

# BESZÁMOLÓ

2022. JANUÁR – DECEMBER  
HÓNAPBAN MEGVALÓSÍTOTT  
MARKETINGTEVÉKENYSÉGEK

HÉVÍZI TURISZTIKAI  
NONPROFIT KFT.

Pálffy Tamás  
Hévíz, 2023. január 10.



# ELŐSZÓ

A világ turizmusa jelentős kihívásokkal nézett szembe a 2022. évben is. Hévíz város turisztikai marketing-tevékenysége alkalmazkodott az előző évhez hasonlóan az állandóan változó környezethez; célpiacokra és azon belül is konkrét célcsoportokra vonatkozóan alakította ki kampányait.

Hosszútávú cél a marketingmunkában Hévíz város imázsának frissítése, valamint a térségi élménypontok bevonása a hévízi turisztikai kínálatba, megfelelően az utazni vágyók megváltozott igényeinek. A marketingakciók jelentősebb része a helyi turisztikai szolgáltatók (szálláshelyek, vendéglátóhelyek, kereskedelmi egységek) konkrét bevételgenerálásáról szólt, azonban a forgalom-élénkítő kampányokban is fontos szerepet játszott a hosszútávú célok megjelentetése a Hévíz brand alakítása és népszerűsítése.

A fürdővárosok esetében, tekintve belföldi vagy akár világszinten, a válság azokat a desztinációkat viselte meg legkevésbé, ahol a belföldi vendégkör aránya volt magas, illetve nem jellemző a senior vendégek magas száma.

Hévíz előnye a konkurens településekkel szemben a magas külföldi vendégáramlás volt, mely több piacon szegmentált, törzsvendégekre építő. A személyes biztonságérzetet rontó tényezők, azonban ezeket az előnyöket jelen esetben hátránnyá alakították át, így a vendégkör és a marketing-technikák módosítására volt szükség.

A beszámolóban elemezzük a különböző felületeken végzett marketingmunkát és annak eredményességét, valamint a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. egyéb tevékenységeit.





# FELADATOK

Éves marketingstratégia kidolgozása, lebonyolítása  
Tourinform Iroda működtetése  
Turisztikai jelentőségű városi rendezvények szervezése  
Szakmai érdekképviselő  
Szakmai együttműködés helyi, térségi, országos és nemzetközi szervezetekkel

## PIACOK

Magyarország, Németország, Ausztria, Szlovákia, Csehország

## CÉLCSOPORTOK

Jellemzően 30-60 év közötti, valamint 60+ lakosság  
Egészséges életmód, gyógyászat, wellness, és aktív kikapcsolódás iránt érdeklődők,  
sportrehabilitációban érdekeltek  
Magasabb életszínvonalal rendelkezők  
Városias környezetben élők  
Mozgásszervi megbetegedésben szenvedők  
Törzsvendégek

## IDŐZÍTÉS

Folyamatos márképítő kampányok  
Időszakonként forgalomélénkítő kampányok, foglalási céllal

## ESZKÖZÖK

Google ADS, YouTube, Social média kampányok  
Print és outdoor megjelenések  
Saját kiadványok  
Saját fotó és videóanyag bővítése  
PR együttműködések  
Rádió és Televízió kampányok  
Study tour-ok,  
Szakmai rendezvények





# MENEDZSELT FELÜLETEK

Hivatalos honlap:

[www.heviz.hu](http://www.heviz.hu) - 11 nyelven

Facebook :

Hévíz az élet forrása

Bad Hévíz

IloveHeviz-WonderLake

HevizibivalyDuatlon

Blog:

<https://iloveheviz.blog.hu>

Instagram:

@iloveheviz

YouTube csatornák:

Hévíz Város

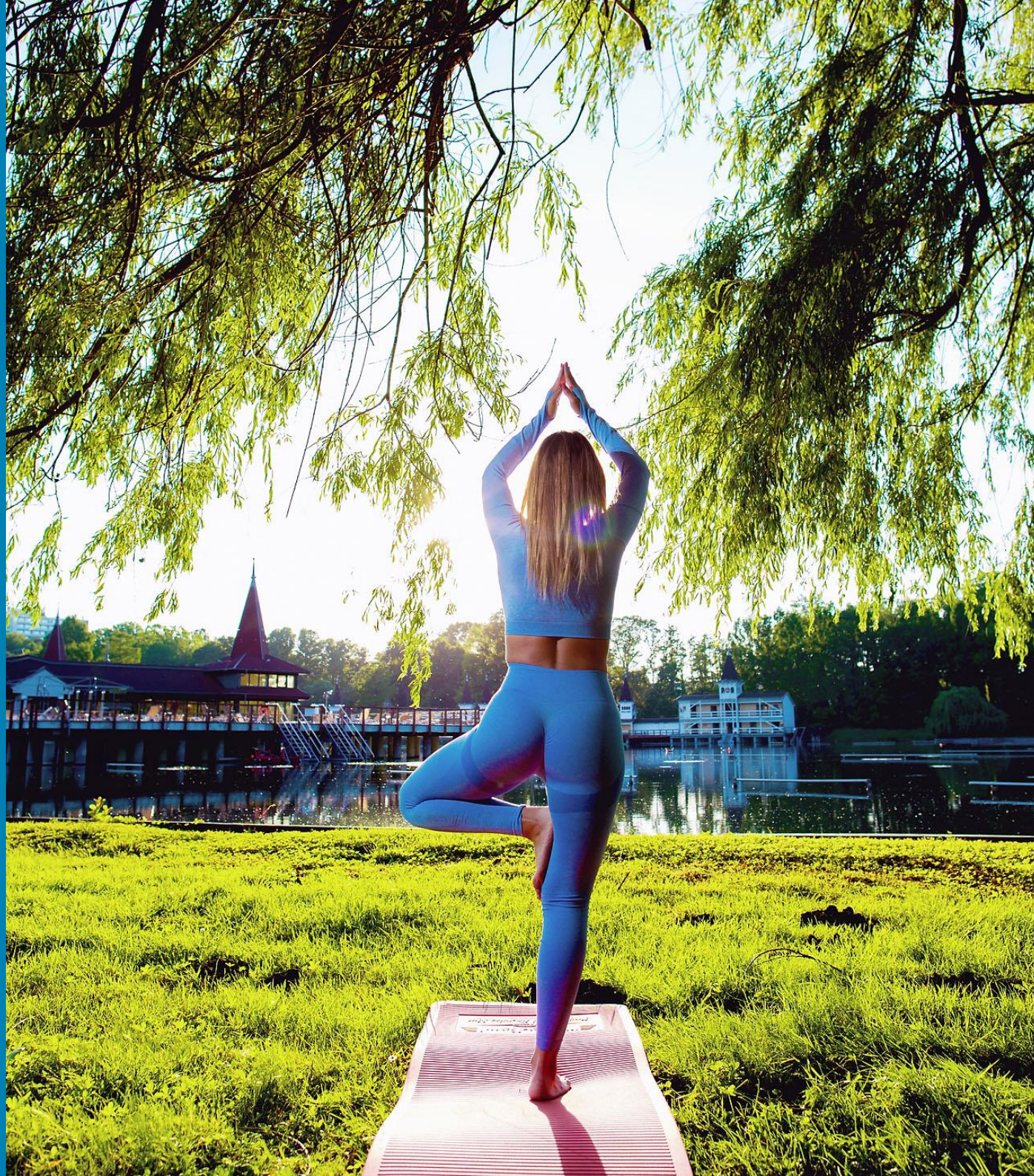
Bad Hévíz

Lake Hévíz

Városi kiadványok

Várostérkép – 2 nyelvű

Invitatív kiadvány – 8 nyelven





# A MUNKÁNK SZÁMOKBAN 2022

1 HONLAP	11 STUDY TOUR
245 CIKK	6 SAJTÓKÖZLEMÉNY
94.292 LAPLETÖLTÉS	822 ONLINE CIKK HÉVÍZRŐL
36 KÜLÖNBÖZŐ LANDING OLDAL	14 HELYI CITY LIGHT PLAKÁT
2.029.627 OLDALLETÖLTÉS	5 RENDEZVÉNYFOTÓZÁS
589.670 FELHASZNÁLÓ	1 FOTÓZÁS
41.879 SZÁLLÁSAJÁNLAT KATTINTÁS	TÖBB MINT 2000 FÉNYKÉP
174 MEGVALÓSULT SZÁLLÁSFOGLALÁS	88 ÚJ MINIVIDEÓ
1.566.223 FT BRUTTÓ JUTALÉK	30.000 LETÉPŐS TÉRKÉP
	13.000 INVITATÍV KIADVÁNY 3 NYELVEN
4 FACEBOOK OLDAL	13.200 SZÓRÓLAP/FLYER
1.199 POSZT	283 PLAKÁT
76 FB ESEMÉNY	1.530 EGYÉB NYOMDATERMÉK
11.796.596 ELÉRÉS	
114.856 KÖVETŐ	14 NAGYRENDEZVÉNY
1 BLOG OLDAL	17 RENDEZVÉNY PLAKÁT
13 BLOG CIKK	54 EKF RENDEZVÉNY
8.340 LAPLETÖLTÉS	
8.287 INSTA KÖVETŐ	13.545 TOURINFORM IRODA LÁTOGATÓ
4 YOUTUBE CSATORNA	2.333 TELEFONOS MEGKERESÉS
	13.368.220 FT TOURINFORM BEVÉTEL
10 FIZETETT PRINT MEGJELENÉS	
401.500 PÉLDÁNY	6 MARKETING DÍJ
10 BEL- ÉS KÜLFÖLDI TV MŰSOR	
221 LEJÁTSZOTT RÁDIÓ REKLÁM SZPOT	1 ÜGYVEZETŐ
1 RIPORTMŰSOR	2 MARKETING MUNKATÁRS
5 ONLINE WORKSHOP	2 PROGRAMSZERVEZŐ
4 RENDEZVÉNY KITELEPÜLÉS	2 TOURINFORM MUNKATÁRS



# ONLINE ÉS SOCIAL MARKETING

Marketingtevékenységünk jelentős részét az online kampányok teszik ki. Ennek legfőbb okai a mérhetőség, a költséghatékonyság, a demográfiailag, lokálisan és érdeklődés alapon is variálható célzás, a gyors és rugalmas alakíthatóság.

Ide tartoznak a Google ADS search, max performance, remarketing és dinamikus remarketing, a YouTube, a Facebook page like, traffic, carousel, illetve az Instagram posztok és hirdetések. Ezeken túl online megjelenésnek számítanak a saját felületeinken megjelenő tartalmak; a több nyelven elérhető saját honlap, a 3 saját Facebook-oldal, az Instagram-oldal, a 4 nyelven elérhető YouTube-csatorna, a saját blog és minden olyan tartalom, ami a mi közreműködésünkkel szponzorált formában vagy partneri együttműködés keretében kerül fel az online térbe, legyen szó online hírportálokról, turisztikai vagy egészség témában publikáló oldalakról vagy a nyomtatott sajtótermékek online felületeiről.



## GOOGLE ADS, YOUTUBE

Google ADS, YouTube és Facebook/Instagram hirdetéseink az idei évben a magyar piacon február elején a külföldi piacokon pedig március elején indultak a cseh, szlovák, osztrák és német küldőterületeken. Az évszakhoz, célcsoportokhoz és termékkombinációkhoz igazodó kampányok változó intenzitással, de az indulást követően folyamatosan futottak minden küldőterületen.

### Kampánytematikáink 2022-ben:

romantikus február	novemberben is nyitva
tavaszi ajánlatok	ünnepi ajánlatok
early bird ajánlatok	ajándékozz élményt
izgalmas nyár Hévízen	téli wellness élmények
sportos Hévíz	Hévízen
indiánnyári akciók	+ rendezvény promóciók
aktív ősz Hévízen	

A Google ADS kampányok eredményei a 2022-es, teljes évre összesítve:

**2022 első félévben, 5.254.147 Ft költség mellett összesen 14.812.220 megjelenést, 241.837 átkattintást és 8.774 konverziót értünk el az ADS felületeken. CTR 13,07%, konverziós arány 4,82%, egy konverzió átlagára 504 Ft volt.**

**A második félévben 4.048.825 Ft költség mellett összesen 17.258.961 megjelenést, 292.689 átkattintást és 35.651 konverziót értünk el az ADS felületeken. CTR 3%, konverziós arány 5%, egy konverzió átlagára 552 Ft volt.**

# KIEMELT WIZZ AIR KAMPÁNY

A német piacon külön figyelmet fordítottunk a dortmundi térségben a Wizz Air járat és Hévíz népszerűsítésére. A kampány ADS-ban és facebookon is futott. ADS-ban az alábbi eredmények születtek április 13. és július 31. között.

