

City Partner Miskolc

Miskolc Belvárosi Gazdaságfejlesztési Klaszter stratégiája

Készítette: Miskolci Egyetem Marketing Intézet, 2012.

A STRATÉGIA CÉLJA

- A City-Partner Miskolc - Belvárosi Gazdaságfejlesztési Klaszter azzal a céllal jött létre, hogy – **elsősorban a gazdaság, a kereskedelem lehetőségei oldaláról kiindulva, s érdekei érvényesítést segítve – hozzájáruljon Miskolc belvárosának fejlesztéséhez, újraélnkítéséhez**, egy olyan környezet kialakításához, amelyben az érintett felek, a lakosság, a vállalkozások és a turisták élet- és tartózkodási minősége javul, fenntarthatóvá válik.
- A belvárosok „válsága” **nem egyedi, s nem újkeletű jelenség**, a világ, Európa, s Magyarország számos városa hasonló jelenséggel küzdött, vagy még küzd ma is. A megújulást elérő városok **komplex belváros-fejlesztési koncepció** mentén, igen szoros szakmai együttműködéssel, fejlesztéssel fordították meg a „leépülési” folyamatokat, melyben a gazdasági szereplők, kereskedők mindig kiemelt, kezdeményező szerepet játszottak. **Vannak jó példák, módszerek, sikeres és kevésbé eredményes próbálkozások.**
- A jelen stratégia igyekszik **felvázolni** a szükséges **komplex koncepció elemeit, javaslatokat** fogalmaz meg annak feltételeire vonatkozóan, de elsősorban **a gazdasági szereplők**, s szervezeti együttműködésük lépéseinek **stratégiáját, szerepvállalását, kezdeményezéseit, programjait és azok megvalósíthatóságát foglalja össze.**

Tartalomjegyzék

1. A téma fontossága, keretei	5
2. A STRATÉGIAKÉSZÍTÉS FOLYAMATA, ELEMEI.....	7
3. Megalapozó elemzések ¹	8
3.1. Miskolc belváros jelenlegi helyzetének, adottságainak jellemzése	8
3.2. Trendek, nemzetközi és hazai tapasztalatok, példák.....	23
3.2.1. Néhány piaci, fogyasztói magatartás trend	23
3.2.2. A belváros-fejlesztés példáiból	25
3.2.3. A turizmus belvárosi aspektusai.....	33
4. City-Partner (CP) stratégia	35
4.1. A CP-stratégia alapelvei, dimenziói.....	35
4.2. CP stratégiai programjai és eszközei.....	38

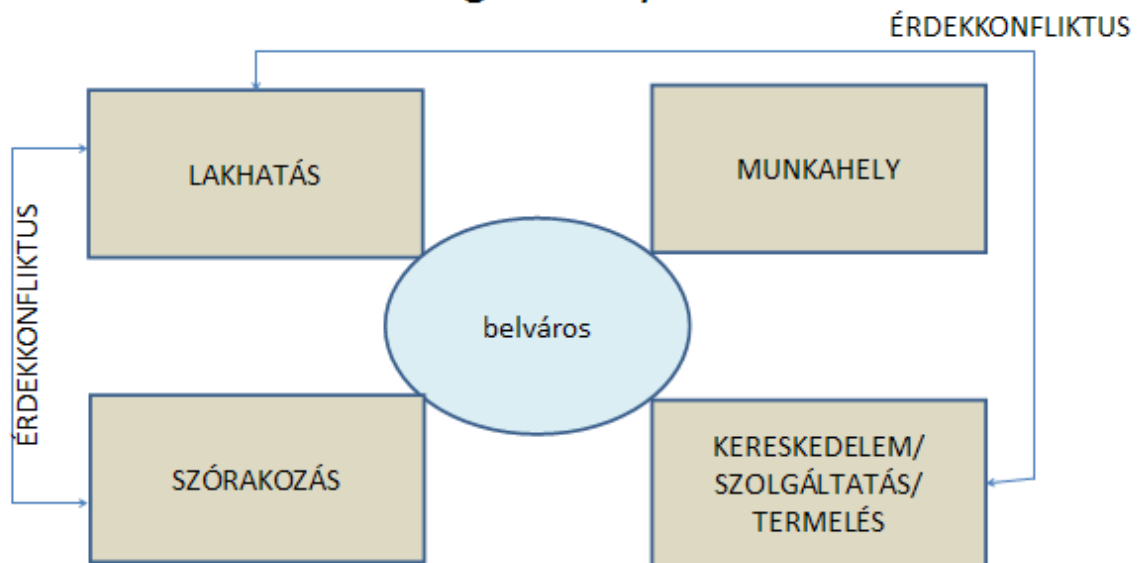
1. A téma fontossága, keretei

- A belváros egy város funkcionális, gazdasági, kulturális, szellemi és identifikációs (önazonosságát, imázsát formáló) helye, fókusza, s egyben a fejlődésének egyik legfontosabb meghatározója is.
- Nem véletlen, hogy a belvárosok a városok fejlesztési prioritásainak élén szerepel nemzetközileg is.
- A leggyakrabban megfogalmazott belvárosi **problématerületek** között többnyire mindenütt az alábbiak szerepelnek: üres üzletek, az ingatlanok hasznosítási problémái, közlekedési és elsősorban parkolási kérdések, városképi problémák és a belváros látogatottságának, élénkebb használatának kérdései.
- Az elmúlt évek nemzetközi városkutatásai azt mutatják, hogy a **belvárosok újra reneszánszukat kezdik el élni.**
- A belváros megújuló attraktivitását, **vonzerejét meghatározó tényezőket** a szakmai vélemények általában az alábbi sorrendben emelik ki: *1. sok vásárlási lehetőség, üzletek; 2. sétáló utca, bevásárló passzázatok kialakítása; 3. jó elérhetőség, jó közlekedés; 4. utcai kávézók, 5. kulturális rendezvények, 6. ápoltság, zöldterületek; 7. képzési helyek, intézmények jelenléte.*
- A belváros tehát egy speciális összetételű, funkcionálisan komplett egységet kell, hogy képezzen.
- A városok történelmi belvárosának sajátosságait (köztük a kelet-közép-európaiakat is) UNESCO program is vizsgálta, mely megállapította, hogy ezen térségek legfontosabb problémái az alábbiak: a történelmi események következtében a **belvárosok identitásváltása jött létre**, a bonyolult és sokszor rendezetlen **tulajdonviszonyok** akadályozó tényezők, a **magánszektor** szerepének növekedése, a **dzsentrifikáció** és

annak **társadalmi konfliktusai**, s mindezek feloldását hátráltató **civil szektor fejletlensége** meghatározó tényezők.

- A közép-kelet-európai problémák határozottan jelentkeznek Miskolc esetében is, a belváros jelenében fellelhetőek a **rendszerváltás** gazdasági átalakulásának jellemzői, a **privatizációs ellentmondások**, a **kereskedelem-fejlesztési** és **városépítészeti döntések** következtelenségei, hatásai és az elmúlt évek **világ gazdasági válságának**, s a **hazai gazdaság gyengeségeinek**, **kereslethiányosságának**, a térségi társadalmi-gazdasági **felzárkózás elégtelenségei**. Mindezek arra hívják fel a figyelmet, hogy napjaink tágabb, szűkebb társadalmi-gazdasági környezete sajnos nem kínál nagyon kedvező lehetőséget a belvárosi problémák megoldására.

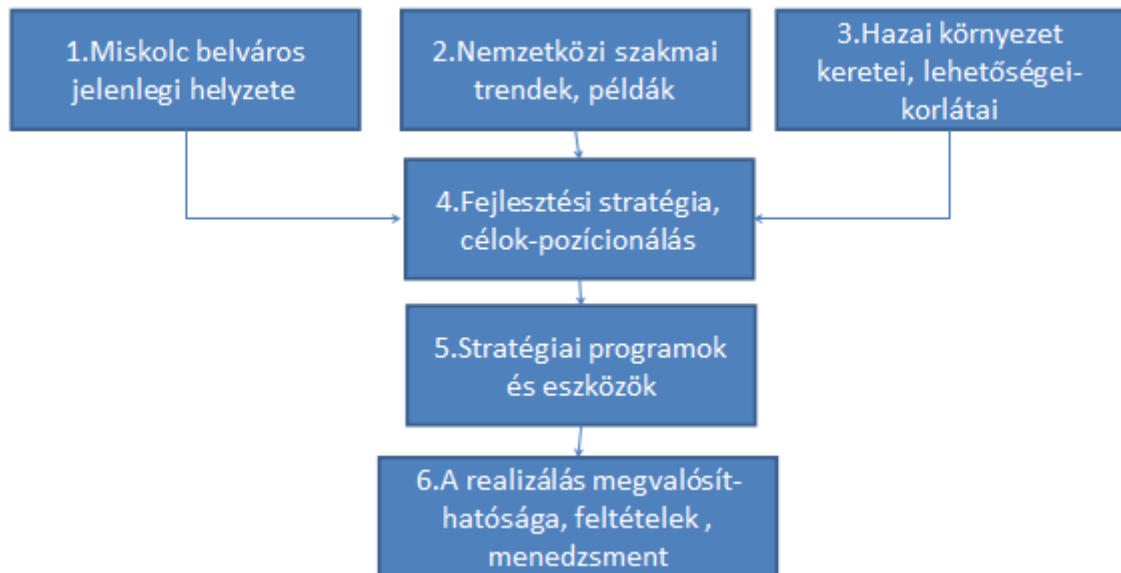
A belváros funkcióinak sokoldalúsága, integrált helyzet



Egy élő belváros nem a véletlen eredménye, hanem ezen funkciók ellátásának színvonalától függ.

A lehetőségeket, feltételeket komplexitásában kell vizsgálni, kezelni ahhoz, hogy a közvetlen gazdasági, kereskedelmi problémákat meg tudjuk oldani.

2. A STRATÉGIAKÉSZÍTÉS FOLYAMATA, ELEMEI



A stratégia, a megvalósíthatósági elemzés elkészítése a jelenlegi helyzet összefoglalására, a hasonló problémákkal, feladatokkal birkózó külföldi és hazai városok tapasztalataira épít, s fogalmazza meg stratégiai és operatív elképzeléseit.

