VISIT Balaton365
FENNTARTHATÓSÁGI PROGRAM

VisitBalaton365 Fenntarthatósági Kommunikációs és Érintetti Bevonási Terv (2026–2030)

1. A terv célja

A VisitBalaton365 célja, hogy a fenntarthatóság ne kizárólag szervezeti vállalásként, hanem a Balaton térség turisztikai szereplői és látogatói számára is megismerhető és alkalmazható szemléletként jelenjen meg.

A terv célja:

- a fenntarthatósági célok kommunikációjának összehangolása;
- a szolgáltatók aktív bevonása;
- a látogatók tudatosságának növelése;
- a helyi közösségek és szakmai partnerek együttműködésének erősítése;
- a GSTC A4 (Stakeholder Engagement) és A5 (Communication and Reporting) követelményeinek támogatása.

A terv a VisitBalaton365 2026–2030 közötti fenntarthatósági céljainak kommunikációját és az érintettek bevonásának kereteit határozza meg. Kiterjed a szervezet saját működésére, a Balaton térség turisztikai szolgáltatóival és szakmai partnereivel folytatott együttműködésre, valamint a belföldi és külföldi látogatóknak szóló tájékoztatásra.

A kommunikáció nem önálló, alkalmi tevékenység, hanem a fenntarthatósági menedzsment rendszer része: támogatja a célok megértését, a vállalások végrehajtását, az eredmények mérését és a tapasztalatok visszacsatolását.

A VisitBalaton365 a terv megvalósításával arra törekszik, hogy a fenntarthatóság a balatoni turizmus mindennapi működésében értelmezhető, fokozatosan alkalmazható és mérhető szemléletté váljon. A szervezet a szolgáltatók számára tudást, gyakorlati példákat és együttműködési lehetőségeket közvetít; a látogatók számára pedig közérthető, ellenőrizhető információt nyújt a felelős utazási döntésekhez.

A bevonás célja nem csupán az információ átadása, hanem a vélemények, helyi tapasztalatok és javaslatok beépítése a tervezésbe és az éves intézkedésekbe.

A terv végrehajtása során kiemelt szempont a hitelesség, az arányosság és az átláthatóság. A VisitBalaton365 kizárólag igazolható eredményeket és pontosan körülhatárolt vállalásokat kommunikál, egyértelműen elkülönítve a már megvalósult intézkedéseket a tervezett céloktól. A fenntarthatósági állítások nem kelthetik azt a benyomást, hogy egyetlen intézkedés önmagában teljes körűen fenntarthatóvá tesz egy szolgáltatást vagy a desztináció egészét.

2. Fő érintetti csoportok

Elsődleges érintettek:

- turisztikai szolgáltatók;
- Tourinform irodák;
- önkormányzatok;
- turisztikai szakmai szervezetek;
- helyi termelők;
- civil szervezetek;
- természetvédelmi szervezetek;
- oktatási intézmények;
- látogatók.

Másodlagos érintettek:

- média;
- szakpolitikai szereplők.

3. Kommunikációs célok

B2B célok:

- a fenntartható működési gyakorlatok elterjesztése;
- szolgáltatói kapacitásfejlesztés;
- fenntarthatósági minősítések támogatása;
- jó gyakorlatok megosztása;
- együttműködések ösztönzése.

A szakmai kommunikáció célja, hogy a balatoni turisztikai szolgáltatók a fenntarthatóságot ne kizárólag elvárásként, hanem működési, minőségfejlesztési és együttműködési lehetőségként értelmezzék. A VisitBalaton365 ehhez fokozatosan bővülő tudástárat, gyakorlati segédleteket, képzéseket és jó példákat biztosít. Kiemelt feladat a GSTC-alapú desztinációs szemlélet, a Good Travel Seal és más releváns minősítési lehetőségek közérthető bemutatása, a minősítésre készülő szolgáltatók felkészítésének támogatása, valamint a beszerzési, energia- és vízhasználati, hulladékcsökkentési, társadalmi és gazdasági szempontok beépítése a mindennapi működésbe.
A B2B kommunikációnak külön figyelmet kell fordítania a kisebb vállalkozások eltérő erőforrásaira. Az ajánlások ezért lehetőség szerint alacsony költségű, rövid időn belül végrehajtható lépéseket és magasabb felkészültséget igénylő fejlesztési irányokat egyaránt tartalmazzanak. A kommunikáció ösztönözze a szolgáltatók közötti tudásmegosztást, a helyi beszállítói kapcsolatok erősítését és a térségi együttműködések kialakítását.