5.461.589 megjelenés, 113.764 interakció, 3.504 konverzió. A kampányokból érkező látogatók átlagosan 02:37 percet töltöttek el a kampányok landing oldalain, ami átlag feletti arálynak számít. 4.112 kattintást küldtük a kampánnyal közvetlenül a Wizz Air oldalára, és 462 kattintás érkezett a hévízi szállásokhoz.



## Teljes évre vonatkozó legfőbb kampányeredmények országonként:

HU	megjelenés	kattintás	konverzió	konverziós arány/ megtekintési arány	CTR (átkattintási arány)	CPC (kattintás átlagár)
Kampányok	10 012 746	188 420	15 717	12,45 %	5,12 %	17,65 Ft

Landingek: [Tavaszi](#), [Earlybird](#), [Csakneked](#), [GiroJáték](#), [Novemberbenisnyitva](#), [Tél](#), [AktívanHévízen](#), [BeSporty](#), [Nyaralás](#), [Romantika](#), [Ünnepiajánlatok](#), [AktívŐsz](#), [Szépkártya](#), [Kúra](#)

SK	megjelenés	kattintás	konverzió	konverziós arány/ megtekintési arány	CTR (átkattintási arány)	CPC (kattintás átlagár)
Kampányok	8 317 570	53 602	5 204	14,10 %	0,95 %	18,94 Ft

Landingek: [Tavaszi](#), [Earlybird](#), [Csakneked](#), [AktívŐsz](#)

DE	megjelenés	kattintás	konverzió	konverziós arány/ megtekintési arány	CTR (átkattintási arány)	CPC (kattintás átlagár)
Kampányok	7 513 300	140 451	10 956	20,57 %	6,64 %	77,52 Ft
AT	megjelenés	kattintás	konverzió	konverziós arány/ megtekintési arány	CTR (átkattintási arány)	CPC (kattintás átlagár)
Kampányok	2 071 391	53 645	4 941	12,70 %	5,74 %	48,77 Ft

Landingek: [Neueerlebnisse](#), [Einzigartig Hévíz](#), [Einzigartig Hévíz AT](#), [tavaszi](#), [aktívősz](#), [november](#), [heilkur](#), [ünnep](#), [fittpihenés](#), [téliisnyitva](#), [családnyaralás](#)

CZ	megjelenés	kattintás	konverzió	konverziós arány/ megtekintési arány	CTR (átkattintási arány)	CPC (kattintás átlagár)
Kampányok	2 406 660	145 114	7 385	17,50 %	10,27 %	70,21 Ft

Landingek: [Hévíz tips](#), [tél](#), [általános](#), [nyár](#), [ősz](#), [aktívősz](#), [ünnep](#), [családnyaralás](#)

# ADS és YOUTUBE KAMPÁNY- ÉRTÉKELÉS

Az év első felében egyértelműen a foglalás-ösztönzés volt a cél minden online kampánnyal minden célországban. Ezeket a hirdetéseket kis mértékben egészítették ki brand építő, elsősorban videós hirdetések. A foglalások egyértelmű növekedésének hatására valamint egy pályázati forrás megkötései miatt augusztustól több kampányt indítottunk márkáépítés céllal, melyekben Hévíz és a térség sokszínűségét hangsúlyoztuk.

A megszokott tematikus, évszakhoz és szolgáltatásokhoz kapcsolódó kampányokat idén egy speciális wizz air kampány valamint egy újabb szemléletű aktív/fitt/zöld fókuszú kampány egészítette ki a nyári és az őszi időszakban.



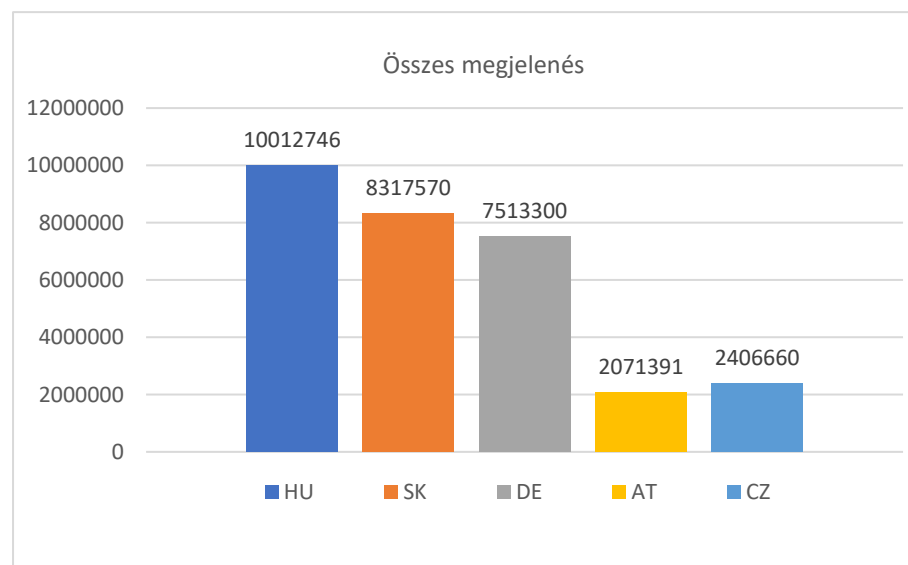
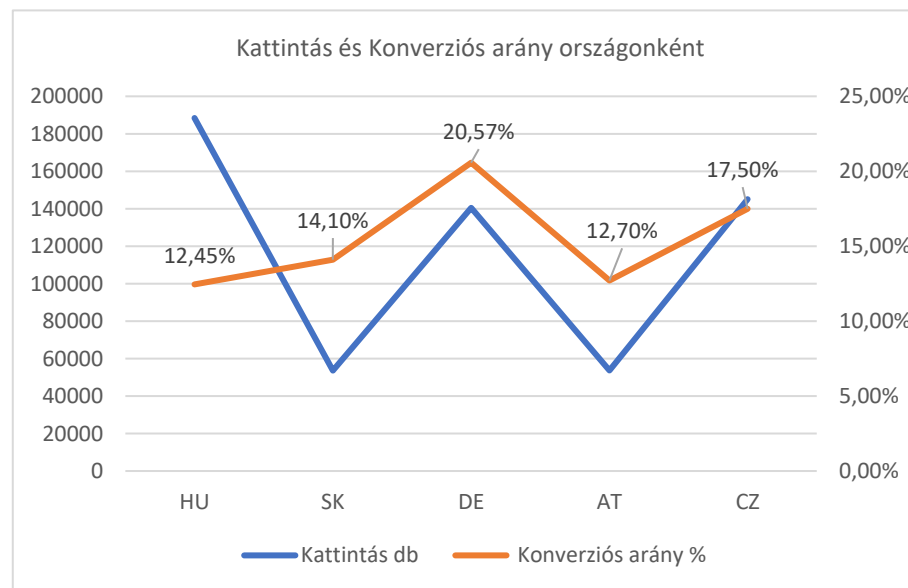
**Legtöbb látogatót és legtöbb konverziót hozott kampány/landing:**  
tavasz/nyári cpc kampány 39.142 munkamenettel

**Legolvasottabb landing oldal:**

<https://www.heviz.hu/hu/landing/csakneked> 36.924 oldalletöltés

**Legtöbb időt ezen a kampányoldalon töltötték a látogatók:**

[AktívŐsz](#) átlagosan 03:26 perccel





# ÚJÍTÁS

Az idei évtől kampányainkhoz készült érkező oldalak egy részét már csak telefonos nézetre optimalizáltuk, ami azt jelenti, hogy az üzenetek, látványos, telefonképernyő nagyságú képeken jelennek meg, kisebb videókkal kombinálva. Ez a megjelenési mód növelte a landing oldal nézettségét, a látogatók szívesen töltöttek időt ezen oldalak részletesebb áttekintésével.

Minta oldal:

[Einzigtart Sommer! - kampány](#)



## INDULJON VELED A 2023-AS ÉV!

Tölts néhány öntelt napot azzal, aki igazán fontos Neked! Vágtatok neki kettesben vagy a legjobb barátokkal egy közös pihenésnek! Vár benneteket egy forró felhívás Hévízen!



### 1 Téli fürdőzés egy többen?

Miért nálunk a legszébb és egyben legnagyobb termáltavának 3 naponta cserélődő vize ugyanis télen sem hűl 23-24°C alá, ám beltérben még ilyenkor is 36°C fokos a víz. A téli hóesésben megdöbbentő élmény egy termál-tóban úszkálni, miközben a partmenti fák a dertől fehérek. Nem hiszed? Járj utána. Válaszd Hévizt a téli feltöltődéshez, hiszen zafírtásgmentesen élvezheted a simogató meleg vizet és a forró wellness élményt. [Ismerd meg a páratlan Hévízi-tavat, a természet termálmedencéjét! >>>](#)





# TARTALOM-MARKETING

Tartalommarketing megjelenéseink egyik módja a fizetett megjelenés egy általunk választott témában és időpontban. Továbbá sajtóanyagok kiküldése, valamint study tourok szervezése újságírók számára, melynek eredményeként a study-n résztvevő újságírók a meghívásért cserébe cikkeket írnak Hévízről, eltérő terjedelemben, témában és időpontokban.

2022-ben számos hír jelent meg Hévízről akár fizetett cikk formájában, a kiküldött **6 sajtóközlemény** eredményeként, illetve a **11 egyéni és csoportos újságírók és/vagy utazási irodák részvételével zajló study tourt** követően.

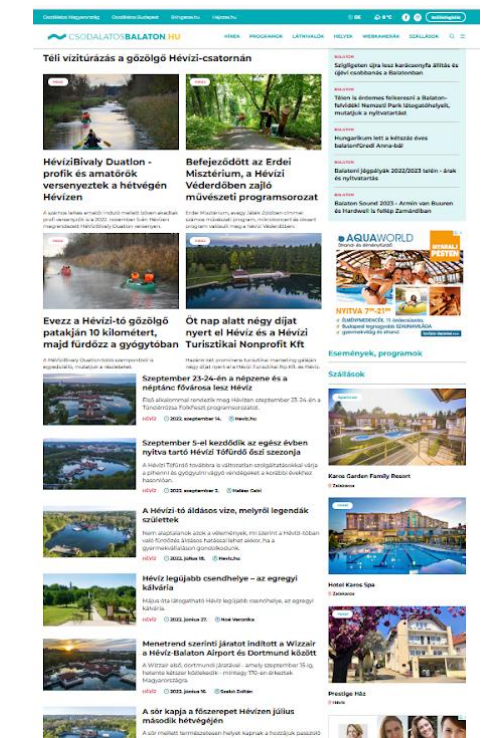
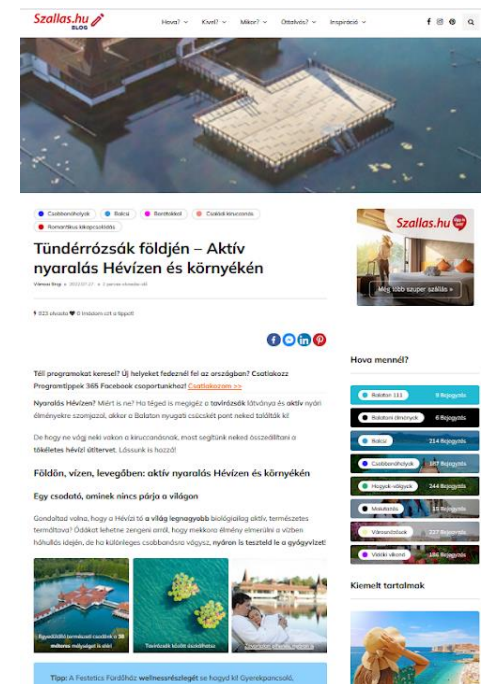
**A magyar online platformokon 2022-ben több mint 822 cikk jelent meg Hévízről turisztikai témakörben.** Ezek jelentős részben ingyenes megjelenések voltak, újságíró címlistára küldött sajtóközlemények eredményeként.

## Szponzorált online megjelenések, cikkek

100.000 Ft értékű megjelenés a Szallas.h-n az Év Turisztikai Települése kategória jutalmaként:

- Szallas.hu főoldali megjelenés
- Szallas.hu Instagram oldalán 1 db megjelenés
- [Szallas.hu blogján 1 db megjelenés](#)
- Szallas.hu 657 000+ követővel rendelkező Facebook oldalán 1 db megjelenés

A [Csodalatosbalaton.hu](#) oldalon 2022-ben összesen 95 Hévízről szóló cikk jelent meg, melyek részbe hírek, részben programajánlók! További 75 cikk jelent meg a [Wunderbarerbalaton.de](#) oldalon a magyar nyelvűvel megegyező tartalommal, de német nyelven.



