



**VÁLLALKOZÁSOK 2000-BEN
NAGYKANIZSÁN**

Vállalkozások 2000-ben Nagykanizsán
Nagykanizsa : Nagykanizsai Szuperinfó, 2000. 024–026. oldal

A városmarketing ma sokat emlegetett fogalmát még nem ismerhette a szerző, de valójában annak kérdéseit tárgyalja, igen szimpatikusan Nagykanizsa a háború után (Városfejlesztési tervvázlat) című munkájában. Karczag Rezső 1918-ban Nagykanizsán tette közzé elgondolásait.

A város első világháború utáni, illetve még a háború befejezése előtt szükséges városfejlesztési teendőit részletezi.

A Nagykanizsa földrajzi helyzetéből adódó előnyeinek újbóli felhasználását szorgalmazza, valamint az iparfejlesztést, ingyenes telek osztását tartja szükségesnek az ide települni kívánó vállalkozói tőke számára. Megállapítja, hogy a tőke csak kívülről jöhet, ezért azt kedvező ajánlattal, jó és célzott hirdetésekkel kell idecsalogatni. Az iparosodáshoz elengedhetetlen a városi infrastruktúra fejlesztése. Gondolatai ma is megszívlelendők.

Karczag Rezső: Nagykanizsa a háború után
(Városfejlesztési tervvázlat) 1918

*Ajánlással mindazoknak,
akik szintén szeretik Nagykanizsát*

Nem telt el még egy emberöltő azóta, hogy Nagykanizsa, mint az egész Dunántúl kereskedelmi, ipari, s ezek következtében kulturális centruma, egész Horvátország és Stájer számára kikerülhetetlen pont volt, azt a szerepet játszotta ezen a hármasszögleten, mint a háború előtt a Balkánon a fővárosok: országok népének volt találkozóhelye, országok árujának piaca és a rajta átvándorló sok gazdagságnak élelmes vámszedője.

Annyira éltük a magunk jelenét, annyira bízunk már megszerzett vezető szerepünkben, annyira meg voltunk elégedve sorsunk-

kal, hogy nem is vettük észre, mennyire változik körülöttünk az élet, mennyire rugaszkodnak neki a szomszéd városok, hogy utolérjenek bennünket: s így szép lassan előrement mellőlünk a világ és mi álltunk egy helyben. Csak akkor láttuk, mekkorát fordult az idők kereke, amikor már mérföldcsizmákkal is nehezen tudtuk volna a kort utolérni. Ma már csak a régi nimbusz roncsaiból élünk, a legközvetlenebb környék kényelemszeretetéből és egy-némely törzsökös ipari és kereskedelmi vállalatunk hangyaszorgalmából. Áll még a régi Kanizsának néhány erősen megalapozott vállalata, ezek reprezentálják kifelé Nagykanizsát, ezeknek köszönhetjük, hogy valamelyest még evidenciában tartanak bennünket. De akik valamikor centrum voltunk, ma már a centrumok özönéhez vagyunk beosztva. (...)

A városfejlődések történetének el nem nézhető tanulsága, hogy minden várost az ipar és kereskedelem teremtett meg, s minden város annyira város, amennyire ipara és kereskedelme van. (...)

Az új ipari és kereskedelmi vállalatok az új piac közelségében igyekeznek székhelyüket felütni. Nagykanizsa kedvező földrajzi fekvése és kitűnő vasúti közlekedése révén ettől a konjunktúrától gyáriparának erős fellendülését várhatja.

Bizonyára kapunk majd megkereséseket az új alakulású vállalatoktól, hogy biztosítsunk nekik kedvezményeket, melyeknek ellenében Nagykanizsán építik meg telepeiket.

S ezekkel az ajánlatokkal szemben a legmesszebbmenő pártfogást és a legnagyobb áldozatkészséget kell tanúsítanunk. Mi nem számíthatunk arra, hogy milliókkal fizessék meg a telkeinket. (...) Nekünk egyetlen tökeerősnek ígérkező, sok munkást foglalkoztató és exportra dolgozó vállalattól sem szabad megtagadni az ingyentalat. Sőt le kell mondani jó néhány esztendőre mindazokról a pénzekről, amiket ezeknek a vállalatoknak a város számára kell fizetniök. (...)

De nem teszünk eleget az önmagunk iránti kötelességnek, amikor csak bevárjuk, hogy felkeressenek bennünket ajánlatokkal. Elvégre mi tudjuk, hogy jó terep vagyunk gyárak számára, – de

nem biztos, hogy a keletkezendő gyárak megalkotói is tudják ezt. Eléjük kell tehát mennünk, közismertté tenni városunkat, felhívni a nagyipar figyelmét földrajzi, és vasúti helyzetünk előnyeire, egész őszinte szóval: reklámot kell csinálni magunknak, Nagykanizsának.