3. Megalapozó elemzések¹

3.1. Miskolc belváros jelenlegi helyzetének, adottságainak jellemzése

Amiből kiindulhatunk, amire építhetünk:

- *Statisztikai áttekintés*
- *A belvárosi kínálat elemei, arányainak aktuális felmérése*
- *A belváros friss képekben*

DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐK

- A Belváros **lakónépsége** 2001-ben 28 240 fő, (a város lakosságának 15%-a). 2008-ban 27 574 fő
- A történelmi Belvárosban a város lakosságának 1.5%-a él.
- Megfigyelhető az elmúlt években egy **lakásfejlesztési** folyamat, amely a foghíjtelkek beépítését, illetve komplett tömb-rehabilitációk megvalósítását jelenti, tehát a lakosság száma növekedni fog, várhatóan fiatal családokkal, magasan kvalifikált, a Belvárosban dolgozó tisztviselőkkel, üzletemberekkel.
- **Népsűrűsége** 10 601 fő km², amely a legmagasabb érték a városban,
- A lakosságon belül 13.5% a 14 éven aluli, 66.7% a 14 és 59 év közötti, és 19.8% a 60 éven felüliek aránya. A történelmi Belvárosban meglehetősen magas 23.1%-os a 60 év felettiek aránya, amely a lakásépítések miatt néhány év alatt módosulhat.
- Kiemelt figyelmet kell szentelni a Belváros peremén lakó mintegy 600 emberre, akik túlnyomó többsége **alacsony társadalmi státuszú**, fokozatosan romló életkörülmények között él. Ezen lakóközösségek helyzetének konzerválódása, esetleges további romlása visszahúzó erőként hat a történelmi Belváros megújulására.

¹ a statisztikai adatok részben az IVS vonatkozó részének elemzéséből származnak.

- Az **aktív korú népesség**en (15-59 év) belül legfeljebb általános iskolai végzettségűek aránya 17.8%-ot tesz ki a városrészben, ami kedvezőbb a városi aránynál (19%).
- A 25 évnél idősebb **felsőfokú** végzettséggel rendelkezők aránya a városrészben jobb, mint a városi átlag (17.3%), de nem mutat kiugróan magas értéket (21.7%). A történelmi Belvárosban 25.1%.
- A **foglalkoztatottak** aránya a városi átlaggal közel azonos.
- A Belvárosban a **foglalkoztatott nélküli háztartások** aránya (43.2%) nemileg elmarad a miskolci átlagtól (44%). A foglalkoztatott nélküli háztartások magas arányának oka vélhetően a nagyszámú nyugdíjas.
- A rendszeres munka jövedelemmel nem rendelkezők aránya az aktív korúakon (15-59 évesek) belül 48.1%, ami kedvezőbb, mint a városi átlag (49%).

LAKÓKÖRNYEZET ÉRTÉKELÉSE

- A teljes Belváros lakásállománya 12 637 lakás, amelyből 11 456 lakott és 1 181 olyan lakást tartanak számon, amelyet a tulajdonosai nem használnak, nem hasznosítanak vagy nem lakás céljára használják.
- A városrész lakásainak 6.9%-a félkomfortos, komfort nélküli vagy szükség es egyéb lakás.
- A **történelmi Belvárosban** ugyan ez a mutató 15.7%-os, ami megengedhetetlen a 21. században egy régióközponti funkciót is ellátó megyei jogú városban, amelynek stratégiai céljai között szerepel mind a turizmus fellendítése, mind a kulturális alapú városfejlesztés.

KÖZSZOLGÁLTATÁSOK A VÁROSRESZBEN

- A Belvárosban a jellegéből adódóan kiépült, sokszínű és magas minőségű közzolgáltatásokkal találkozhatunk, amely egyaránt igaz a közigazgatásra, a gazdasági szolgáltatásokra, az oktatási, egészségügyi es egyéb személyi szolgáltatásokra.
- A Belvárosban működik a Városháza, a Megyeháza, a Földművelésügyi Hivatal, Vámhivatal, NAV, Nyugdíjbiztosítási Igazgatóság, Bíróságok, bankok, biztosítók, stb.
- A városrészben 3 postahivatal működik.
- Az oktatási infrastruktúra jelentős területi koncentrációja figyelhető meg, hiszen a Miskolcon levő 88 iskolai feladat-ellátási helyből 25 a városrészben található (9 általános iskola, középfokú oktatási intézmények közül 5 szakközépiskola, 7 gimnázium, 2 bölcsőde valamint 7 óvoda).
- A lakosság egészségügyi ellátását 21 háziorvosi körzetbe és 8 gyermekorvosi körzetbe szervezték, valamint 3 nem önkormányzati fenntartású támogató szolgálat működik.
- 35 civil szervezetet tartanak nyilván.
- Gazdag a kulturális intézményi kínálat is:
 - Művészetek Háza, Miskolci Nemzeti Színház; Miskolci Galéria Városi Művészeti Múzeum Igazgatósága, Rákóczi-ház; Feledy-ház; Petró ház; Színháztörténeti és Színészmúzeum; Mission Art Galéria; Miskolc Városi Könyvtár; Szabó Lőrinc Fiókkönyvtár; Lévay József Muzeális Könyvtár; Nyilas Misi Ház; Csodamalom Bábszínház.

VÁLLALKOZÁSOK

- Miskolc Belvárosa – mint általában minden nagyváros – jelentős gazdasági erőt reprezentál.
- A Belváros – Avas-aljakent emlegetett városrészben 3 579 működő vállalkozást tartott számon a KSH 2002-ben, messze megelőzve ezzel Miskolc valamennyi városrészét.
- A vállalkozások közül az egyéni es társas vállalkozások körülbelül egyforma arányban vannak jelen a területen, az 1 000 lakosra jutó vállalkozások száma 130, amely jóval meghaladja a városi átlag értéket (88).

- A Belvárosban működő vállalkozások jelentős része (3159) a **szolgáltatási ágazatban** tevékenykedik, hiszen ebben a városrészben koncentrálódnak a bankok, biztosítók, gazdasági és ingatlanforgalmi tanácsadó, valamint a kereskedelmi, vendéglátó és javítási szolgáltatást nyújtó vállalkozások nagy része.
- A vállalkozások, illetve üzletek elsősorban a Búza téren és az Ady híd környékén, valamint a sétálóutcán (Széchenyi utca az Ady hídtól a Városház térig) helyezkednek el.

KERESKEDELEM

- A Belvárosban 1 470 **kiskereskedelmi üzlet** működött a 2002-es adatok szerint, amely a Miskolcon található kiskereskedelmi üzletek 48.8%-a.
- Az 1470 üzletből 74 darab élelmiszer, 392 ruházati jellegű. Az élelmiszer jellegű üzletek elsősorban a Belvárosi akótelepekre (pl.: Vörösmarty) koncentrálódnak, általában garázsbolt formájában.
- A Belváros városmagának nevezett területén (történelmi Belváros) kevés élelmiszer jellegű üzlet van.
- A ruházati üzletek ezzel szemben a Főutcán, illetve a Belvárosban található nagy bevásárló centerekben, (plazákban) vannak jelen.
- A 2008-as adatok szerint már csak 1010 kiskereskedelmi üzlet működik a Belvárosban, ami részben a Főutca átstrukturálódásának, a Főutca Plaza projekt, nem mindig kereskedő-barát szelektáló hatásának is tudható be (a nem Főutcára való üzletek lassan kezdtek eltűnni).
- A további csökkenésre a bevásárló udvarok és központok épülése, s a gazdasági válság is hatással volt.

VENDÉGLÁTÁS, IDEGENFORGALOM

- A **vendéglátóhelyek** szintén felülreprezentáltak a Belvárosban, itt található az üzletek mintegy 30%-a. A 280 üzletből 186 étterem, cukrászda. A településszerkezeti adottságok (villamosközlekedés a Főutcán, viszonylag szűk mellékutcák) nemigen teszik lehetővé a kiülő vendéglátóhelyek nagyobb elterjedését, a kitelepülést, mint ahogyan sajnos az is jellemző, hogy az üzletek a Belvárosban elszórta vannak jelen és csak kevés esetben alakultak ki koncentrált vendéglátó területek. Ilyenre pozitív példa a Déryné utca, illetve a Városház tér. Kívánatos lenne, hogy a Belváros nagyobb zárt udvarai is kapjanak hasonló funkciót, esetleg tematikus gasztronómiai udvarok jöjjenek létre.
- Az Önkormányzat 2008-as adatai szerint 290 vendéglátó üzlet működik a Belvárosban, tehát a kereskedelmi szerkezet átalakulása folyamatos.
- A Belvárosban 585 **kereskedelmi szálláshelyet** tartottak számon 2002-ben, amelyből sajnos csak 97 volt szállodai férőhely, tehát mindössze két busznyit lehetett elszállásolni szállodai körülmények között a Belvárosban. Mára ez a helyzet nagyságrendekkel változott, de még mindig hiányoznak a belvárost meghatározó új, s felújított szállodák.

FUNKCIÓ-MEGHATÁROZÁS

- A Belváros – Avas-alja városrész funkcionális sokszínűsége meg fog maradni a jövőben is azzal, hogy egyes területek egyedi funkciója erősödni fog.
- A történelmi Belvárosban erősödni fog a **kereskedelmi, szolgáltató**, és az ezekhez közvetlenül kapcsolódó turisztikai funkció. A kereskedelmi-gazdasági funkció különösen az Ady híd - Villanyrendőr közötti területen erős és marad továbbra is jelentős.
- A Városház tér es környékén erősödni fog a **közigazgatási funkció**, melyet a Városháza új szárnyának megépítése tovább erősít, ugyanakkor átrendezheti a viszonyokat a Szent István tér kialakítása.
- Összességében a fejlesztések szinergiájaként (közigazgatási funkció fejlődése, közlekedési kapcsolatok fejlesztése, zöldfelületek fejlesztése, lakásállomány korszerűsödése, irodai kapacitások fejlődése) ki tud alakulni egy valódi „City” funkció.

A BELVÁROS FUNKCIÓBŐVÍTŐ REHABILITÁCIÓJÁNAK TERVE AZ IVS-BEN

AZ AKCIÓTERÜLET JOGOSULTSÁGA

- Belvárosban a kereskedelmi, turisztikai, kulturális funkciók bővítésének ösztönzése
- Belváros arculati, építészeti megújítása, egy funkciógazdag vonzó közösségi tér kialakítása
- Belváros közlekedésének és parkolási feltételeinek javítása
- A Belváros lakótömbjeinek megújítása magán tőke bevonásával
- Belváros-történelmi Avas – Szinva építészeti-természeti értékeinek összekapcsolása
- A történelmi Avas fejlesztésével a kulturális-szórakoztató funkciók bővítése elsősorban a megközelíthetőség javításával, a közösségi terek fejlesztésével, illetve programok szervezésével.

