VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

TÁJÉKOZTATÁSMENEDZSMENT PROGRAM

Aktuális státuszjelentés és stratégiai előrehaladás

1. Stratégiai kontextus és a program célrendszere

A Tájékoztatásmenedzsment Program az Egyben6 program integrált részeként, a kooperatív együttműködési modell keretében jött létre. A kezdeményezés alapvető célja egy olyan modern, 21. századi, politikamentes városmarketing-stratégia és kommunikációs ökoszisztéma működtetése, amely ernyőszerűen fogja össze a városi szolgáltatásokat és intézményeket.

A program nem váltja ki az egyes szervezetek önálló kommunikációját, hanem felerősíti és összehangolja azokat. Kiemelt fókuszterülete a „láthatatlan háttérmunka" bemutatása (bizalomépítés), valamint az információátadás és a lakossági edukáció. Utóbbi kiterjed a közös értékek megóvására, a környezettudatos attitűd (pl. tudatos víz- és energiahasználat) erősítésére, a közbiztonságra és az egészségmegőrzésre. A **tájékoztatási pillér** mellett hangsúlyos elem a **programkommunikáció**, vagyis a helyi kulturális, tudományos és sportprogramok (színház, múzeum, bábszínház, könyvtár, planetárium, sportesemények) aktív terjesztése és látogatottságának ösztönzése.

2. Pénzügyi és szerződéses státusz

A program koordinációját az **AIPA Nonprofit Közhasznú Kft. végzi**. A megvalósításhoz és a felületek biztosításához szükséges szerződéskötések két eszközre (CityScreen Media Kft, GONG Rádió Kft.) sikeresen megtörtént. A harmadik eszköz (www.otthon.kecskemet.hu) alkalmazása aktív.

Jelenleg a Kecskeméti Közlekedési Központtal és a Malom Központtal (Mill Partner Ingatlanhasznosító Kft.) a szerződéskötések folyamatban vannak.

2.1. AIPA szakmai és koordinációs szerződések

Az AIPA Kft. és a cégek, intézmények között eddig összesen 14 db megállapodás jött létre: ezek mindegyike önkormányzati cég, illetve intézmény. A szerződéses összegek 720.000 Ft - 4.200.000 Ft közé tehetők éves szinten, amely a következő feladatokat tartalmazza:

I. ütem: szakmai előkészítő szakasz

1. értékkommunikációs konzultációk (kick-offok)
2. értékkommunikációs stratégia megalkotása
3. programkommunikációs animációk gyártása
4. programkommunikációs animációk megjelenítése a digitális kioszkokon

II. ütem: megvalósítási szakasz

1. értékkommunikációs animációk gyártása
2. értékkommunikációs animációk megjelenítése
3. értékkommunikációs infóblokkok gyártása
4. értékkommunikációs infóblokkok megjelenítése
5. értékkommunikációs social posztok gyártása
6. értékkommunikációs social posztok megjelenítése
7. értékkommunikációs rádió spotok gyártása
8. értékkommunikációs rádió spotok megjelenítése
9. értékkommunikációs plakátok grafikai tervezése KEKO buszokra (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
10. értékkommunikációs plakátok gyártása és kihelyezése KEKO buszokra (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
11. értékkommunikációs kisfilmek forgatása és gyártása (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
12. értékkommunikációs kisfilmek sugárzása a Malom Moziban (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
13. értékkommunikációs plakátok grafikai tervezése (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
14. értékkommunikációs plakátok gyártása és kihelyezése a Malom Központ analóg felületeire (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
15. értékkommunikációs animációk legyártása (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
16. értékkommunikációs animációk megjelenítése a Malom Központ digitális felületein (amennyiben az értékkommunikációs stratégia tartalmazza)
17. programkommunikációs animációk gyártása
18. programkommunikációs animációk megjelenítése a digitális kioszkokon

2.2 CityScreen Media Kft. vállalkozási szerződések

A digitális kioszkok (CityScreen) használatára vonatkozóan eddig összesen 17 db szerződés megkötése realizálódott.

A szerződéses feladatok kiterjednek:

- a Megrendelő által átadott vizuális tartalmak megjelenítésére;

- a tartalmak kampányidőszaki rotációjára a CityScreen hálózaton; szükség esetén a megjelenítési ütemezések és technikai paraméterek egyeztetésére.

3. Operatív előrehaladás és csatorna-ökoszisztéma

Az **I. ütem, a szakmai előkészítő szakasz** előkészítő megbeszélések, konzultációk, igényfelmérések fázisa sikeresen lezárult.

Az értékkommunikációs konzultációkat (kick-offokat) követően megkezdődött az **értékkommunikációs stratégia** elkészítése, melyben az összvárosi értékteremtés szempontjából sor kerül a szervezetek által végzett tevékenységek pozícionálására, az értéküzenetek megfogalmazására, valamint a program eszközein való konkrét megjelenések megfogalmazására.

Az értékkommunikációs üzenetek megalkotásával párhuzamosan a szervezetek **programkommunikációja** a kezdetektől folyamatosan zajlik a digitális kioszkokon a programok, aktualitások akár heti-havi váltásai szerint, melyhez kapcsolódóan legyártásra és megjelenítésre kerülnek a programkommunikációs animációk.

