



Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.

2017. I. félévi gazdálkodása

Készítette:

Horváth Orsolya, ügyvezető igazgató
2017. augusztus 9.

Tartalom

1.	Bevételi oldal.....	3
2.	Kiadási oldal	3
2.1.	Marketing célú kiadások	3
2.1.1.	Belföld	12
2.1.2.	Külföld	15
2.2	Működési költségek.....	21

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 6./2017 (II.28.) 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:

HT Np. Kft. bevételei	Terv bruttó összeg forintban	Tény bruttó összeg forintban
Tartalék 2016. évből	10 000 000	10 000 000
Önkormányzati támogatás	71 000 000	60 000 000
Szolgáltatók imázs kampány hozzájárulás	40 400 000	18 754 090
Vállalkozói bevétel	13 000 000	12 209 094
Mindösszesen	134 400 000	100 963 184

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 2017. I. félévében elvégzett marketing munka költség oldalát, az üzleti tervben meghatározott tevékenységek szerinti bontásban.

A táblázat a költségeket forintban, bruttó összegben tartalmazza.

A vastag betűtípussal kiemelt sorok részszámlák összesítését jelzik.

Célpiac	Tervezett kiadás	Tervezett vállalkozói bevétel	Tény kiadás	Tény vállalkozói bevétel
Rövid távú imázs építés célpiacai				
Belföld összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek (kb. 300.000 fő) és 60+ TB finanszírozott gyógykúrázók (kb. 200.000 fő)	29 520 996		18 886 675	7 426 696
Kampányok: 3+1 Téli Álom: január 4. - február 28.				
Prevenációs kampány: április 1. - június 10.				
Hévízi Tradicionális Kúra: szeptember 12. - november 20.				
Online - aktuális kampányhoz igazítva				
Google AdWords: search, display, remarketing, mobil hird., nyereményjátékok	2 500 000	0		
Kampány management			215 900	
Kampány management			215 900	
Hirdetési díj			1 350 000	
E-target	800 000	0		
			474 980	
Facebook játék, hirdetés, nyereményjátékok	1 000 000	0		
			204 269	
			104 023	
			399	
			81 796	
			203 960	
EÜ portálok - weborvos.hu, házipatika.hu, medicalonline.hu	500 000	0		
weborvos.hu			76 200	
videoklinika.hu			266 700	
Programajánló kiemelések - programturizmus.hu, termalonline.hu	500 000	0		
Szállás.hu			127 000	
termalfurdo.hu			74 930	
Közösségi média, fotó és videó feltöltések, fórumok	0	0		

Print	17 620 996	9 826 310		
Kiskegyed 3 alkalom			889 000	63 500
				111 125
				111 125
				111 125
				222 250
Nők Lapja 4 alkalom			1 104 900	138 113
				138 113
				552 450
			1 104 900	552 450
				138 113
			1 104 900	552 450
Turizmus Panoráma 1 alkalom				
Patika Magazin és Patika Nap 1 alkalom			1 016 000	
Blikk Nők 2 alkalom			635 000	158 750
				79 375
				79 375
Gasztro lapok - Stáhl Magazin			977 900	122 238
				122 238
				488 950
Lokális lapok - Superinfó 3 alk.			608 076	384 175
			445 770	142 240
HVG			2 673 350	61 976
				334 645
				334 645
				1 336 675
IPM			762 000	381 000
Füles (rejtvény újság)			152 400	38 100
				38 100
Gyógyhír Magazin			381 000	95 250
				95 250
Televíziós megjelenések				

ATV Hazahúzó 3 alkalom	100 000	0	87 300	87 300
TV2 Poggyász 3 alkalom + programajánlók	920 000	300 000	241 300	120 650
RTL Klub Egészségkalauz vagy TV2 Több mint testőr - 2 alkalom	450 000	0		
Időjárás szponzoráció M1 Híradó környezetben 3x2 hét	830 000	0		
			190 500	
			190 500	
Nyereményjáték főműsoridőben - TV2 Jóban, rosszban, RTL Klub Barátok közt	1 500 000	0	787 400	
Nyeremény felhasználás			10 000	
Városi TV csatornák	500 000	0		
Kapos TV			149 350	
Győr+ TV			184 912	
Szerkesztőségek folyamatos kapcsolat tartása: M1 Balatoni Nyár, Családbarát, Gasztroangyal	0	0		
Rádió megjelenések				
Vidéki rádiók - PR riport szpot kampány	500 000	0		
Friss FM			191 745	101 600
Ozone Rádió			95 250	95 250
			38 100	38 100
			95 250	
Sopron Rádió			76 200	
MR1 és MR2 szpot kampány	1 500 000	0	1 045 134	
Study tour - belföldi újságírók: Nyugat-Balatoni, MTÜ	0	0		
Turizmus Gála - Budapest	300 000	0		
Támogatói díj			241 300	
Szállás			11 181	
Tartalék év közben felmerülő kiadásokra, kórházi plakát kampány, gerilla, nyugdíjas gyakszi informátor, blogger, pontgyűjtős nyereményjáték	0	0		
Külföld				
Német piac - célcsoport: gyógyvendégek 40+ (46,7 millió fő) az 5. fő üdülési forma a gyógyászat				
PA Együttműködés: Print PR cikkek - pl. WAZ	15 750 000			
Német önálló megjelenések: Bajorország, Baden-Württemberg (Stuttgartig), Keleti tartományok	9 260 000		7 713 667	