B2C célok:

- felelős utazási magatartás ösztönzése;
- fenntartható szolgáltatók bemutatása;
- természetbarát programok népszerűsítése;
- helyi értékek és helyi termékek népszerűsítése;
- fenntartható közlekedési lehetőségek bemutatása.

A látogatóknak szóló kommunikáció célja, hogy a fenntarthatóbb választás könnyen felismerhető, elérhető és követhető legyen. A tartalmak a tiltások helyett elsősorban gyakorlati lehetőségeket mutassanak be: közösségi és kerékpáros közlekedést, gyalogos programokat, helyi termékeket és szolgáltatókat, természetkímélő szabadidős lehetőségeket, ivóvíz-utántöltő pontokat, hőség idején igénybe vehető hűtött vagy árnyékos helyeket, továbbá a víz- és energiatakarékos vendégmagatartás egyszerű formáit.

A kommunikáció vegye figyelembe az eltérő élethelyzeteket és hozzáférési igényeket. Különösen fontos a családok, idősebb látogatók, fogyatékossággal élők, kerékpáros és közösségi közlekedéssel érkező vendégek számára hasznos információk egyértelmű megjelenítése. A fenntarthatósági üzenetek legyenek rövidek, tárgyszerűek, lehetőség szerint cselekvésre válthatók, és kapcsolódjanak konkrét balatoni helyszínekhez vagy szolgáltatásokhoz.

4. Kommunikációs alapelvek és központi üzenet

Hitelesség és bizonyíthatóság: minden állítás mögött legyen adat, dokumentált intézkedés vagy ellenőrizhető szolgáltatói információ.

Közérthetőség: az összetett szakmai követelmények gyakorlati példákon, egyszerű magyar megfogalmazással jelenjenek meg.

Célcsoporthoz igazítás: ugyanaz a téma eltérő mélységben és hangnemben jelenjen meg a szolgáltatóknak, partnereknek és vendégeknek szóló felületeken.

Kétirányúság: minden jelentősebb program biztosítson kérdezési, véleményezési vagy visszajelzési lehetőséget.

Területi egyensúly: a Balaton különböző partjai, településtípusai és szolgáltatói körei arányosan jelenjenek meg.

Hozzáférhetőség: a kiemelt digitális tartalmak legyenek mobilon jól olvashatók; a képekhez tartozzon leírás, a videókhoz felirat, a fontos tájékoztatókhoz pedig könnyen érthető változat, ha ez indokolt.

Következetesség: a fenntarthatósági politika, az akcióterv, az éves célok, a KPI-ok és a nyilvános kommunikáció ugyanazokat a vállalásokat és fogalmakat használja.

Központi üzenet:

„A fenntartható Balaton közös ügy: a VisitBalaton365 tudással, együttműködésekkel és megbízható tájékoztatással segíti, hogy a turizmus értéket teremtsen a vendégeknek, a helyi közösségeknek, a gazdaság szereplőinek és a természeti környezetnek."

5. Kommunikációs eszközrendszer

B2B kommunikáció:

Eszköz	Gyakoriság	Elsődleges cél	Javasolt mérés
DMSZ hírlevél	kéthetente	Aktuális tudás, pályázati és programinformáció, jó gyakorlatok közvetítése.	Kiküldések, kézbesítési és megnyitási arány, átkattintás, leiratkozás.
Szakmai weboldal és Tudástár	folyamatos	Tartósan elérhető segédletek, sablonok, esettanulmányok és képzési anyagok.	Megtekintések, letöltések, visszatérő látogatók, frissített tartalmak.
Képzések, workshopok, szakmai nap	negyedévente	Tudásfejlesztés, tapasztalatcsere és kapcsolatépítés.	Résztvevők, szervezettípus és területi megoszlás, elégedettség.
Mentorprogram	folyamatos	Személyre szabott előrelépés és minősítésre felkészítés.	Belépők, teljesítők, mentorórák, önértékelés-változás, minősítést szerzők.
Jó gyakorlatok adatbázis	folyamatos	Eredmények és jó példák hiteles bemutatása.	Megjelenések, elérés, pontos átvételek.
Podcast, webinárium	évente 2-4 alkalom	Összetettebb témák feldolgozása és szakértői tudás megosztása.	Megtekintés/meghallga-tás, végignézési arány, kérdések, utólagos elérés.