Az I. ütem, a szakmai előkészítő szakasz az **értékkommunikációs stratégia elfogadásával** ér véget, tervezetten legkésőbb 2026. június 30-ával.

A **II. ütem, a megvalósítási szakasz** a következőképpen tervezett:

- **Digitális kioszkok (CityScreen):** A hálózat városszerte bővül. Minden bevont szervezet megjelenik legalább egy jóváhagyott animációval, legkésőbb 2026.07.31-ig.
- **Weboldal (otthon.kecskemet.hu):** Elindult a tartalomfeltöltés; a szervezetek specifikus edukációs és információs blokkokkal („Tudtad-e?" kampányok) integrálódnak a felületre.
- **Gong Rádió:** Elindult a „hosszú távú érték alapú" hangzó tartalmak gyártása és sugárzása. Jelenleg 3 szervezet anyaga már elkészült és sugárzásban van.
- **Közösségi közlekedés (KeKo):** A buszok hátsó szélvédő felületeinek logisztikai előkészítése zajlik (tervezetten 10 db busz áll rendelkezésre a hosszú távú üzenetek számára).
- **Malom Központ:** A Malom Mozi filmvetítés előtti reklám megjelenése egy projekt kapcsán már folyamatban van, mint pilot. A komplex megjelenés részletei kidolgozás alatt vannak.

A program nem statikus: a bevont szervezetek és a terjesztett programok köre a jövőben folyamatosan, dinamikusan bővülhet.

4. Mintaprojektek és gyakorlati implementáció

A program gyakorlati működésének, modern szemléletének és lakossági edukációs módszertanának egyik vezető mintapéldája a **Bácsvíz Zrt.** kommunikációs és szemléletformáló

stratégiája. A vállalat a programban nem a hivatali hangvételre és a fogyasztói megközelítésre teszi a hangsúlyt: ezek helyett a közös felelősségre, a helyi vízkincs értékének megbecsülésére, valamint az éjjel-nappal zajló háttérmunka láthatóvá tételére épít.

A Tájékoztatásmenedzsment program többféle módon ülteti át a gyakorlatba a Bácsvíz hosszú távú üzeneteit a csapvízfogyasztás népszerűsítése („Megbízható minőség minden cseppben"), a vízveszteség és fenntarthatóság, a csőtörések gyors lakossági bejelentése, valamint a felelős szennyvízkezelés stb. terén.

További példák:

A **Kecskeméti Lakásmenedzsment Kft.** mintaprojektje a lakhatási szektor digitalizációját és az agilis vagyonkezelést állítja a középpontba a „Megbecsült múlt – fenntartható jövő" filozófia mentén. A vállalat a puszta darabszemléletet felváltva a hosszú távú értékteremtésre és a bérlakásállomány tudatos modernizációjára fókuszál, miközben az új, online Ügyfélportál bevezetésével és az ehhez kapcsolódó edukációval papírmentessé és transzparenssé teszi a lakossági hibabejelentéseket és ügyintézést. Ez a gyakorlat kiválóan mintázza, hogyan válik a technológia és az emberközpontú szemlélet ötvözésével egy hagyományos közszolgáltatás modern, 21. századi színvonalú közszolgáltatássá.

Gyakorlati média- és tartalomreferenciák:

- **[MINTA: CityScreen / Kioszk Animáció] – Bácsvíz Zrt.**

https://drive.google.com/file/d/15Bx2HQGmdRqlQ49xKJ1iqSzKgVZRhTCR/view?usp=sharing

- **[MINTA: Honlap megjelenés és „Tudtad-e?" infóblokk] – Kecskeméti Lakásmenedzsment Kft.**

https://otthon.kecskemet.hu/lakhatas/

- **[MINTA: Rádió spot hanganyag és script] – Bácsvíz Zrt.**

https://drive.google.com/file/d/1-SAIsae824iqTlqTVVNJ6vkRcBnTPMz5/view?usp=sharing

5. Konklúzió és jövőkép

A Tájékoztatásmenedzsment Program – amellett, hogy szakít a hagyományos szemlélettel, és közös gondolkodásra, összefogásra fókuszál – döntően pozitív fogadtatásra talált a partnerszervezetek és bízunk benne, hogy a lakosság körében is. A digitalizáció, a riportingrendszerek és az emberközpontú történetmesélés ötvözése mérhetően képes tehermentesíteni a lakossági ügyfélszolgálatokat, miközben növeli a helyi identitást és a szolgáltatók presztízsét. Fontos azt is kiemelni, hogy a lakossági edukáció (pl. ne pazarold a vizet, tégy az egészségedért, kapcsolódj ki, stb.) hosszú távon önkormányzati, illetve állami közszolgáltatások területén – reményeink szerint – megtakarításokat is eredményezhet majd, így össztársadalmi haszonnal is járhat (egészségügyben a prevencióra való fókuszálás, tudatos víz-

és energiahasználat, környezettudatosság növelése, mentális jólét – jóllét erősítése stb.) A stratégiai menetrend szerint a rendszer teljes körű, finomhangolt és digitalizált működése 2027-re realizálódik.