Google AdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil	3 000 000	0		
Kampány management			100 000	
			100 000	
			100 000	
Hirdetési díj			2 071 292	
Facebook kampány, nyeremény játékkal	1 000 000			
			204 109	
			5 346	
			203 995	
			127 751	
			191 198	
PR ügynökség: hír generálás, tartalom szolgáltatás, regionális média elérése, nyeremény játékok, celeb látogatás, tv, reformáció, gerilla	5 260 000	0	2 585 363	
2016. évi 4.né. PR szolg.			1 943 750	
Study tour fogadás*	0	0		
Melléklet és rovat megjelenések p.: Bild München, Neue Post	0	0		
SPA Travel együttműködés			80 863	
Svájci piac - gyógyvendég 40+ és fogászati turizmus	3 630 000	0	171 520	
Google AdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil	1 000 000	0		
Hirdetési díj			171 520	
PR ügynökség: hír generálás, tartalom szolgáltatás, regionális média elérése, nyeremény játékok	2 630 000	0		
Study tour fogadás*	0	0		
Melléklet és rovat megjelenések p.: Annabella Magazin	0	0		
Oszták piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek - kb. 800.000 fő tervez külföldi gyógy és wellness üdülést és 50+	9 460 000		5 008 671	
Google AdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil	2 000 000	0		
Kampány management			200 000	
Kampány management			215 900	
Hirdetési díj			709 938	
PR ügynökség: hír generálás, tartalom szolgáltatás, study tour szervezés, regionális média elérése, Die Presse, Krone Zeitung, Bezirksblatt és Kurier elérése	3 410 000	0	2 575 815	
2016. évi 4.né. PR szolg.			855 250	

Sajtóreggeli cathering			421 768	
Kleine Zeitung közös megjelenés csomag ajánlatokkal	900 000	300 000		
Melléklet és rovat megjelenések p.: Wienerin, Határmenti lokális lapok	2 000 000	500 000		
Study tour fogadás*	0	0	30 000	
Ferien Messe - Bécs - Szobakiadók, Nyugat-Balaton	0	0		
Herbst Senioren Messe - Bécs - Nyugat-Balaton - összevont nagyobb stand?	50 000	0		
MTÜ-vel közös kampány és study tour	1 000 000	0		
Nyugdíjas szövetségi kapcsolatok	100 000	0		
Tartalék év közben felmerülő kiadásokra - outdoor, gerilla	0	0		
Szlovák piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos Nyugat-szlovákiai magyar nyelvű felnőttek, és 50+ - kb. 220.000 fő	5 500 000		3 146 677	1 003 021
Google AdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil	1 500 000	0		
Kampány management			200 000	
Hirdetési díj			323 850	
Facebook kampány, nyeremény játékkal	500 000			
			100 000	
E-target	600 000			
			350 000	
ITF - Pozsonyi vásár - Szobakiadók Szövetsége, Nyugat-Balaton	0	0		
Online PR cikkek - parameter.sk, sziaikomarno.sk, dunataj.sk	400 000	100 000		
Barátnő.sk			15 438	
Parameter.sk			38 675	15 748
Sziaikomarno.sk			24 696	
Print - Új Szó, Új nő, tematikus lapszámok, lokális média - cikk sorozatok	1 500 000	500 000		
Új Szó Extra			313 422	133 297
				134 799
				134 799
				67 400
			422 091	35 682
			574 522	66 458
				132 917
				35 184

