



Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.

2019. I. félévi gazdálkodása

Készítette:

H. Horváth Orsolya, ügyvezető igazgató
2019. augusztus 12.

Tartalom

1.	Bevételi oldal.....	3
2.	Kiadási oldal.....	3
2.1.	Marketing célú kiadások.....	3
2.1.1.	BELFÖLD	10
2.1.2.	KÜLFÖLD	16
2.2.	Működési költségek.....	25

Mellékletek:

1. Egyszerűsített évközi beszámoló mérlege
2. Egyszerűsített évközi beszámoló „A” típusú eredménykimutatása
3. Főkönyvi kivonat
4. Könyvvizsgálói jelentés

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. az I. féléves gazdálkodását a 4./ 2019 (I.17.) számú Taggy. Határozatban elfogadott éves üzleti terve alapján folytatta.

1. Bevételi oldal

Az üzleti tervben rögzített bevételi költségvetési táblázat az I. félévben a következő mértékben teljesült:

Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. tervezett bevételei	Terv bruttó összeg forintban	Tény bruttó összeg forintban
Tartalék 2018. évről	25 000 000	25 000 000
Önkormányzati támogatás	65 000 000	50 000 000
Szolgáltatók imázs kampány hozzájárulás	29 700 000	17 462 500
Vállalkozói bevétel	13 000 000	11 053 179
Mindösszesen	135 000 000	103 515 679

2. Kiadási oldal

A kiadási oldalt 2 kategóriába sorolja az éves üzleti terv:
Marketing célú kiadások és Működési költségek.

2.1. Marketing célú kiadások

A következő táblázat összefoglalva mutatja meg a 2019. I. félévében elvégzett marketing munka költség oldalát, az üzleti tervben meghatározott tevékenységek szerinti bontásban.

A táblázat a költségeket forintban, bruttó összegben tartalmazza, pénzforgalmi szemléletben.

A vastag betűtípussal kiemelt sorok részszámlák összesítését jelzik.

Célpiac	Terv költségkeret	Tény kiadás	Tény bevétel
Belföld összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek (kb. 300.000 fő) és 60+ TB finanszírozott gyógykúrázók (kb. 200.000 fő)	25 000 000	18 231 403	4 615 499
Kampányok: Szerelembe esni Hévízen: január 4. - március 15.			
Spa/wellness kampány: április 1. - június 10.			
Hévízi Tradicionális Kúra: szeptember 12. - november 20.			
Online - PPC, Social Media			
Google Ads	2 000 000		
		779 000	
		195 000	
Etarget	900 000	300 000	
		300 000	
Facebook - napi posztok és nyereményjátékok	1 200 000	250 000	
		606 139	
Instagram - napi posztok	200 000	133 958	
		38 100	
		9 525	
Szallas.hu együttműködés	1 000 000		
Blogger/vlogger study tour	500 000		
Natív hirdetések (50 Ft/kattintás)	1 000 000		
Print	6 000 000		
Nők Lapja			275 590
			275 590
			138 113
			552 450
			138 113

			138 113
			552 450
Női pletyka lapok - Kiskegyed, Blikk Nők, Fanny, Story, Meglepetés		698 500	90 805
		1 651 000	349 250
		723 900	285 750
		1 320 800	330 200
		1 104 900	330 200
Gyógyhír, Házipatika.com		381 000	190 500
		381 000	95 250
			95 250
			47 625
Váróterem		152 400	38 100
Szimpatika			
Szuperinfó			
Gasztro			
Televíziós megjelenések			
TV2- Poggyász - 2 alk.	700 000	1 016 000	
Időjárás szponzoráció - 3x1 hét	1 500 000	1 399 540	
Nyereményjáték - RTL Fókusz, Barátok közt . 2 alk.	1 600 000		
RTL Reggeli élő bejelentkezés - 2 alk.	1 800 000	2 857 501	346 075
			346 075
Balatoni nyár - szépség rovat			
Rádió megjelenések			
Vidéki rádiók	1 000 000	61 722	
		202 946	
		177 800	
		81 280	
Sláger Rádió - nyeremény játék	1 000 000	571 500	

Rádió 1 P, Retro		133 350	
Város arca - színész/sportoló/zenész	3 000 000		
Study tour - belföldi újságírók	500 000		
Sport/egészség/életmód rendezvény kitelepülés: Wizz/Spar Maraton, Kék Szalag, Ultra Balaton, Pláza, Baatonátúzás	2 000 000		
Everness Fesztivál		221 431	
Szállás költség utazás kiállítás		12 580	
Ultrabalaton		1 502 410	
Kórházi plakátok - tavasz, tél 2x2 hónap	2 000 000		
		968 121	
Külföld			
Német piac - célcsoport: gyógyvendégek 40+ (46,7 millió fő) az 5. fő üdülési forma a gyógyászat	29 550 000	8 655 911	919 564
PA Együttműködés	0		
SPA Travel transzfer akció (600 fővel és 8.400 éjjel kalkulálva)	7 300 000		
		665 565	
		897 740	
PR ügynökség	5 500 000	140 000	
Reprezentáció		62 672	
		2 709 396	
MTÜ brand kampány csatlakozás (megtakarított 2018. évi PA keret felhasználása)	12 500 000		
Hallo München megjelenés		388 425	81 585
			81 585
			81 585
PPC, Social Media, bloggerek, vloggerek	3 500 000		
Google Ads		2 100 000	
Facebook, Instagram		691 828	
		381 000	

Személyes megjelenés:			
Kalsruhe - Rehab Messe	500 000		
		443 629	109 471
		22 092	109 471
		3 300	126 500
		150 264	109 789
			109 789
			109 789
Magyar Kulturális Napok?	250 000		
Osztrák piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek - kb. 800.000 fő tervez külföldi gyógy és wellness üdülést és 50+	12 500 000	3 788 730	0
PR ügynökség	4 800 000		
		2 649 766	
PPC, Social Media, bloggerek, vloggerek	1 560 000		
		342 900	
		496 064	
		300 000	
Kleine Zeitung	300 000		
Személyes megjelenés:			
BusTravelBusiness részvétel (október)	700 000		
Reisesalon - Bécs (november)	640 000		
Graz/Bécs Maraton (ápr.07.) masszázs pont attrakció	2 000 000		
Gerilla - kerékpár huzat	500 000		
Lokál rádiók/TV magazin műsor	1 000 000		
DM postai levél	1 000 000		
Szlovák piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos Nyugat-szlovákiai magyar nyelvű felnőttek, és 50+ - kb. 220.000 fő	5 500 000	2 115 621	999 459
PPC, Social Media	1 500 000	247 650	

		381 000	
Print: Új Szó és mellékletei, Új Nő, Castrum Novum	2 000 000		
		865 722	121 177
		479 476	60 589
		141 773	121 177
			165 609
			138 853
			69 426
			138 853
			138 853
			44 922
Helyi TV csatornák, Pozsony TV	800 000		
Pozsony ITF - Nyugat-Balaton standon, saját informátorral	100 000		
Cseh piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek Prága és Brno térségében és 50+ kb. 400.000 fő	6 000 000	4 588 467	0
PPC, Social Media	1 000 000		
PR ügynökség	5 000 000		
		2 713 889	
		1 874 578	
Orosz piac - pr ügynökség, online kampány, B2C	23 200 000	3 551 475	0
PR ügynökség (6 hónap, study tour, sajtóközlemények)			
Online kampány - yandex, google, instagram, youtube	11 800 000	2 641 890	
		909 585	
Study tour - BFTK	500 000		
Szakmai kiállítás workshoppal - BFTK-val	3 500 000		
PR ügynökség 2. félév	3 700 000		
Ukrán piac - pr ügynökség	3 000 000	0	0