B2C kommunikáció:

Eszköz	Gyakoriság	Elsődleges cél	Javasolt mérés
VisitBalaton365 weboldal és közösségi média	folyamatos	Gyakorlati vendégtájékoztatás és fenntartható lehetőségek láthatóvá tétele.	Elérés, mentés, átkattintás, videómegtekintés, kérdés és visszajelzés.
Tematikus kampányok	szezonálisan	Egy-egy kiemelt fenntarthatósági téma összehangolt, célcsoporthoz igazított bemutatása. A látogatók figyelmének felkeltése és konkrét cselekvések ösztönzése.	Kampánytartalmak száma és elérése; megtekintések és átkattintások; közösségi aktivitások, mentések és megosztások; látogatói ajánlások száma; rövid visszajelző kérdőív eredményei.
Sajtó és szakmai nyilvánosság	igény szerint	Eredmények és jó példák hiteles bemutatása.	Megjelenések, elérés, pontos átvételek, helyreigazítási igény.
Videós tartalmak	évente	Összetettebb témák feldolgozása és szakértői tudás megosztása.	Megtekintés, végignézési arány, elérés.

6. Tartalom-előkészítési és jóváhagyási rend

Minden jelentősebb fenntarthatósági tartalom esetében meg kell határozni a tartalom gazdáját, szakmai ellenőrzőjét, jóváhagyóját, közzétételi felületét és felülvizsgálati időpontját. A számszerű állításoknál rögzíteni kell az adat forrását és időállapotát. Szolgáltató bemutatása előtt ellenőrizni kell, hogy a közölt gyakorlat ténylegesen működik-e, és rendelkezésre áll-e annak bemutatásához szükséges hozzájárulás. A honlapon tartósan elérhető tájékoztatókat legalább évente, az időjárási, közlekedési vagy szolgáltatási adatokat pedig a szükséges gyakorisággal felül kell vizsgálni.

7. Érintetti bevonási mechanizmusok

Szolgáltatók:

- szolgáltatói fórumok;
- workshopok;
- mentorprogramok;
- online konzultációk;
- kérdőíves felmérések.

Helyi közösségek:

- partnerségi egyeztetések;
- helyi események;
- civil együttműködések.

Látogatók:

- online visszajelzési lehetőség;
- közösségi média aktivitások;
- kampányok.

A bevonás mélységét a téma hatásához kell igazítani. Általános tájékoztatás elegendő lehet egy már elfogadott intézkedés bemutatásához; konzultáció szükséges, ha a döntés érdemben érinti a szolgáltatók működését vagy a helyi közösségeket; együttműködésen alapuló közös tervezés indokolt, ha az eredmény több szereplő összehangolt vállalásától függ. Minden jelentősebb konzultációról rövid érintetti konzultációs jegyzőkönyv készüljön.

A részvétel során törekedni kell arra, hogy ne kizárólag a rendszeresen aktív partnerek véleménye jelenjen meg. Célzott megkereséssel szükséges bevonni a kisebb települések, mikrovállalkozások, idényjelleggel működő szolgáltatók, fiatalok, idősebb lakosok és hozzáférési nehézséggel élő csoportok képviselőit is, ha a vizsgált téma őket érinti.

8. Éves kommunikációs prioritások - tervezet

Év	Kiemelt tartalom és bevonási eredmény
2026 – Alapozás és ismertség	A Fenntartható Balaton program, a szervezeti politika és a 2026–2030-as akcióterv bemutatása. GSTC-alapú önértékelés és Good Travel Seal szemléletformálás; Tudástár alapstruktúrájának kialakítása; hőség- és klímaalkalmazkodási B2B/B2C tájékoztatók.
2027 – Felelős működés és helyi gazdaság	Fenntartható gasztronómia, helyi és idényjellegű alapanyagok, rövid ellátási láncok, élelmiszer- és egyéb hulladék csökkentése. Beszállítói önértékelés és jógyakorlat-gyűjtés; termelői–szolgáltatói kapcsolatépítő alkalmak.