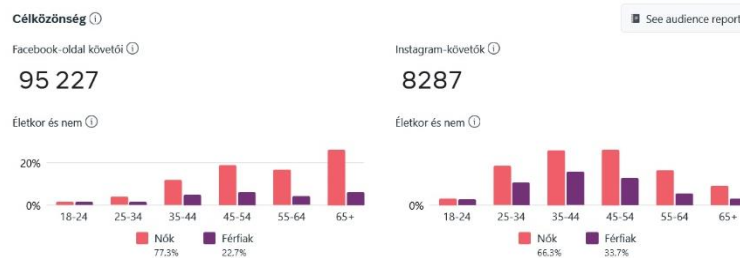


# FACEBOOK

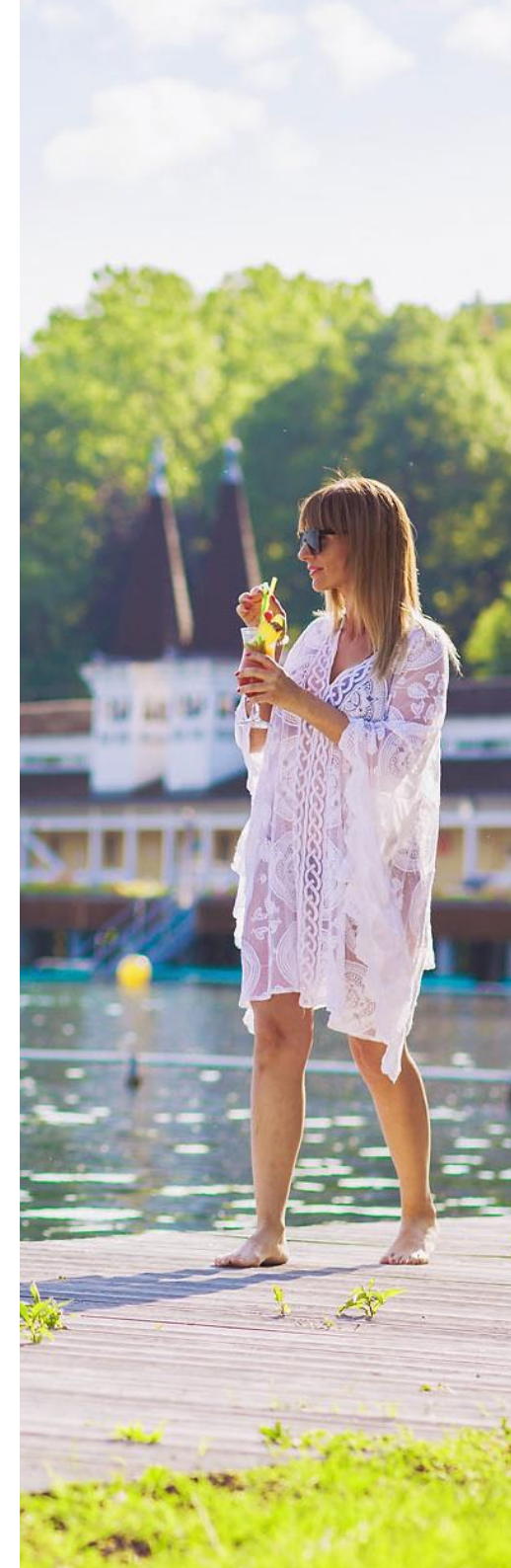
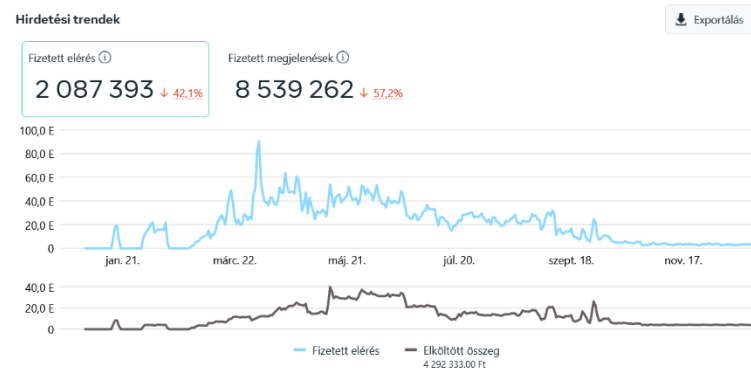
2022. január elején a magyar oldal követőinek száma 94.567, a német nyelvű oldalé 19.022 fő volt. Indult továbbá egy angol nyelvű, új Facebook oldal is, @ILoveHeviz-WonderLake néven. Az oldalak követőinek száma 2022. december végére 95.226, 19.376, illetve 254 főre emelkedett. Ez összesen 114.856 követő.

Facebook oldalaink célja, hogy friss és naprakész információkat tegyünk közzé a turistákat érintő hírekről, eseményekről, megosszuk a legérdekesebb információkat, történeteket. Játékokat és szavazásokat indítunk, interakciókra bírjuk olvasóinkat legyen az akár like-olás, hozzászólás, megosztás, szavazás vagy játék. A felületen épp úgy hozunk létre organikus posztokat, mint eseményeket, illetve hirdetéseket.

A magyar nyelvű oldalon követőink 77,3%-a nő, 76,7%-uk 45 év feletti. Legmagasabb százalékban (16,4%) Budapestről követi az oldalt. A német nyelvű oldalon követőink 68,1%-a nő, 80%-uk 45 év feletti. Legtöbben, 11,4% Bécsből követik az oldalt. Az összes követő 46,2%-a osztrák, 35,7% német. Az angol oldalunk közönsége 64%-ban nő, 68,6%-ban 35-54 év közötti és 85,5%-ban cseh nemzetiségű. Ennek oka, hogy a cseh Facebook hirdetések ezen a felületen futnak, mert ez az oldal leginkább e célcsoportnak ez elérése érdekében jött létre.



2022-ben indítottunk page like, brand építő, carousel és traffic hirdetéseket. Ez utóbbiak esetében mindig olyan landing oldalra irányítottuk a vendéget, ahol konkrét szállásajánlatokkal találkozott. A Facebook és az ADS hirdetések aktuálisan futó tematikai megegyeznek. A brand építő és szállásfoglalást ösztönző hirdetések kívül a hévízi rendezvényeket is reklámoztuk a felületen.



Organikus eredmények - 365 nap alatt a magyar oldalon összesen 918 posztot tettünk közzé, melyekkel 6.954.623 elérést, valamint 192.862 reakciót (like, hozzászólás, szavazás, megosztás, kattintás) értünk el. Átlagos organikus elérés: 7.575 fő. Ugyanezen adatok a német oldalon: 281 poszt, 796.771 elérés és 32.325 interakció. Egy organikus poszt átlagos elérése: 2.835 fő.

Közzétettünk továbbá 76 eseményt, melyeket több alkalommal hirdetéssel is népszerűsítettünk.

A hirdetett kampányok eredménye: 8.450.395 megjelenéssel 4.045.202 elérés, 159.719 interakció + egyedi hivatkozáskattintás. Ezek a számok összesítve tartalmazzák a magyar, az osztrák, a német, a cseh és a szlovák nyelvterületeken futó Facebook és Instagram kampányok eredményeit.

A dortmundi járat kampánya szintén kiemelt figyelmet kapott a facebookon. A fentiekből a dortmundi kampányra 1.007.222 Ft-ot költöttünk melyből 1.821.222 megjelenés lett 736.990 elérés mellett. Az eredmény 77.090 interakció.

#### Elérés

Összevetheted az eléréseket ebben és az egygel korábbi időszakban.

Részletesebben tájékozódhatsz a tartalmaid teljesítményéről.

Facebook-oldal elérése ①

1 924 340 ↓ 10,8%

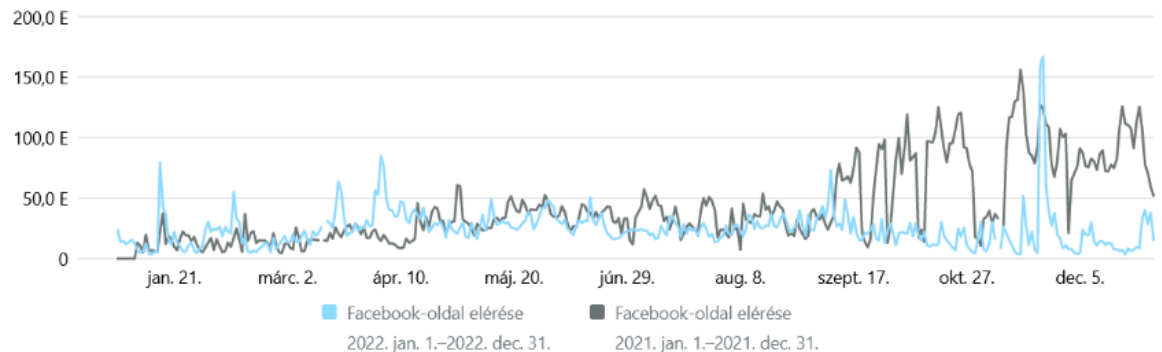
Instagramos elérés ①

106 215 ↑ 53,9%

Fizetett elérés ①

2 087 393 ↓ 42,1%

Napi Halmazott





# INSTAGRAM

Instagram oldalunkon saját posztokat angol és/vagy magyar nyelven teszünk közzé, vagy vendégeink saját hévízi posztjait osztjuk meg. Mivel az Instagram a Facebook társoldala, ezért ezen a felületen is megjelennek magyar, német/osztrák és cseh Facebook hirdetéseink. A page like, brandépítő és a szállásfoglalást ösztönző kampányok.

# BLOG

Blogoldalunk célja hévízi és környékbeli érdekességek bemutatása olvasóbarát, közvetlen módon. Olyan témákról írunk, melyek akkor is érdekelhetik az olvasót, ha amúgy nem Hévízre tervezi utazását. Célunk elsősorban Hévíz és a térség iránti érdeklődés felkeltése.



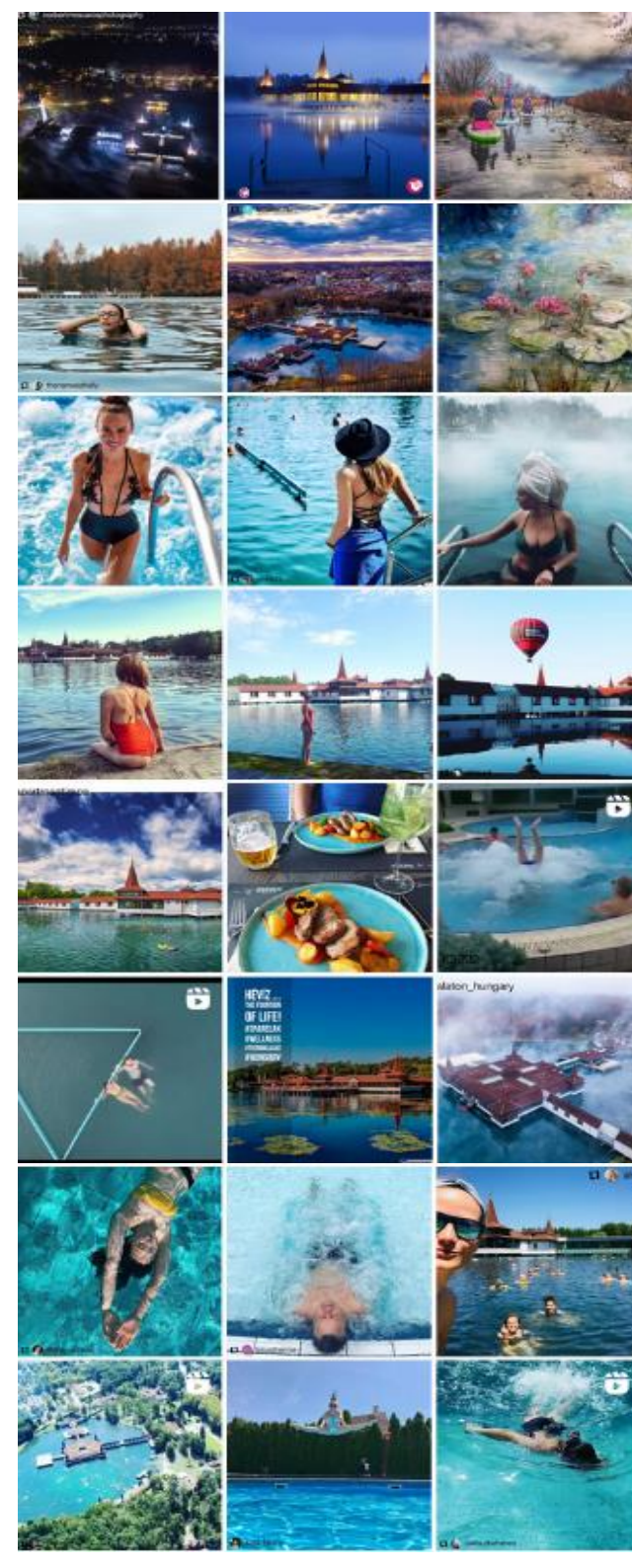
Instagram követőink száma 8.271 fő. Követőink 39,4%-a magyar, 13,9% orosz, 9,5% cseh. 72,7%-a 25 és 54 év közötti, 66,3%-uk nő.