A TERÜLET FEJLESZTÉSÉNEK INDOKAI

- **A Belváros rehabilitációja** Miskolc város kiemelt programja. Megtörtént a közterek, úgy mint a Szinva-terasz, a Hősök tere, Déryné utca rekonstrukciója, sétáló övezette fejlesztése, valamint a homlokzatok felújítása.
- **Megindult a** kereskedelmi üzletek kínálatának és portáljainak megújulása. A fejlesztések révén a Széchenyi utca kezdi visszakapni központi szerepét a város közéletében.
- Ugyanakkor a Belvárosban még számos épület, köztük műemlék épületek várnak felújításra, illetve hasznosításra, valamint több épülettömb felújítása sem valósult meg.
- A Belvárosban és közvetlen környezetében a gépjárművek számának növekedésével egyre nagyobb gondot okoz **a parkolás**. A Belvárosnak a város egymásra merőleges irányú, völgyekben futó földrajzi elhelyezkedéséből adódóan sajátos szerepe van a város közlekedésében, egy igazi forgalmi csomópont.

TERVEZETT BEAVATKOZÁSOK, PROJEKTEK

- A Belváros rehabilitációjaként elsődleges a város egész lakosságára is hatással levő, jelentősebb léptékű, új eredményeket hozó fejlesztések megvalósítása. Korszerűsíteni kell a Belváros nyugati részén a közúti közlekedési közúthálózatot, meg kell teremteni az északi es a déli tehermentesítő út közti kapcsolatot, illetve elő kell segíteni a Szent István tér rehabilitációját a kereskedelmi, gazdasági élet fellendítése érdekében.
- **Az önkormányzat épületegyüttesének** korszerűsítése eredményeként a város különböző pontján működő polgármesteri hivatal egy helyen, korszerűbb körülmények között tudja szolgálni a város lakosságát.
- Folytatni kell a város fő utcájának megújítását, mely alapján cél, hogy a fejlesztések révén történelmi Belváros vonzereje teljesebben ki a Szemere utcától a Városház térig tartó területen. A területen számos, főként turisztikai célú fejlesztést terveznek vállalkozások, mely működési feltételeit segítve szükséges az önkormányzati felelősségi körbe tartozó fejlesztéseket megvalósítani.
- Belvárosi területek rehabilitációját (pl. Patak u., Kossuth u., Rákóczi u.). A szükséges közterület fejlesztéseket az ésszerű megvalósíthatóság érdekében össze kell hangolni a tervezés alatt levő magánberuházásokkal.
- A Belváros megújítása részeként bővíteni kell a színvonalas turisztikai szolgáltatásokat, melynek első lépése a **Kisavas** vendéglátó-ipari egységeket tartalmazó részének megújítása, illetve a Belvárosból való **közvetlen gyalogos elérhetőségének** javítása.
- Folytatni lehet Széchenyi utca, illetve a Szinva part megújítását a Corvin utcáig, illetve a másik irányba az Avas fele a turisztikai, közösségi attrakciók kiteljesedését. Ez utóbbi célja, hogy az Avas tetőt egy vonzó közösségi, turisztikai célpontként kiemelje, ahova biztosítható történelmi Belvárosból az eljutás. Kezdetben gyalogos, kerékpáros utak korszerűsítésével, kivilágításával, később hosszú tavon sikló, vagy libegő megépítésével. A Belvárosi, illetve az Avas tetőn megvalósítandó fejlesztések közti összekötés, illetve a Belváros közlekedési helyzetének javítása érdekében szükséges a Szent István tér közlekedési forgalmának rendezése, illetve a Belvárosi parkolóhelyek bővítése.

- A Belvárosi fejlesztések részeként szükséges a **Búza tér rendezése**. A tér rendezéséhez szükséges egyes tömbök, pl. Zsolcai kapu – Szeles u es Bajcsy Zs. u közti területek rehabilitációja. A fejlesztések célja a téren levő közlekedési csomópont tehermentesítése, illetve a kereskedelmi funkciók bővítése, valamint a lakóépületek korszerűsítése.
- A Buza téri rehabilitációval összehangoltan kell ösztönözni a **Centrum tömb** magán tőkével megvalósuló beépítését. A tömbben a kereskedelmi funkciók mellett javasolt a közösségi teret, parkot is kialakítani.

Első szakaszra tervezett projektek (2007-08.)

Gazdasági funkció

- Széchenyi utca mentén gazdasági célú helyiségek (üzletek, irodák) kialakítása
- Szent István téren mélygarázs építése (177 parkolóhely)

Városi funkció, települési környezet fejlesztése

- Szent István tér közterület-fejlesztése
- Szinva parti sétány kiépítése a Kandia-köztől az Erzsébet térig
- Az Erzsébet tér rekonstrukciója
- Sétány kialakítása az Uitz-Kálvin utcán a Csengey saroktól a Papszerig
- Belvárosi körgyűrű kiépítésének részeként az északi es déli tehermentesítő összekötése I. ütem:
 - Malomszög utca kiszélesítése (2x2 sav) es Szinva-híd építése,
 - Hunyadi es Petőfi utca közötti híd kiépítése a Dayka Gábor utca nyomvonalában
 - Nyugati kapcsolat kiépítése a Kiss E. utcáig a Szinva patak két oldalán a Petőfi S. utcán Nagyváthy utcáig
 - Zöldterületek rehabilitációja (pl. Antall József tér, Deák tér)
 - Belvárosban es a történelmi Avason térfigyelő rendszer létesítése (I. ütem)

Közösségi célú fejlesztések

- Avasi református templom es temető kerítésének helyreállítása es térfigyelő rendszer kiépítése.
- Kossuth u-i református templom homlokzat-rehabilitációja.

Közszolgáltatási célú fejlesztések

- A Városház tér 8. sz. alatt a Városháza épületegyüttesének komplex fejlesztése

ESZA típusú közösségi célú programok

- Városfejlesztést szolgáló civil kezdeményezések támogatása

A Belváros rehabilitációjának második ütemében tervezett további projektek, 2010 után

Gazdasági célú fejlesztés

- Önkormányzati tulajdonú üzletek felújítása a Belvárosban
- Belvárosi lakótelepen a Vörösmarty utcában mélyparkoló építése

Települési környezet fejlesztése – városi funkciók

- Szent István tér es a Bartók tér közlekedés forgalmi rendezése, új közlekedési rend kialakítása.
- Búza tér rendezése, új közlekedési forgalmi szabályozások. A Bosch II. út megépítése várhatóan jelentős terhelést vesz le a Búza térről, mely hatásainak figyelembe vételével kell a tér fejlesztését megvalósítani. A Búza tér közlekedési terhelését tovább kell csökkenteni, ami a tömegközlekedési vállalatok buszvégállomása helyének részbeni megváltoztatásával valósulna meg és a tér inkább megállóhelyként, mint buszvégállomásként funkcionálna.
- Belvárosi körgyűrű kiépítésének részeként az északi tehermentesítő kiszélesítése Malomszög utcától a Petőfi térig 2x2 sávusra
- Kossuth tömb rehabilitációja részeként a Kossuth u. felújítása, Patak utcai teresedése, Palóczy utcához kapcsolat teremtése, terület kisajátítás, közműkiváltás, a Pedagógiai Központnak helyet adó épület lebontása – a fejlesztéseket össze kell hangolni a tervezett magánberuházásokkal
- A Belváros es a történelmi Avas integrálása érdekében a Rákóczi utca korszerűsítése, térburkolat kialakítása a Papszer u. fele
- Széchenyi utcai közterület rehabilitáció folytatása a Szemere utcától az Ady hídig (pl. közvilágítás kiépítése, utcabútorok cseréje, beszerzése, közterület részleges felújítása)

- Centrum tömb közterület fejlesztése
- Szinva parti sétány kiépítésének folytatása a Szemere utcától a Corvin utcáig
- Zöldterületek rehabilitációja (pl. belső közterületi zöldudvarok)
- Belvárosban es a történelmi Avason térfigyelő rendszer bővítése (II. ütem)

Közösségi célú fejlesztések

- Kazinczy tömb korszerűsítésének részeként kulturális funkciók megtelepedésének ösztönzése. A közösségi célú funkciók részei lehetnek a támogatható tevékenységeknek.
- Egyházi épületek kulturális hasznosítását segítő fejlesztések: a Zsinagóga, az Ortodox Görög Katolikus templom es a Minorita templom homlokzat felújítása

Magán tőke bevonásával megvalósuló gazdasági célú fejlesztések

- Uitz-Csengey-Rákoczi u. által határolt területen, kereskedelmi, iroda funkciók kialakítása

Egyéb állami támogatásból megvalósítható projekt:

- Villamos vonal teljes rekonstrukciója, mely érinti a Belvárost.
- Megvalósíthatósági tanulmány készítése a Sikló megépítésére a Szent István tértől az Avas kilátóig

Egyéb, magán forrás bevonásával megvalósuló lakó funkciójú fejlesztések

- Lakó es kereskedelmi funkciójú tömbök megújítása
- Szemere-Kandia tömb (lakáskorszerűsítések, homlokzat felújítások) - Kazinczy-tömb (lakáskorszerűsítések, homlokzat felújítások, művész negyed kiépítése)
- Bazár-tömb
- Centrum-tömb lakó- es kereskedelmi funkciók fejlesztésével.
- Búza-tér es környékének üzleti, lakó célú megújítása a Zsolcai kapuval es pl. a vasudvar rendezésével együtt.

BELVÁROS - FUNKCIÓBŐVÍTŐ VÁROS-REHABILITÁCIÓ

- Az akcióterületen belül elindított FPP program valamint az alapvető stratégia célok alapján a Főutcai épületállomány **földszintjen elsősorban kereskedelmi célú** üzletek, az **I. emeleti szinten irodák** kialakítása a cél. A II. es további emeleti szinteken polgári típusú lakások kialakítását tűzte ki célul az Önkormányzat.
- Az 1990-es években a területen levő Önkormányzati lakások többsége értékesítésre került, így nagyszámú vegyes tulajdonú ingatlan, társasház alakult ki.
- Az értékesítési láz szerencsésen elkerülte az üzlethelyiségeket így azok továbbra is önkormányzati tulajdonban maradtak. Önkormányzati rendelet alapján a Belváros ezen területen az üzletek és lakások értékesítésére nem kerülhet sor.
- A fejlesztési területek kijelölésénél maximálisan figyelembe lettek véve az értékesítésre vonatkozó tilalmak, ugyanakkor a tömbök feltárása eredményeképpen több helyen is kijelölésre kerülhettek azok az ingatlanok, melyek eladhatóak, illetve telekmegosztás révén önállóan beépíthető építési telekké alakíthatóak.
- Az IVS kijelölte az elidegenítésre kijelölt területeket, a megvételre kijelölt ingatlanokat, valamint a csereingatlanokat.

