

Tisztelt Képviselő-testület!

A tanácsnoki tisztségek működését a Képviselőtestület Szervezeti és Működési Szabályzatának 88. §-a szabályozza, míg feladatköreit a 6. melléklet rögzíti. Ennek értelmében a testület, városkommunikációs tisztségem betöltésének idejére az alábbi feladatokkal bízott meg:

1. Figyelemmel kíséri az Önkormányzat, valamint a gazdasági társaságok és intézmények lakossági tájékoztatási folyamatait, szükség esetén javaslatot tesz ezek fejlesztésére.
2. Kezdeményezi egy átfogó városkommunikációs stratégia kidolgozását.
3. Javaslatot tesz egy városarculati koncepció megalkotására.
4. Véleményezi az Önkormányzat városbranding tevékenységét.

Polgármester Úrral és a városvezetéssel egyeztetve a tavalyi év a kerületi arculat és kommunikációs stratégia felülvizsgálata és ezek megújítási folyamatának elindítása volt. Ezen túlmenően, a hozzám érkező kérések alapján részt vettem több, a lakosság tájékoztatását célzó projekt megvalósításában, így kiemelten a Közösségi Költségvetés rendszerének megújításában, valamint a kerület költségvetési vizualizációs oldalának létrehozásában. Az alábbiakban részletesen is bemutatom mindezen területeket.

I.) Újbuda arculati és kommunikációs rendszerének megújítása

Előkészítő szakasz – „Mit gondolsz Újbudáról?” Városkommunikációs felmérés

A 2025 tavaszán a KÉK – Kortárs Építészeti Központ közreműködésével városkommunikációs kutatást bonyolítottunk le a kerület lakosságának körében. A kutatás célja olyan igények és visszajelzések gyűjtése volt három témakör szerint, amelyek biztos alapot nyújtanak az Önkormányzat számára abban, hogyan tudja hatékonyabban ellátni lakossági tájékoztatási feladatait, valamint háttéradatokat szolgáltatson az arculat frissítéséhez és a kerületi brandépítéshez:

- Újbuda identitás témakör: A lakosok érzelmi és gyakorlati kötődéseinek feltárása Újbudához. A kerülethez és az egyes városrészekhez társított értékek, szimbólumok azonosítása.

- Önkormányzati szolgáltatások témaköre: A lakók ismeretének, tájékozottságának a felmérése a helyi szolgáltatásokról, azok elérhetőségéről, fontosságáról, illetve az ezek kapcsán felmerülő hiányosságok azonosítása.
- Kerületi kommunikáció és arculat témakör: Annak feltérképezése, hogy a lakosok miként értékelik az önkormányzat kommunikációját, milyen csatornákon keresztül tájékozódnak, valamint hogyan látják a kerület jelenlegi márkáját és annak jellemzőit.

A kutatás eredményei több mint 2400 válaszadó bevonásával születtek, kvantitatív és kvalitatív eszközök kombinálásával. A kérdőívezés online, valamint személyes adatfelvétel útján zajlott. Az eredmények mélyebb értelmezését segítő a KÉK három fókuszcsoportos workshopot is szervezett, amelyre a kérdőívet kitöltők közül, a területi és korosztályi reprezentáció figyelembevételével, mintegy 150-en kaptak meghívást.

A teljes kutatási anyag megtekinthető beszámolómm mellékleteként, de a legfontosabb megállapításokat ide is kiemelem ebből témakörök szerint:

Kerületi identitás és arculat

A lakosok erős kötődést mutatnak városrészükhöz – az újbudai identitás főként helyi, városrészi szinten erős. A válaszadók a kerületet leggyakrabban zöld, nyugodt, élhető helyként írták le, amely egyszerre kínál nagyvárosi infrastruktúrát, kulturális pezsgést és kertvárosi nyugalmat. Az „újbudai életérzést” a természetközeli helyszínek (pl. Gellért-hegy, Feneketlen-tó, Bartók Béla út) és a közösségi-kulturális aktivitás (pl. kávézók, fesztiválok, galériák) formálják. A jelenlegi arculati elemek (logó, kék-zöld színek) részben felismerhetők, de megosztóak. Sokan korszerűbb, egységesebb vizuális megjelenést és arculatot várnak, amely jobban tükrözi a kerület dinamizmusát és sokszínűségét. A válaszok alapján erős igény mutatkozik a közösségi kötődés támogatására, főként közösségi terek, alulreprezentált városrészek és korosztályok megszólításával.