**Blogoldalunkon 2022-ben 13 cikket tettünk közzé, melyből 7-et vett át és osztott földali kiemeléssel az Index.hu.**

Ez ingyenes megjelenést jelent az ország egyik legolvasottabb online hírportálján. **Az idén közzétett cikkeken 8.340 lapletöltést értünk el,** de a cikkek olvasottsága visszamenőleg is folyamatosan nő, mivel azokat újra és újra megosztjuk követőinkkel.

**Az I love Hévíz blogon, indulása óta 274.078 lapletöltést értünk el.**

Blogoldalunk cikkei [ide kattintva](#) olvashatók.



# HONLAP ANALITIKA

2021. júniusában teljesen megújult honlapon 2022. első felében az idegen nyelvű oldalak frissítése is megtörtént német, angol és cseh nyelven. Az orosz nyelvi változat frissítése 2023 januárjában készül.

A heviz.hu honlap magyar felületére 111, német nyelven 71, angolul 63 hírt írtunk. Magyar cikkeinket 77.927 alkalommal, német cikkeinket 12.031 alkalommal, míg angol cikkeinket 4.334 alkalommal nyitották meg az olvasók. Az oldalon töltött idő a magyar olvasók körében 1:58 perc, a német és angol olvasók esetén 1:46 és 1:40 perc.

Újdonság, hogy a cseh nyelvi oldalon is elkészült a hírek blokk, ahol egyelőre angol nyelven ugyan, de megosztjuk a látogatókkal a híreket

## Oldalmegtekintések

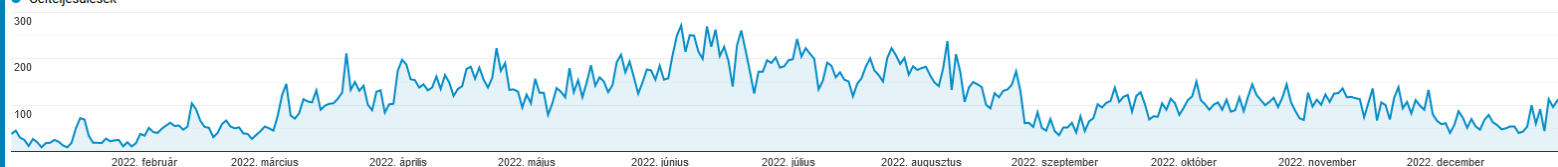
Továbbra is a főoldal és a /tofurdo-nyitva-tartas-arlista illetve az /hu/page/tofurdo-szolgáltatasai a legtöbbször letöltött oldalaink, mivel az új felépítésű oldalon a tófürdő árlista már minden oldalon, így a főoldalon is megtalálható. E két oldalon összesen 146.865 oldalmegtekintést értünk el. Az összes oldalmegtekintés 2.029.627 volt.

## Konverziók

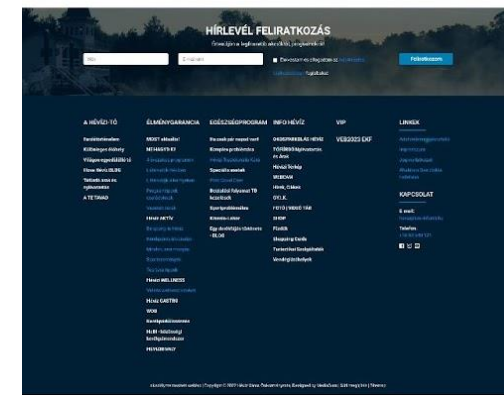
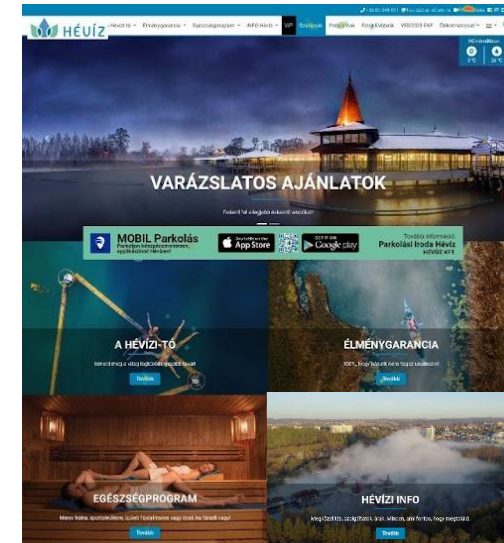
**Összesen 41.879 alkalommal kattintottak a látogatók szállásajánlatokra. A konverziók 61,43%-a Google ADS hirdetés, további 15,08%-a organikus és 9,58%-a Facebook hirdetés eredménye.** Ez összesen 64,38%. A fennmaradó konverziók egyéb források eredményei. **Célkonverziós arány: 4,67%.**

Konverciónak az számít, ha a látogató szállásajánlatra kattint, vagy a webshopból rendel. Az eredmény nagyjából felét adják a szállásoldali ajánlatkérések, másik felét a landing oldali csomagajánlatokra kattintások. A konverziók közül összesen 22 db volt webshop megrendelés.

Célteljesülések



Célteljesülések	Céltérték	Célkonverziós arány	Teljes elhagyási arány	Szallas.hu plugin interakció HU (1. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció DE (2. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció RU (3. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció CZ (4. cél teljesülései)
41 879	0,00 USD	4,67%	0,00%	7 393	1 788	148	557
Szallas.hu plugin interakció FR (5. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció SE (6. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció PL (7. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció IT (8. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció NO (9. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció FR (10. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció CN (11. cél teljesülései)	Szallas.hu plugin interakció ÖSSZES (12. cél teljesülései)
7	2	106	9	3	7	2	10 247





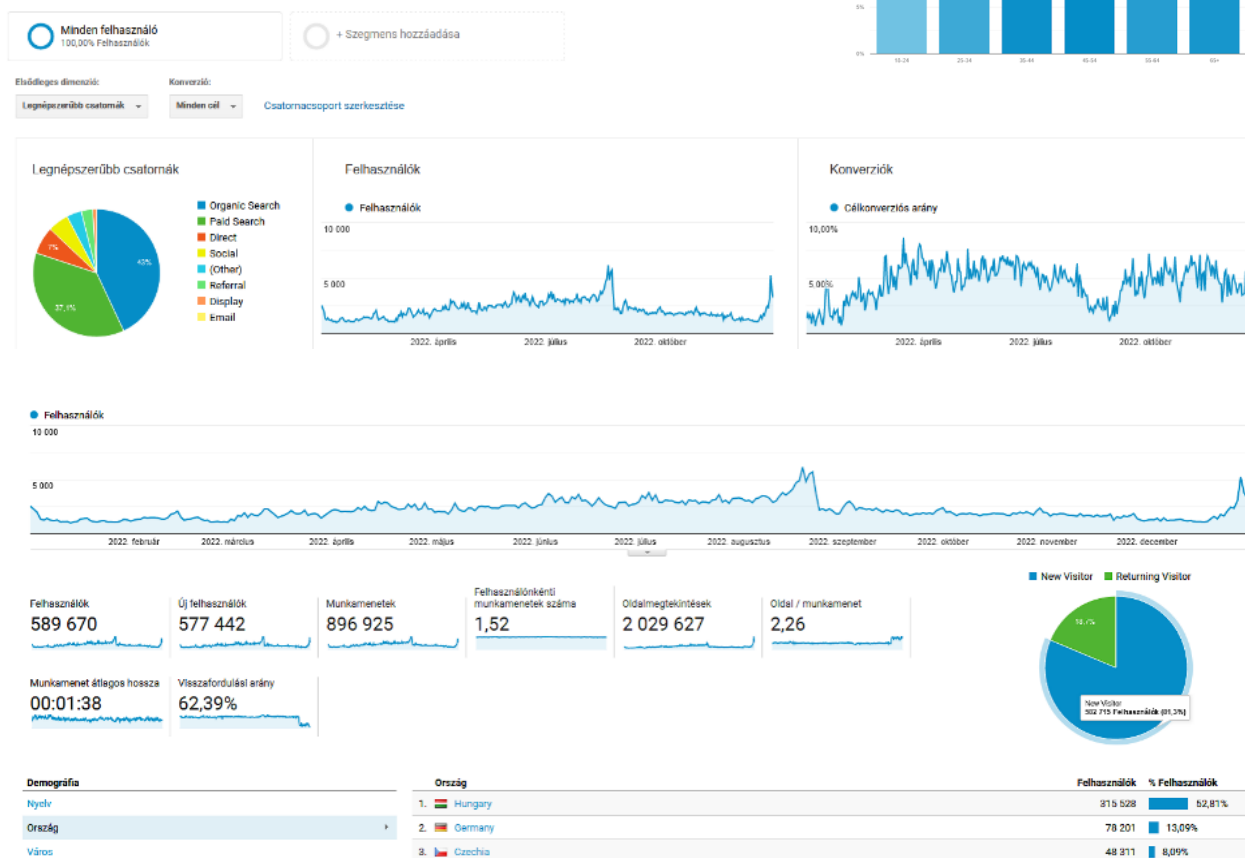
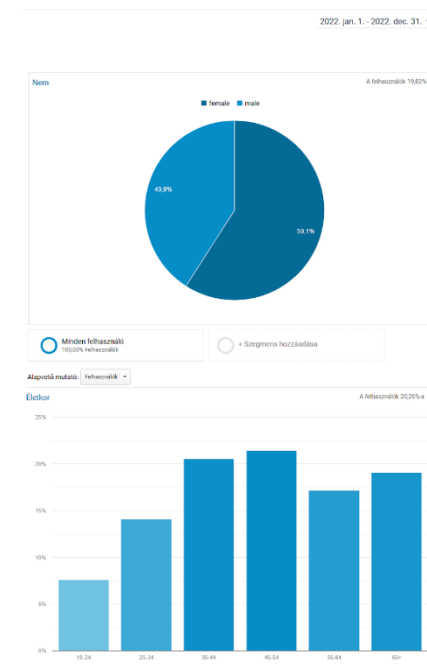
# PLATFORM

A felhasználók a heviz.hu oldalt 73,45%-ban mobilon, 22,46%-ban asztali számítógépen, 4,10%-ban tableten töltik be. Továbbra is a 45 év feletti nők kattintanak legnagyobb arányban.