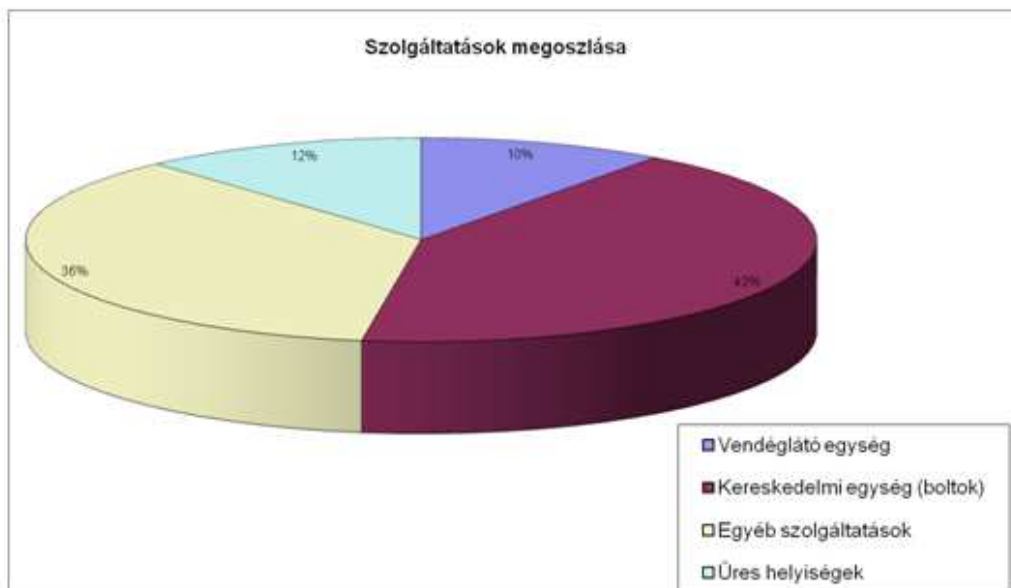
A BELVÁROSI KÍNÁLAT ELEMELI, ARÁNYAINAK AKTUÁLIS FELMÉRÉSE

2012. Május 22-25. között készült primer felmérés, a szűkebb, történelmi belváros funkcionális kínálatának elemeiről, azok állapotáról, személyes bejárás, fényképen történt rögzítés, a szolgáltatások hátszámhoz kötődő felmérése és rögzítése.

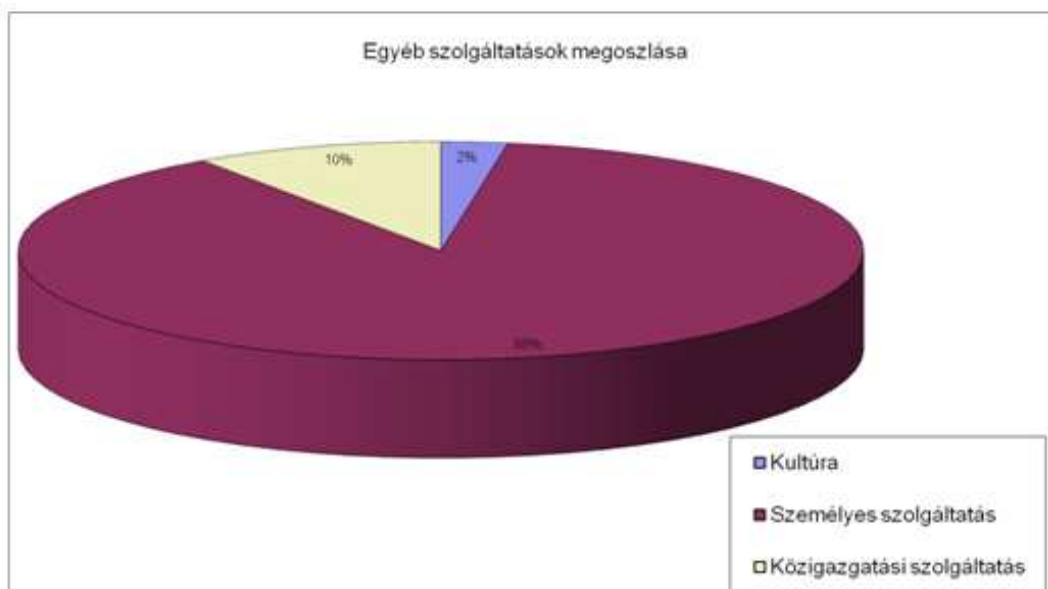
Összegző statisztika készítése, valamint a tapasztalatok rövid összefoglalása.

Excel adatbázis és fotótár elérhető.

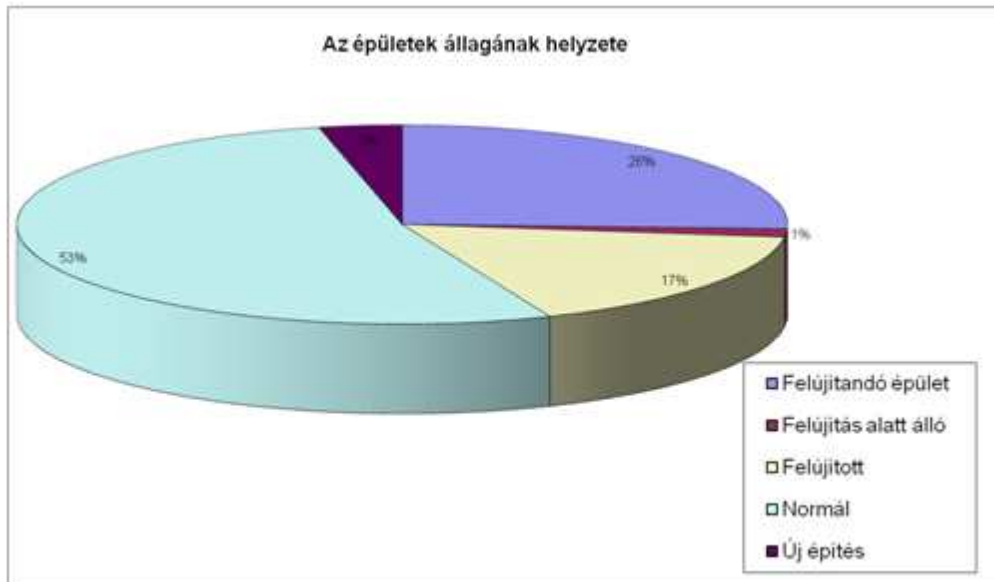
SZOLGÁLTATÁSOK MEGOSZLÁSA



EGYÉB SZOLGÁLTATÁSOK MEGOSZLÁSA



AZ ÉPÜLETEK ÁLLAGA



1., ÁLTALÁNOS INGATLANSZEMPONTÚ KÉP

- A főutca semmiképpen nem mutat semmilyen egységességet sem építészetileg, sem díszítettségében, amit csak erősít a félbehagyott sorfelújítás foghíjassága, valamint a bérlők, tulajdonosok sajátérős és főleg saját elképzelésű arculatkialakításai.
- Az is szabályozási kérdés, hogy egy megszűnt bérlet után nem történik meg az eredeti, de legalább semleges állapot kialakítása.
- Az önkormányzat egyértelmű intézkedését igényli, hogy nem rendelkeznek az épületek egységes, logikus házszámozással, sok a ki nem adott, megszűnt szám.
- Ez a körülmény nemcsak a tájékozódást nehezíti meg, hanem bizonyára hátráltatja az önkormányzat igazgatási tevékenységét is.
- Az üres telkek, bérlemények látványán legalább takarással, kommunikációs felületként való kihasználással kellene javítani.

2., VÁLLALKOZÁSI, ÜZEMELTETÉSI SZEMPONTÚ KÉP

- A vállalkozások sem profil, sem méret, sem tevékenység szerint nincsenek „összehangolva”.
- Azaz hiányzik megint az egységes elv, de legalábbis szakmai befolyásolás, ami például egy bevásárlóközpontban alapvető fontosságú a harmonikus ügyfélösszetételhez.
- Például rendkívül érdekes a nagyszámú optikai, vagy óra-ékszer szolgáltató-értékesítő egy helyen való koncentrált jelenléte, akár még közvetlen szomszédságban is, különböző tulajdonosi körrel.
- A kereskedelmi egységek számának aránya kicsit sok a vendéglátó egységek arányához képest, amit még az is ront, hogy nagy a kategóriabeli különbség a magas minőséget magas áron és az alacsony minőségű, alacsony árú üzletek között. Vagyis még a kereskedelemben üzemelnek luxuscikk boltok is és turkálók is, addig a vendéglátásban a magasabb kategória nem, vagy csak alig tud megélni, itt jellemzőek a gyorsétkezdék, büfék.
- A szolgáltatások között egyértelműen kiemelkedik a szépművészeti szolgáltatási kör 28 darab vállalkozással.
- A szolgáltatások legtöbbje áruértékesítéssel is foglalkozik, illetve fordítva a kereskedelmi árushelyek nagy része a profilján belül és túl is nyújt szolgáltatást, ami főleg javítás, átalakítás, üzembe helyezés, adaptálás, de jellemző a tartalmában alig megfogható tanácsadás is.

3. FOGYASZTÓI SZEMPONTÚ KÉP

- Nagyon gyenge az információs tevékenység, aminek egyrészt oka a már leírt tájékozódási nehézség, másrészt az időszerűtlenség, vagyis a tájékoztató információk nincsenek, vagy hamisak.
- A rendszeres vásárlókat rendkívül zavarják a gyakori és hirtelen üzletbezárások, ami elbizonytalanítja jogai érvényesítésének lehetőségeit. Ez is a nagy láncok egységeibe vezeti a fogyasztókat.
- Még a magas minőséget és árakat mutató üzletekben is azt tapasztalják a vásárlók, hogy bár az adott üzlet nem zárt be, de az alapterülete csökkent és „albérlő” lett egy másik egység az üzlet egy részében.
- A legnagyobb változatosságot a ruházati üzletek mutatják, ahol a 77 darab egység minden kategória és minden vevőkör számára rendelkezésre áll.
- A fogyasztók nagy része nő, aminek egyrészt oka a nőkre jellemzőbb „gyalogos” vásárlás, másrészt az üzletek fő profilja, azaz a ruházati kereskedelem, illetve a szépségügyi szolgáltatások. Ezt a tényezőt nem követi a vendéglátó vállalkozások profilja, azaz kevés a cukrászda, fagyizó, presszó, stb.