Új Nő			187 380	119 295
Vasárnapi Hetilap				35 184
				70 368
Castrum Novum			33 971	21 890
Helyi TV csatornák, Pozsony TV	800 000	0		
Pozsony TV			139 032	
Nitra TV			423 600	
Szakmai napok és workshopok MTÜ Zrt. Együttműködésben	200 000	0		
Cseh piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek Prága és Brno térségében és 50+ kb. 400.000 fő	10 500 000		1 806 059	1 552 761
Google AdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil, Seznam	2 500 000	0		148 176
Kampány management			20 682	
Kampány management			124 620	
Kampány management			98 419	
Kampány management			98 838	
Hirdetési díj			1 400 000	
PR ügynökség - hír generálás	5 700 000	0		1 404 585
Study tour transzfer			63 500	
MTÜ Zrt. Együttműködés				
Szakmai workshopok szolgáltatói jelenléttel, városi stand nélkül	800 000	0		
Közös imázs kampány - online és print	1 500 000	0		
Orosz piac - MTÜ Zrt. Együttműködés imázs kampány csatlakozás - Moszkva/Szentpétervár	15 000 000		77 580	
Repülőjárat	15 000 000			
Repülőjegy (Harkov Turisztikai Konferencia és workshop)			77 580	
Hosszú távú imázs építés célpiacai				
Skandináv piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek és 60+, összesen kb. 9 millió fő	2 500 000		1 192 833	
Google AdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil	2 000 000	0		
Kampány management			215 900	
Norvég hirdetési díj			400 000	
Svéd hirdetési díj			400 000	
Norwegian fedélzeti magazin (elérés összesen 10 millió utazó)	0	0		

Svéd és norvég roadshow a nagykövetségek szervezésében helyett nagyobb rendezvényekhez becsatlakozás	500 000	200 000		
SMAL Afta éves tagdíj			176 933	
MTÜ Zrt. Együttműködés - study tour	0	0		
Kapcsolatfelvétel hazai svéd és norvég cégek központjaival együttműködésre	0	0		
Lengyelország			2 527 614	
Fordítás			130 628	
PR ügynökség			663 705	
			589 964	
			295 258	
			117 371	
Study tour fogadás			303 999	
			51 063	
			85 006	
			78 867	
			84 753	
Szállás.hu lengyel kampány			127 000	
Dél-Európa keresztény övezet, orosz, FÁK, szakmai vonal				
Románia magyar lakta területein Googel Adwords				
Egyéb kiadások	8 500 000		3 444 819	1 548 436
Kiadványok, szóró ajándékok összesen	4 330 000			
Invitatív, egészség wellness kiadványok			2 437 505	
Névjegykártyák			30 226	
Szálláskatalógus				333 883
Szórólap, plakát			131 921	
Fotózás	200 000	0		
Grafikai tervezés összesen	1 550 000	0		
			127 000	
			127 000	
			127 000	
			127 000	
			127 000	
Fordítás összesen	1 800 000	300 000		

			35 000	
			80 280	
			28 080	
			12 855	
			41 460	
Film készítés, video tartalom fejlesztés, 1 perces vallomások	0			
Hévíz.hu honlap üzemeltetése összesen	610 000	1 500 000		
Domain bérlet spaheviz.de			2 752	
Domain bérlet jezeroheviz.cz			4 200	
Domain bérlet hevizlake.com			3 000	
Webcamera bérlet			2 540	
Jutalék és hirdetés				844 763
Jutalék és hirdetés				194 530
3D virtuális túra üzemeltetése összesen	10 000	100 000		175 260
Tartalék év közben felmerülő kiadásokra			572 100	678 180
Kínai szakmai konferencia és workshop			63 500	678 180
Vízum			37 000	
Repülőjegy			433 500	
Városmarketing díj nevezés			25 400	
Városmarketing díjátadó és tréning			12 700	
Marketing költségek mindösszesen	103 945 996	13 626 310	35 104 878	12 209 094

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 2017. június 30-ig. Ahogy a megjelenések részletes bemutatásából is kiderül, többek között a PA Touristik és a külföldi PR ügynökségi akciók is maradéktalanul teljesültek, 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

Online megjelenések

Szallas.hu blog megjelenés

A Szallas.hu-val történő együttműködésünk keretében a szálláskereső portál turisztikai blogján, főoldalon jelent meg cikkünk kevésbé ismert hévízi érdekességekről. <http://blog.szallas.hu/9-erdekesseg-amit-eddig-nem-tudtal-hevizrol/>

Áprilisban a Boldog Békeidők Hévíze programsorozatot népszerűsítettük a **termalfurdo.hu** oldalán több alkalommal is. A megjelenésekből 366 átkattintás érkezett.

A Pünkösdi Vigasságok népszerűsítésére többféle megjelenésünk volt a **termalfurdo.hu** oldalán: előresorolás és kiemelés programkeresőben, hírlevél megjelenés, Facebook megjelenés. A cikknek több mint 5.500 olvasója volt.

Május 8-21. között megjelentünk rövid spottal és bannerrel a **videoklinika.hu** videóin. A kampány alatt a megjelenéseink 142.909 megtekintést értek el. Hévízi Tradicionális Kúrával kapcsolatos [PR cikk](#) jelent meg a **weborvos.hu** oldalán.

Egyre több Szállás.hu ajánlat a Hévíz.hu-n

Már 37-re nőtt azon partnereink száma, akik a szállás.hu-s összekötést választották. Ezeken a szálláshelyeken átlagosan 4-5-ször több megkeresés érkezett az átkapcsolás óta, tehát jelentősen növekedtek az összekötés után a foglalási esélyek.