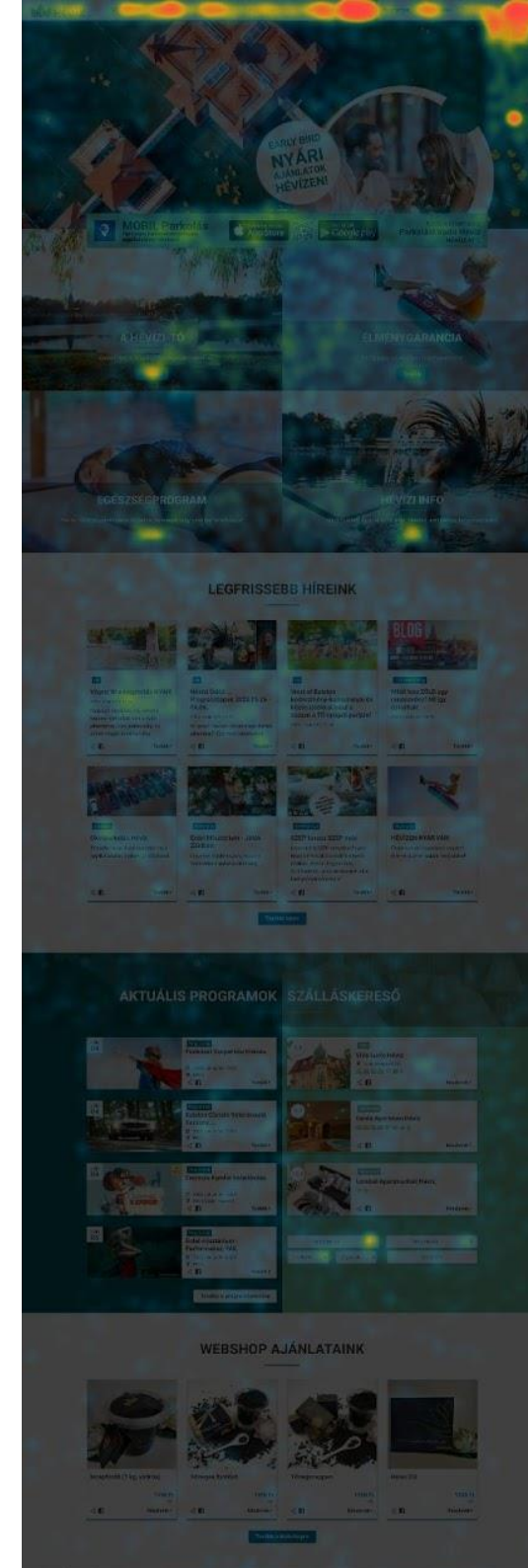
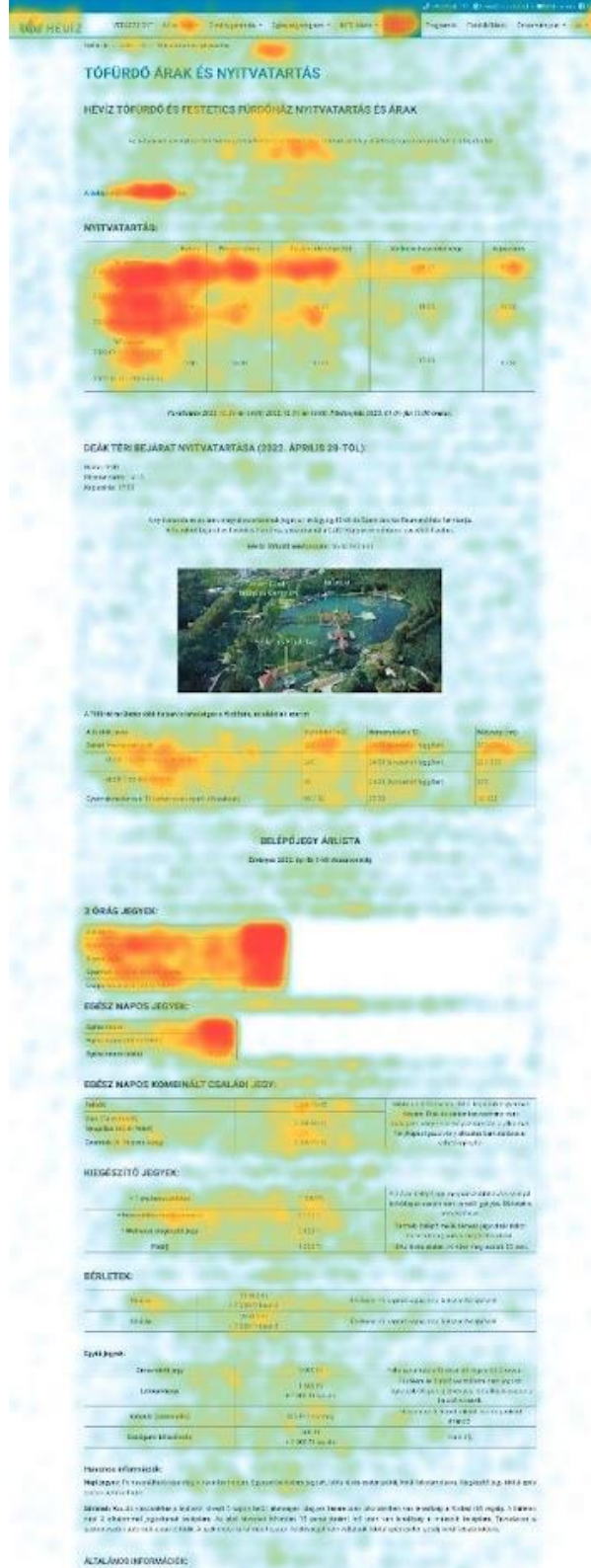
## Felhasználók

2022-ben 589.670 felhasználó kereste fel a www.heviz.hu oldalt. 826.925 munkamenetet indítottak ebben az időszakban, ami összesen 2.029.627 oldalbetöltést eredményezett. 1 látogató átlagos oldalmegettekintéseinek száma: 2,26 oldal. A látogatások 52,81%-a Magyarországról, ezek 22,92%-a Budapestről.

A magyarországi megkereséseket a német (13,09%) -ezen belül 46,41% az Észak-Rajna-Vesztfália, a cseh (8,09%), osztrák (5,88%), szlovák (5,01%), amerikai (3,71%), orosz (1,43%), lengyel (1,76%) felhasználók követik. Legtöbb kattintás az alábbi külföldi városokból érkezett oldalunkra: Bécs (3,36%), Prága (2,83%), Pozsony (1,89%). **Összes konverzió: 41.879 darab.**



Nem csak a kampányoldalakat tudtuk jobban optimalizálni, hanem a meglévő tartalmainkat is úgy alakítottuk, hogy a látogatók könnyebben elérjék a számukra releváns tartalmakat.





# SZALLAS.HU AFFILIATE

Marketingtevékenységünk egyik legfontosabb célja, hogy az általunk megszólított potenciális vendégek a kampányok eredményeként Hévízen foglaljanak szállást. Ennek számunkra legmérhetőbb módja egyrészt az, hogy a heviz.hu oldalon hány alkalommal kattintanak a látogatók csomagajánlatokra vagy konkrét szállásajánlatokra (konverzió), másrészt a szallas.hu rendszerében folyamatosan követhetjük, hány tényleges foglalás valósult meg a heviz.hu oldalról indítva. A foglalások ösztönzése gazdasági érdekünk is, hiszen a foglalások értéke után jutalékot kapunk, amivel növelhetjük éves bevételeinket.

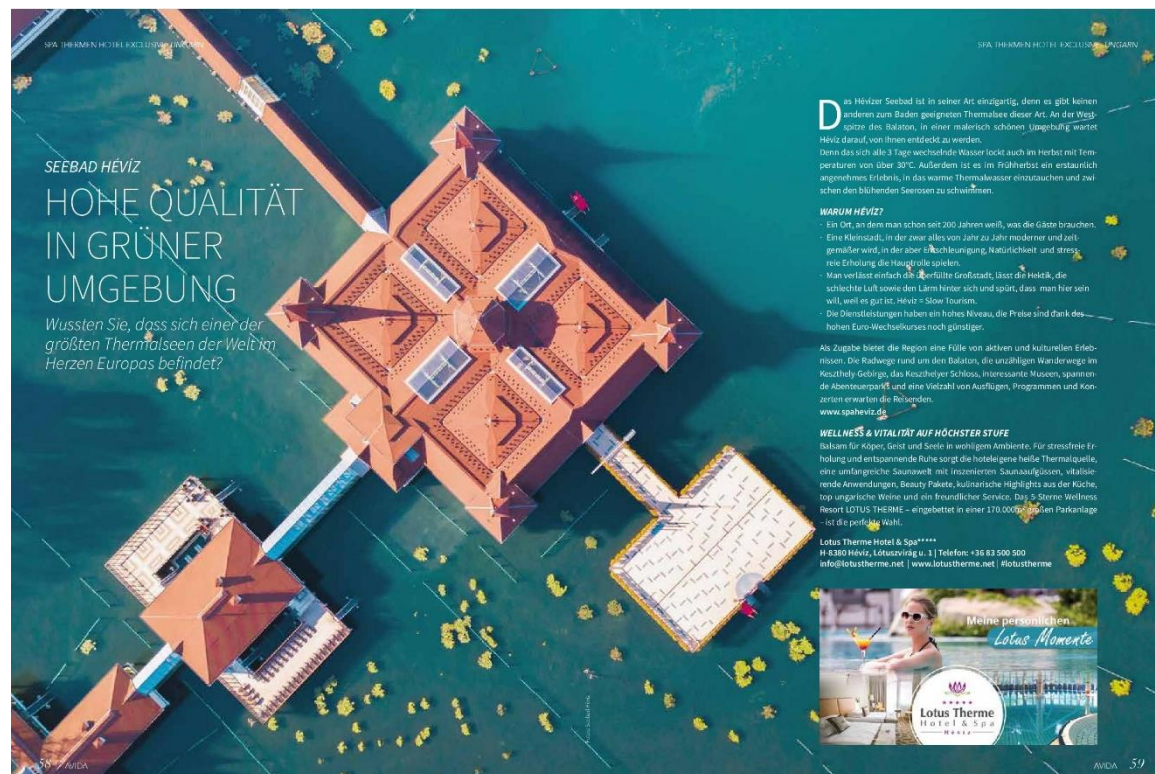
Míg a szállásfoglalások száma és értéke 2019-ig folyamatosan növekedett, 2020-ban a pandémia miatt jelentős forgalomcsökkenés történt. A 2022-es évet újra lendületesen kezdtük, ami a foglalások számát és értékét jelenti. Ugyanakkor a február végén kitört orosz-ukrán háború márciusban érezte legjobban hatását. A háborús konfliktus elsősorban az orosz és ukrán vendégek elmaradását hozta, de az első félévben a német és osztrák foglalások számai is romlottak. Ennek ellenére a foglalások jutalékértéke nem csak elérte, de túl is lépte a 2019-es adatokat. Az év második felében a kampányok jelentős részét egy pályázati megkötés miatt brand-építő témájúra kellett átállítani. Ennek következtében az oldalunkon keresztül történő foglalások számára csökkent, ellentétben az amúgy Hévízen tapasztalható erős foglalási fellendüléssel. Év végével a pályázati megkötések lejáta után a kampányokat újra szállásfoglalást ösztönző profilra állítottuk át.

**2022-ben a szallas.hu oldalán 174 olyan foglalás valósult meg, amelyet a heviz.hu oldalról indítottak a vendégek. A foglalások jutalék értéke: 1.420.484 Ft, ami a 2019-es éves eredmény 98,9%-a. A Hévízi Turisztikai Np. Kft. számára 2022-ben a Szállás.hu bruttó 1.566.223 Ft jutalékot fizetett meg.**



# PRINT

Az online hirdetések mellett fontos a klasszikus megjelenési formákkal is élni, azok előnyeit is kihasználni. Míg az online hirdetések rövidek, célratörők, kattintásvadászok, addig a nyomtatott sajtóban átfogóbb és sokszínűbb képet tudunk mutatni Hévírről. A nyomtatott sajtóban megjelent cikkeknek nagy szerepük van a Hévírről alkotott kép alakításában. Célunk, hogy minden esetben minőségi tartalmat, valós információkat, újszerű nézőpontokat és vonzó turisztikai termékeket mutassunk be az olvasóknak. Célzottan választunk sajtótermékeket, ismerve azok célközönségét, a tartalom minőségét, figyelembe véve példányszámukat és terjesztési módjukat. A nyomtatott sajtó költségessége és kevésbé mérhető jellege miatt ugyanakkor ezen hirdetéseink száma évről-évre csökken.



## Fizetett megjelenések nyomtatott sajtótermékekben

- első negyedév Perfect flight orosz fedélzeti magazin | 85.000 példány
- április Új Szó szlovák napilap | 26.000 olvasó
- május Új Nő szlovák havi magazin | 30.000 példány
- május/június bioMagazin osztrák kéthavi magazin | 50.000 példány
- május Új Szó katalógus melléklet | 38.000 olvasó
- június Új Nő szlovák havi magazin | 30.000 példány
- június Nők Lapja nyár különszám | 48.000 példány | 2 havi szám
- augusztus Új Szó | 26.000 olvasó
- szeptember Nők Lapja őszi utazás melléklet | 48.000 példányszám | 2 havi szám
- szeptember AVIDA | 20.500 példány

**2022-ben 401.500 példányban jelentek meg Hévírről cikkek különböző nyomtatott sajtótermékekben. Ezáltal több mint 1.204.500 olvasóhoz jutottak el hévízi tartalmak, utazás, egészség, élmények és programlehetőségek témákban.**





# TELEVÍZIÓ RÁDIÓ

A televízióban vásárolt hirdetési idő, valamint a rádiós spot kampányok általában az online kampányokkal párhuzamosan, azonos tematika alapján futnak. A televízióban leggyakrabban az esti híradó utáni időjárásjelentés támogatói spot lehetőségével élünk. Rádiók esetén igyekszünk országos lefedettségű rádióadókra vagy számunkra preferált nagyvárosok lokális/regionális rádió adóin hirdetni. Általában egy-két hétig tartó, 10 és 20mp-es spot kampányokat vásároltunk, melyek célja a figyelemfelkeltés, az ismertség növelése, rendezvények népszerűsítése.

Televízió és rádió megjelenésekkel a magas költségek miatt általában csak belföldön élünk, ugyanakkor évről-évre adódik olyan lehetőség, hogy más országok turisztikai magazinműsoraiban is megjelenjünk. Hévíz kiemelt turisztikai szerepének és a kapcsolati tőkének köszönhetően számos TV- és rádióműsor ingyenes lehetőséget kínált a 2022. évben is riport formájában Hévíz népszerűsítésére.