3.2. Trendek, nemzetközi és hazai tapasztalatok, példák

*Amiből tanulhatunk,
amire építhetünk,
amilyen irányba mehetünk.*

3.2.1. Néhány piaci, fogyasztói magatartás trend

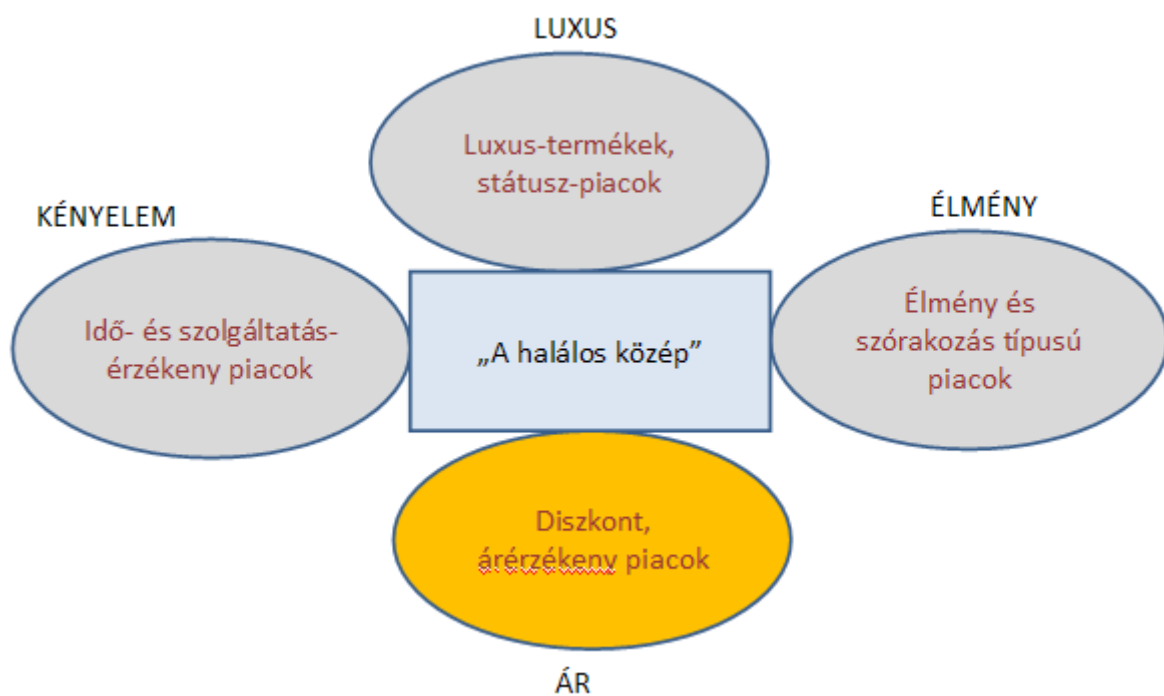
Amire figyelni kell.

A „TUDATOS FOGYASZTÓ” ÚJ TRENDJE, MINT LEHETŐSÉG

- Polarizálódó kereslet, szűkülő középszegmens (10-20%), erős felső és alsó (árorientált) szegmens (40-50%). (Magyarországon ez utóbbi nagyobb.)
- Valami különlegeset kapni. Élményorientáltság szerepe nő.
- Egyedi darabok, limitált termékek keresése erősödik.
- Kierlelt szolgáltatások iránti igény növekszik.
- Időérzékenység igen jellemző.
- „Koncepcionális üzletek”, (Concept Stores) előtérbe kerülése, ahol az üzletek kínálata mögött valamilyen koncepció, pl. életstílus, esztétikum, téma stb. van.
- Morális megfontolások is egyre inkább befolyásolóak (társadalmi felelősség, környezet, származási hely stb.) a fogyasztói döntésekben.
- A belvárosok nem elsősorban az árengedmények harcának terepei.

- Építhetünk a fogyasztók paradox magatartásának trendjére, azaz bizonyos helyzetekben ugyan árérzékeny, más szegmensekben pedig nagyvonalú vásárlási készségére.
- A fogyasztók megnyerésére el kell mozdulni a klasszikus tömegmarketingtől – a szegmensorientált és a „millió/életstílus marketingen át - az egyedi, közvetlen, az ún. „one to one” marketing irányába.

AZ ÜZLETI, KERESKEDŐI POZÍCIONÁLÁS LEHETŐSÉGEI



A belvárosi kínálat kialakítása a felső három pozícionálás mentén célszerű.

„A BELVÁROSBAN SZERENCSEK A VEVŐK”

(Gerold Leppa 2005)

- A belvárosok – normál esetben - relatíve **könnyen** tudnak – éppen az összekapcsolt funkciókkal - **vevő-elfogadást** kiépíteni. (kötődés, érdeklődés)
- A **belvárosnak a vonzerő érdekében egyedi, saját profil kell**, amit a politika, az igazgatás, a gazdaság, az ingatlantulajdonosok egymást támogatva tudnak csak kialakítani.
- Az **ügyfél/vevőelégedettség** kialakításának, növelésének **lehetőségei** megteremthetőek, ugyanakkor **korlátai** elsősorban a belváros gyenge pontjai (pl. parkolás, nyitva tartás) eltüntetésében, az abban való összehangolt cselekvés, koordináció hiányában van.
- **Negatívan ható** folyamatokként jelentkeznek: a **vásárlóerő-csökkenés**, a kereslet polarizálódás és az egyéb értékesítési formák árnyomása, a „zöldmezős kereskedelem **koncentrált kínálati, szórakozás-gasztronómia és vásárlás összekapcsolásának, valamint az ár- és nyitva tartás nyomása,**
- Tudatos projekt-menedzsment gyakorlat kialakítása szükséges.
- A **belvárosok gondja leginkább az érintettek közötti irányítási, koordinációs deficitre vezethető vissza.**

3.2.2. A belváros-fejlesztés példáiból

Mások így csinálták.

PROBLÉMAKEZELÉS A VILÁGBAN

City-menedzsment/marketing modellek

- Észak-Amerikában 30 éve működnek komplex város-belvárosfejlesztési, sikeres modellek az érintettek összefogásával, melynek jellemzője: *egységes, nyitott fejlesztés, átfogó fejlesztési orientáció, kooperatív források, funkcionális sokoldalúság.*
- Az európai megoldások többnyire ezen mintákból építkeztek.

- A hazai tájékozódás mellett a nemzetközi– nagyobb és kisebb városok - példái sorában számos tapasztalatra építettük későbbi javaslatainkat, ilyenek voltak:
 - Worm, Bréma, Bécs, Rhede, Lienz, Canterbury, Steyr, Villach stb.
 - Budapest, V.ker. Győr, Eger, Zalaegerszeg,
- Az elmúlt évtized legsikeresebb megoldásának értékelt bécsi példa elemi – melyeket a következőkben ismertetünk - jó kiindulásul szolgálnak.

CITY-MANAGEMENT/MARKETING: az attraktív belváros tényezői



- A beavatkozások legfontosabb, kiinduló terepei.

A BELVÁROSI KERESKEDELMI-SZOLGÁLTATÁSI KÍNÁLAT RELEVÁNS KIALAKÍTÁSA



BELVÁROS-RELEVÁNS KÍNÁLATI VÁLASZTÉK KIEMELT ELEMEI

- Ruházat, cipő, bőráru, sportcikkek, könyvek, papír-írószer, játékok, hangszerek, háztartási cikkek (üveg, porcelán, kerámia), ajándék, szórakoztató elektronika, foto-film, optika, óra-ékszer, parfüméria, kötött-áruk, élelmiszer elsősorban speciális, kézműves termékek, antikvárium, művészeti bolt, gyógyszertár, virág, ..
- Szálláshelyek, vendéglátás, személyi és szakmai szolgáltatások (bank-biztosítás, szépségszalon, ügyvéd, orvos, kulturális szolgáltatás, képzés, ingatlanközvetítő, utazásszervezés, stb.)
- Közigazgatási ügyintézés

TIPIKUSAN NEM BELVÁROS-RELEVÁNS KÍNÁLATI ELEMEEK

- Bútor, elektromos (háztartási) készülékek, festék-tapéta, építőanyagok, szaniter áruk, szerszámok-gépek, vasárúk, autóalkatrész, irodagépek, kerti szerszámok és eszközök...

BÉCS – BELVÁROSFEJLESZTÉSI/BEVÁSÁRLÓ UTCA PROGRAM KIEMELT ELEMEL:

Világszerte a legelismertebb city-management/marketing program.

- 10 év, 8,7 millió projektösszeg, 150 együttműködési kör, 8500 partner,
- **Saját honlap**, mely komplex információs és kontakt felület, központ.
- **Közös reklám**, elsősorban a belvárosi vásárlás ösztönzésére.
- **Utcai ünnepek**, lokális események szervezése.
- **Üzleti szolgáltató központ** (Geschäftslokal), sajátos tudás-platform a telephelyet keresők számára, tanácsadás, információ az ágazati-mix alapján, személyes beszélgetés, hálózat, precíz infók, üres helyek meghirdetése, keresőgép a platformon.
- **„Ingatlanbörze”** – A felszabaduló, költöző üzletek utódjának keresése (Nachfolgerbörse)
- **„Pool” - kooperációs szolgáltatás**, platform az üzleti kapcsolat keresésre, tanácsadás, ingyenes szolgáltatások, médiakapcsolat, saját lap,
- Közösségi akciók szervezése a belvárosban.
- Biztonság növelése a belvárosban.

This advertisement is a composite image. The left side shows a close-up of several paint cans in red, blue, and yellow, with a paintbrush resting in one of them. The right side shows a pharmacy or beauty store with shelves of products and two women, one of whom is applying makeup to the other's face. A red banner at the bottom contains the slogan and logos.

So bunt wie das Leben!

W.K.O.

Die Wiener Einkaufsstrassen
WWW.EINKAUFSTRASSEN.AT

This advertisement is a composite image. The left side shows a close-up of a person's hands holding a vintage-style camera. The right side shows a woman in a white t-shirt taking a selfie with a flip phone, with two men in white shirts standing behind her in what appears to be a shop or pharmacy. A red banner at the bottom contains the slogan and logos.

So bunt wie das Leben!

W.K.O.

Die Wiener Einkaufsstrassen
WWW.EINKAUFSTRASSEN.AT



So bunt wie das Leben!

WKO

Die Wiener Einkaufsstraßen
WWW.EINKAUFSTRASSEN.AT



So bunt wie das Leben!