Google AdWords és Etarget kampány

Az első félévben két alkalommal is indítottunk AdWords kampányt, melyek Magyarország mellett Szlovákiára is irányultak. A kampányok tél, tavasz, nyár, wellness pihenés, program és szállás fő témakörökben futottak.

A két kampány eredményei a következők: 5.516.909 megjelenésből összesen 203.570 interakció keletkezett, összesen 218 szállás.hu ajánlatkérés, és 11 szállás.hu foglalás valamint 5 direkt hévíz.hu-s foglalás érkezett a kampányból. A hagyományos kereső kampány mellett, display, remarketing, YouTube és mobil kampányok is futottak az első félév során.

A két Etarget kampányunk során 14.680.917 megjelenésből összesen 13.437 kattintás érkezett az oldalunkra.

Közösségi csatornáinkon ([Facebook](#), [Youtube](#), [Google+](#), [Twitter](#), [ilovehevizblog.hu](#)) immár több mint 64.000 főt érhetünk el napi szinten.

Facebook kampány és nyereményjáték

Az első félévben két rajongó gyűjtő kampányunk volt Facebook oldalunkon, melynek során összesen **15.789** új rajongónk lett.

Idén a rajongógyűjtés mellett **Facebook nyereményjátékot** is hirdettünk: <http://www.heviz.hu/landing/nyeremenyjatek>. A két kampány összesen 10 héten át tartott (február 28-április 7. és június 1.-július 7. között), hetente új feladványt adtunk fel és a játékosok két fotó között különbségeket kerestek meg. A megfejtést beküldők között hetente értékes tárgynyereményeket, a végén pedig fődíjat sorsoltunk ki. Az első kampányt Facebookon, Etargetben és AdWords-ön keresztül, - míg a második nyereményjátékot, az első kampány tapasztalatait felhasználva - már „csak” a Facebook-on - hirdettük meg.

Az első kampány során összesen 2.382.260 megjelenést értünk el, míg a másodikon „csak” 292.503-at. Viszont **25.289 oldalmegtekintés** a játék oldalán a második kampány során megnőtt **30.812-re, 4.638 reakcióról 6.008-ra**, a közösségi oldalon érkezett 642 hozzászólás 799-re. Az első játék során 4.405 megfejtés érkezett, a második nyereményjátékban 9.203-ra. A két kampány során összesen 2.674.763 megjelenést, 56.101 oldalmegtekintést, 2.356 megosztást és 1.441 hozzászólást értünk el. A nyereményakció nagyon sikeresnek bizonyult, a 10 hét alatt összesen **13.608 megfejtést** küldtek be a játékosok.

Április 10-én egy másik játékot is indítottunk, melynek során a játékosoknak kívánságokat kellett beküldeniük, amelyeket egy későbbi ballon avató repülés során az egekbe emeltünk, így segítve jelképesen a kívánságok megvalósulását. A 2 hét alatt 144 kívánság érkezett.

Print

Városi környezetben a partnereinkkel közös megjelenéseket 2017-es évre január elejével lekötöttük. A tavaszi kampánymegjelenések folyamatosak voltak az első félév során 11 magazinban, 14 alkalommal jelentünk meg fizetett városi PR cikkel. A **Nők Lapja** olvasói összesen 4 alkalommal 863.612 példányszámban találkoztak hévízi tippekkel, programajánlóval és a szállodák ajánlataival. Az első félévben 2 oldalas hirdetéssel jelentünk meg a **Gyógyhír** magazinban (211.199 példányszámban), a **HVG** Gyógyturizmus mellékletében (35.661 példányszámban), a **Kiskegyed** és a **Blikk Nők** magazinokban (összesen 246.111 példányszámban). Továbbá olvashattak Hévízről az **IPM**-, a **Stahl**-, és a **Füles** magazinokban, a pécsi, győri és székesfehérvári **Szuperinfóban** és a **Hévíz irodalmi folyóiratban** is. Ezen felül a **Patika Magazin Rejtvény újság** júliusi száma 70.000 példányban jelentetett meg Hévízről szóló hirdetést. A magyar olvasók az első fél évben fizetett hirdetésben összesen **1.650.839** példányszámban találkoztak Hévízzel.

Televízió

Az **M1 Híradó** a Hévíz Város Bora választásról élő bejelentkezésben tudósított március 23-án. Az ATV és Echo csatornákon futó Hazahúzó stábja forgatott városunkban négy alkalommal is. A márciusban forgatott anyag május elején került adásba, és [itt visszaneézhető](#). Április 11-én és 13-án szintén megjelentünk a Hazahúzó adásában, az Idegenvezetők világnapján forgatott riporttal. A június 28-án és 29-én vetített film [itt visszaneézhető](#). A nyár folyamán még 2 hévízi adás sugárzása várható, amelyek anyagait az elmúlt hónapokban már leforgattuk.