Egyéb kiadások	10 000 000	4 492 361	1 116 517
Kiadványok, szóró ajándékok		93 218	370 210
		76 708	
		2 953 258	
		100 000	
		99 695	
Fotózás			
Grafikai tervezés összesen		381 000	
		381 000	
Fordítás összesen		69 288	
Hévíz.hu üzemeltetés		25 897	98 234
		2 752	648 073
		7 945	
Film készítés, video tartalom fejlesztés, 1 perces minivideók		101 600	
		200 000	
Tulajdonosi együttműködés	1 500 000		
Tartalék	3 500 000	4 730 777	3 402 140
Hungarikum programiroda		3 000 000	
Éves marketing együttműködés			
MTÜ workshop Párizs		29 019	180 340
		94 731	
Hakone Hot Spring éves együttműködési díj		1 206 500	3 221 800
		292 475	
Éves marketing együttműködés			17 462 500
Iseo - tavak fesztiválja		108 052	
Marketing költségek mindösszesen	118 250 000	50 154 745	28 515 679

A fenti megjelenések szöveges bemutatása

A tényként teljesült kiadások időarányosan elmaradást mutatnak a terv kiadásokhoz képest, aminek az oka, hogy több teljesült kampány esetében a számla kiállítás nem történt meg 2019. június 30-ig. Ahogy a megjelenések részletes bemutatásából is kiderül, többek között a külföldi PR ügynökségi akciók is folyamatban futnak, viszont ezeknek a kifizetésére még nem került sor. Amennyiben a kampányok teljesülését vesszük figyelembe, a pénzügyi teljesítés helyett, akkor láthatjuk, hogy időarányosan a tervezetteknek megfelelően alakultak a marketing kampányok.

2.1.1. BELFÖLD

GOOGLE ADS

Február elejétől június végéig kis megszakításokkal folyamatos volt a belföldi Google ADS kampányunk, melynek célja a **foglalások és ajánlatkérések** számának növelése a hévíz.hu-n keresztül. A kampány fókuszában március végéig a „Hévíz a közös szenvedélyünk” üzenet állt, melyről áprilisban váltottunk a tavaszi / nyári kampánytémákra. A hévízi szállásfoglalásra buzdító hirdetések folyamatosak voltak, kereső, display és remarketing csatornákon egyaránt. A belföldi ADS kampányunk az első félévben összesen **1.880.000 megjelenést, 22.100 átkattintást és 607 konverziót** (szállásfoglalás indítást, szállás keresést) generáltak a kampányok.

Az év első fél évében átlagosan **43 Ft – os kattintási és 1.370 Ft-os konverziós átlagárral** futott a „search” kampány, 9%-os CTR mellett.

Összességében a 45+ korosztály konvertál a leginkább és közülük is elsősorban a nők. A konverziók 54%-a, a kattintások 60%-a történt mobilról. A teljes időszak alatt a keresések 50%-ában jelentünk meg. A dinamikus kereső hirdetés (DSA) hozta a legtöbb konverziót.

YouTube hirdetéssel is támogatjuk a kampányokat és növeljük a remarketing adatbázist, melynek hatására az első fél évben összesen **278.700 nézője** volt a videóinknak. A megszokott imázs videó helyett tematikus kisfilmekkel jelentünk meg a kampányban, melyek közül a wellness kényeztetés és a szauna bakik voltak a legnépszerűbbek.

E-TARGET

A Google Ads-el megegyező kreatívokkal február elejétől március közepéig tartottak az E-Target kampányok.

Az első Google Ads kampányra összesen **11.595 kattintás** érkezett **15.433.677 megjelenésből, 231.260 Ft** költség mellett, átlagosan **20 Ft-os kattintási áron**. A felhasználók átlagosan 2,28 oldalt néznek meg másfél perc alatt. Az E-Target kampány célja nem a foglalások növelése, hanem az elérés és az olvasószám növelése és ezt a célt sikeresen teljesíti a kampány.

Április elején már új tavaszi üzenetekkel indítottuk újra a kampányokat. Áprilisban 235.369 Ft költség mellett **12.247 kattintás érkezett 5.639.359 megjelenésből**, átlagosan 18 Ft-os kattintási áron, a CTR kiemelkedő 0,13-0,86% között mozgott a native és CPC kampányban, a kettő átlaga 0,17%. A kampány beállításakor sikerült több hirdetési csoportnál 15 Ft-os kattintási árat beállítani, így kiemelkedően jó áron érkeztek a kattintások. A látogatók átlagosan 3,29 oldalt néztek meg, átlagosan 02:12 percre tartózkodtak az oldalon.

SOCIAL MEDIA AKTIVITÁS

FACEBOOK

Az általunk működtetett két magyar nyelvű [Facebook oldal](#) követőinek száma a januári 75.193-ról az első fél évben **76.274 -re** nőtt.

A főoldalként kezelt www.facebook.com/heviz.info oldalon az az első fél évben **329 organikus** (azaz nem hirdetett) **posztot** tettünk közzé, melyekkel összesen **1.255.111 embert és 90.149 aktivitást** értünk el.

Január 21-március 11. között futó "Hévíz a közös szenvedélyünk" kampányunkhoz kapcsolódó nyereményjátékunk során 7 héten át, 7 hévízi páros üdülésért lehetett játszani. A kampányban 7 hirdetett posztot tettünk közzé, melyekkel **397.842 embert és 56.924 aktivitást értünk el**, aminek jelentős részét a játékosok hozzászólásai és megosztásai teszik ki. A játékban összesen **3.621 egyéni játékos** vett részt hozzászólással és/vagy megosztással.

Április 12-június 30 között futó kampányban hírlevél feliratkozást ösztönző, videó, és dinamikus remarketing kampányokkal dolgoztunk. 201.062 forint költség mellett **207.870 elérést, 39.953 10 mp-es videó megtekintést, remarketing kampányból 5.025 weboldalra kattintást és 2.328 hírlevél feliratkozót** értünk el.

Legsikeresebb organikus posztunk a június 12-i élő videó bejelentkezés volt a tófürdőről, mellyel 16.891 ember értünk el és 2.216 reakciót generáltunk.

@ILOVEHEVIZ INSTAGRAM

Instagram oldalunk követőinek száma január elején **2060 fő** volt, június végén elérte a **7.195 főt**. A dinamikusan növekvő követőbázis, több nyelvterületen is folyamatosan futó Instagram **hirdetési kampányoknak** és az Instagram **robot** működtetésének köszönhető. Folyamatosan futnak orosz nyelvű Instagram kampányaink, melyekkel a moszkvai és szentpétervári célcsoportot célozzuk meg, vannak cseh, osztrák, szlovák, magyar célcsoportra fókuszáló kampányok, valamint egy Instagram robot is működött az oldalon, melynek feladata, hogy az általunk beállított érdeklődési körű Instagram felhasználók közül gyűjtsön havonta átlagosan 1000 új releváns követőt.

Tavaszi magyar kampányunkban 119.031 Ft költség mellett **96.334 megjelenést és 64.131 aktivitást** (kattintás, like, elmentés, profil felkeresés, hozzászólás) értünk el.

Követőink összetétele jelenleg: **40% magyar, 15% orosz, 11% cseh**. 54% 25-44 év közötti, további 28% pedig ennél is idősebb. Követőink 65%-a nő.

ILOVEHEVIZ.BLOG.HU

Az új trendeknek megfelelően **frissítettük** az loveheviz.blog.hu oldal megjelenését. A blogon az év első fél évben összesen **21 cikket** tettünk közzé, melyeket összesen **8.492 olvasót** értünk el.

Nagy siker, hogy az index.hu blog rovata két cikkünket is közzé tette saját oldalain. Legnépszerűbb cikkünket, az „Egy csomó faj csak itt él így együtt!” címűt, 3.017-en olvasták. Cikkeinket minden esetben megosztjuk FB oldalunkon, és szinte kivétel nélkül átveszi őket a csodálatosbalaton.hu oldal is.

SZALLAS.HU

A Szallas.hu-val kialakított partnerkapcsolat eredményeként rendszeresen megjelenünk a szállásközvetítő Facebook posztjai között, **654.000 követőt elérve** ezáltal, valamint az Instagram oldalunkon is 9.400 követőt megszólítva. Ezen felül februárban a szallas.hu/programok élményturisztikai oldal nyitóképe is Hévizt mutatta.