Év	Kiemelt tartalom és bevonási eredmény
2028 – Mobilitás és négyévszakosság	Közösségi közlekedés, kerékpározás, gyalogos útvonalak és összekapcsolt utazási lehetőségek bemutatása. A négyévszakos kínálat kommunikációjában a területi és időbeli terhelés kiegyensúlyozása. Látogatói útvonalak és információhiányok feltárása.
2029 – Természeti értékek és alkalmazkodás	Biodiverzitás, vízvédelem, felelős vízhasználat; élőhelyek és védett területek tisztelete. Természetvédelmi partnerekkel közös tartalmak, szolgáltatói útmutatók és látogatói magatartási ajánlások.
2030 – Eredmények és következő időszak	A 2026–2030 közötti vállalások teljesülésének közérthető bemutatása, mérhető eredmények és elmaradások feltárása, balatoni jó gyakorlatok összegzése és nemzetközi kitekintés. Széles körű érintetti értékelés és a következő tervidőszak közös előkészítése.

Az éves témák nem kizárólagosak: az időjárási szélsőségekhez, vízállapothoz, látogatói biztonsághoz, közlekedéshez és aktuális szakmai változásokhoz kapcsolódó tájékoztatást minden évben fenn kell tartani.

A fenntarthatósági kommunikációs munkacsoport éves kommunikációs munkatervében szükséges rögzíteni az egyes témák célcsoportját, üzenetét, tartalomtípusát, ütemezését, felelősét, együttműködő partnerét és mutatóját.

9. Szervezeti felelősségek és együttműködés

A terv végrehajtásának szakmai koordinációját a fenntarthatósági feladatokért felelős munkatárs végzi. Feladata a fenntarthatósági kommunikációs munkacsoport tagjaival közösen az éves munkaterv előkészítése, a szakmai tartalom ellenőrzése, az érintetti konzultációk összehangolása, a kapcsolódó KPI-ok nyomon követése és az éves jelentés szakmai megalapozása.

A fenntarthatósági kommunikációs munkacsoportban résztvevő kommunikációs munkatársak felelnek a célcsoporthoz és felülethez igazított szerkesztésért, az egységes arculati és nyelvi megjelenésért, a közzétételért és az elérési adatok gyűjtéséért.

A DMSZ iroda munkatársainak feladata a helyi igények, jó gyakorlatok és visszajelzések összegyűjtése, továbbá a képzések és konzultációk célzott meghirdetése. Az adatgazdák biztosítják a közölt mutatók pontosságát. Érzékeny, vitatott vagy a szervezet egészét érintő állítás csak az ügyvezető vagy az általa kijelölt vezető jóváhagyásával tehető közzé.

A feladatmegosztást az éves kommunikációs munkatervben név vagy munkakör szerint kell rögzíteni.

10. Kommunikációs kockázatok kezelése

Zöldre festés vagy túlzó állítás kockázata: pontos, szűk körű megfogalmazás, adatforrás és szakmai ellenőrzés alkalmazása.

Elavult vagy pontatlan információ: tartalomgazda és felülvizsgálati dátum rögzítése; sürgős javítási eljárás működtetése.

Alacsony szolgáltatói részvétel: célzott személyes megkeresés, rövid és gyakorlati programok, területi partnerek bevonása.

Érintetti túlterhelés: egyeztetések összehangolása, indokolt adatbekérés és az eredmények visszacsatolása.

Negatív vagy félrevezető közösségi reakció: gyors tényellenőrzés, tárgyszerű válasz, szükség esetén szakértői vagy vezetői megszólalás.

Válság- és szélsőséges időjárási helyzet: előre kijelölt információforrások, jóváhagyási rend és azonnal frissíthető B2B/B2C tájékoztató sablonok.

11. Jelentéstétel

A VisitBalaton365 évente fenntarthatósági összefoglalót készít, amely a vállalások teljesülése és a KPI-ok alakulása mellett bemutatja az alkalmazott kommunikációs és bevonási módszereket, az elért érintetti köröket, a beérkezett főbb észrevételeket, a javaslatok hasznosulását, valamint a következő év prioritásait. Az összefoglaló külön térjen ki arra, ha valamely cél vagy intézkedés nem teljesült, és röviden ismertesse ennek okát és a tervezett korrekciót.

A jelentés alapját a kommunikációs felületek adatai, a részvételi nyilvántartások, az elégedettségi és tudásmérő kérdőívek, az érintetti konzultációs jegyzőkönyvek, valamint a Fenntarthatósági Intézkedési Nyilvántartás képezik. Az adatokat az adatvédelmi és üzleti titokra vonatkozó szabályok betartásával, lehetőség szerint összesített formában kell bemutatni. A nyilvános összefoglaló legyen közérthető és tömör; a részletes vezetői értékelés belső dokumentumként is elkészíthető.

Keszthely, 2026. június 30.

dr. Princzinger Péter
ügyvezető