Az **RTL Klub** Barátok közt sorozatához kapcsolódóan nyereményjátékban jelent meg Hévíz május 1. és 5. között. Alkalmanként közel 900.000 fős nézősereghez eljuttatva a város üzenetét.

Májusban több vidéki és országos csatornán volt megjelenésünk. Országosan számos nézőt elért az **M1** időjárás támogató szpotunk. Továbbá szintén egy és két hetes intervallumban hallhatták Hévízről a **Kossuth**, **Petőfi** országos rádiók valamint a győri **Ozone Rádió**, a szombathelyi **Friss Fm** és a soproni **Nap Rádió** hallgatói. Emellett 2 hetes szpot kampány zajlott május 15-től a **Kapos Televízióban** és a **Győr+ Televízióban**.

A **TV2 Poggyász** című műsorában június 17-én jelentünk meg. Az egy héten át futó előzetesekkel és a műsorral együttesen többszázazres elérést generált a produkció.

Személyesen

Turizmus Gála

Szponzorként támogattuk a február 1-én megrendezett szakmai eseményt, melynek keretében bemutatásra került a TOP50 kiadvány. A turizmust leginkább befolyásoló 50 szakembert bemutató

kiadványban idén is helyet kapott Papp Gábor Polgármester Úr, valamint tagjaink közül Baldauf Csaba Igazgató Úr (Kolping Hotel Spa & Family Resort). Emellett a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség standján bemutatásra került a Tófürdőt madártávlatból ábrázoló méretarányos csokoládé makett, ami mágnesként vonzotta az érdeklődőket.

Sajtótájékoztató a 2016. évi eredményekről

A 2016. évi vendégforgalomról Papp Gábor Polgármester Úr és Horváth Orsolya Ügyvezető Asszony február 16-án számolt be a sajtó munkatársainak. A sajtótájékoztató és a közlemény hatására számos országos és helyi média számolt be a hévízi eredményekről. Többek között rádió riport hangzott el az MR1 Kossuth Rádióban, publikált a hírről az MTI, a [Világgazdaság](#), a [Figyelő.hu](#), a [ProfitLine.hu](#) és a régiós médiák is.

Gyémánt díjat kapott Hévíz a német PR tevékenységéért

A Magyar Marketing Szövetség 2017. évi Országos Városmarketing Díj pályázatán értékelte a fürdőváros szakmai munkáját.

A **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.** a német nyelvterületen végzett PR akcióinak bemutatásával pályázott a szakmai elismerésre. Pályázatában bemutatta a német, osztrák és svájci célpiacon végzett kommunikáció célját, célcsoportjait, a megvalósított akciókat online és offline területeken, valamint az ezáltal elért eredményeket. Külső kommunikációs megoldások és tartalom kategóriában Hévíz ezzel érdemelte ki a szakmai zsűri elismerését a „**Városmarketing gyémánt díjat**”.

Szakmai előadások

Március 17-én és 20-án Nagykanizsán szakmai kör számára ismertettük a hévízi turisztikai modellt és az együttműködési lehetőségeket. Első alkalommal a Zalai Vidékfejlesztési Műhely keretében régiófejlesztési szakemberek számára, ezt követően pedig a Magyar Fesztivál Szövetség régió roadshow-jának keretében programszervezőknek került bemutatásra a hévízi előadás.

Bács-Kiskun megyei szakmai tapasztalatcsere Hévízen

Bács-Kiskun megyei Turizmusfejlesztési és Marketing Nonprofit Kft. megkeresésére június 1-2. között szakmai előadásokat tartottunk Bács-Kiskun megyei turisztikai szakemberek részére. A 16 fős szakmai csoportban polgármesterek és turisztikai fejlesztésekért felelős vezetők vettek részt. Papp Gábor Hévíz város polgármesterének előadásával indították a kétnapos szakmai programot. Eztán ellátogattak a Tófürdőre, ahol Horváth Orsolya a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője mutatta be a város marketing tevékenységét, továbbá Dr. Mándó Zsuzsanna, orvosigazgató asszony beszélt a gyógyfürdőről és a tradicionális kúráról. A tanulmányút második napján a résztvevők Keszthelyre utaztak, ahol Pálincás Róbert a Helikon Kastélymúzeum igazgatója mutatta be a kastélyfejlesztéseket, majd Tar László a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda Nonprofit Kft. ügyvezetője beszélt a régiós kerékpáros fejlesztésekről.

Ballonavató sajtóesemény

Május 18-án 17 fő újságíró és fotós részére a Balaton Balloning Kft.-vel közösen sajtó-nyilvános ballonrepülést szerveztünk. Az esemény apropója az új „**We Like Hévíz**” feliratú Közép-Európa legnagyobb hőlégballonjának felavatása volt. A ballonavató rendezvényen részt vettek többek között, az [origo.hu](#), az ATV, a [femina.hu](#) a [blikk.hu](#), a Kiskegyed, a [balatontipp](#), a [Zalaihirlap](#), a [Hévíz TV](#), az [MTI](#), az [Új szó](#) és a [Kisalföld](#) képviselői.