CSODÁLATOSBALATON.HU ÉS CSODALATOSMAGYARORSZAG.HU

A portálcsaláddal kötött együttműködés keretében a hévízi hírek és programok folyamatosan megjelennek a régiós és országos weblapokon magyar és német nyelvű változatban egyaránt, kiegészülve a portfólióba tartozó Facebook oldalakkal is. Hévízt folyamatos főoldali kiemeléssel is erősítik a fenti honlapok.

EGÉSZSÉKGALAUZ.HU

A november végi barter szerződés eredményeképp két Hévízi Tradicionális Kúráról szóló leírás jelent meg az egészségkalauz.hu oldalon: Mozgásszervi fájdalmak enyhítése természetes módszerrel és Fáj a háta, a nyaka, a lába? Csillapítsa fájdalmát a hévízi víz és gyógyiszap természetes erejével! címen.

Hír generálás

2019 első fél évében számos Hévízről szóló hírről, érdekességről számoltak be az online hírportálokon. Márciusban a Hévízi Tradicionális Kúra védjegy minősítés és a Tóvédelmi program témákban jelent meg városunkról a legtöbb cikk. Áprilisban legtöbbször a magánszálláshelyeket támogató pályázati programról. Májusban több mint 35 portál hozta le a Hévíz-Balaton Airportra tervezett norvég pilótaképző központról szóló hírt. Ugyancsak még májusi hír, hogy Hévíz is bekerült a legjobb 20 Európai Úti cél 2020 évi jelöltjei közé, melyről közel 20 online portál számolt be, a hírt a Blikk is lehozta. E mellett sok megjelenést hozott az Európai bajnoki címre készülő hévízi cukrászmesterről és a Boldog Békeidők felvonulás, sok esetben képes, videós beszámolója is. A rendezvénynek nagyon jó visszhangja volt a közösségi médiumokban is, kiemelkedően sokan osztottak meg képeket, videókat az eseményről Facebook vagy Instagram oldalukon.

Leggyakrabban, havonta akár 4-5 alkalommal a zaol.hu, csodalatosbalaton.hu, likebalaton.hu, termelfurdo.hu, termalonline.hu, hirstart.hu oldalakon jelentek meg Hévízről saját vagy átvett hírek, de havi szinten átlagosan 2 megjelenés mindig van az index.hu, hvg.hu, magyarnemzet.hu, hirado.hu és 24.hu oldalakon is. Továbbra is nagy olvasottságot érnek el azok a cikkeink, melyek a csodalatosbalaton.hu portálon is olvashatók, hiszen így olyan olvasókhoz jutunk el nagy számban, akik elsősorban nem a hévízi, hanem általában a balatoni hírekre, eseményekre kíváncsiak.

MINIVIDEÓK, IMAGE FILM

Tavaszi folyamán két új minivideó készült Hévízről. Egyik a Boldog Békeidők felvonulást dolgozta fel, míg májusban a családi nyaralás témájú filmünkkel zártuk a tavaly indított 10 részes minivideó sorozatunkat. E mellett folyamatosan vágjuk rövidebbre, nagyjából 30 mp hosszúságúra meglévő videóinkat, hogy ilyen formában minél több social média csatornán tudjuk őket használni.

Videóin megtekinthetők Youtube csatornánkon. Ezeket a videókat az alábbi linken partnereink is letölthetik és felhasználhatják egy-egy kampányukhoz.

Június hónapban elkezdődtek egy **új hévízi image film forgatási** munkái. A forgatás két szakaszból áll. Az egyik szakasz nyár végén zárul, ami után már egy használható filmet kapunk. Kedvező időjárási viszonyok mellett azonban a tél folyamán további felvételek készülnek, amikkel a film jövő évre kiegészülhet a téli Hévízt bemutató képsorokkal is. Ez új elem lesz a korábbi filmekhez képest a városról készült összeállításban.

RÁDIÓ

Április első két hetében több vidéki rádióban is futtattunk hévízi kampányokat.

A **veszprémi Méz Rádióban** 1 héten át zajlott 20 mp-es reklám spot megjelenésünk, kiegészítve 5 mp-es támogatói spot megjelenéssel valamint nyereményjátékkal. A kampány alkalmával összesen 140 hévízi megjelenést értünk el.

A **Rádió 1 Szombathely** adón az ide évben a reklám spot megjelenés helyett egy online nyereményjáték egy hetes nyereményjáték megjelenésünk volt, mely a rádió Facebook oldalán kapott helyet és kiegészült rádiós szerkesztői megjelenésekkel is. Összesen 60 megjelenésünk volt a rádióban 1 hét alatt, az online játékkal pedig **57.302 organikus megjelenést**, 525 hozzászólást és 207 megosztást értünk el, ami kiemelkedőnek számít.

A **Paks FM rádióban** is április 1. hetében zajlott a hévízi kampány, melynek keretében 20 mp-es reklám spotunkat 84 alkalommal hallhatták a hallgatók, e mellett pedig 42-szer volt hallható 5 mp-es támogatói spotunk az időjárás jelentéshez, az útinformához, és a programajánlóhoz kapcsolódóan. A **Rádió 1 Székesfehérvár** adón egy héten át 70 alkalommal került adásban a 20 mp-es hévízi reklámspot.

A **Kaposvár Rádióban** pedig 40 alkalommal hallhatták ugyanazt a 20 mp-es reklám spotot. Országos lefedettségű rádióban a **Petőfi Rádióban** találkozhattak velünk a hallgatók. Április 1-5. között, a reggeli műsorsáv 8 óra előtti Filmes kitalálás játékában ajánlottunk fel Hévízi ajándécsomagot, Tófürdő belépőjegyekkel. A játék keretében összesen 20 alkalommal hangzott el a hévízi nyereményről szóló spot, e mellett a műsorvezetők plusz hozzászólásokkal is erősítették a hévízi megjelenést.

TELEVÍZIÓ

A **TV2 Poggyász turisztikai magazin** műsorban márciusban és áprilisban is volt 10-10 perces megjelenésünk. Az első adásban a Hunguest Hotel Helios volt a partnerünk, a megjelenés témája a **páros romantika Hévízen**, ehhez sikerült Hévízre csábítanunk a műsorvezető feleségét is, így kivételes módon a hévízi adásban most ketten szerepeltek a témának köszönhetően. [Az adás itt nézhető vissza!](#)

Az áprilisi megjelenésben 5-5 percben osztoztunk az adásidőn a NaturMed Hotel Carbonával. A műsor témája **Kóstold meg Hévizt!** A nézőknek a városban fellelhető legkülönbözőbb kulináris élvezeteket mutattuk be, míg a hotel a 13 séf gasztro rendezvényre fókuszált. [Az adás itt nézhető vissza!](#) Újdonság, hogy a műsor az idei évben kiegészült egy aktívabb social média jelenléttel is, így a forgatásokról illetve a műsor beharangozásáról több poszt is megjelent a Facebookon és az Instagrammon is.

Április 11-én élőben jelentkezett a Tófürdőről Papp Gergő. **Az RTL Reggeli című magazinműsorában** reggelente 2 alkalommal lehet bejelentkezni egy külső helyszínről. A kétszer nagyjából 9 perces bejelentkezés első felében a Dr. Kvarda Attilával és Horváth Czene Alexandrával a Hévízi Tófürdő szolgáltatásairól, míg Farkas Bálinttal a NaturMed Hotel Carbona séfjével a 13 séf rendezvényről beszélgetett. A 2. bejelentkezésben dr. Kvarda Attilával a Kinesio Laborról, Király Ádámmal a Bonvital Wellness & Gastro Hotel igazgatójával pedig a felnőttbarát hotelről volt szó. [A két bejelentkezést összevágva itt lehet megtekinteni!](#)

Az **M1 televíziós csatornán** április 1-13. között volt látható 5 mp-es **időjárás támogató spotunk**. Ezzel a megjelenési móddal már évek óta rendszeresen élünk mind a tavaszi, mind az őszi kampányidőszakban, hiszen ezen a csatornán lehet leginkább elérni a számunkra érdekes, 50 év feletti magyar lakosságot.