WKO

Die Wiener Einkaufsstraßen
WWW.EINKAUFSTRASSEN.AT

SZOMBATHELY

- Egyesület: a főtéri kereskedelem élénkítése, a közbiztonság és a kulturális élet támogatása,
- jelenleg 13 kereskedő csatlakozott
- Logót készíttettek, amelyet az egyesülethez tartozó üzletek bejáratára ragasztanak, rövidesen elindul honlapjuk, a foterikorzo.hu címen.
- Minőséget, szakértelmet, jó hangulatot hirdetnek, tematikus piacokat fognak szervezni. Utóbbi egyike a virágpiac, a Szépítő Egyesülettel közös szervezésben, amelyet áthelyeznek a Főtérre. De lesz biopiac és húsvéti piac is.
- Virágosítási kampányt indítanak, mégpedig nem csak a földszinti üzleteknél, hanem az emeleti lakásoknál is,
- tervek szerint hűségkártyát vezetnek be
- ingyenes lesz a szombati parkolás, és az egyesület tagjai egy négyzetméteres területet kapnak üzletük előtt, ahol bemutathatják kínálatukat
- kiemelt figyelmet kívánnak fordítani a szakmaiságra, melynek keretében már felvették a hatóságokkal a kapcsolatot, szabadtéri programok szervezéséhez, amelyek jogszabályi feltételei nemrég jelentősen szigorodtak. Kiss Sándor, a Kereskedelmi és Iparkamara titkára pedig azt jelentette be, hogy 200 ezer forinttal támogatják az új egyesületet.

SZENTENDRE

Belvárosi Vonzerő-élénkítő Program.

- helyi specialitású termékeket árusító üzletek segítése,
- az új fejlesztésű programok (Advent, Szentendre Éjjel-nappal Nyitva)
- nagyszámú látogatót vonzó rendezvények kerüljenek megtartásra, a Szentendrei Nyár és a Teátrum hogyan fejleszthető tovább,
- a Kulturális Kft. kérésünkre a belvárosban terezett programokat egyeztetni a vállalkozókkal,
- a téli hónapokban ingyenes korcsolyapálya működjön a belvárosban,
- Fő téren hétvégén piac, a Lázár cár téren művészpiac működjön,
- video mapping a főtéren

- rendszeresen pályáznunk kell nemzetközi és kiemelt hazai rendezvények befogadására
- a testvérvárosok kulturális produkcióit rendszeresen városunkba kell invitálni,
- támogatni kell a hagyományos helyi jellegű szokások, ételek, gyümölcsök elérhetőségét, az éttermek helyi specialitások étlapon tartását,
- a TDM irányításával készüljenek emblémázott városi termékek, ajándéktárgyak, városi legendákat összefoglaló kiadványok,
- a közterület-használat engedélyezésénél a „duplikált fizetés” megszüntetése (közterület-használat, parkolási díj),
- illetékmentes virág-kihelyezési jogosultság a Belvárosban, de változatlanul főkertészi és főépítészi engedélyhez kötött.

GYŐR

- Győri Bevásárló Utcák alapítvány létrehozása
- Közös marketing tevékenység, kiadványok, programok, kampányok, reklám
- Minőségfejlesztés,
- Nyitva tartás összehangolása
- Parkolási gondok csökkentése, megszüntetése
- Munkacsoportok létrehozása (stratégia, marketing, parkolás, nyitva tartás)
- Városépítészeti megoldások támogatása
- Helyiséggazdálkodás
- Kitáblázás, péntek 18-hétfő 8-ig díjmentes parkolás célja,
- Városi programokra rákapcsolódni
- Játzóház,
- Törzsvásárlói kártya,
- Bevásárló nap csütörtökönként 19-ig, minden 3. vasárnap promóciós nap
- Kisrendezvények, akciók,
- Jótékonyági gyűlés

3.2.3. A turizmus belvárosi aspektusai

A VÁROSLÁTOGATÓ TURIZMUS SZEREPE, TARTALMA

- A városi (**városlátogató**) **turizmus** nemcsak a turizmus ősfarmája, de napjaink turizmus **iparának meghatározó szegmense**, különösen annak kulturális turisztikai termékei, melyben a kiskereskedelmi, szolgáltató szektor a városlátogatók kiszolgálásának szerves része.
- Napjainkban jelentős a **rövid, 2-3 napos, hétfégi, célzott városlátogató turizmus** súlya.
- A városközpontokat olyan környezetként kell értelmezni, amelyben a **turista és a lokális társadalom térhasználata**, tartalmi és érzelmi folyamatai, **viselkedése** szorosan **összekapcsolódik**.
- A **turizmus és a kereskedelem kapcsolata** a városok esetében is sokoldalú:
 - A szlovák bevásárló turizmus Miskolc esetében is jelentős,
 - Magas a rokon és barátlátogató turizmus áruvásárlási kiadási hajlandósága, (37,8%)
 - Magas a konferenciaturizmus, a gyógy- és egészségturizmus költési összege is,
- A kiskereskedelmi **áruválaszték turizmusorientáltsága** mellett nagyon fontos a vendéglátóhelyek ehhez igazodó kialakítása, a **kereskedelem és vendéglátás szimbiózisa**. Míg a plázák világa ezen (vásárlás-szórakozás-vendéglátás kapcsolat) felismerés eklatáns példája, a belvárosoknak is olyan **milliót** kell kialakítani, mely **ösztönzi a turisták jelenlétét**, az áruvásárlás és vendéglátás költését.

ELSŐDLEGES SWOT

A belváros kereskedelem, gazdaság fejlesztése

- Gyengeségek,
 - Belváros területi, építészeti előnytelenégei (szűk főutca, rendezvénytér hiánya, rendezetlen, leromlott állapotú részek, épületek)
 - A kereskedelmi és szolgáltatási kínálat nem kellő versenyképességű, vonzerejű
 - Hiányoznak a lakosságot folyamatosan, rendszeresen belvárosba vonzó események, programok
 - szervezetlenség, együttműködés hiánya, közös stratégia, program hiánya
 - Az érintetteket összefogó szakmai menedzsment, marketing hiánya,
 - Turisztikai vonzerő, élménykínálat gyengesége
 - Parkolási nehézségek, költségek taszító hatása
- Erősségek
 - Belváros történelmi, turisztikai, építészeti értékei,
 - Belvárosi eseti fesztiválok, rendezvények (Opera-, Kocsonyafesztivál, Miskolci Vásár stb.)
 - Elő hagyományok, kereskedői kultúra,
 - Kínálati, szolgáltatási funkciók jó alapot képeznek
 - Szakmailag hozzáértő partnerek
- Veszélyek
 - Hipermarketek, bevásárló központok továbbberősödése, hódítása
 - Gazdasági válság hatásainak elhúzódása (fogyasztói kereslet csökkenése, befektetői szándékok visszaesése, bizonytalanság,)
 - A térség, a város leszakadási folyamatának erősödése
 - Beszűkülő pályázati lehetőségek, pályázóképességi gyengeségek
 - Kereskedői, vállalkozói kitelepülés, csődök
 - A belvárosi imázs további romlása
 - Bűnözés növekedése
- Lehetőségek
 - Fogyasztó, vásárlói magatartás változása,
 - Az érintettek együttműködési készségének növekedése
 - Városvezetői, önkormányzati törekvések a belváros-fejlesztésre, támogatására,
 - IVS szakmai alapjára építhetőség, továbbfejlesztés
 - Belvárosi fejlesztések, beruházások megvalósulása
 - Felhasználható nemzetközi, hazai tapasztalatok
 - Belváros turisztikai vonzerejének növekedése

A belvárosok kereskedelmének-, gazdasági-, turisztikai potenciáljának fejlesztése, fejlődése, egy komplex belváros-fejlesztési, megújítási koncepció keretében képzelhető el sikeresen.

A CP stratégia e kívánatos koncepció, program elemévé kell, hogy váljon.

4. City-Partner (CP) stratégia

Stratégiai alapelvek, dimenziók

Stratégiai programok

Konkrét eszközök, kezdeményezések

CÉL

- A miskolci hagyományokra épülő korszerű, versenyképes **kereskedelmi-vendéglátási-szolgáltatási kultúra megerősítése** a történelmi belvárosban, mellyel jelentős mértékben kíván **hozzájárulni Miskolc belvárosának fejlesztéséhez, a belváros reneszánszához.**
- A City-Partner együttműködésben **érintett szereplők** (önkormányzat, szakmai- és civil szervezetek, vállalkozások) **közvetlen közösségi, szakmai és üzleti lehetőségeinek összehangolt javítása,** érdekeinek megjelenítése.

4.1. A CP-stratégia alapelvei, dimenziói

- A CP-stratégia egy komplex megoldásban elhelyezhető részstratégia, mely képviseli egy átfogó (város)belváros-fejlesztési koncepció szükségességét, s ennek folyamatában segítő, s egyes - **elsősorban a gazdasági szereplők által érintett, befolyásolt - területeken** kezdeményező, támogató szerepet tud ellátni.
- A stratégia jelentős eredményeket hozó **időtávja** a nemzetközi tapasztalatok szerint, a beruházási igények miatt is, általában **3-5 év**, ahol az első időszakban szükséges **demonstrálni a megújulási képességet, tudatosságot,** annak érdekében, hogy az egyébként középtávon ható **üzleti, fejlesztési döntések,** a megnövekvő **bizalom, lehetőségek alapján megszülessenek.** Ugyanakkor a stratégiai törekszik közvetlen, **rövidtávon is pozitívan ható kezdeményezések megvalósítására.**
- A stratégia **céljai:**
 - Szakmai értékek és érdekek mentén átfogó **együttműködés rendszer kialakítása, megerősítése** a belváros fejlesztése érdekében,
 - **Hozzájárulás** a vonzerőt növelő, **komplex belváros-fejlesztési koncepció, stratégia kialakításához.**

- A **belvárosi ingatlanok, üzletek releváns** és minél teljesebb **kihasználtságának növelése.**
- A belvárosi **kereskedelmi forgalom** (látogatottság, költés) érezhető, évről-évre erősödő **növelése.**
- **Belváros turisztikai vonzerejének,** s a turistabarát szolgáltatások fejlesztésével a turisták számának és költésének jelentős **növelése.**
- **Hozzájárulás a belvárosi rendezvény-struktúra, a belvárosi élet fejlesztéséhez,** saját, célzott események, rendezvények szervezése.
- Tudatos **city-marketing program kialakítása és megvalósítása,** mellyel a belváros identitását, s mint márkát létrehozva, s értékesítés-ösztönzési projektet működtetve, támogatni a CP közösség céljait.