Például: az elterjedtebb bel- és külföldi ipari és kereskedelmi szaklapokba olyanforma hirdetésüket kell elhelyeznünk, mint amilyenek a fürdőhelyekéi. Ez felkeltené a figyelmet Nagykanizsa iránt és ha a vállalkozó néhány szó utalást találna arra, hogy a város hajlandó új vállalatok számára előnyöket nyújtani, nem fog sokáig habozni, hogy legalább megtudakolja, mik vagyunk s mit nyújtunk. A többi azután a városi közgyűlések dolga lesz.

Általában sajnálatos keveset szerepel Nagykanizsa az országos sajtó hirdetési rovatában. A fővárosi lapok ünnepi számában egy-egy szakma vagy vidék hirdetési csoportosan összegyűjtve szerepelnek. Ha a kanizsai vállalatok is ily csoportosan hirdetnének, mennyire ismertté tehetnék Nagykanizsa ipari és kereskedelmi fejlettségét.

(Az ilyen kollektív hirdetések összegyűjtését és feladását a városi hirdetési osztály végezhetné el, amelynek egyéb okokból előbb-utóbb úgymint meg kell alakulnia.)

Megfelelően kicsinyített arányokban és kicsinyített költséggel a szaklapok és a fővárosi napilapok oldalait bérbe vehetné vállalatával szövetkezve Nagykanizsa városa.

Gondoskodni kell róla, hogy mindaz, ami jelentős dolog történik a város életében, belekerüljön az országos sajtóba.

Az a tény, hogy egy városnak a neve jó ügyekkel kapcsolatban sűrűn szerepel az ország nyilvánossága előtt, alkalmas arra, hogy szép lassan a város előrehaladottságát, fejlettségét a köztudatba vigye.

A hozzánk vetődő idegeneket pedig nem a kávéházba kell beültetni, nem a kaszárnyák felé kalauzolni, hanem már most is a gyáraink felé sétáltatni, bemutatni a teherpályaudvarunk sínhálózatát.

És ebben minden kanizsai polgár részt kereshet magának, mindenhol fordul meg vendég, néhány nagytőkés, ki tán éppen arról diskurál, hogy szeretné pénzét valami egészséges vállalkozásba fektetni.

A nagyvárosok példája igazolja, hogy az idegenforgalom olyan valami velejárója egy város fejlettségének, amit kierőszakolni igen nehéz, fejlettség nélkül pedig csak ideig-óráig sikerül. Ami azonban még nem jelenti azt, hogy az idegenforgalom érdekében mit sem lehetne tenni. A még olyan fejlett városnak is csak lassan megy a híre kellő reklám nélkül, így csak az ismerheti a város fejlettségét, aki megfordult benne.

Arra, hogy a közvetlen környékünk figyelmét magunkra irányítsuk, nincs szükség. Elég sűrűn akad dolguk Kanizsán, ismernek bennünket keresztül-kasul. Ellenben a távolabb vidékről kell és lehet az idegenforgalmat megcsinálni. Így például a Balatonon nyaralóknak mindig akad bevásárolni valójuk, esős napokon halálra unják magukat, sokszor hiányzik hát nekik a város, boltjaival és szórakozási alkalmával. Milyen olcsón Nagykanizsára lehet őket csábítani, ha minden balatoni fürdő legforgalmasabb pontján elhelyeznének egy táblát ilyenforma felirattal: „Mindent vásárolhat Nagykanizsán. Gyorsvonaton ... negyed óra. Jól felszerelt üzletek, modern kávéházak, cukrászdák, szállodák. Nyári színház. Gőzfürdő.” Aki unatkozott két napot poros-sáros fürdőhelyen, elhiszi, hogy az ilyen figyelmeztető tábla nem marad hatás nélkül.

Nem tartom e vázlatot minden ízében kifogástalannak.

Céltudatos, rendszeres fejlesztési programot a rendszertelen foltoztatás helyébe, olyan elengedhetetlen feltételnek látom, mely nélkül Nagykanizsa fejlődésében nem bízhatunk.

Egy pontos, részletes városfejlesztési program kidolgozása a legfontosabb és legsürgősebb feladata volna a város vezetőségének és képviselő-testületének. A békének nem szabad bennünket oly felkészületlenül találnia, mint a háborúnak.