Április 1. hetében az **RTL Klub Fókusz című magazin műsorához ajánlottunk fel nyereményt**. A megjelenés keretében 5 alkalommal volt látható és hallható a hévízi nyeremény felajánló spot.

Április 2. hetében a **TV2 esti Game Show műsorsávjában az Exatlon műsorhoz ajánlottuk fel nyereményt**. A megjelenés keretében 10 alkalommal volt látható és hallható a hévízi nyeremény felajánló spot.

Májusban újra a **TV2 Poggyász** stábja forgatott nálunk. Az 5-5 perces megjelenés a Bonvital Wellness & Gastro Hotel Hévízzel osztottuk meg. A műsor első felében a Kinesio Labor szolgáltatásait és a zalacsányi golfozás lehetőségét mutattuk be, míg a műsor második felében a hotel gasztro és wellness szolgáltatásaira fókuszált a műsor. [A teljes adás itt nézhető vissza.](#)

Kicsit újragondolva, új köntösben, új műsorvezetővel indult újra az RTL Klubon idén tavasszal az **RTL Kalandozó turisztikai magazin műsor**. Május 5-i **Kalandozó turisztikai magazin műsorban**, 5-5 perc műsoridővel szerepelt Hévíz és a Hévízgyógyfürdő. A műsorban bemutattuk a Kinesio Labort, volt szó allergénmentes étkezésről, és tavaszi aktív kikapcsolódásról a városban, minek keretében a műsorvezető segwayezett és gyrocopterezett. [A műsor itt tekinthető vissza](#). A második forgatásra július közepén kerül sor, majd ősszel további 2 adással jelentkezőnk a Kalandozó turisztikai magazinban.

NYOMTATOTT SAJTÓ

2019 első félévében a **Nők Lapja magazinban** (192.990 aktívan értékesített példány) három alkalommal is megjelentünk, januárban a Harmónia mellékletben, májusban a Gyereknapi lapszámban, továbbá 1 alkalommal a Nők Lapja programajánló rovatban.

A bulvárlapok olvasói február végén a **Blikk Nők** 8. lapszámában 61.000 példányban a **Kiskegyed** 8. lapszámának olvasói 172.000 példányszámban, továbbá a **Story magazin** április 4-i lapszámában 155.824 példányszámban találkozhattak Hévízről szóló pozitív leírással.

Az elmúlt fél évben három gyógyászati kiadványban is találkozhattak az olvasók a Hévízi Tradicionális Kúráról szóló leírással: a **Váróterem Magazin** márciusi és májusi számában összesen 40.000 példányszámban, a **Gyógyhír magazinban** 160.000 példányszámban, és az áprilisi **Házipatika Magazinban** 70.000 példányszámban.

A téli kampányok szövegei "Hévíz a közös szenvedélyünk" témában készültek, tavasszal pedig gyógyászat, prevenció és wellness témákban szólítottuk meg a magyar olvasókat.

Az első fél évben belföldön **1.237.794 példányszámban** találkozhattak Hévízről szóló pozitív hírrel.

PR együttműködés

PR együttműködés keretében **Harsányi Levente** főszereplésével élménybeszámolót készítettünk Hévíz fiatalos, aktív oldalát is bemutatva, amely a nyár folyamán az alábbi felületeken jelent meg: Bors, Best, Fanny, Hot!, Színes Ász, Star, Sorry, Telenovella, Meglepetés, Nők Lapja Egészség, Petőfi rádió – Harsányi Levente élménybeszámolója, social media felületek. Az elkészült fotó és videó anyagot szintén megkapjuk szabad felhasználásra, így további megjelenéseket fogunk tudni generálni belőle saját csatornáinkon keresztül. Az akció szállás partnere a Hunguest Hotels volt ezúttal. [>>> Ízelítő Harsányi Levente gyrokopter repüléséből](#)

KÓRHÁZI PLAKÁT KAMPÁNY

Február 1. - március 31. között az ország **80 reumatológiai és ortopédiai osztályának várótermében** helyeztünk el plakátokat. A plakátok mellé 100-100 db szórólapot is kihelyeztünk. A plakátokon a hévízi gyógyászati kezelésekre hívjuk fel a figyelmet, a szórólapokon pedig részletesebb információt is adunk a Hévízi Tradicionális Kúráról. Kampányunkat az idei évben is nyereményjátékkal bővítettük, hogy pontosabb képet kapjunk a megjelenés hatékonyságáról. Az idei kampányban partnerünk a Hotel Európa fit volt, a játékban **299 fő vett részt**.

RENDEZVÉNY KITELEPÜLÉS

Február 21-24. között a budapesti **42. Utazás Kiállítás** közönsége, Budapesten, 35.000 fő találkozhatott Hévízzel a Balaton standon. Az idei évben a Hévízi Szobakiadók Szövetségével, ismét iszapkeresős játékkal vártuk az érdeklődőket. A 4 napos kiállítás alatt 800 invitatív prospektus, több száz térkép, programajánló és szállaskatalógus fogyott el. A standon feltűnően sok 35-40 év közötti vendég jelezte, hogy ismeri Hévízt, volt már és tervez hévízi wellness hétvégét.

Május 11-én a balatonfenyvesi kikötőben a Danubius Szállodákkal közösen személyesen is megjelentünk legnagyobb balatoni futóversenyen az **Ultrabalatonon**. A szponzoráció kapcsán

megjelent egy oldal hévízi leírás **8.000 példányszámban** az Ultrabalaton programajánlóban, továbbá **40.000 hírlevél** feliratkozóhoz jutott el a hévízi ajánló, logóval pedig megjelentünk a hírlevél fejlécén is.

Kecskeméten a X. Helyi Termék Ünnepe – Hungarikum Fesztiválon mutatkozott be a város május 10-12. között a hévízi Hungarikum Programiroda személyes részvételével. A sátor jó elhelyezésének és látványos, gasztronómiával összevont dekorációjának köszönhetően folyamatos, intenzív érdeklődés mellett zajlott a fesztivál. Szerencsekerekes nyereményjáték mellett egy csokoládéból kiöntött 3D tófürdő felülnézeti dombormű is vonzotta az érdeklődőket.

Június 19-24. között személyesen megjelentünk az **alsóörsi Everness fesztiválon**. A tudatosság fesztiválján, az egészséges életmód iránt elkötelezett fesztiválozók nagy érdeklődéssel fogadták a hévízi standot és a gyógyiszapot. A rendezvény kapcsán fél oldalas hirdetéssel is megjelentünk az Everness Fesztivál Programajánló magazinban.

2.1.2. KÜLFÖLD

OSZTRÁK, NÉMET UTAZÁSI IRODAI HÍRLEVÉL

Tavaly év augusztusától az osztrák és német utaztatókat (majd 600 utazási iroda) 3 havonta hírlevélben értesítjük a hévízi újdonságokról. Februári hírlevélben, study tour meghívót küldtünk el a német utaztatóknak, melynek eredményeként március 21-23. között 17 német, 2 osztrák és egy szlovák utazási iroda képviselője ismerkedett a hévízi szolgáltatókkal.

STUDY TOUR

Április 6-9. között 8 német és 8 osztrák **újságíró** érkezett meghívásunkra a városba. Az újságírók nagyon érdeklődőek voltak és szívesen ismerkedtek a hévízi gyógyászattal és a gasztronómiai kínálattal. A tanulmányútból a megjelenések folyamatosak.

SAJTÓKÖZLEMÉNYEK

Ausztriában és Németországban 2019-ben is tovább folytatjuk a 2015-ben elkezdett együttműködést, melynek kapcsán 8 sajtószöveget készítettünk el az első fél évben és került terjesztésre az újságírók körében.