Kerületi kommunikáció és tájékoztatás

A lakosság visszajelzései szerint a kerület kommunikációs rendszere túlságosan sokcsatornás, széttöredezett és nehezen átlátható. Bár a Facebook maradt a legnagyobb

elérést biztosító csatorna, az Újbuda TV és a honlap alacsony hatékonyságúak. Az applikációs tájékoztatásban, személyre szabott információküldésben (pl. push-értesítések) sokan lehetőséget látnak. A fiatalok és idősek elérése egyaránt kihívást jelent – előbbieket nem szólítja meg a jelenlegi kommunikációs forma, utóbbiak egyre inkább digitalizálódnak. A tartalmak tekintetében a hosszú, formális anyagok helyett az egyszerű, vizuális és közvetlen kommunikációt részesítik előnyben. A válaszadók fontosnak tartják az átlátható, kétirányú kommunikációt és a lakossági vélemények érdemi visszacsatolását.

Kerületi szolgáltatások

A válaszadók jól ismerik az alapszolgáltatásokat (pl. óvoda, szociális ellátás), azonban az ún. „extra” szolgáltatások – például pályázatok, támogatások, környezetvédelmi vagy ifjúsági kezdeményezések – kevésbé ismertek, még a célcsoportjaik körében is. A szolgáltatási rendszer túlbonyolított, az elérhetőségről, jogosultságról és felelősségi körökről sok esetben nincs egyértelmű információ. A válaszok alapján sürgető igény lenne egy átlátható, könnyen elérhető, vizuálisan is jól strukturált szolgáltatás-térkép vagy digitális felületre, ahol egyszerűsített tájékoztatók (GYIK, videók, útmutatók) segítik a lakosságot. Külön figyelmet igényelnének azok a csoportok (idősek, szociálisan hátrányos helyzetűek, alvóvárosi lakók), akik jelenleg nehezebben férnek hozzá az önkormányzati szolgáltatásokhoz.

Általános tanulságok

A kutatás megerősíti, hogy a kerület élhetősége és közösségi ereje továbbra is jelentős érték Újbudán, azonban a gyors városfejlődés és az egyre összetettebb lakossági igények egyértelműen kijelölik a fejlesztési irányokat:

- Egységes, világos és célcsoport-orientált kommunikációra van szükség;
- Az arculati és identitáselemek frissítése indokolt lehet;
- A szolgáltatások elérhetősége és ismertsége javítható strukturált és digitális tájékoztatással.

Kialakítási szakasz – új arculat és városkommunikációs stratégia előkészítése

Az év második felében, a MITTE Communications közreműködésével láttunk neki a városkommunikációs felmérés eredményeire alapozva egy új arculati rendszer, valamint kommunikációs stratégia kialakításához. A munka a városvezetés, a polgármesteri kabinet, valamint az illetékes önkormányzati cégek közti rendszeres egyeztetések útján zajlott. Jelenleg az elkészült anyagok véglegesítése és városvezetői véleményezése zajlik, a teljes folyamat így várhatóan az idei I. negyedévben zárul.

Kérem a T. Képviselő-testületet, fogadja el a beszámolómat.

Budapest, 2026. január 20.

Lados Tamás
tanácsnok

II.) A Közösségi Költségvetés kommunikációs megújítása

Az 2025-ös évben együtt dolgoztam Daám Alexandra részvételiségi tanácsnokkal az Újbudai Közösségi Költségvetés folyamatának megújításán. Ennek keretében kialakítottunk egy teljesen új, a jövőben más részvételiségi projektekhez is alkalmazható arculatot, új honlapot hoztunk létre, valamint egy átfogó kommunikációs kampányt bonyolítottunk le videós, social media, valamint közterületi plakátok megjelenésekkel. Ennek egyes elemeit részletesen az alábbiakban foglaljuk össze:

Ahhoz, hogy a közösségi költségvetés valóban elérje célját, vagyis érdemi részvételre ösztönözze a kerület lakosait, elengedhetetlen volt egy tudatosan felépített, következetes és jól felismerhető kommunikációs rendszer kialakítása. A részvételi folyamat önmagában nem elegendő: annak sikeréhez olyan kommunikációs kampányra volt szükség, amely egyszerre észrevehető, figyelemfelkeltő, közérthető, bevonó és kapcsolódásra ösztönző.

