

ARUPÄRIMINE

Linnapea Urmas Klaasile seoses turismialase teavitustööga Tartu linna poolt

Lp linnapea

Volinikud saavad linna teabeametnikelt regulaarset infot selle kohta, kuidas kasvab Venemaalt, Soomest, Lätist jm pärit turistide külastuste arv, suureneb Tartu hotellide voodikäive, Helsingi-Tartu-Helsingi lennureisijate arv jne. Vastavas valdkonnas ametnike poolt tehtavatest pingutustest kõnelevad kasvõi linna eelarves teavitus jm kampaaniate jaoks eraldatavad rahasummad. Nimetatud kampaaniate kavadest on jäänud mulje, et kontakti otsitakse eelkõige moodsat elustiili järgivate turistidega, ning traditsioonilisi infokanaleid (internet), liikumisviise (auto) kasutavate inimestele väga suurt tähelepanu ei pöörata. Kui vaadata Tartu linna koduleheküljel lingi Turistile alla mahtuvat infot, siis see on väga ebaühtlane. 5 põhjust, miks külastada Tartut, on esitatud väga lakooniliselt ja mitte eriti ligitõmbavalt. Kaubanduskeskuste lk-le pole jagunud Tasku-Plasku pilti (on kodulehekülje aadress, kuid keskmine lääne turist selliselt eksponeeritavat aadressi üldse ei ava). Link, mis suunab kultuurikalendrisse, annab kõige detailsema informatsiooni Tartus juhtuvast. Parkimiskaart on ilma legendita ja kus-millised reeglid kehtivad, on autoturistil endale keeruline selgeks teha.

Silmas pidades seda, et kõrvuti teavitus jm kampaaniatega on mitme aasta eelarvest rahastatud ka linna kodulehekülje arendust, võiks selle arenduse tulemused silma hakata ka turistile mõeldud osas. IRL fraktsioon ei soovi sekkuda sellesse arendusprotsessi, kuid küsime järgmist

1. Kas kodulehekülje turistile suunatud osa ei võiks olla pisut Tartu spetsiifilisem (näiteks lingis galerii on esimene pilt rahvariides neiu lehmaga või vastupidi)?
2. Kas kodulehekülje info ei võiks olla atraktiivsem ja dünaamilisem (näiteks 5 asja mida Tartus teha on kolm illustreeritud maju ja kaks tegevusi kirjeldavate piltidega).
3. Tuleb tunnustada, et viide ERM-i uue maja avamisele 2016.a. on täiesti olemas. Kuid kas ei oleks nii linnale kui ka ERM-ile tululik aktiivsem reklaam, mida on võimalik teha kas reklaamides uut hoonet tema arhitektidele Prantsuse riigi poolt osutatud tähelepanu (preemia) kaudu jms, Kaitseliidu kolimisaktsiooni piltide abil ~~moet~~. Linna kui dünaamilist keskust iseloomustaks ka viide lähinädalatel toimuvale ETK uue kaubamaja avamisele, Lõunakeskuse laienemisele jms.
4. Autoturistid kavandavad oma reise pigem pikemalt, kui lühiajaliselt ette. Kas ei ole tegu lugupidamatusega selle sihtgrupi vastu, kui me teades ise ette parkimiskorra muutumisest kesklinnas lähiajal, jätame oma külalised sellest muudatusest ette informeerimata.

Ootame vastust arupärimisele kehtivate reeglite kohaselt, suuliselt ja kirjalikult

Lugupidamisega

Tartu linnavolikogu IRL fraktsiooni nimel

Jüri Kõre

12.05.2016