Ausztria

GOOGLE ADS

Az előző fél évben kisebb megszakítással, de folyamatosan futottak német nyelvterületre kiterjedő Google ADS kampányunk, melynek célja a foglalások és ajánlatkérések számának növelése a hévíz.hu-n keresztül. A kampány fókuszában a hévízi szállásfoglalásra buzdító hirdetések állnak, kereső, display és remarketing csatornákon egyaránt. A konverziók 100%-ban a szallas.hu-n keresztül megjelenő szálláshelyeknél realizálódtak.

Ausztriából összesen 2.519 kattintást generált a kampány és 59 konverziót. Átlagosan 101 Ft – os kattintási és 3.560 Ft-os konverziós átlagárral fut a kereső kampány 10%-os CTR mellett.

Összességében a szóba jöhető keresések 54%-ban jelentünk meg. Ausztriában is a 45+ korosztály és a nők a fő konvertálók, keresgélők. Az összes ország közül az osztrákoknál a legnagyobb a mobilhasználat túlsúlya.

YouTube hirdetéssel is támogatjuk a kampányokat és növeljük a remarketing adatbázist, melynek hatására 46.262 nézője volt a videóinknak. A megszokott imázs videó helyett tematikus kisfilmekkel jelentünk meg a kampányban. A legnépszerűbb témák a wellness kényeztetés és az iszap masszázs

ONLINE MEGJELENÉSEK

Sajtószövegből az elite-magazin.com és a leadersnet.at hozott le Hévírről szóló PR cikket. Továbbá tavaly szeptemberi study tour után a ccircle.cc golfos magazin oldalán is megjelent egy részletes hévízi beszámoló. Ausztriában összesen **486 600 átlag havi olvasót** szólítottunk meg az online PR cikkekkel. Az április eleji study tour után megjelent egy hosszú családosoknak szóló leírás az eltern-forum.at oldalon.

NYOMTATOTT SAJTÓ.

Az április eleji tanulmányút eredményeként az **SCS Shopping Intern** magazinban 120.000 példányszámban 300.000 olvasó találkozhatott Hanns Fenz személyes élménybeszámolójával

A **4you Magazinban** a time4you, travel4you, health4you, fun4you számaiban összesen **240.000** példányszámban találkozhattak Hévírről szóló leírással az osztrák olvasók. Szintén tanulmányút után két alkalommal is jelent meg Hévírről szóló leírás a **Tafelfreunde** és a **Reisen und Speisen Magazinokban**, összesen **20.000** példányszámban.

Ausztria szerte az elmúlt fél évben **összesen 569.000 példányszámban** jelent meg Hévírről szóló PR cikk.

SZEMÉLYES MEGJELENÉS

Április 27-én megjelentünk prospektussal Mörbischben a **Neusiedlersee Radmarathon-on**, melynek több mint 1.000 résztvevője volt.

Németország

GOOGLE ADS

Az ausztriai kampányokkal párhuzamosan futottak a német **Google Ads kampányaink** is, melyeknek célja a foglalások és ajánlatkérések számának növelése a hévíz.hu-n keresztül.

Az elmúlt fél évben összesen **1.312.790 megjelenéssel 10.068 átkattintást** értünk el. Átlagosan 10%-os CTR mellett (search kampányban), **133 Ft-os** átlagos CPC-vel, **165 konverziót** (szállásfoglalás indítást, szálláskeresést) generáltak a kampányok.

Összességében a szóba jöhető keresések 64%-ban jelentünk meg. Németországban és Svájcban nagyobb az 55-64 évesek túlsúlya a konverziókban és keresésekben, és a nők vannak itt is többségben. A kattintások többsége mobilról történik, de a konverzióknál már jóval kisebb ez az arány.

A Google képes és szöveges hirdetéseket **YouTube hirdetéssel** támogatjuk, melynek hatására az első fél évben **320.494 nézője** volt a kisfilmjeinknek. A legnépszerűbb témák itt is a wellness kényeztetés és az iszap masszázs voltak.

SOCIAL MÉDIA

Facebook

Német nyelvű [Facebook oldalunk](#) követőinek száma január elsején 14.854 fő volt, mely szám lassú ütemben, de folyamatos növekedés mutat, így június 30-án **15.024 követője** volt oldalunknak. Német nyelvű oldalunkra **79 organikus posztot** tettünk ki az év első felében, melyekkel összesen **168.670 elérést és 18.588 aktivitást** értünk el. Magyar nyelvű oldalunkkal egy időben, német nyelvű oldalunkon is elindítottuk "Hévíz a közös szenvedélyünk" kampányunkhoz kapcsolódó 7 hetes nyereményjátékunkat, mely során **7 hirdetett posztot** tettünk közzé. Ezekkel a posztokkal **84.044 elérést és 10.032 aktivitás** generáltunk. A nyereményjátékban **845 egyéni játékos** vett részt hozzászólással és/vagy megosztással

Magyar nyelvű oldalunkhoz hasonlóan, német oldalunkon is június 30-án zárult tavaszi **kampányunk**, melyben első sorban image építő videó hirdetéseket tettünk közzé. Német nyelvterületen zajló kampányunkkal **74.112 főt értünk el, 714 hivatkozáskattintást és 18.037 video megtekintést** generáltunk.

Instagram

Áprilisban, indulása óta először német nyelvterületre is célzunk **Instagram kampányainkkal**. Május, júniusban folyamatosan jelentek meg hirdetéseink német nyelvterületeket célozva Instagram oldalunkon. A kampánnyal 191.417 Forintnyi költség mellett, **89.799 elérést és 35.005 reakciót** generáltunk.

NDR FORGATÁS

Január 23-án az NDR televízió stábja forgatott Hévízen, az adást Wintermärchen am Balaton címmel március 17-én láthatták a német televízió nézők. A stáb témáinak és helyszíneinek előkészítésében irodánk is nagy szerepet játszott.

ONLINE MEGJELENÉSEK

Január végén a [frankfurt live.com](http://frankfurt.live.com) oldalon jelent meg Hévírről szóló pozitív hír. Továbbá a Reisen und Urlaub blogon három sajtóanyagunk is megjelent januárban kerékpáros, beauty, „best destination 2020” témában.

A tanulmányút után hosszú élménybeszámoló jelent meg a reisetraavel.eu a genussfreak.de, a ganz-muenchen.de oldalakon. Sajtószövegekkel az elmúlt két hónapban a gateo.de, iinews.de és a topfreizeit.de oldalakon találkozhattak az olvasók.

NYOMTATOTT SAJTÓ

2018. október végén, Hévízen járt a **Lufthansa magazin** újságírója és fotósa. A tanulmányútból több oldalas leírás jelent meg a Lufthansa magazin 2019. februári számában, melynek a címlapján is hévízi fotó van. A cikk angolul és németül is olvasható és **516.000 példányszámban** volt megtalálható februárban a Lufthansa minden repülő járatán.

Az első fél évben nagy számmal jelent meg rövid Hévírről szóló hír a Wochenspiegel lapcsoportban 3 alkalommal (összesen **3x6.104.000 példányban**). A februári megjelenés itt olvasható a 6. oldalon. Az elmúlt fél évben további ajánlók jelentek meg Hévírről az **Abendzeitung** (3x190.000 példány), **Landshuter Zeitung** (3x120.000 példány), **Bild Zeitung** (1x1.788.626 példány), **Münchener Merkur** (3x 265.683 példány), **Süddeutsche Zeitung** (3x453.747 példány) újságokban.

Az április eleji tanulmányút után május 9-én a **Frankfurter Allgemeine Zeitungban** 369.880 példányban jelent meg 1 oldalas A2-es méretű Hévírről szóló leírás. Legnagyobb vízhangja a **Gong München** (286.051 példányszám) magazinban tanulmányút után megjelent leírásnak volt.

Saját hirdetéssel, az Európa fit, a Hunguest és a Bonvital szállodákkal közösen a **Hallo München** május 22-i számában, München vonzaskörzetében **550.000 példányszámban** jelent meg hévízi hirdetésünk. Továbbá június 8-án csak Münchenben városában terjesztve, ismét megjelent az egy oldalas PR cikkünk a Hallo München napilapban, **80.000 példányszámban**.