A program hosszú távú célja a fenntarthatóság növelése – akár a közszolgáltatásokat, a városi szolgáltatókat vagy intézményeket nézzük. A program középpontjában a kecskeméti lakos – a **kecskeméti Ember** áll.

6. Időbeli ütemezés és mérföldkövek: Hol állunk és hová tartunk most?

A Tájékoztatásmenedzsment Program 2026-os megvalósítási naptára két élesen elkülönülő, egymásra épülő szakaszra tagolódik, amelyek biztosítják a stratégiai szinttől a konkrét lakossági elérésig tartó folyamatos fejlődést:

I. ütem: Szakmai előkészítő szakasz (jelenlegi státusz)

A program jelenleg az első fázis lezárásához közeledik, amely az **értékkommunikációs stratégia hivatalos elfogadásával** ér véget, tervezetten legkésőbb **2026. június 30-ig**.

- **Ami már megvalósult:**
  - Közel 40 szervezettel zajlottak le a személyes előkészítő megbeszélések.
  - Ezekután a programban résztvevő szervezetekkel kick-off egyeztetések történtek (jelenlegi feladatellátás, szakmai területek, kommunikációs gyakorlatok, rendezvények, jubileumok és kulisszatitkok feltérképezése).
  - Ezzel párhuzamosan elindult az értékkommunikációs stratégiaalkotás és annak finomhangolása.
  - A mindennapi eseményeket követő **programkommunikáció** pedig a kezdetektől fogva folyamatosan és aktívan fut a digitális kioszkokon.

II. Ütem: Megvalósítási szakasz (jövőbeli célok)

Az elfogadott értékkommunikációs stratégia mentén a második fázisban indul el az egyedi, mélyebb tartalmú értékkommunikációs anyagok többcsatornás terjesztése. Emellett a programkommunikációs anyagok terjesztése folyamatos. A tervezett határidők és elérendő minimumszámok a következők szerint alakulnak:

Tervezetten 2026. július 31-ig:

Minimum egy jóváhagyott **értékkommunikációs animáció** élesítése a CityScreen digitális kioszkokon (itt jelenleg legalább 5 szervezeté elkészült és fut a kioszkokon).

Ezzel egyidőben a **programkommunikációs animációk** folyamatos publikálása az értékkommunikációs animációkkal párhuzamosan.

Minimum egy edukációs „Tudtad-e?" értékkommunikációs infóblokk publikálása az otthon.kecskemet.hu weboldalon.

A weboldalas tartalomhoz kapcsolódó értékkommunikációs közösségi média poszt megjelentetése a „Kecskemét - Otthon az ország szívében" social felületeken.

Tervezetten 2026. szeptember 30-ig:

Az értéküzenetekre épülő rádió spotok legyártása. (Ezek közül már 3 szervezeté elkészült és publikálás alatt vannak).

Amennyiben az értékkommunikációs stratégiában szerepel, úgy a KeKo autóbuszokra kerülő hosszú távú plakátok grafikai tervezése, a Malom Mozi kisfilmek forgatása/gyártása, valamint a Malom Központ analóg plakátjainak és digitális animációinak véglegesítése.

Tervezetten 2026. december 31-ig:

Amennyiben az értékkommunikációs stratégiában szerepel, a legyártott rádió spotok kampányszerű sugárzása a Gong Rádióban (tervezetten szervezetenként legalább 20 alkalommal).

Amennyiben az értékkommunikációs stratégiában szerepel, a buszplakátok kihelyezése (tervezetten minimum 6 hónapos futamidővel), a mozi-kisfilmek vetítése (tervezetten szervezetenként minimum 10 film előtt), valamint a Malom Központ analóg és digitális felületeinek élesítése.

Tekintettel arra, hogy a program újszerű kezdeményezés, amelynek hazai önkormányzati környezetben nem álltak rendelkezésre közvetlenül adaptálható mintái, a megvalósítás során a működési folyamatok, munkafolyamatok (workflow-k) és a teljes rendszer logikájának kialakítása párhuzamosan történik. Erre tekintettel a projekt fent jelzett egyes ütemei és határidői a gyakorlati tapasztalatok és a rendszerfejlesztés előrehaladása alapján módosulhatnak.

Fentiekkel kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy – ahogyan fentebb is említésre került – az előkészítő munka fázisával párhuzamosan aktív munka folyt: a releváns szervezetek kiemelt programjai és eseményei az előkészítő szakaszban is folyamatosan megjelenítésre kerültek.

A strukturált ütemterv előkészíti, hogy a most elindult, dinamikusan alakuló program 2027-re elérje a tervezett össztársadalmi hatását, és a lakosság a legkülönfélébb érintkezési pontokon keresztül váljon tudatos és jól informált városlakóvá, valamint minél több városi közszolgáltatást tudjon igénybe venni, és minél több programról szerezzen tudomást.

Kelt: Kecskemét, 2026. június 15.