POZÍCIONÁLÁS, A STRATÉGIA ELHELYEZÉSE EGY LEHETSÉGES KREATÍV KONCEPCIÓBA

- A pozícionálás kérdése kapcsán gyakran felteszik a kérdést, hogy döntsük el „mit is akarunk Miskolc belvárosától”, kereskedelmet fejleszteni, vagy elsősorban turisztikailag építeni. A stratégia válasza az, hogy **nem leszűkítő pozícionálásra van szükség, hanem** mint arra az elemzésnél kitértünk, **sokfunkciós, komplex pozícionálásra, egy modern belváros – egymást erősítő – vonzerőelemeinek építésére**
- A pozícionálás fő gondolata lehet, a „**színes értékek belvárosa**”, azaz Miskolc történelmének **értékeire**, legszebb **hagyományaira, korszakaira építkező belváros-fejlesztés**, ahol mind a városképi, szolgáltatási, tartalmi és formai elemek egyaránt ezt a **hitelességet**, vonzerőt erősítik.
 - Sokszínűség kifejezése a színes szóval,
 - Az érték szó - bár sokat használt kifejezés - de alkalmas kiindulás lehet.
- Egyedi pozícionálásra építés elemeinek kidolgozása szükséges, meghatározni a hívószavakat, elemeket pl.

„City-Miskolc: ahol várják” magüzenetre épülően azt kibontó **üzenetrendszer**, mely alapja lehet a fejlesztési irányoknak, az azt megismertető, „kereslet-növelő” komplex **reklám-kampánynak**: pl. City Miskolc, ahol élmények várják, ahol ajándékok várják, ahol mosolyok várják, ahol izgalmak várják, ahol értékek várják, ahol lehetőségek várják, stb....., melyhez majd használható a beazonosító City-Partner „közösség”....

(természetesen az alapötlet részletes kreatív, s idegen nyelvű verziójának kidolgozás után áll össze.)

MI SZÜKSÉGES A STRATÉGIA SIKERÉHEZ ?

- Menedzselő szervezeti együttműködés
- Infrastrukturális és egyéb feltételek
- Vonzó belvárosi szolgáltatások kínálata
- Emberek a belvárosban
- Vevők a belvárosban
- E teendők mentén célszerű stratégiai programok kialakítása az egyes probléma és feladatterületeken való összehangolt cselekvés érdekében. Így **öt stratégiai programba** szerveződve javasoljuk a működést, úgymint:
 - **infrastruktúra-fejlesztési, kínálatfejlesztési, turizmus- és rendezvényfejlesztési, marketing-, s értékesítés-ösztönzési valamint szervezeti együttműködési, programok.**
- Természetesen a stratégiai programok egymást feltételezik, segítik, egymásra épülnek.
- A CP feladata, szerepe természetesen nem ugyanaz minden programban, hiszen jóval kisebb az infrastruktúra-fejlesztésben, mint az értékesítést-támogató marketing programban, ahol alapvető felelősséggel jelenhet meg, s megint más a turizmus- és rendezvényszervezésben, a szolgáltatásfejlesztésben is.

4.2. CP stratégiai programjai és eszközei



A STRATÉGIAI PROGRAMTERÜLETEK KEZDEMÉNYEZÉSEI, ESZKÖZEI

A stratégiai programok és elemei **nem** képeznek egy **lezárt**, végleges **rendszer**t, **ugyanakkor** olyan **összefüggő csomagot jelentenek**, melyek meghatározó elemeinek együttes és **összehangolt megvalósítása szükséges** ahhoz, hogy olyan eredményt érhessünk el, melyek már **érezhető, pozitív hatással lesznek** a belváros **megújulására**, turisztikai **vonzerejének növelésére**, belvárosi üzleti, kereskedelmi, szolgáltatási **színvonalára javulására**, s ezáltal az érintett vállalkozások, az önkormányzat és intézményei, a civil-szféra szervezetei és nem utolsósorban Miskolc lakossága **elégedettségére, céljai elérésére**.

1. City-Partner szervezeti, együttműködési program

- Szervezetileg is megjelenő tudatos, **CP-szervezet és CP-menedzsment kialakítása**, melynek feladata, hogy a jelenlegi, laza együttműködést jelentő klaszterből olyan feladattal, felelősséggel és lehetőségekkel, kötelezettségekkel és jogokkal is bíró közösséget hozzon létre, mely szervezeti, jogi keretet is biztosít a stratégiai programok, kezdeményezések számára. *Megvalósítási lehetőségei:*
 - *Jellemző hazai és nemzetközi gyakorlat **egyesület vagy alapítvány létrehozása.*** Az önálló szervezet előnye, hogy egyértelmű működési felelősség társul hozzá, megteremthető az érintettek részvételének motivált részvétele, annak elkerülésére, hogy csak néhány aktív, előtérben álló vállalkozóra háruljon minden kötelezettség, feladat, s a projektek, programok megvalósításhoz szükséges források is átláthatóan legyenek kezelve,
 - E szervezetek mögött mindig szakmai szövetségek, kamarák állnak, s a relatív projekt-szervezeti elkülönülés azért szokás, hogy ne sértse azok szélesebb vállalkozói kört képviselő felelősségét, különösen kisebb érdekűközések esetén.
 - Célszerű, hogy a klaszter-pályázati idő után is a BOKIK, illetve a Nonprofit Kft. a szervezet menedzsment-feladataiban kulcs-szerepet játsszon.
 - A szervezeti, működési szabályok tisztázatlansága számos nemzetközi és hazai esetben a törekvések elerőtlenedéséhez, a programok megszűnéséhez vezettek.
 - Konkrét cél, hogy a pályázati idő alatt felálljon a hosszú távú működést biztosító szervezeti, működési rendszer.
- **BELSŐ EGYÜTTMŰKÖDÉS** jellemzői:
 - A programok sikeressége jelentősen függ attól, hogy minél **nagyobb számú, s közvetett érintettséggel is bíró tagság** álljon a CP mögött
 - A tagságépítés, szervezés **önkéntes belépésre épül**, de **célszerű** – a stratégia realizálásakor kidolgozott szervezeti- és működési szabályzatban **megfogalmazni a tagság szakmai, „minőségi” feltételeit**, melyet a menedzsment szervezet vizsgál, s a tagság jóváhagyása szükséges,

- Nemzetközi példáknál nem ritka, hogy **az érett együttműködések kötelező tagságot írnak elő** az újonnan betelepülőknek, melyhez természetesen közvetlen előnyök és kötelezettségek társulnak, pl. kötelező részvétel a közös akciókban, rendezvényeken, marketingben.
- Hosszabb távon – egyes nemzetközi példákhoz hasonlóan - **belső minőségkontroll jön létre**, melyet minőségi védjegyek erősítenek, jutalmaznak. Első lépésben esetünkben is célszerű egy **City Partner tag matrica, megjelölés** használatának bevezetése a csatlakozottak megkülönböztetésére.
- A CP szervezet feladata, hogy **üzleti együttműködések építsen**, segítse a tagok közötti kapcsolatépítést, bizalom kialakítását, az egymás ajánlásának gyakorlatát,
- **Közös szolgáltatások kialakítása** (pl. házhozszállítás, gyermekmegőrzés, programok..)
- A szervezet fő feladata a stratégia menedzselése, a konkrét lépések, kezdeményezések koordinálása, megvalósításának szervezése, együttműködési rendszer kiépítése.

EGYÜTTMŰKÖDÉSI RENDSZER KIALAKÍTÁSA

- Együttműködés, nyitottság meghirdetése az összes érintettel (város politika, igazgatási vezetése, civil (kulturális, városvédő, szociális stb. szervezetek, szakmai szövetségek, tudományos szervezetek, média és mások irányába, melynek formája egy – a CP által koordinált - **Belváros Fórum** összehívása, működtetése lehet.
- **Munkacsoportok kialakítása** a stratégiai programokhoz az együttműködő partnerekkel közösen:
 - Infrastrukturális feltételek fejlesztési munkacsoport
 - Szolgáltatási kínálat fejlesztési munkacsoport
 - Turizmus- és rendezvényfejlesztési munkacsoport
 - Marketing- és értékesítés-ösztönzési munkacsoport

- Legfontosabb együttműködő partnerek:
 - Városvezetés-Önkormányzat-Polgármesteri Hivatal és szervezetei:
 - Kezdeményezések a belvárost érintő döntésekben való részvételre, az előkészítésben, vélemény-nyilvánítás, közreműködő-támogatás,
 - Munkacsoportok kialakítása, kölcsönös részvétel a projekt-teamekben (MIK, Miskolc-Turisztikai Kft., Miskolc Városfejlesztési Kft. , Miskolc Kulturális Nonprofit Kft. , Mi-Park Kft. stb.)
 - A város vezetőinek rendszeres meghívása a CP-szervezetbe, tájékoztatás, közös elemzések, „belváros-bejárás”
- Szakmai, civil és kulturális , művészeti szervezetek
- (Belvárosi) általános és középiskolák, oktatási intézmények

2. City- Infrastruktúra-fejlesztési program

A program célja, hogy a belváros építészeti, városrendezési, arculati, térkialakítása megoldásaival, fejlesztéseivel megfelelő, vonzó, előnyös, biztonságos működési, gazdálkodási feltételeket biztosítson a vállalkozások számára.

1. Fontos, hogy **folytatódjanak** az épület-felújítások, funkcióbővítő beruházások, térfejlesztések, a lepusztult területek rehabilitációja az IHS, illetve az új tervek alapján.
2. A belváros élénkítése szempontjából fontos, hogy **több kis belvárosi „centrum”, találkozóhely jöjjön létre**, pl. park, játszótér, mini-színpad stb. formájában
3. **Utcabútorok bővítése**, melyhez kapcsolódóan célszerű az egykori ”Ajándék városunknak” program, mint lokálpatrióta kezdeményezés újraélesztése a CP szervezésével
4. Belvárosi információs, táblarendszer fejlesztése keretében valósuljon meg **néhány CP - üzleti belváros-térkép elhelyezése**, a még működő info-touch pontokon történő elhelyezésével együtt.
5. A főutcai közlekedés adottsága mellett fontos, hogy – különösen, de nem csupán akkor – hogy a **villamosforgalom lassítson, kis sebességgel haladjon át a főutca belvárosi szakaszán** nem csupán baleseti, hanem hangulati, figyelmi, s egyéb szakmai szempontok okán is. Nagyrendezvények esetén **kerüljön ezen forgalmi szakasz kiváltásra** más közlekedési megoldással.