A német olvasók az elmúlt fél év során **összesen 36.192.867 példányszámban** olvashattak Hévírről szóló pozitív híreket.

SZEMÉLYES MEGJELENÉS

Május 16-18. között több hévízi szállodával közös standon jelentünk meg a **Karlsruhe REHAB** rendezvényen. A vásáron a látogatók szívesen játszottak a hévízi iszapos kincskereső játékunkkal, továbbá nagy volt az érdeklődés Hévíz mozgássérültek részére elérhető szálláshelyekről és szolgáltatásokról. A rendezvényre **17 országból 18.000-en** látogattak el.

A rendezvény hatására a német nyelvű heviz.hu oldalunkon összegyűjtöttük az akadálymentes hévízi szolgáltatásokat.

Svájc

NYOMTATOTT SAJTÓ

Svájcban, study tour eredményeként a **Connoisseur Circle** magazinban **10.000 példányban** olvashattak Hévírről szóló hírt.

Csehország

CSEH PR EGYÜTTMŰKÖDÉS

A PR Ügynökséggel februárban kötött éves együttműködési megállapodás keretében június 30-ig **30 megjelenés** valósult meg.

NYOMTATOTT SAJTÓ

Print felületeken a **RUN** (50.000 példányszám) és a **Ona DNES** (423.000 példányszám) magazinokban még a tél végi felmelegedés, regenerálódás volt a téma. A **Můj kousek štěstí** (**912.500** olvasó) az **Epocha** (**371.000** példányszám) és a **Moje kousek štěstí** (**345.000** olvasó) magazinokban ebben az időszakban már a nyaralásra, családi időtöltésre, változatos programlehetőségekre koncentráltunk.

A cseh olvasók az elmúlt fél év során **összesen 13.423.775 példányszámban** olvashattak Hévírről szóló pozitív híreket

ONLINE MEGJELENÉSEK

Online felületeken legnagyobb átlag havi olvasószámban a **Zena.cz** (1.200.000 havi olvasó), az **eurozpravy.cz** (1.545.514 havi olvasó), és a **tiscali.cz** (1.619.236 havi olvasó) oldalakon olvashattak Csehországszerte Hévírről. Továbbá találkozhattak Hévízzel a **Chytrazena.cz** (485.000 havi olvasó) és **24zpravy.com** (786.320 havi olvasó), az **ikoktejl.cz** (40.000 havi olvasó), **aeorbic.cz** (111.769 havi olvasó), **Nasehvezdy.cz** (60.000 havi olvasó), **Aktualitycz.cz** (745.747 havi olvasó) oldalak olvasói.

Júniusban elindult az **Epocha** magazin nyári együttműködés, amiben a Zala Springs Golf Resort a partnerünk, és több egymást követő számban jelenik meg a nyereményjátékhoz kapcsolódó felajánlásunk. Az egész éven át tartó **Chytrazena.cz** online oldalon június végéig 3 játék/tudás teszt és 2 PR cikk valósult meg.

BLOGGER ÉS ÚJSÁGÍRÓ STUDY

Márciusban a chytrazena.cz online magazin (485.000 havi olvasó) újságíróját fogadtuk Hévízen, Május, júniusban 3 újságíró/blogger study tour valósult meg az együttműködés keretében, ebből eddig az 5 tagú blogger család (**TriColorCat**) látogatásából lett megjelenés. Ezek a megjelenések főleg Instagram posztok valamint vlog bejegyzések, mely eddig **50.000 megtekintést** ért el.

INSTAGRAM

Április második felében indultak újra Instagram hirdetéseink, melyek cseh nyelvterületre is céloznak. Június 30-ig tartó kampányukban 149.647 Ft költség eredményeként **77.279 elérést és 49.274 reakciót** realizáltunk. Jelenleg a követőink 11%-a cseh és legtöbbször Prágából követnek bennünket (5%).

Szlovákia

GOOGLE ADS

Február 4-én indult Szlovákia magyar lakta részeire is Google ADS kampányunk, melynek célja a **foglalások és ajánlatkérések számának növelése** a hévíz.hu-n keresztül. Az első fél év alatt összesen **526.323 megjelenéssel 4.482 átkattintást** értünk el. **14 %-os CTR** mellett (search kampányban), **63,5 Ft-os átlagos CPC-vel, 103 konverziót** (szállásfoglalás indítást, szálláskeresést) generáltak a kampányok.

Összességében a szóba jöhető keresések 74%-ban jelentünk meg. Itt is nagyobb az 55+ évesek túlsúlya a konverziókban és keresésekben, és a nők vannak itt is többségben. A kattintások többsége mobilról történik.

YouTube hirdetéssel is támogatjuk a kampányokat és növeljük a remarketing adatbázist, melynek hatására **85.374 nézője** volt a videóinknak. A megszokott imázs videó helyett tematikus kisfilmekkel jelentünk meg a kampányban, melyek közül az iszap masszázs és a szauna bakik voltak a legnépszerűbbek

INSTAGRAM

Instagram kampányunk május-június hónapokban célozta meg a szlovákiai magyar lakosságot. 158.836 Ft költséssel **63.551 elérést és 46.537 reakciót** generáltunk.

NYOMTATOTT SAJTÓ

Az első fél évben Szlovákia magyar ajkú lakosai az **Új Nő** februári (**25.000 példányszám**) és az **Új Szó** február és márciusi számában (**2x28.000 példányszám**) olvashattak Hévírről. Két nyelven a **Castrum Novum** szintén 2 alkalommal (**2x16.000 példányszám**) szólította meg a szlovák és magyar lakosokat Érsekújváron. Szlovákiában összesen **113.000 példányban** olvashattak Hévírről szóló leírásokat.

SOCIAL MÉDIA

Facebook oldalunkat közel 2900-an követik Szlovákiából. Januárban indított Facebook nyereményjátékunkat Szlovákia területén is megjelenítettük, így érve el a szlovákiai magyar lakosságot.

SZEMÉLYESEN AZ ITF-EN

A Nyugat-Balaton Turisztikai Np. Kft. szervezésében kollégánk volt jelen a Pozsonyi turisztikai vásáron **január 24-27-e** között. A vásáron a Nyugat-Balaton kiadványok mellett hévízi kiadványokkal is jelen voltunk, valamint a Hévízi Szobakiadók Szövetsége és a Kolping Hotel Spa & Family Resort is erősítette a hévízi kínálatot. A standon összesen 4 kiállító volt, és egyedülként a Nyugat-Balaton stand képviselte a magyarországi kínálatot, ennek eredményeként viszonylag magas érdeklődés mutatkozott standunk és különösen Hévíz iránt. Magyar Televízió M1 csatornája a mi kollégánkkal készített interjút, amiben a térség vonzerejére hívtuk fel a figyelmet.

Szlovénia

Június elején a Nyugat-Balaton Turisztikai Iroda szervezésében Hévízen járt a Moj malcek szlovén vezető családi magazin újságírója. A Keszthely-Hévíz környékről szóló élménybeszámoló nyomtatott sajtóban **65.000** olvasót ért el Szlovénia szerte. A leírás online is elérhető.

Ukrajna

UKRÁN PR ÜGYNÖKSÉGI EGYÜTTMŰKÖDÉS

Az ukrán PR ügynökséggel az idei évben is folytatjuk a tavaly megkezdett együttműködést, melynek eredményeként januárban Hévízre látogattak a lifeistravel.com.ua (**153.850 havi olvasó**) bloggerei. A tanulmányútból három Hévírről szóló leírás is született a lifeistravel.com.ua blogon, és további 6 poszt a bloggerek social média csatornáján.

Az együttműködés keretében a már meglévő korábbi sajtóhíreinket küldtük szét az ukrán ügynökségen keresztül. Ennek eredményeként áprilisban a tpg.ua oldalon **578.272 havi átlag** olvasót értünk el.

