, amelyekről Magyarország és Budapest valóban híres lehet.

Javasoljuk a korábbi klisék, különösen a ma népszerű „gulyás-lángos” kép háttérbe szorítását. Budapest és Magyarország ennél sokkal többet jelent, és ennek bemutatásában bátran, akár különleges kreativitással is fellépnénk.

7. Célzott, multiplikátor hatású fejlesztések előtérbe helyezése

Javasoljuk, hogy az állami támogatás kifejezetten azokat a fejlesztéseket célozza, amelyek markáns foglalkoztatásnöveléssel, multiplikátor hatással vagy közvetlen vendégvonzó képességgel rendelkeznek. Kiemelt cél a turisztikai versenyképesség erősítése érdekében a Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér és Budapest belvárosa közötti kötöttpályás összeköttetés mielőbbi megvalósítása, illetve a nagy befogadó képességű konferencia központ megvalósítása.

8. A 2028–2034-es uniós költségvetési ciklus turisztikai szemléletű megtervezése

Kiemelt cél, hogy a 2028–2034-es uniós költségvetési forrás elosztásban a turizmus fejlesztési támogatások hangsúlyosan jelenjenek meg egy koherens, magas hozzáadott értékű fejlesztési lehetőségként, amiből valóban önfenntartó és keresletet generáló attrakciók épülhetnek országszerte.

9. A jól bevált nemzetközi gyakorlatok erősítése

A teljesség igénye nélkül, például:

- Nagy befogadó képességű konferencia központ megépítése,
- Prémium légitársaságok járatainak sűrítése, long-haul járatok erősítése a magas költésű desztinációkból,
- Michelin guide folyamatos jelenléte,
- Nagy elérésű, diverzifikált nemzetközi influenszer kampányok,
- Nagy nemzetközi sportesemények megrendezése,
- Az ország és ezen belül Budapest kimagasló zenei világának népszerűsítése (komolyzene, jazz, opera, operett)

10. Nagy összegű, kedvezményes kamatozású turisztikai hitelek

Javasoljuk a korábbinál lényegesen nagyobb, akár 5 milliárd forintig terjedő, a turizmusban felhasználható kedvezményes hitelek kialakítását. A turizmus, különösen a szálláshely-szolgáltatás, lassú megtérülésű ágazat: a jelenlegi piaci kamatkörnyezetben valós fejlesztést nagyon nehéz végrehajtani.

11. Nagy vonzerejű „FOMO-generátor” attrakciók létrehozása

Javasoljuk, hogy Budapesten, és akár vidéki városokban is, jöjjenek létre olyan attrakciók, amelyek általános érdeklődést és „kihagyhatatlanság”-érzést (FOMO) keltenek, miközben üzletileg fenntarthatóan és gazdaságilag hatékonyan működnek. A cél nemzetközi mércével is versenyképes, az év minden napján működtethető, bevételt termelő és önfenntartó projektek megvalósítása. Példák:

- **A budapesti Biodóm befejezése.** Költsége 25–30 milliárd forint. A lipcsei biodómról készült tanulmányok szerint az évente közel 300 ezer többletvendéget vonz a városba, vagyis valós turisztikai attrakció.

- **Kreatív, látványos gyaloghíd a Dunán** Pest és Buda között, amely az interneten keresztül is sokakat megszólítana.
- **Nagy kabinos sodronypálya a Citadellára,** például a pesti oldalról indulva, amely a város jelentős új látványossága és évi 1.000.000+ fotópontja lehetne madártávlatból (social first logikára épülve).

12. Budapest, a fürdők és a történelmi kávéházak fővárosa

Javasoljuk, hogy a kommunikáció fókuszába kerüljön: Budapest a fürdők és a történelmi kávéházak fővárosa. Ez nemcsak igaz, hanem vonzó és egyedi versenyelőnyt is jelent. Legyen az országunknak egy összetéveszthetetlenül ránk jellemző vonzó, **megkülönböztető márkastratégiája,** ami vonzza a magasabb költési hajlandóságú vendégeket is.

13. Az alternatív kulturális kínálat kommunikációja

Javasoljuk az alternatív kulturális kínálat kommunikációs fókuszba helyezését is, például a design-, a zenei vagy a romkocsma-turizmus területén. Budapest turizmusa ugyan tömegturizmus, de ezek a niche szegmensek is jelentős számú érdeklődőt vonzanak.

14. Minden hétvégére egy nagy koncert

Csatlakozunk a Magyar Éttermi Szövetség (MÉSZ) programjához, amely szerint minden hétvégén egy világsztár koncertezne Budapesten, akár részleges állami támogatással. Ez az egész város turizmusának jelentős lendületet adna.

15. Több évados filmsorozat Magyarországról és Budapestről

Csatlakozunk a MÉSZ további javaslatához is: készüljön Magyarországról és Budapestről több évados, hosszú távú filmsorozat valamelyik streamingszolgáltatón. Ezzel unortodox módon kerülhetünk be a nemzetközi médiatérbe mint desztináció.

16. Regionális, önfenntartó turisztikai nagyattrakciók

Javasoljuk, hogy országszerte, régiónként valósuljanak meg nagy, önfenntartó turisztikai attrakciók, akár PPP-konstrukcióban. Ezek hosszú távon eltartják önmagukat, és képesek saját továbbfejlesztésükre és fenntartásukra. Jó példa az osztrák határ közelében működő mesepark, amely jelentős turisztikai vonzerőt fejt ki a térségben. Ha Kelet- és Nyugat-Magyarországon egy-egy ilyen nagyattrakció épülne, az nagyjából 50 kilométeres körzetben komoly turisztikai vonzerőt jelentene.

Budapest, 2026 október.

Az MVI elnöke és elnöksége nevében