Az esemény után 17 online médiában, összesen **1.055.617 olvasót** értek el a megjelenések. Nyomtatott sajtóban 3 helyen (Blikk, Új Szó, Kisalföld) összesen **139.510 példányszámban** jelentek meg képanyagok és leírások Hévízről és a ballonos repülésről. TV adásban a hirado.hu csatorna nézői már május 21-én látták a ballonrepülésről készült felvételt, az ATV felvétele pedig a nyár folyamán a Hazahúzó adásban lesz látható.

Zala megyei foglalkoztatási paktum részvétel

A „Zalai Innovatív foglalkoztatási paktum megvalósítása” című pályázat keretében turisztikai munkacsoport került életre hívásra azzal a céllal, hogy a turisztikai szakma speciális igényeit is figyelembe tudják venni a projekt megvalósítás során. A munkacsoportban Horváth Orsolya képviseli a hévízi szempontokat. A projekt keretében képzések és foglalkoztatási támogatások fognak megvalósulni.

Balaton Camino study tour

Május 25-26. között Budavári Dóra, Losonczy Judit és Scherer Anna bloggerek tettek eleget a meghívásunknak, hogy a Balaton Camino után megismerkedjenek a hévízi lehetőségekkel is. A tanulmányútból a „10 dolog” blogjukon várható megjelenés.

A **Nyugat-Baltoni Turisztikai Iroda** szervezésében belföldi **újságírói study tour** látogatott térségünkbe, melynek keretében május 26-án sajtótájékoztató keretében mutatta be Papp Gábor polgármester úr a hévízi fejlesztési terveket. A megjelenések folyamatosan várhatók.

Patika Nap, nyereleményjáték

Az idei évben is **főpartnerei** vagyunk az **Országos Patika Napnak** (XIV.), melynek kapcsán 25.000 példányban országsszerte a gyógyszertárakban nyereleményre felhívó szóróanyagot helyeztünk el. A szórólapon elhelyezett játékfelhívásunkra 169 helyes megfejtés érkezett. A nyerteseket, (akik 2 fő részére 2 éjszakás pihenést nyerhettek a Hunguest Hotel Heliosba vagy a Danubius Health Spa Resort Hévízbe) július 19-én sorsoltuk ki.

2.1.2. Külföld

Ausztia

A **bécsi Ferien Messe** turisztikai vásáron január 12-15. között a Szobakiadók Szövetségének informátorával és a Nyugat-Baltoni Turisztikai Iroda pultján mutattuk be a város kínálatát. A résztvevő kollégák pozitív visszajelzésekről, Hévíz ismertségéről és folyamatos érdeklődésről számoltak be.

Print

Ausztriában 2017 első félévében összesen **6.979.710 példányban** szólítottuk meg az osztrák célközönséget.

„Pressefühstück” Bécsben

A német-osztrák reklámügynökségünkkel kötött éves marketing tevékenységünk részeként 2017. február 15-én **36 osztrák média képviselőnek** tartottunk prezentációt a hévízi gyógyításról, valamint a 2016-os osztrák vendégszám növekedéséről.

A sajtótájékoztatót követően 848.000 példányszámban találkozhattak a **Kronen Zeitung** olvasói Hévízről szóló leírással. A **Health4you magazin** 3 oldalon 60.000 példányszámban hozta le a sajtószövegünket, az újság következő számban „Auf Kur in Hévíz” volt az újság címlapján is. Továbbá a **Salzburger Nachrichten** (84.000), a Motor Insider (30.000), **Madonna** (234.000) lapokban jelent meg Hévízről szóló leírás a sajtótájékoztató után.

Megjelenések sajtóhír generálásnak köszönhetően

A reklámügynökséggel 14 sajtószöveget készítettünk el, amelyekből folyamatosak a megjelenések. Ausztriában az első félévben Hévízről szóló leírással találkozhattak többek között a **Wienerin Magazin** olvasói (83.600), valamint a **Gesund und Fit magazin** olvasói 3 alkalommal, összesen 300.000 példányszámban. A legtöbb olvasót (1.118.250) az **Active Beauty** magazinnal értük el.

Tanulmányút utáni megjelenések

Az áprilisi tanulmányút után a **Süd-Ost Journal** 155.000 példányszámban, 2 oldalon szólt Hévíizről. Szintén a tanulmányút hatására **BZ-Bezirkszeitung** Salzburg és Innviertel környéki újságban május 10-én 185.000 példányszámban, a BZ-Bezirkszeitung Bécsi lapszámában 675.512 példányban jelent meg Hévíizről szóló leírás.

