

Kiegészítés

Tata város kommunikációs stratégiájához az önkormányzati bizottságok ajánlásai alapján

1. Kistérségi információk hatékony koordinációja

Amennyiben Tata a jelenlegi bázisán valóban erősíteni szeretné kistérségi vezető, központi pozícióját, akkor a kistérségi információk rendszeres összegyűjtésében és a térségbe történő eljuttatásában a vezető, koordináló szerepkört is fel kell vállalnia. Ezzel a szerepvállalással a későbbiekben Tata képes lesz mozgósítani a környező falvakban élőket is.

2. Civilek szerepe

Jogos igényként merült fel az Oktatási és Művelődési Bizottság ülésén az, hogy a stratégia megvalósításában jobban illenek építeni a civil szervezetekre, a bennük tevékenykedő emberekre.

Ez a program során több ponton is megvalósítható lesz:

- a civil szervezetek maguk is hatalmas, közérdekű és hasznosítható információbázissal rendelkeznek, amelyek összegyűjtésében az önkormányzati információs központnak kell majd közreműködnie
- a civil szervezetek maguk is segíthetnek az önkormányzati és éppen ezért közérdekű információk továbbításában
- a civil szervezetek programadók és a programok szervezői, résztvevői egyaránt lehetnek

- a civil szervezetek közérdekű események, rendezvények támogatóiként is felléphetnek
- a civil szervezetek a helyi kultúra fő alakítóivá, hordozóivá válnak
- a stratégia szélesebb körű megismertetésében is segíthetnek - ez jövőben azt jelenti, hogy a tatai lakosság programötletei bekerülnek a következő évek stratégiába

3. A stratégia szélesebb körű megismertetése

A stratégia megismertetése részben önkormányzati, részben pedig civil feladat is lehet.

Az önkormányzatnak a megvalósításban természetes partnere lehet a helyi írott és elektronikus sajtó, de természetesen építeni lehet -sőt! kell is- az önkormányzat egyéb, közterületi hirdetési lehetőségeire is. Ez nem jelentheti azt, hogy a stratégia minden eleme, minden szava megjelenne, ám azt mindenképpen biztosítani lehetne az eszközökön keresztül, hogy az alapvető elemeket a lakosság és a fontosabb szervezetek (civilek) is megismerhessék.

Az egyes elemek megismertetésében fontos szerepet játszhat a központi SMS - Internet fal, amely javaslataink fő eleme.

Fontos azonban azt megjegyezni, hogy a stratégia megalkotása szakmai feladat, ergo szakmai koordinációt igényel. A tervezés és megvalósítás nem lehet lakossági feladat.

4. A stratégia hatásai más szakterületekre

A stratégia természetesen más szakterületek tevékenységeit is érinteni fogja, hiszen anyagi, építészeti, szervezési, munkaügyi és beruházási vonzatai vannak. Ezek kapcsolódásait, az együttműködés formáit, a stratégia elfogadását, az egyes elemek megvalósításának eldöntését követően lehet csak részletesen kidolgozni az önkormányzatnak.

A kommunikáció tehát ebben az esetben is csak eszköz, és nem cél.

A városi kommunikációs stratégiában, alapvetően a hozzáértés hiánya miatt, nem lehet kitérni az egyéb területeket érintő kapcsolódások részletes bemutatására.

Hogy ezek a gondolatok mégis miért kerültek megfogalmazásra, annak az a magyarázata, hogy a megkérdezések során ezeket az ötletek, igényeket egyértelműen megfogalmazták a lakosság részéről.

5. Információs rendszer működésének sémája

Eseti és rendszeres input információk:

- önkormányzati hírek
- civil szervezetek hírei
- kistérségi információk
- Tourinform Iroda
- Országos rendezvények
- Média hírek
- SMS - Internet fal
- egyéb



Önkormányzati Koordinációs Központ

1. Kommunikációs referens és rendezvény menedzser
2. Interaktív moderátor, Internet
3. Panaszirodai alkalmazott



Információk továbbítása:

- Országos és helyi média
- SMS - Internet fal
- Civil szervezetek
- Lakossági Fórumok
- Tourinform Iroda
- Központi, országos adatbázisok, programajánlók
- Tata website
- Internetes Hírlevél
- egyéb

6. Költségelemek

Megnevezés	Várható költség (Ft)
SMS - Internet fal	2-5 millió Ft (mérettől függ, egyszeri beruházás)
Arculati Kézikönyv tervezése	500. 000
Helyi média (TV, sajtó)	Bevezetett számok alapján
Megyei média (kizárólag a PR tevékenységre)	250.000 Ft
Országos média	600.000 Ft

Mit tehetünk Tatáért (ötletbörze rendezvény + díjak)	300. 000
Virtuális Dicsőségkönyv	300. 000 Ft
Web-kamera - Találkahely	2-3 millió Ft
Civilek Tatáért rendezvényei	100. 000 Ft (kéthavonta)
Tatán átvezető út (térképek, közterületi és országúti táblák, stb.)	1-1.5 millió Ft
Metafora verseny (rendezvény, díjak)	300. 000 Ft
Tata-hazai médiakártya (ingyenes igénylés, rendezvények események kedvezményes látogatását teszi lehetővé a tatai lakosok számára)	Kb. 1 millió Ft (1000 igénylő esetén)
Rendezvények költségei	Bevezetett számok alapján
Kiadványok	2 millió Ft
Tervezési és gyártási költségek	500 Ft

7. Személyi feltételek megvalósítása

A személyi feltételek megvalósítása fokozatos feladat, és kiindulási pontja a jelenlegi kommunikációs referens személye. A stratégia részelemeinek elfogadása generálja minden egyes további munkakör kialakításának igényét. Ami szinte az első pillanattól biztosra vehető, az még egy alkalmazott elengedhetetlen felvétele, aki az interaktív kommunikációban és az Internet alapú szolgáltatásokban közreműködik. A kommunikációs, információs, idegenforgalmi, tájékoztatósi, valamint média feladatokat a jelenlegi kommunikációs referens láthatja el.

8. Pihenő, vagy aktív város legyen-e Tata?

Nehéz lenne eldönteni, hiszen mindkét választás mellett és ellen is szólnak érvek.

Éppen ezért javasoljuk, hogy mindkettőt meg kell és meg is lehet valósítani egyszerre. Mert ez Tata és a tataiak érdeke.

- **Mert Tatán élnek** olyan emberek, **akik** döntően a családi, otthoni környezetben történő **pihenés**, kikapcsolódás **hívei**, de néha ők is elmennek, részt vesznek különböző rendezvényeken, eseményeken.
- **Mert Tatán élnek** olyanok is, **akik** döntően a szórakozást, élményt jelentő és talán zajosabb, nyüzsgőbb, **pezsgőbb életet**, kikapcsolódásokat **kedvelik**, de néha ők is szeretnek elvonulni.
- **Mert Tatán** gyakran **előfordulnak** olyan nem tataiak is, akik szeretnek pihenve kikapcsolódni, és szórakozva pihenni.

Ez a projekt mindegyik profil érdekeit alkalmas kiszolgálni. A Tataiak és Tata vendégeinek ízlése ugyanis egyaránt visszatükröződik benne.

Készítette:

Gulyás Gábor és Sas István
Kommunikációs Akadémia

2005. június 15.