Az együttműködés kapcsán augusztusban 5 újságíró érkezését várjuk Hévízre. A tanulmányútból a következő magazinokban várható megjelenés Ukrajnában: Vogue.ua, Unian.net, Elle, edinstvennaya.ua, harpersbazaar.com.ua.

Oroszország

OROSZ PR ÜGYNÖKSÉGI EGYÜTTMŰKÖDÉS

Január elején elkezdtek a közös munkát egy orosz reklámügynökséggel. Az közös munka eredményeként elkészítettünk 7 sajtószöveget. A szövegek gyógyászat, orvosi kezelések, hévízi aktivitások, hévízi rendezvények témában íródtak és kiküldésre kerültek az orosz sajtó részére.

A prozor.ru (**23.064 UU/hó**) honlapján több sajtószöveg is megjelent: a fesztiválokról, a gyógyászatról, a kezelésekről, általános hévízről, hévízi aktivitásokról, orvosokról. Aa Kp.vedomosti.ru (329.880 havi látogató), a Rutraveller.ru (832.293 havi látogató), Fancy journal.com (129.000 havi látogató) oldalakon a Hévízi Tradicionális Kúra minősítésről szóló hírünket olvashatták Oroszország szerte.

Oroszországban az első fél év során 13 online portálon összesen **3.435.188 havi átlag olvasót** értünk el sajtóközleményekkel, és **6.618.000 havi átlag olvasót** értük el study tour-ból származó megjelenéssel. Nyomtatott sajtóban az első fél évben összesen **535.000 példányszámban** jelent meg Hévízről szóló pozitív hír.

STUDY TOUR

Áprilisban egyéni hévízi tanulmányúton vett részt a **Perfect Flight** orosz fedélzeti magazin újságírója. A tanulmányút után júniusban **85.000 példányszámban** jelent meg Irina Klimenko 2 oldalas Hévízről szóló leírása a magazinban, ami **16 légitársaság orosz járatain** kerül terjesztésre, többek között a Lufthansa, a Swiss Air és az Alitalia fedélzetén, valamint business lounge-okban a moszkvai nemzetközi repülőtér.

Áprilisban Hévízre látogatott **5 orosz újságíró**, a tanulmányút után a megjelenések folyamatosak. Két alkalommal **140.000 példányszámban** a **Liza Magazin** olvasói találkozhattak Hévízről szóló élménybeszámolóval. A **Good House** magazin újságírója **170.000 példányszámban** két oldalon írt Hévízről. A havi **6.618.000 átlag olvasót** számláló női online portálon megjelent a Hévízi tanulmányút után az élménybeszámoló. A cikk itt olvasható: Women Jornal. További megjelenéseket várunk a **cosmopolitan.ru** és a **ladymail.ru** újságíróitól.

ONLINE kampányok

Március közepétől aktív online kommunikációba kezdtünk **Moszkva és Szentpétervár** területére fókuszálva. A kommunikáció célja a város ismertségének növelése, valamint a szállásfoglalások ösztönzése.

Az ismertség növelése érdekében elsősorban vizuális felületeket használunk. Az első fél évben **Instagram-on** ennek hatására **490.603 megjelenés mellett 9.424 kattintást** értünk el a különböző korosztályokra és érdeklődési körökre célozva.

YouTube kampányunk **555.655 megjelenés mellett 235.222 videó megtekintést** generált. Legnépszerűbb videóink a fesztivál és az aktív nyaralás témáit mutatják be.

Kereső kampányaink a **Yandex és a Google** keresőfelületein futnak. A Yandex kampányok eredménye az elmúlt fél évben **1.730.016 megjelenés, 12.635 átkattintás és 92 konverzió**, a **Google kampányok** eredménye pedig **2.083.299 megjelenés, 13.330 átkattintás és 33 konverzió**.

OROSZ NYELVŰ INVITATÍV KIADVÁNY

Májusban apróbb javításokat, néhány képcserét követően újra nyomdába került az orosz nyelvű hévízi magazin. A népszerű kiadványból **5.000 példányt** nyomtattatunk, melyek továbbra is ingyen elérhetők tagjain számára a Tourinform Irodában.

EZEK TÖRTÉNTÉK MÉG

HŐSKÉPZÉS A HÉVÍZI TOURINFORM IRODÁBAN

A Hévíz TDM Egyesület és a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. dolgozói úgy határoztak, hogy csatlakoznak az Országos Mentőszolgálat által szervezett Hősképző mentőakcióhoz. A képzés során az újraélesztés helyes lépéseit sajátították el a résztvevők, amelyben kellő gyakorlatot is szereztek egy erre kifejlesztett bábún. Bár élesben még nem volt rá példa a hévízi Tourinform Irodában, hogy újraélesztést kellett volna alkalmazni, mégis jobb felkészülni a váratlan szituációkra nagy forgalmú helyeken és magabiztos tudást szerezni az alapvető segítségnyújtási technikákból.

TURIZMUS TOP50 KIADVÁNY

Hatodik alkalommal jelent meg február 1-én „Az év 50 legbefolyásosabb személye a magyar turizmusban” című kiadvány, melyben a magyar turizmus alakulására legerősebb hatást gyakorló személyek között ezúttal közösen szerepel Papp Gábor Polgármester Úr és H. Horváth Orsolya ügyvezető igazgató asszony. A szakmai szervezetekből álló zsűri ezen felül Hévíz térségéből beválogatta még a TOP 50-es listába Könnyid Lászlót a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének tiszteletbeli elnökét és Baldauf Csabát a Szövetség alelnökét.

MEGÚJULT A HÉVÍZ.HU

Március közepén indítottuk útnak az új hévíz.hu felületet, ami 11 nyelven nyújt friss információkat Hévízről. A honlap összeköttetésben a városi social media felületekkel, élő online chat funkcióval és webkamerával, reszponzív megjelenéssel megfelel a legújabb turisztikai trendeknek. Azonnali szállás foglaló funkciójához az információkat a szallas.hu szolgáltatja, így a szálláshelyeknek nem kell duplán feltölteni áraikat a városi felületre. Több mint 200 szálláshely foglalható a rendszerben, de megjelenik a város teljes program kínálata, az éttermekkel, kávézókkal, fürdőkkel és turisztikai szolgáltatókkal együtt.

HTK MINŐSÍTÉS ÉS OKLEVÉL ÁTADÁS

A Hévízi Tradicionális Kúra védjegyet kilenc szálloda érdemelte ki újabb két évre. Azok az intézmények jogosultak a védjegy viselésére, amelynek megvan a kúrához kellő szakmai, orvosi háttere és gyógyászati infrastruktúrája (pl.: gyógyvizes medence, súlyfürdő, iszap pakoló). A feltételek rendelkezésre állását kétfévente szakmai bizottság ellenőrzi. 2019. február 15-én három tapasztalt reumatológus főorvos - Dr. Bergmann Annamária, Dr. Domokos Gábor és Dr. Csordás Sándor - a Kúrát nyújtó intézményeket személyesen felkeresve ellenőrizték a HTK infrastrukturális és személyzeti feltételeit.

Tekintse meg az oklevelek átadásáról szóló videós tudósításunkat!
https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=A9layNhG1TE

TESZEDD! - ÖNKÉNTES VÁRSOI NAGYTAKARÍTÁS

A TeSzedd! – Önkéntesen a tiszta Magyarországért akció ma hazánk legnagyobb önkéntes mozgalma. A szemétyűjtési akció keretében szerte az országban „nagytakarítottak” a TeSzedd! önkéntesei. A Hévíz TDM Egyesület szervezésében 2019. március 20-án, Hévízen is összeállt egy önkéntes csapat, jórésztben a Hévízi Önkormányzat és a Danubius Hotels munkatársainak közreműködésével. A szemétyűjtési akció keretében a Hévíz-Keszthelyt összekötő kerékpárutat, a Berki sétányt és Hévíz városának egy részét tisztítottuk meg. Segítségünkre voltak a hévízi GAMESZ munkatársai is.