Online

Az online magazinok újságírói is továbbadták olvasóiknak a sajtótájékoztatón hallott információkat. Hévízzel találkozhattak február hónapban többek között a wellness-magazin.at, a faktum.at és az elite-magazin.com olvasói is. A tavalyi év december elején Hévízen járt Andreas Hamendinger, írását az [Enricos Reisenotizen](http://Enricos-Reisenotizen) oldalán olvashatták az érdeklődők. Az április eleji tanulmányút után folyamatosak a megjelenések. Május 10-én a Golden Age lap hírlevelében 10.000 címre küldte szét a több oldalas Hévíizről szóló leírást.

Google AdWords

AdWords kampányaink – a magyarhoz hasonlóan – német nyelvterületen is hasonló ütemezéssel zajlottak és tavasz, wellness pihenés, nyár, program és szállás fő témakörökben futottak. Németországban, Ausztriában és Svájcban a két kampány során összesen 1.466.031 megjelenés, **239.970 interakció, 150 szállás.hu-s ajánlatkérés és 14 foglalás érkezett.** A hagyományos kereső kampány mellett, display, remarketing, YouTube és mobil kampányok is futottak.

Study tour

Február végén Hévízre látogatott Barbara Hutter a **Salzburger Nachrichten** újságírója, továbbá nálunk járt a 100.000 példányszámos **Österreich Magazin** újságírója is.

Április elején 4 napon keresztül német (8 fő) és osztrák (6 fő) újságírók ismerkedtek Hévízzel. Ausztriából a Grazin, a Gesund und Fit, a Süd Ost Journal, a Die Tageszeitung és a Golden Age újságírói és fotósai vettek részt a tanulmányúton.

Németország

Print

Németországban a 2017 első félévében **19.971.738 példányszámban** találkozhattak Hévíizről szóló pozitív leírással.

Megjelenések sajtóhír generálásnak köszönhetően

A reklámügynökségünkkel elkészített sajtószövegek hírgenerálásának köszönhetően a több német magazinban találkozhattak a német olvasók Hévíizről szóló leírással. Többek között írt Hévíizről a **Genießen und Reisen** (119.000), **Mehr freunde** mellékletében az **Abendzeitung** napilap (190.000), de ugyanez a melléklet volt olvasható a Straubinger Tagblatt (120.000)-, a Landshuter Zeitung (120.000) és a TZ München (175.000) hasábjain is. A Göttinger Tageblatt napilapban (185.394), a Märkische Allgemeine Zeitungban (265.683) találkozhattak a német olvasók Hévíizről szóló leírással. A **Wochenspiegel lapcsoport** több városában, (Stuttgart, München, Passau, Köln, Saarbrücken) az első fél évben 2 alkalommal, összesen 13.428.000 példányszámban hozott le pozitív hírt Hévíizről.

Tanulmányút utáni megjelenések

Az áprilisi tanulmányút után Németországban is több helyen írtak az újságírók a személyes élményekről. 241.690 példányszámban jelent meg egy másfél oldalas leírás Hévíizről a **Schöne Welt** c. magazinban.

Június 11-i **Frankfurter Allgemeiner Zeitung** olvasói **386.700** példányszámban találkozhattak Hévíizről szóló leírással, mely szintén az április eleji tanulmányút után született. Továbbá az **Exclusive Magazin** is 360.000 példányban szólt Hévíizről.

Nyeremény felajánlásokból származó megjelenések

A **Passauer Neuer Presse** 162.433 példányszámban a május 20-i lapszámban a Kolping Hotel Spa & Family Resort Hotelt ismerte meg a PR ügynökségünk barter együttműködési lehetőségeinek köszönhetően. Szintén barter együttműködésben jelent meg a Hunguest Hotel Helios a **HNA Reisezeit** magazinban, 1.109.754 példányszámban.

Online

A [Reisen und Urlaub](#) blog februárban szintén a sajtószöveg alapján ír hévízi kúráról és a programokról.

Svájc

2017 első felében a svájci olvasók kétszer is találkoztak a **Dolce Vita-, Annabelle-, Bolero-, Cosmopolitan Magazinokban** Hévízről szóló leírással - legnagyobb példányszámban pedig a - **Si Style c. újságban** (145.682) olvashattak pozitív hírt Hévízről. Svájcban összesen **670.686** példányban jelentünk meg.

Csehország

A tavalyi PR ügynökséggel megkezdett munka tovább folytatódott 2017-ben is. Az együttműködés keretében sajtóközleményeket küldtünk ki, melynek eredményeképpen online cikk jelent meg Hévízről a [chytrazena.cz](#) és [lamourbaby.cz](#) oldalakon. Továbbá a cseh nyelven olvashattak rólunk az **Aerobic.cz** (110.000 UU), **Befresh.cz** (19.850 UU), **Zena-in.cz** (192.457 UU) oldalakon, valamint **Pestrý svět** (260.000 olvasó) magazinban.