A 2025-ös évben a Közösségi Költségvetés kommunikációjának fókuszja ezért nem egy-egy kampányelemre, hanem egy hosszú távon is működő, stabil brand megalapozására került. Ennek keretében kialakítottuk a Közösségi Költségvetés saját arculati és kommunikációs alapjait, valamint létrehoztuk azt az eszköztárat, amely a későbbi években is következetesen alkalmazható.

1. Arculatfejlesztés

2025-ben létrehoztuk a Közösségi Költségvetés (*Beleszólok!*) önálló arculatát. A célunk egy olyan vizuális identitás megalkotása volt, amely figyelemfelkeltő, fiatalos, bevonó, miközben illeszkedik Újbuda meglévő arculati rendszeréhez, kiegészíti annak színvilágát, letükrözi a tipográfiáját és alkalmazza a formai logikáját.

Az arculatfejlesztés során kiemelt szempont volt, hogy a Közösségi Költségvetés vizuálisan elkülönüljön az önkormányzat hagyományos kommunikációs felületeitől, ugyanakkor egyértelműen azonosítható maradjon, mint önkormányzati kezdeményezés. A *Beleszólok!* elnevezés közvetlen, cselekvésre ösztönző hangot üt meg, miközben intézményi hitelességet is hordoz.

Az egységes arculat kialakítása alapvető előfeltétele volt a további kommunikációs fejlesztéseknek. Megteremtette annak lehetőségét, hogy a Községi Költségvetés üzenetei minden felületen – online és offline egyaránt – következetesen, könnyen felismerhető módon jelenjenek meg, ezáltal erősítve a program láthatóságát, érthetőségét és bizalmi beágyazottságát a kerület lakossága körében.



2. Kommunikációs stratégia

A kommunikációs stratégia alapvető célja az volt, hogy a program ne pusztán egy adminisztratív vagy intézményi folyamatként jelenjen meg a nyilvánosság előtt, hanem valódi, személyes megszólításon alapuló, élményszerű részvételi lehetőséggént.

A kommunikációs stratégia tudatosan több szinten és több felületen szólította meg a lakosságot. A közterületi óriásplakátok és CLP-megjelenések elsődleges szerepe a széles körű láthatóság és a figyelem megragadása volt, provokatív, játékos kérdésfelvetéseken keresztül. Ezzel párhuzamosan a dedikált honlap biztosította a kommunikáció mélységét: az információs, edukációs és funkcionális tartalmak egységes rendszerben tették érthetővé a Községi Költségvetés teljes folyamatát, és technikai értelemben is lehetővé tették az aktív részvételt.

Összességében a 2025-ös kommunikációs stratégia célja nem csupán a részvételi számok növelése volt, hanem egy olyan bizalmi és értelmezési keret kialakítása, amely hosszabb távon is megalapozza a Községi Költségvetés társadalmi beágyazottságát Újbudán, és stabil alapot teremt a program jövőbeli kommunikációs fejlesztéseihez.

3. Honlapfejlesztés

A Községi Költségvetés kommunikációjának alapvető pillére egy dedikált, önálló honlap létrehozása volt. A fejlesztés célja egy olyan digitális felület kialakítása volt, amely egyértelműen, átlátható módon és közérthetően mutatja be a Községi Költségvetés teljes folyamatát, valamint minden, a lakosság részéről felmerülő alapvető és gyakorlati kérdésre választ ad.

A honlap egyszerre tölt be információs, edukációs és funkcionális szerepet. Tartalmilag strukturáltan vezeti végig az érdeklődőket a Községi Költségvetés menetén – az ötletbenyújtástól a szavazási szakaszon át a megvalósításig –, miközben folyamatosan erősíti a részvétel élményét és érthetőségét. Kiemelt szempont volt, hogy a felület ne csupán információt közöljön, hanem csökkentse a részvétellel kapcsolatos bizonytalanságokat, és aktívan ösztönözze a bekapcsolódást.