6. A belvárosi kereskedelem, szolgáltatások fejlesztése, biztonságos működése szempontjából célszerű, hogy **bővüljön a térfigyelő kamerák száma.**
7. **Üzletenként 1-2 m2 bolt előtti ingyenes/kedvezményes, de szabályozott formájú kitelepülés lehetőségének biztosítása** a vevők megállítása, érdeklődésének vonzása érdekében, mely a hazai városok gyakorlatában is megtalálható.
- Parkolás, mint a belvárosi kereskedelem fejlődésének meghatározó feltétele minden külföldi és hazai programban kiemelt szerepet játszik, mindenütt keresték a hipermarketek, plázák ez irányú előnyei csökkentésének lehetőségeit, a belvárosi környezetterhelési hatások csökkentése, a belvárosi életmód minősége, a parkolási bevételek megőrzése és a kereskedelmi, turisztikai kereslet megőrzése közötti összhangot, kompromisszumot.
- Lehetséges megoldások, a nemzetközi és hazai tapasztalatok alapján:
 - **Bizonyos időintervallumban ingyenessé tett parkolás** ösztönző, de gyakran aránytalan bevételkiesést eredményez, s nem csak a kívánatos, célzott forgalmat növeli. Indokolt elsősorban olyan egyedi, nagyrendezvények, turisztikai programok idején célszerű, amikor nem kétséges a pozitív tömeghatás, s nehéz, vagy megoldhatatlan lenne a célzott kedvezménykezelése.

Feladat: egyeztetni azokat a kivételes alkalmakat, amikor ez a megoldás kívánatos.

- **Célzottan ingyenes vagy kedvezményes parkolás**, amikor az autós abban az esetben jut előnyhöz, ha ténylegesen az elvárt módon cselekedett, (meghatározott összeg felett) vásárolt, szolgáltatást vett igénybe az adott üzletben, vállalkozásoknál. Ez a megoldás egy jól megtervezett, az érintettek együttműködésén alapuló rendszert, folyamatot kíván. Ez lehet:
 - **Parkolójázak esetében számlával, blokkal igazolt vásárlás** teszi ingyenessé, kedvezményessé a parkolást. Ez parkoló személyzetet, kidolgozott, ellenőrizhető szabályrendet igényel.

- Parkolási költségek **utólagos visszatérítése**:
 - **Készpénz-visszatérítés** csak korlátozott, speciális esetben célszerű. (bérelt parkolóhelyek stb.)
 - A parkoló-automatában felhasználható az üzemeltetőtől a vállalkozások által kedvezményesen beszerezhető – **zsetont**, parkolókártyát kap (**vásárlással arányosan** a vevő, melyet csak a későbbi parkolásnál tud felhasználni.
 - Elektronikus parkolási megoldásoknál nagyobb beruházást igénylő megoldások is kidolgozhatóak, esetleg a városi kedvezménykártya rendszerével is összekapcsolhatóan.
- A kedvezményes megoldás mindkét fél (parkoló-üzemeltető, kereskedő) számára összességében árbevételi előnyt, növekedést eredményezhet a forgalomnövekedés révén.

3.City-(kereskedelem és szolgáltatás) kínálat fejlesztése program

A program célja, hogy a belvárosban releváns és arányos, vonzó termék- és szolgáltatáskínálat alakuljon ki. Megvalósítás a

1. **INGATLANMENEDZSER** szolgáltatás megvalósítása – elektronikus támogatású (a honlapon elérhető) szakmai szolgáltatás
 - Üres és újrahasznosítandó ingatlanok – kívánt, releváns szolgáltatások irányába terelése, a bécsi példa alapján, ingatlanregiszter és személyes tanácsadás
 - Megvalósítás együttműködésben (CP, BOKIK, MIK illetve partner ingatlanközvetítő, szakmai szervezetek) a konkrét szakmai, üzleti konstrukció kidolgozásával
2. Márkák, hálózatok, „**mágnes-pontok**” **betelepülésének támogatása** (információbiztosítás, kedvezőbb bérleti díj, kooperációs ajánlatok kidolgozása stb.)
 - Megvalósítás: együttműködésben (CP, BOKIK, MIK – Polgármesteri Hivatal, szakmai partnerek,)
3. **Turizmus-orientált kínálat** betelepülésének ösztönzése

4. **Házhozszállítás** szolgáltatás megvalósítása belvárosból
 - Elektronikus és személyes vásárláshoz is kötődően (turistáknak szállodába, egyébként helyi címre)
 - Önálló vállalkozás létrejötte, vagy meglévőkkel való szervezett megállapodások
5. **Fiatalok, középiskolások találkozóhelyeinek kialakítása**, speciális vendéglátóhelyek létrejöttének ösztönzése, annak érdekében, hogy a belváros pozitív hangulatát formáló fiatalok rendszeresen jelen legyenek.
 - „selmeci kocsmák” – egyetemi hagyományokra, karokkal való együttműködésre is épülő vendéglátóhelyek kialakítása, átalakítása elsősorban jelenlegi és egykori egyetemisták találkozóhelyeként,
 - Középiskolásoknak szóló „találkozóhelyek”, pl. tanvendéglők létrejöttének segítése,
6. A belvárosi **vásárlást kényelmesebbé tevő szolgáltatások** kialakítása
 - pl. bevásárló kerékpár/kocsi kölcsönző-rendszer kidolgozása, megvalósítása

4. City- turizmus és rendezvény fejlesztése program

A program célja, hogy olyan egyedi vonzerő létrehozása mellett, összefogja, segítse a belváros turisztikai vonzerőinek fejlesztését, hasznosítását.

1. **Garantált programok, turisztikai termékek, egyedi látványosságok** kialakítása a belvárosban, széles együttműködésre épülő projektek pl.
 - city-holográf (egyedi tervezésű attrakció, Miskolc történetéből, jelenből ...)
 - Nyáron rendszeres filmvetítés-vendéglátással a Szent István téri parkolóban (Bécs, Salzburg példája, az egykori tér-film-zene fesztiválok logikájára)
2. **Együttműködés** a Miskolci Vásár, s a többi fesztivállal, hétféligi rendezvénnyel a megkezdett gyakorlat továbbfejlesztésével
3. CP – Turisztikai-kulturális menedzser megbízása, aki szervezi a CP együttműködését a programhoz kapcsolódóan, közvetlen feladata **kiseb utcai ünnepek, mint lokális rendezvények**, kulturális rendezvények, események kezdeményezése, szervezése:
 - Az általános- és középiskolás, illetve önjelölt tehetségek rendszeres bemutatkozása mini-színpadokon
 - Művészeti fellépések, bemutatók szervezése

4. **Szervezett idegenvezetés** megvalósulásának támogatása, szakos egyetemisták bevonása
5. **Üres üzletek kezelése, ideiglenes hasznosítása turizmus-orientáltan** (tárlat, művészet stb.) gyakorlata
6. **Turisztikai „i-pontok” az üzletekben**, együttműködés a városi Tourinform irodával a turisták jobb tájékoztatására, az üzletek keresletének ezáltal növelése érdekében is.
7. **Nyelvismeret fejlesztése az üzletekben, a szolgáltatóknál** (angol, német, szlovák esetleg lengyel) közös képzési program,
8. Pozitív diszkrimináció a turistabarát kínálatnak az üzleti bérleteknél, márkauzletek megjelenésénél
9. **Iparművészek, művészek megjelenésének támogatása, nyitott műterem program a belvárosban**
10. **Miskolc belvárosi vásárlási térképe** (Shopping Guide – Milyen üzlet, szolgáltatás hol van) kiadvány készítése, terjesztése a Tourinformnál, az „i”-pontokon
11. **Információs-börze/csere** - Információs koordináció, adatszolgáltatás a kereskedelem, vendéglátás felé (események, programok, csoportok stb.)

5. City-marketing: PR és értékesítés-ösztönzési program

A program közvetlen célja, hogy erősítse a belváros kereskedelmi forgalmát, keresletét, ösztönözve a lakosságot és a turistákat a belváros kereskedőinél, szolgáltatóinál történő vásárlásra.

1. Saját honlap kialakítása (www.citypartner.hu; www.cityuzlet.hu; vagy www.cp-miskolc.hu) Fő funkciója:
 1. Digitális szórólap, reklám-újságként működése, mely tájékoztat, reklámoz, akciókat mutat be
 - Működtetése reklámbevételekből: saját szervezésben, vagy megpályáztatva egy vállalkozás által (célszerű összekapcsolni nyomtatott verzióval)

2. Elektronikus –piac: a kereskedelem fejlődését, erősödését ezen pótlólagos kereslet is segítheti
 - Termékek katalógus alapú értékesítése
 - Vendéglátásban, szálláshelynél, rendezvények, szolgáltatások esetén: foglalás, jegyrendelésként működhet
 - Megvalósítás: saját szervezés, vagy megpályáztatva egy vállalkozás által. Termékértékesítéshez további kapcsolható vállalkozások, szállítás, stb.
3. Szakmai oldalak: Ingatlanmenedzser, ingatlan-börze, tanácsadás,.
4. Tájékoztatás az egyesületről , együttműködésekről stb.
5. Párhuzamos **facebook** megjelenés.
2. Nyomtatott szórólap, reklámújság (az 1.1. nyomtatott mutációjaként, terjesztése ingyenes szórólapként, vagy lapbehúzásként)
3. MISKOLC CITY OPEN projekt
 1. Közös, összehangolt nyitva tartás, hosszú bevásárló esték, pl. nyáron havi/vagy kéthetente bevásárló este/éjszaka kulturális programokkal, vendéglátással és speciális ajánlatokkal stb.)
4. Közös értékesítés-ösztönzés (SP) : lehetséges alternatívák
 1. Közös nyeremény játék szervezése (bizonyos összeg feletti vásárlás esetén sorsjegy, melyhez pl. havi sorsolással nyeremények),
 2. Bizonyos vásárlási összeg után kapott ticket, boon levásárolható a projkthez kapcsolódó szolgáltatónál, vagy kulturális intézménynél stb.
 3. „Miskolcpont kártyához” kapcsolódó belvárosi SP akció,
 - Megvalósítás: partnerségben, vagy jogosult szervező vállalkozás lebonyolításában
5. Kisebb témapiacok-vásárok szervezése a főutcán pl. helyi termékek napja, „ami a lakásba kell”, egészség-piac, stb. közös helyszínen vagy üzletek előtti kitelepülés, kidolgozott egyedi ajánlatok.

6. Bevásárlói élmény növelése
 1. Művészek meghívása – meghirdetett időpontban (pl. főutcai mini-színpadokon, nagy egységekben)
 2. Minőségi versenyek (legudvariasabb eladó, kirakatok stb.)
7. Közös PR-program a belvárosi vásárlásért (pl. plakát, közlekedési eszköz, vasút, sajtó stb.)
8. Saját „város/city márka” védjegy, mely felváltja a CP-tag megjelölést, s valós minőségi garanciát jelent. Megvalósítása részletes szakmai kidolgozást igényel.