## **Megjelenések televízióban:**

Január 23-28. TV2, FEM3, SuperTV2 | Több mint TestŐr: Post Covid Care | 3 x 3 min

Február 2. Ungarn TV | Hévíz bemutatása | 36 min

Február Channelrent.tv | Post Covid Care Hévíz | 5 min

Március 12. TV2 Poggyász magazinműsor | 10 min

Június 6-12. TV2 | időjárás jelentés támogató spot kampány | 47 x 5 mp

Július 21. Katolikus TV Délelőtt c. műsorában élő riport

Július 22. Duna TV Nyár 22 c. műsorában élő riport

Augusztus 14. M1 élő bejelentkezés a Véderdőből | 3 perc

Október 15. TV2 Poggyász magazinműsor | 10 min

Október 22. TV2 Poggyász magazinműsor | 10 min

## **Megjelenések rádióban:**

Április Trend FM riport műsor aktuális turisztikai kérdések

Június 1-3. Rádió1 Keszthely | programajánló

Június 13-17. Rádió1 Keszthely | 20 mp-es spot | 25 alk.

Június 13-17. Rádió1 Veszprém | 20 mp-es spot | 24 alk.

Június 23-29. Rádió1 Part | 20 mp-es spot | 23 alk.

Június 23-29. Rádió1 Zalaegerszeg | 20 mp-es spot | 23 alk.

Június 20. - Július 1. Sláger FM | 10 mp-es spot | 70 alk.

Okt. 10-23. Fitt Rádió Bp-i körzet | 20 mp-es spot | 56 alk.

**Ebben az évben összesen 10 alkalommal jelentünk meg bel- és külföldi televíziós műsorokban beltartalommal vagy spot kampánnyal. 221 alkalommal hangzott el hévízi spot regionális és országos rádióadón és 1 alkalommal szerepeltünk riportműsorban.**



# B2B és B2C

A járványidőszak óta a személyes kitelepülések, tanulmányutak javarészt elmaradtak. Az utóbbi időszakban a B2B események egy részét online formában sikerült megtartani, de természetesen néhány rendezvényen személyesen is jelen tudtunk lenni.

## STUDY-K

A vásárolt online és print megjelenések mellett még mindig nagy hangsúlyt fektetünk a helyben szervezett újságíróknak és természetesen utazási irodák dolgozóinak szervezett study tourokra, ahol első kézből szerezhettek tapasztalatokat a városról és a térségről. Ezek az események költséghatékonyabban tudnak elérni olyan megjelenéseket, melyek élményszerűek és szavahihető módon mutatják be Hévízt a potenciális vendégek számára.

### Online események, workshopok, melyeken rész vettünk, előadtunk:

- február - izraeli workshop
- március – V4 workshop
- március - Balassi Intézet
- május - Dortmund webinar
- december - DACH onilne workshop

### Személyesen az alábbi rendezvényeken voltunk jelen:

- május 6-8. Kecskemét - Hungarikum Fesztivál
- május 24. Zágráb - kulturális intézet rendezvénye
- június 8-9. - Dortmund WizzAir workshop
- november 26-30. – Lux EXPO – hungarikum stand

### Az alábbi tanulmányutak valósultak meg Hévízen:

- január - Uniglobe Turistik - 1 fő
- január - Ungarn-TV - 1 fő
- január - Hors-Frontieres.fr - 2 fő
- február - MTÜ utazási irodák study
- március - MTÜ / Deutsche Pr Agentur - 1 fő
- március - MK újságíró - 1 fő
- június - belföldi újságíró tanulmányút 14 fő
- június - dortmundi járat kapcsán újságírók - 6 fő
- június - Német utazási irodák tanulmányútja 16 fő
- november - Runner2.cz - 2 fő
- november - Keusch-reisezeiten.de - 1 fő



**Direktflug mit Wizz Air ab 16.06.**

**DORTMUND-BAD HÉVÍZ IN UNGARN**

Wohlfühlhotels • Wellnessoase • Genussurlaub  
Erlebnisthermen • Gesundheitsparadies  
Weltberühmter Thermalsee • Badespaß am Plattensee



LOTUSTHERME.NET/DE

CARBONA.HU/DE



# ARCULAT KIADVÁNYOK

A 2021-ben indított arculatfrissítés következő lépéseként 2022-ben megújultak a [www.heviz.hu](http://www.heviz.hu) honlap angol, német és cseh aloldalai is. A városi invitatív kiadvány is átalakult, új, olvasmányosabb tartalommal került újranyomásra magyar, német, angol és cseh nyelven. A magyar nyelvű honlap új oldala Hévíz sportos arcát igyekszik népszerűsíteni, míg egy másik oldal VIP élményeket kínál VIP vendégek számára.

13.000 példányban nyomtattunk idén invitatív kiadványokat, 30.000 példányban letépős térképet. Rendezvényeinkhez és egyéb felhasználásra 13.200 szórólapot, 283 plakátot és 1.530 egyéb nyomdaterméket készítettünk.

Az idei évben elkészült több mint 2000 fotó mellett 88 minivideót vágtunk meg, amiket a honlapon a Facebookon és a kampányokban használunk.

Képeink elérhetők a [www.heviz.hu](http://www.heviz.hu) honlap galériájában és a partnereink számára megosztott [drive tárhelyen](#). Videóink egy része elérhető YouTube csatornáinkon.



DE



# HÉVÍZ

HUNGARY



# EGYÉB MARKETING EREDMÉNYEK

## DÍJAK

6 különböző kategóriában díjazták a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. marketing munkáját 2022-ben. Szeptember 15-én a Marketing Summit Hungary rendezvényen átvehettük a szakmai zsűri Városmarketing Stratégia 2022 Gyémánt Díját, szeptember 19-én pedig a Business Traveller Hungary díjazottjaként az "Év Legjobb Desztináció Marketing - Belföld" kategóriájában lettünk a legjobbak. Ezek mellett rendezvény-esemény kategóriában további két gyémánt díjat, marketing stratégia, márka és identitásépítés, arculat kategóriában egy szakmai és egy szakmai különdíjat vehettünk át szeptemberben.





## OUTDOOR MEGJELENÉS

Hévízen továbbra is 14 city light plakáton informáljuk a vendégeket. A plakátokon információkat találnak a helyi és a térségi látnivalókról, megismerhetik a Tófürdő történetét 4 nyelven, továbbá kerékpárberlésre biztatjuk őket. Időszakosan nagyrendezvényeket hirdető plakátok egészítik ki az állandó hirdetéseket. A Hévíz-Balaton Reptéren júliusban egy 3 méter széles molinót helyeztünk ki az érkezési oldalon, amivel Hévízt népszerűsítjük.

## HEVIZIBIVALY DUATLON

A tavalyi nagy sikerre való tekintettel az idei évben is megrendeztük a HEVIZIBIVALY Duatlon versenyt Hévízen. Az idei, novemberi versenyre több mint 200-an neveztek be. A csípős, szeles idő ellenére nagy sikerrel zárult a verseny, ami idén már számos, sportos szállóvendéget is hozott a városnak. 2024 I. negyedévében az eseményt igyekszünk olyan elemekkel kiegészíteni, amik elősegítik a versenyzők hosszabb hévízi tartózkodását.

## WEST OF BALATON EGYÜTTMŰKÖDÉS

2021. májusában Hévíz és a Hévízgyógyfürdő Szent András Reumakórház is csatlakozott a WestofBalaton kedvezmény rendszerhez. A program lehetővé teszi, hogy a látogatók az első belépőjegy megvásárlását követően, bármelyik másik partnernél kedvezményes belépőjegyet vásároljanak. A programnak jelenleg 5 tagja van, a térség 5 legkiemelkedőbb turisztikai szereplője: a Helikon Kastélymúzeum, a Balaton-felvidéki Nemzeti Park Igazgatóság, a Hévízi Tófürdő, a Zalakarosi Fürdő és a Zorai Kalandpark. A program idén megújult, a látogatók számára pecsételő pontokat alakítottunk ki, és a programhoz egy nyereményjáték is kapcsolódott. Május 11-én részt vettünk a Balaton-felvidéki Nemzeti Park Kis-Balaton Látogatóközpontjában tartott sajtótájékoztatón, a kedvezményprogramot pedig folyamatosan hirdettük sajtó felületeinken.



A rendezvények fotói, videói megtalálhatók a [www.heviz.hu/hu/picvid](http://www.heviz.hu/hu/picvid) oldalon.

## Rendezvények

## Február 5-14. Valentin-napi csók padok | Hello Hévíz programjának marketingtámogatása, játék

### Március 12-15. Hévízi Tavasz

## Április 14-17. Húsvéti Vidámság Hévízen

## Május GIRO | selfie pont játék

**Április 30. X. Boldog Békeidők Hévíze | jubileumi rendezvény**

Május 13. Holdfényfürdő | társszervező

## Június 4. Pünkösdi Szuperhős kihívás | Hello Hévíz programjának marketingtámogatása és kitelepülés

**Július 14-17. Hévízi Sörsétány**

## Augusztus 18-21. Hévízi Bor- és Gasztrokorzó

Szeptember 9. Holdfényfürdő | társszervező

**Szeptember 23-24. Tünférrózsa FolkFeszt**

## Október 1. Halas napok

## November 5. HéViziBivaly Duatlon

## Adventi Termelői Napok | Adventi szombatokon

## December 31. Szilveszteri programsorozat

## EKF programsorozat április-október





# EKF 2023

Erdei Misztérium címmel sikeresen pályáztunk a Veszprém-Balaton Európa Kulturális Fővárosa 2023 programban. A pályázat keretében 2022-ben 'Erdei Misztérium, avagy Játék Zöldben' címmel több rendezvényt is megvalósítottunk.

2022. április – október között a Véderdő területén a programsorozat fő elemeit az ingyenes felnőtt és gyermekszínházi előadások, a több korcsoport számára szervezett ismeretterjesztő geobotanikai túrák, erdei mikrokoncertek, performance-ok és az öko-art projekt adták.

Összesen 54 különböző esemény valósult meg, ezek közül 21 kimondottan gyerekek/diákok számára. Megközelítően 2.000 fő vett részt az eleve csak kis létszámú, családi hangulatú eseményeken, hiszen az egyedi helyszíni adottságok és a jobb bevonódás miatt még a színházi előadásokon is legfeljebb 60 fő vehetett csak részt.

A rendezvényekről készült fotóválogatás megtekinthető a program saját oldalán. >>> [www.heviz.hu/hu/ekf](http://www.heviz.hu/hu/ekf)

A programban sikeresen pályáztunk a 2023-as eseményekre is, így 2023-ban további rendezvények valósulhatnak meg az Erdi Misztérium programsorozat keretében.



HÉVÍZ



Veszprém-Balaton 2023  
Európa Kulturális Fővárosa

# TOURINFORM IRODA HÉVÍZ

A Tourinform Iroda működtetését 2022-ben 1 fő informátor és 1 fő irodavezető látta el, június közepétől augusztus végéig pedig 2 fő diákmunkás segítette munkánkat. A Tourinform Iroda egész évben, a hét minden napján 9-17 óráig tart nyitva, május 15-től szeptember 30-ig pedig minden nap 9 és 19 óra között várjuk a vendégeket.

2022-es évben az irodában összesen 13.545 (ebből 6.160 magyar, 4.815 német és osztrák, 1028 cseh, 373 orosz) személyes ügyfélmegkeresés történt. Telefonon 2.333, E-mail-ben 406 alkalommal válaszoltunk a megkeresésekre.



## Az iroda 2022. évi bevételei:

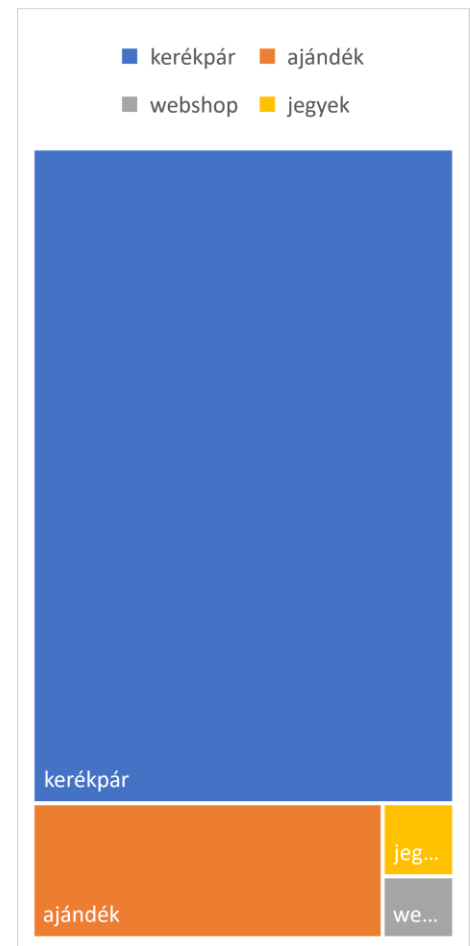
kerékpárkölsönzésből befolyt összeg: 11.085.600 Ft,  
ajándéktárgyak értékesítése: 1.894.660 Ft,  
webshop értékesítés: 177.835 Ft,  
jegyeladás jutalékok: 210.125 Ft.