A honlap vizuális megjelenésében és felhasználói élményében is leképezi azokat a kommunikációs szándékokat, amelyeket a Községi Költségvetés brandjének kialakításakor meghatároztunk. Az arculati elemek, a hangvétel és a vizuális struktúra egységesen támogatják a *Beleszólók!* üzenetét: a részvétel egyszerű, elérhető és valódi hatással bír.

A fejlesztés során kiemelt jelentőséggel bírt a technikai háttér biztosítása is. A honlap nemcsak tájékoztató felületként funkcionál, hanem stabil és biztonságos keretrendszert nyújt a szavazási folyamat lebonyolításához, ezáltal a kommunikáció és az operatív működés szorosan összekapcsolódik egyetlen, jól átlátható platformon.

A honlap fejlesztése a Smart11 csapatával együttműködésben valósult meg, alapját pedig a Fővárosi Önkormányzat rendszerének forráskódja biztosította.

Mi az a községi költségvetés?

Figyelmesen olvasd át, hogy milyen ötleteket tudunk elfogadni! Azt szeretnénk, hogy úgy ötletelj, hogy energiád és munkád később hasznosulni tudjon!

Ötletbeadás

Ismerd meg az újbudai községi költségvetésnek első lépését, a lakossági ötletbeadást: milyen témában, milyen költségvetésű ötleteket vár az önkormányzat, milyen szabályoknak kell megfelelni ahhoz, hogy továbbjusson lakossági szavazásra.

 Mi a községi költségvetés?



 Hogyan adhatok be ötletet?



 Milyen ötletet érdemes leadni? Mekkora és milyen témákban?



 Milyen szabályok szerint marad benn egy ötlet?





4. Plakátkampány

A Községi Költségvetés láthatóságának és tömeges elérésének biztosításában kiemelt szerepet kaptak a közterületi kommunikációs eszközök, ezen belül az óriásplakátok és a CLP-felületek. Ezek a megjelenések azt a célt szolgálták, hogy a program ne kizárólag az online térben legyen jelen, hanem a kerület mindennapi városi környezetének természetes részévé váljon.

A kreatív koncepció központi eleme egy provokatív, mégis játékos kérdésfelvetés volt: „*Te mivel dobnád fel Újbudát?*” A kérdés egyszerre szólítja meg személyesen a járókelőket, és hangsúlyozza a közösségi költségvetés alapgondolatát, vagyis azt, hogy a kerület fejlesztésében valódi beleszólásuk van. A plakátokon megjelenő, szándékosan abszurd vagy túlzó ötletpéldák (pl. óriási gumikacsa, élő gombák a köztereken) kontrasztot képeznek a „komoly ötletekből válogatás” lehetőségével, ezzel egyszerre keltve figyelmet és irányítva a befogadót a részvétel valódi tartalma felé.

Összességében az óriásplakát- és CLP-kampány hozzájárult ahhoz, hogy a Községi Költségvetés ne csupán egy információs programként, hanem egy könnyen felismerhető, beszédtemává váló városi kezdeményezésként jelenjen meg Újbudán, erősítve a részvétel legitimitását és a lakossági bevonódás érzését.

beleszólók!
közösségi költségvetés

Te mivel dobnád fel Újbudát?

Döntsd el most!

☐ Egy óriási gumikacsával a Feneketlen-tóban?

☒ Vagy inkább a komoly ötletekből válogatnál?

Szavazz június 2. és 30. közt a lenti linken arról, hogy milyen beküldött ötletek valósuljanak meg Újbuda Községi Költségvetésén.

beleszolok.ujbuda.hu

beleszólók!
közösségi költségvetés

Te mivel dobnád fel Újbudát?

Döntsd el most!

☐ Élő gombákkal a Móriáczon?

☒ Vagy inkább a komoly ötletekből válogatnál?