OSLO - GASZTROTURISZTIKAI RENDEZVÉNY

Március 30-án prospektussal részt vettünk az Oslói Nagykövetség által szervezett magyar gasztroturisztikai rendezvényen. Az eseményre Oslo legnívósabb Vásárcsarnokában (a Mathallenben) került sor, ahol több ezer norvég látogató találkozhatott hévízi kiadvánnyal és a nekik bemutatott image-filmünkkel.

PÁRIZS - MTÜ WORKSHOP - ÁPRILIS 9.

A Magyar Turisztikai Ügynökség meghívásának eleget téve szakmai workshop-on képviseltük a várost és mutattuk be az érdeklődőknek Hévíz egyedülálló vonzerejét. A workshop célja a vidéki attrakciók bemutatása volt a francia turisztikai szakmának és sajtónak. A téma keretében kiemelt szerepet kapott az ország prezentációban Hévíz és a hozzá kapcsolódó szolgáltatói kínálat. A workshopon a tárgyalásokra rendelkezésre álló szűkös időkeret alatt intenzív érdeklődés volt Hévíz iránt.

ISEO - Tavak fesztiválja

Május 10-12 között személyesen mutattuk be Hévizt Iseoban (Észak-Olaszország) a Tavak fesztiválja esemény kapcsán Iseo belvárosában megrendezett három napos rendezvényen. Mind az olaszok, mind az Iseoban nyaraló turisták szívesen fogadták a hévízi katalógusokat és kóstoltak, vásárolták a SemecFarm házi húskészítményeiből. A nagyközönség rendezvényhez szakmai program is kapcsolódott, melynek során az Európai Tavak Szövetsége megvitatta a folyamatban lévő pályázati együttműködések helyzetét, valamint a közeljövő új pályázati lehetőségeit. A Szövetségben Hévíz Város Önkormányzata teljes jogú tag, így ennek köszönhetjük az ingyenes részvételi lehetőséget.

KÍNAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK

A **május 16-án Csungkinban** megrendezett **II. Magyar-Kínai Termálipari Együttműködési Fórumon** vette kezdetét Hévíz szorosabb együttműködése a Chongqing Hakone Hot Spring & Thermalism Industry Development Group-pal, melynek célja a magyar termál turisztikai szakértelem, ezen belül is a Hévízi Tradicionális Kúra 220 éves tapasztalatainak a kamatoztatása Kínában.

A szakmai eseményen, közel 300 egészségturisztikai szakember jelenlétében kettő stratégiai együttműködés került aláírásra. Beibei városával kötött stratégiai megállapodást Papp Gábor, Hévíz polgármester, melynek célja partner kapcsolat kialakítása a termálvíz hasznosítási lehetőségek valamint turisztikai fejlesztések témakörében. Beibei térsége élen jár a gyógy- és wellness fürdők fejlesztésében, valamint a hidro- és klímaterápia alkalmazásában, így számos együttműködési lehetőség körvonalazódott az egyeztetések során.

Ezzel egy időben **H. Horváth Orsolya a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója háromoldalú stratégia megállapodást kötött a Hakone Csoporttal** valamint a Nanjing SOHO Healthy Town Investmenttel, melynek célja a Hévízi Tradicionális Kúra népszerűsítése, valamint szakértelmének hasznosítása kínai termál turisztikai beruházások kapcsán. A tervezett beruházás során a „Tangshan Hot Spring Wellness Town” projekt keretében komplex fejlesztés valósul meg a közeljövőben, a termálvíz és a tradicionális kínai gyógyászat kombinációjával, melynek kialakításában számítanak a hévízi szakemberek tapasztalataira és tanácsaira is.

KÍNAI INVITATÍV KIADVÁNY

Májusban elkészült az új, kínai nyelvű invitatív kiadványa is Hévíznek. Ez a kiadvány illeszkedik a többi magazin jellegű információs kiadványunkhoz, de tartalmában illeszkedik a célcsoport igényeihez, érdeklődéséhez. A kiadvány letölthető honlapunkról, vagy ingyenesen elvihető a Tourinform Irodából.

ESZÉK - Egészségipari Fórum

Horvátország Magyarországi Nagykövetsége Külgazdasági Irodája valamint a Horváth Gazdasági Kamara közös meghívására a Hévízi Turisztikai Np Kft. részt vett **május 16-án** az Eszéki Egészségipari Fórumon, melyet B2B workshop követett. A rendezvényen 4 előadó, köztük Hévíz mutathatta be jó példaként, hogy milyen eredményeket ért el az egészségturizmus területén.

MTÜ külpiaci nap – május 27.

A Magyar Turisztikai Ügynökség szervezésében a Hévízi Tourinform Iroda is meghívást kapott a **2019. május 27-én** hétfőn megtartott Külpiaci Nap rendezvényre, **Budapestre**. A rendezvényre kizárólag turisztikai szakmai résztvevők regisztrálhattak, akik az előadásokat követően B2B workshop keretében személyesen is tárgyalási lehetőséget kaptak a meghívott desztinációk képviselőivel.

13 SÉF ONLINE

Júniusban a **heviz.hu aloldalon** a gasztronómia szerelmesei olvashatnak híreket, eseményeket a 13 séf szervezésében megvalósuló hévízi rendezvényekről. Továbbá a séfek minden hónapban megosztanak az oldal olvasóival egy szezonális alapanyagokból elkészíthető receptet, mely a hónap receptje néven érhető el.

VÁROS TÉRKÉP

Júniusban frissült a hévízi várostérkép. A tavaly megújult térképet idén tavasszal frissítettük, néhány apró javítást végeztünk rajta, majd újra nyomdába került. **10.000 példány** várja, hogy az idei évben is a vendégekhez kerüljön. A kiadványt ajánljuk minden tagunk számára, hiszen nem csak várostérképet tartalmaz, hanem rövid leírást is a főbb nevezetességekről, 4 nyelven.

SZÁLLÁS KATALÓGUS

Júniusban készült ez az ide szezon új szálláskatalógusa, amiben nagy öröm számunkra, hogy sokkal több szálláshely és szolgáltató szerepel, mint az előző évben. A kiadványból **5.000 példány** készült és leginkább rendezvényeken, vásárokon és a Tourinform Irodán keresztül jut el az érdeklődőkhöz.

DANUBE PROJECT meeting június 5-6.

Márciusban került beadásra a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. vezető partnerségével az a nemzetközi pályázat, ami a Duna régiójának egészére kiterjedve került kidolgozásra. A több mint 2 millió euró összköltségvetésű projekt **célja a kulturális értékek és a spa turizmus összekapcsolása** annak érdekében, hogy **hosszabb tartózkodási idejű és magasabb költségű, új célcsoportok jelenjenek meg a desztinációban**. Bízva az első körös bírálat eredményében, amit szeptemberre várunk, egyeztetésre hívtuk a projekt partnereket a konkrét feladatkörök és tevékenységek meghatározására. Ebből kiindulva szeptemberre állítjuk össze a második bírálati körre a részletes pályázati anyagot, aminek a megvalósítása pozitív bírálat esetén 2020. első negyedévében indulhat.

2.2. Működési költségek

Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. működési és karbantartási költségei	Terv Bruttó összeg Ft	Tény Bruttó összeg Ft
Telefon és internet költség összesen	350 000	151 932
Irodabérlet összesen, rezsi	500 000	307 182
Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás összesen	2 000 000	630 000
Postaköltség összesen	100 000	32 081
Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj) összesen	500 000	622 582
Bank ktg.	800 000	415 235
Béreköltség, járulékokkal 3 főre (Főkönyv 54. sor)	13 250 000	7 667 152
Egyéb személyi költség (Főkönyv 55. sor)	2 300 000	1 482 036
Anyagköltség	200 000	17 000
Működési és karbantartási költségek összesen	20 000 000	13 036 896

A kiadások összesítése

Költség kategória összesen	Terv Bruttó összeg Ft	Tény Bruttó összeg Ft
Működési és karbantartási költségek összesen	20 000 000	13 036 896
Marketing költségek összesen	112 550 000	50 154 745
Mindösszesen marketing és működési költségek	132 550 000	63 191 641