**Az iroda összbevétele 2022. évben 13.368.220 Ft.**

Irodánk az idei évben is folyamatosan frissíti a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NETA) rendszerét, melyben az idei évtől már nemcsak attrakciók, de események is feltöltésre kerülnek, mely elősegíti az országos adatbázis további fejlődését.

E-learning képzés keretein belül munkatársaink számot adtak a Tourinform hálózattal kapcsolatos tudásukról is. A képzés nemcsak az új kollégák felzárkóztatását könnyíti meg, de a régi kollégák tudásának szinten tartását is elősegíti. Irodánk az előző évekhez hasonlóan idén is részt vett a Virágos Magyarország verseny zsűrizésében, illetve folyamatosan hozzájárulunk hévízi rendezvények szervezésének előkészítésében és lebonyolításában.

A 2021. július 1. és 2022. június 30. között mért időszakban, a Tourinform Minőségbiztosítási Rendszerben irodánk 92%-ot ért el. Külön öröm számunkra, hogy országos összesítésben a próbavásárlások alkalmával irodánk az országos átlagnál jobban teljesített. Az ország 30 legjobb irodáját a Tourinform Koordináció jutalomkirándulással és ajándékcsoomaggal jutalmazta, melyek között természetesen Hévíz is szerepelt.





# VENDÉGSZÁM

A 2022-es 2019 óta az első olyan év, amiben az első félévben semmilyen Covid korlátozás nem érintette a turizmust. Bár az országok eltérő módon szabályozták, de lényegében 2022-ben újra lehetőség volt a turisták számára Magyarországra látogatni turisztikai céllal. A pozitív változás mindjárt az év első két hónapjában megmutatkozott. Ha nem is volt érezhető az első Covid sokk utáni berobbanás megismétlődése, egy sokkal kiszámíthatóbb időszak kezdődött, melyben újra megjelentek a régóta elmaradt német, osztrák, ukrán és orosz, főleg egészségturisztikai vendégek. A turisztikai forgalmat ezt követően február végétől az orosz-ukrán háború és az emiatt kialakult gazdasági és energiaválság változtatta meg.



A háború kitörését követően a márciusra jellemző előfoglalások szinte teljesen lecsökkentek, mind a belföldi, mind a külföldi vendégek esetében. Áprilistól ugyan újra megnövekedett a foglalások száma, de az orosz és ukrán vendégek szinte teljes kiesését, valamint a német-osztrák vendégek csökkenését sem az idén már sokkal inkább a külföldi utakat választó, így egyértelműen arányaiban csökkenő belföldi, sem a cseh és szlovák növekvő vendégforgalom nem tudta azonnal pótolni.

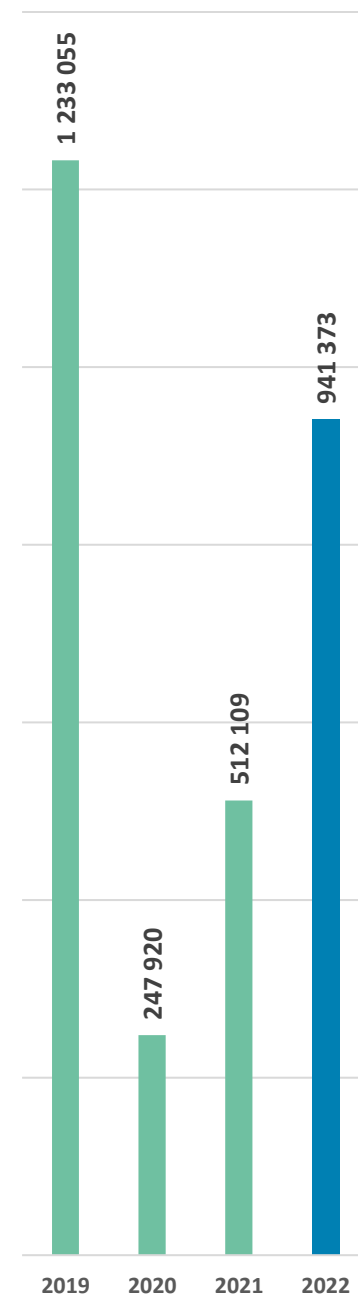
Pozitív hatással volt a hévízi és a térségi vendégforgalomra a Dortmund-Hévíz WizzAir járat elindulása, mely egy fiatalabb nyaralási céllal érkező vendégkört is megszólított.

A nyári időszakban újra megtelt Hévíz, mind a bel- mind a külföldi vendégek számra egyre növekvő tendenciát mutatott, és az idei évben is jellemzőbb volt a last minute foglalás. Az ősz és az ünnepi időszak további pozitív eredményeket hozott, ami főleg a német, osztrák és cseh vendégek növekedésének volt köszönhető. Az év utolsó két hetében a belföldi vendégek száma is jelentősen nőtt.

A vendég és vendégéjszaka szám adatok nyomonkövetése ugyanakkor az idei évtől a KSH adatközlésének májusi megszűnésével a korábbi évek gyakorlatától eltérő. Több évre visszamenően az Hévíz Város Önkormányzatának IFA befizetéseit tudjuk részben alapul venni a vendégéjszaka szám számításához, részben a helyi kereskedelmi szálláshelyek nemzetiségi adataiból tudunk következtetéseket levonni.

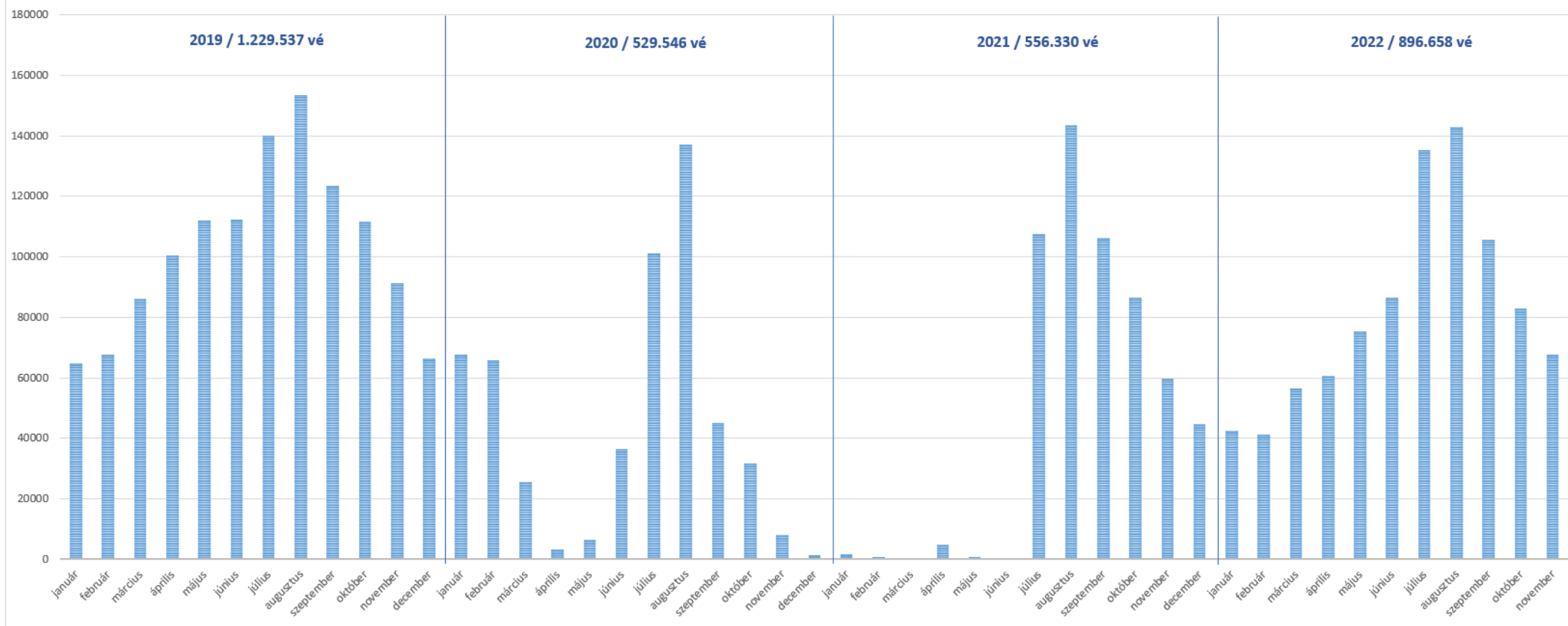
\*grafikon Hévíz Város Önkormányzatának IFA bevallási adatai alapján készült, a 2022. decemberi adatokat nem tartalmazza

Vendégéjszakák száma  
2019-2022



# VENDÉGÉJSZAKASZÁM 2019 - 2022

IFA BEVALLÁS ALAPJÁN SZÁMÍTOTT VENDÉGÉJSZAKASZÁM



\*A 2022. decemberi IFA adatok még nem állnak rendelkezésre.

\*2019 óta a Hunguest Hotel Helios és a Hotel Aquamarin felújítás miatt nem fogad vendégeket.





# NEMZETISÉGI TRENDEK

A kereskedelmi szálláshelyekkel együttműködve hónapról-hónapra figyelemmel kísérjük, hogy a legfőbb küldőországokból milyen arányban érkeznek vendégek Hévízre és hány vendégéjszakát töltenek a városban.

A tavalyi évben a pandémia miatt júniustól-decemberig 7 teljes hónap adatait tudtuk rögzíteni, az idei évben már 12 havi adatokkal tudunk dolgozni.

Forrás: Önkormányzati és belső/gyűjtött adatok. A nemzetiségi (gyűjtött) adatok nem fedik le a teljes kereskedelmi szálláshelykínálatot Hévízen, de tendenciák következtetésére megfelelő alappal szolgál.

A belföldi vendégek a korábbi tendenciákkal megegyezően idén is a nyári hónapokban érkeztek Hévízre a legnagyobb számban és töltötték itt a legtöbb vendégéjszakát. A többi hónapban is kiegyensúlyozott volt a belföldi vendégéjszakák száma, az összes vendéghez képest az arányuk 3 hónapban haladta meg az 50, 7 hónapban a 60%-ot. A belföldi vendégek száma szeptemberben volt a legkevesebb, a legkevesebb vendégéjszakát pedig januárban töltötték Hévízen.

A belföldi vendégek egyértelműen a nyári időszakot, valamint a hosszabb ünnepi időszakokat részesítik előnyben. Míg nyáron fiatalosabb, családos vendégkör látogat Hévízre, addig a többi évszakban jellemzőbb az idősebb, párban érkező vendég, egészségmegőrzés, pihenés, wellness üdülés céllal. Az év utolsó két hetében is sokan választották Hévízt úticélul.

A tavalyi évhez képest 140%-kal magasabb volt a belföldi vendégéjszakák száma, ám az utolsó 7 hónapra vetítve kis mértékű csökkenést (93,7%) tapasztaltunk a belföldi vendégek számában, amit legnagyobb mértékben a lassan induló júniusi foglalásszám és a szeptemberben tapasztalható belföldi vendégszám-visszaesés okozhatott.



A Németországból érkező vendégek augusztus-szeptemberben töltötték a legtöbb vendégéjszakát Hévízen, de jelentős számban szálltak meg nálunk május-június és október hónapokban is, ellentétben az év első két hónapjával, valamint a decemberi időszakkal.

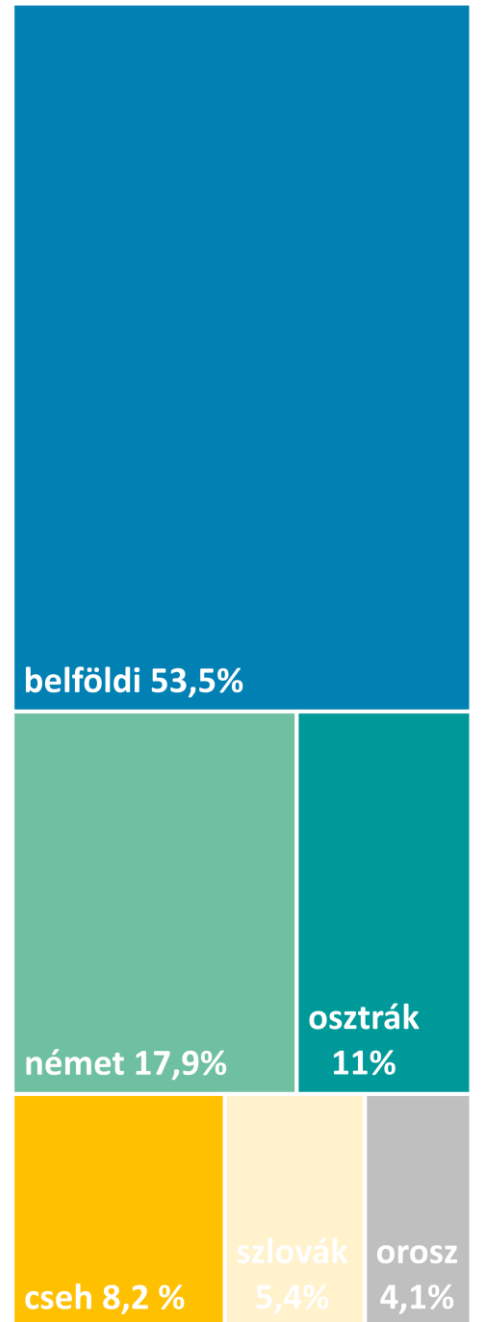
A németek által nálunk töltött vendégéjszakák száma 2021-hez viszonyítva 207%-ot nőtt, és az utolsó 7 hónapot tekintve is 150%-os a növekedés a tavalyi évhez viszonyítva.