Szavazz június 2. és 30. között az alábbi linken arról, hogy mely beküldött ötletek valósuljanak meg Újbuda Községi Költségvetésén.

beleszolok.ujbuda.hu

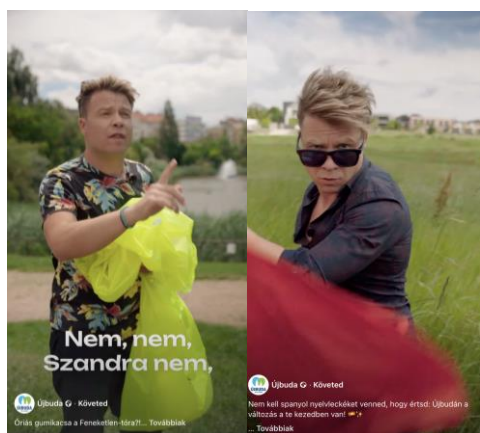
ÚJBUDA

5. Videós kampány

A Községi Költségvetés kommunikációjának kiemelt eleme volt egy dedikált videós kampány megvalósítása, amelynek célja a program emberközelivé tétele, valamint azoknak a célcsoportoknak az elérése is, akik a hagyományos, információközpontú önkormányzati kommunikációra kevésbé reagálnak. A kampány központi arca Varga Ádám színész volt.

A videók kreatív koncepciója tudatosan épített a humorra, ezen belül is a nyelvi humorra, amely Újbuda városrészeinek nevéből adódó asszociációkra és félreértésekre épül. Ez a megközelítés egyszerre volt könnyed és lokálisan releváns: a városrészek neveihez kapcsolódó nyelvi játékok ismerősek a helyiek számára, ugyanakkor alkalmasak arra, hogy kívülállók számára is szórakoztató, megosztható tartalmat hozzanak létre.

A videók elsősorban digitális csatornákon kerültek terjesztésre, ahol a rövid, karakteres tartalom és az ismerős nyelvi poénok magas megoszthatóságot és organikus elérést tettek lehetővé.



Linkek: [Videó 1](#), [Videó 2](#), [Videó 3](#), [Videó 4](#)

6. Social media kampány

A Községi Költségvetés kommunikációjában a social media kiemelt szerepet kapott. A kampány célja nem pusztán az információátadás volt, hanem egy folyamatos jelenlét kialakítása, amely a Községi Költségvetést a mindennapi digitális tartalomfogyasztás természetes részévé teszi.

Tartalmi szempontból a kampány a Községi Költségvetés teljes folyamatát leképezte: az ötletbeadás, az ötletszűrés, a szavazási szakasz és a megvalósítás logikája egyaránt megjelent.

A közösségi média kommunikáció szoros kapcsolatban állt a többi kampányelemmel: a közterületi plakátok, a videós tartalmak és a honlap egyaránt visszaköszöntek a social felületeken, így egységes, többszatszornás narratíva jött létre. A posztok és storyk következetesen a honlapra irányították a felhasználókat, ezzel biztosítva, hogy az online elérés valódi részvétellé és cselekvéssé alakuljon.



III.) Újbuda költségvetési vizualizációs oldalának elkészítése

Várady Zoltán képviselőtársunk kezdeményezésére, és szorosan együttműködve a Pénzügyi és Költségvetési Igazgatósággal, valamint Görög András informatikáért is felelős bizottsági elnökkel 2025-ben elkészítettük Újbuda költségvetési vizualizációs oldalát, amely a koltsegvetes.ujbuda.hu címen érhető el.

Az oldal a K-Monitor nyílt forráskódú alkalmazására épül, amelyet már több települési önkormányzat is használ erre a célra. Jelenleg a 2020-2025 közti évek költségvetési adatai érhetőek el rajta interaktív, grafikonos formátumban. A költségvetés közérthetőségét rövid leírások biztosítják az egyes részek alatt, valamint az egyes költségvetési sorokra kattintva. Ily módon az érdeklődő újbudaiak egyszerre tájékozódhatnak kerületünk gazdálkodásának súlypontjairól, valamint megismerkedhetnek az önkormányzati költségvetés alapvető fogalmaival is. Az oldalon az egyes évekhez kapcsolódóan példaként bemutatásra kerültek egyes, konkrét fejlesztések, beruházások is.

2026.01.20.

Lados Tamás