A német utazók száma lassú, de folyamatos csökkenést mutat az elmúlt 10 év adatai alapján. Ez a csökkenés leginkább a korábbi nagy számban érkező csoportosan utazó, egészségturisztikai vendégek elmaradása miatt tapasztalható. A német piac nagysága miatt újabb célcsoportok megszólítása csak területi fókusszal lehetséges és elengedhetetlen hozzá a hévízi mellett a magyarországi márkaépítés, valamint a térség unikalitásainak bemutatása és a magas minőségű szolgáltatás-fejlesztés.

A szomszédos Ausztriából jellemzően az év utolsó negyedében érkeztek a legtöbben, ezen belül is kiemelkedően magas számban látogattak Hévízre novemberben. A júliusi visszaesést kivéve a többi hónapban kevesebben, de kiegyensúlyozottan voltak jelen a városban. Az osztrák vendégkör részben az idősebb törzsvendégekből másrészt viszont a németnél fiatalabb, akár rövidebb időre is átlátogató wellness vendégekből adódik össze, akik aktív/fitt programokat és medical-wellness szolgáltatásokat is igénybe vesznek.

Az osztrákok által Hévízen töltött vendégéjszakák száma 2021-hez képest éves szinten 273%, az utolsó 7 hónapot összevetve is 178%-os az eltérés. Előszeretettel választották a hévízi szállodákat az év végi ünnepi időszakban.

Nemzetiségek aránya kereskedelmi szálláshelyeken





A cseh és a szlovák ill. szlovákiai magyar vendégek számra évről-évre nő, sőt a legjelentősebb növekedést mutatja a többi nemzetiséghez képest mind vendég, mind vendégéjszakaszámokban.

A cseh vendégek száma minden hónapban nőtt a korábbi évek azonos időszakához képest, idén a júliustól-novemberig tartó időszakban mutatták a legjelentősebb vendégéjszakaszám növekedést. Jellemzően fiatalosabbak vendégkör, jó költési mutatókkal, érdeklődők és nyitottak. A térség komplexitása, Hévíz központi elhelyezkedése, valamint a Hévízi-tó unikalitása vonzza őket. Mivel inkább kirándulnak és felfedezik a térséget, ezért inkább az őszi hónapokat részesítik előnyben. Nyáron jellemzően átutazóban állnak itt meg, miközben nyaralási céllal délebbre, tengerpartra utaznak.

2021-hez képest 2022-ben az általuk eltöltött vendégéjszakaszám 226%-ra nőtt, az utolsó 7 hónapot tekintve 167,8%-os a növekedés.

A Szlovákiából érkező vendégek ezzel szemben legnagyobb mértékben a nyári hónapokban utaznak Hévízre, itt töltve nyaralásukat. Kevésbé a város egészségturisztikai vonzereje, sokkal inkább a térség jó adottságai miatt választják Hévizt úticélul.

A tavalyi évhez képest az itt töltött éjszakák száma 292%-ot nőtt és az utolsó 7 hónapban is több mint 200%-os (208%) növekedést ér el ez a szám.



Amennyiben csak a fent elemzett kereskedelmi szálláshelyek nemzetiségi statisztikáiból indulunk ki, akkor a vendégéjszakák 53,5% belföldi. A német vendégek aránya csupán 8,5% mégis ők adják a vendégéjszakák számának 15,7%-át. Az osztrákok mind vendég, mind vendégéjszakaszám tekintetében 9,5%-ot tesznek ki, a cseh vendégek száma 6,8% vendégéjszaka tekintetében 7,3%, a szlovákok száma 5,5%, de ők töltenek itt a legrövidebb időt, csupán 4,7% vendégéjszakát. Az orosz vendégek adatai idén nem tekinthetők relevánsnak.

A táblázat csak a legnagyobb kereskedelmi szálláshelyek adatai alapján készült, melyből 2022. június után hiányoznak a HH Panoráma adatai. Továbbá csak a legfőbb küldőországok adatait hasonlítja össze, így a táblázatban szereplő vendégéjszakaszám csak egy része a városban valóban eltöltött vendégéjszakaszámnak. A táblázat a nemzetiségi tendenciák elemzésére szolgál.

VENDÉGÉJ	Január	Február	Március	Április	Május	Június	Július	Augusztus	Szeptember	Október	November	December	Összesen	
Belföldi	13914	18837	21599	19204	19257	25918	44334	42783	14256	18399	20479	21595	280575	53,5%
Német	1939	2498	4905	6320	10178	11089	7917	13603	16339	9778	6478	2775	93819	17,9%
Osztrák	3516	4339	5230	3926	2938	3032	2138	3484	4042	6754	11431	6736	57566	11,0%
Cseh	828	1872	1884	3582	2917	3208	5646	4928	5647	5976	4531	2244	43263	8,2%
Szlovák	1111	903	1201	3303	1554	2217	4991	5314	2544	1379	2284	1338	28139	5,4%
Orosz	7379	3319	1075	805	638	1123	1049	1059	1565	1493	850	1200	21555	4,1%
Összesen	28687	31768	35894	37140	37482	46587	66075	71171	44393	43779	46053	35888	524917	

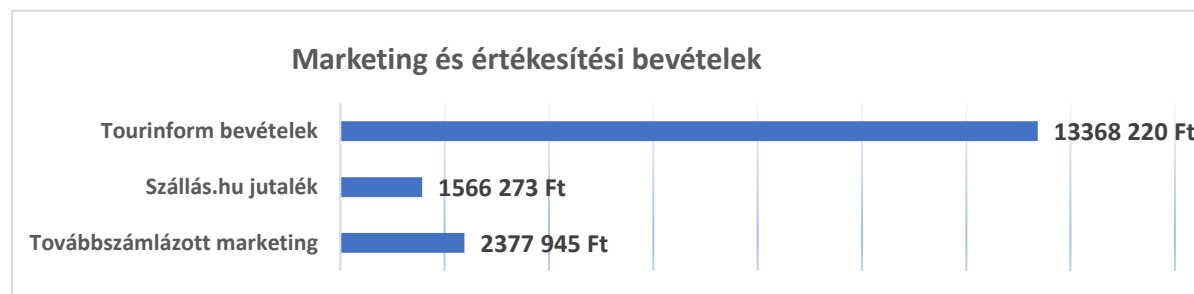
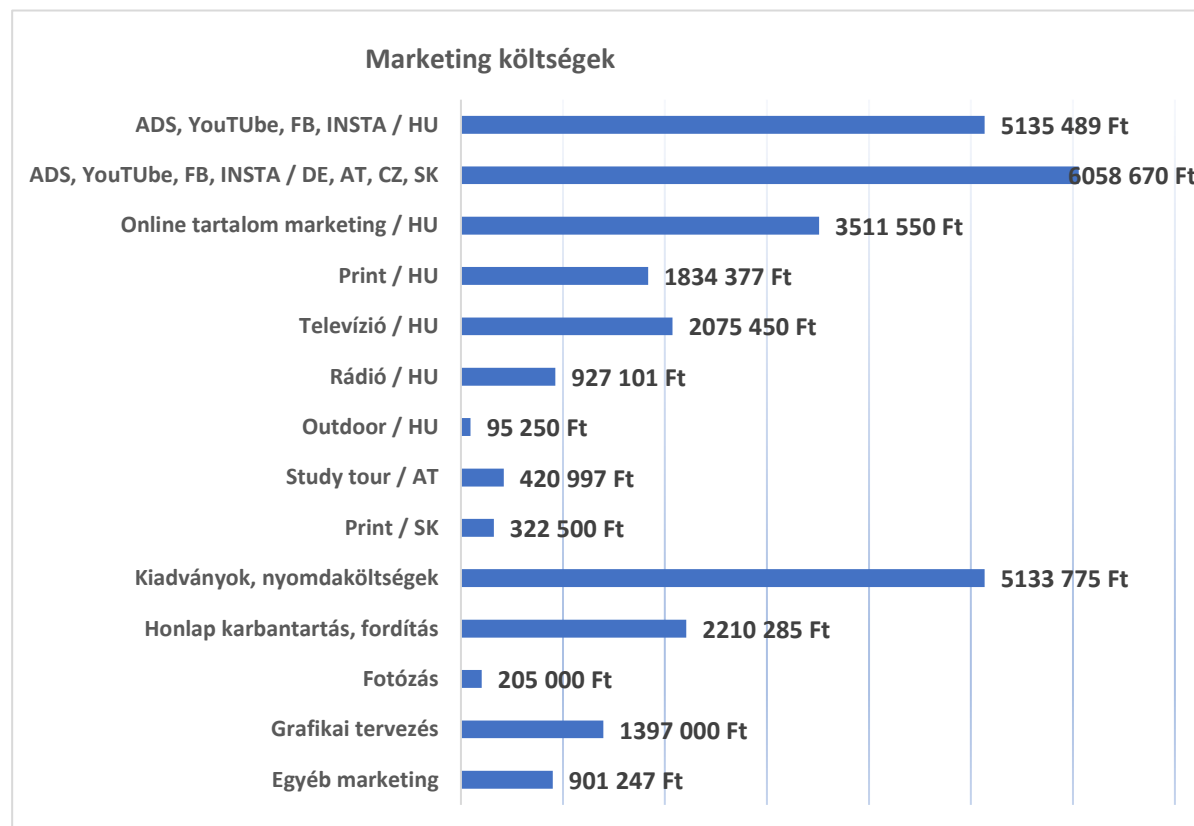




# MARKETING KÖLTSÉGEK BEVÉTELEK

2022-ben 30.228.691 Ft összegben költöttünk marketing kiadásokra, melyekből 48,6%-ot online kampányokra fordítottunk. Ezeken kívül jelentős kiadási tételt jelent a hévízi kiadványok és a rendezvényekhez kapcsolódó plakátok és szórólapok nyomdaköltsége. Ugyanakkor a saját vállalkozásként üzemeltetett kerékpárkölcsonzás idén már több mint 13 millió Ft bevételt hozott a Hévízi Turisztikai Np Kft. számára. A marketing tevékenységekből és a tourinform értékesítési tevékenységeiből összesen 17.312.438 Ft bevételünk származott.

Online marketingmunkánkat az év második felében egy önkormányzat által elnyert támogatás segítette, így az az összeg nem szerepel a kimutatásokban.



# TEAM

Hévíz Város Önkormányzata a turizmusban érdekelt helyi szereplőkkel 2011. január 1-én alapított Turisztikai Nonprofit Kft.-t azzal a céllal, hogy hatékonyabb, koncentráltabb turizmus-fejlesztést és városmarketinget tudjon végezni.

A városmarketing és PR feladatokon túl a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. feladatai közé tartozik a Hévízi Tourinform Iroda működtetése, valamint a turisztikai jelentőségű hévízi rendezvények szervezése, lebonyolítása, az éves programterv kidolgozása is.

A nonprofit kft. munkaszervezetének jelenleg 7 aktív és 1 inaktív (GYES) munkatársa van. 2022-ben elköszöntek tőlünk Csorja Krisztina és Király Nóra, Tar Vivien pedig 2023 január végig dolgozik velünk.

8380 Hévíz, Rákóczi u. 2.  
+36 83 540 132  
office@hevizmarketing.hu

## A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft tulajdonosai 2023. január 1-jén:

- Hévíz Város Önkormányzata
- Hévíz Turisztikai Egyesület
- Hévízi Szobakiadók Szövetsége
- Danubius Zrt.
- Hévinvest Spa-Golf Zrt.
- Hotel Carbona Zrt.
- Hotel Garden Kft.
- Hunguest Hotels Zrt.
- Gelencsér Dental Kft.

## Munkatársak:

**PÁLFFY** Tamás – ügyvezető igazgató

**MIKLÓS** Beatrix – munkaszervezet vezető helyettes, programszervező

**BERTA-TÓTH** Manuella – marketing manager

**BÖRÖCZNÉ-BOLLA** Krisztina – online asszisztens

**BÁTAI** Anikó – programszervező

**LANCZ** Ildikó – Tourinform Irodavezető, információs asszisztens

**NAGY** Zsófia – információs asszisztens