Sajtóközlemény kiküldés és nyereményjátékkal egybekötött cikkmegjelenés is volt ebben az időszakban, valamint Facebook promóciós poszt megjelenések.

Google AdWords

Csehországban szintén újraindultak az AdWords kampányok. A két kampány eredményeként az első félévben 9.747.760 megjelenésből összesen 14 ajánlatkérést regisztráltunk. A kampányok tavasz, wellness pihenés, program és szállás fő témakörökben futottak. A hagyományos kereső kampány mellett, display, remarketing, YouTube kampányok is futottak.

Study Tour

Március első hétvégéjén járt nálunk Tereza Salte cseh blogger, aki a blogján ([teresainoslo.com](#)) és közösségi oldalain adott hírt a hévízi üdülési lehetőségekről. Áprilisban Alice Nehybová a Mámou stylové blog szerzője tette próbára szolgáltatásainkat és számolt be róla blogján és [youtube](#) csatornáján egyaránt. PR ügynökségi együttműködésünk keretében Hévízen járt továbbá a **chytrazena.cz** (485.000 UU), **Žena a život** (362.000 olvasó) magazin újságírója is.

Szlovákia

A **pozsonyi nemzetközi turisztikai vásáron**, az ITF-en január 26-29. között a Szobakiadók Szövetségének informátorával és a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda pultján mutattuk be a város kínálatát. A résztvevő kollégák intenzív érdeklődésről számoltak be.

Print

Tavaszi kampányunk során Szlovákiában 7 alkalommal összesen **190.000** példányban találkozhattak Hévízzel, szállodai ajánlatokkal és programajánlóval az olvasók. Szlovákiai célközönségünket többnyire magyar nyelven szólítottuk meg, de volt Hévízről szóló leírásunk szlovák nyelven is. Az **Új szó Extra** utazás és wellness mellékletében 4 alkalommal is megjelentünk az elmúlt félévben összesen 112.000 példányszámban. Az **Új Nő** női magazin olvasói 25.000 példányban a **Vasárnap** hetilap olvasói 37.000 példányban találkozhattak Hévízről szóló pozitív hírral és programajánlattal. A **Castrum Novum** olvasói pedig a magyar nyelvű leírás mellett szlovákul is olvashattak Hévízről, összesen 16.000 példányban.

Online, televíziós megjelenéseink - támogatói spot és nyereményjáték

Az elmúlt félév során több online pr cikk megjelenésünk a **baratno.com** és a **parameter.sk** szlovákiai magyar nyelvű oldalakon.

Időjárás és hírek szponzorációval és nyereményjátékkal egybekötve jelent meg Hévíz a **TV Bratislava** és a **TV Nitricka** helyi televíziókban.

Lengyelország

2017-ben a lengyel piacon is PR ügynökségi együttműködést indítottunk egy kinti, turizmusra specializálódott ügynökséggel. Az együttműködés keretében kommunikációs stratégia került kialakításra, elkészítettük a stratégiai tervet.

A PR együttműködés keretében tavasszal két lengyel study tour-t szerveztünk 5,- és 6 újságíró részvételével, akik a következő médiákat képviselték: Wiadomości Turystyczne, Podróże Magazine, Gazeta.pl, Zwierciadło Magazine, kobieta.pl, Avanti Magazine, avanti24.pl, Dziecko Magazine, Kuchnia Magazine, Wyokie Obcasy Extra. A túrákból a megjelenések június végén, júliusban és az ősszel várhatók. A fent említett médiák által 7,5 milliós példányos megjelenést remélünk. A study tour-on felül sajtóközlemény került kiküldésre és két Hévízzel kapcsolatos image hirdetés jelent meg a **Zwierciadło Magazine** májusi és júniusi számában.

Új nyelvvel bővült kiadványcsaládunk

A kommunikációt megkönnyítendő idéntől **lengyel nyelven is elérhető** A4-es alakú invitatív kiadványunk.

Szallas.hu együttműködés

A Szallas.hu nagyszabású lengyel nagyközönség kampányt indított a március 23-i Magyar-Lengyel **barátságnap** promótálására a <http://wegierskiprzyjaci.pl/> kampányoldalukkal a fókuszban. Ennek kapcsán főoldalon jelenik meg a Hévírről szóló blog bejegyzés, valamint a lengyel blog oldalukon is főoldalon szerepelt a **PR** cikkünk. A kampányoldalon szintén főoldalon 3 hévízi érdekesség is rotálódik, valamint a kvízzjáték egyik feladványa is a Hévízi tóhoz kapcsolódik.

A kampány lényege, hogy magyar kedvezményes szállásajánlatokra hívják fel a figyelmet Lengyelországban, részünkről pedig a cél, hogy eljussunk a potenciálisan utazást tervező közönséghez, akik számára még ismeretlen úti cél Hévíz.

Emellett a nyereményjáték egyik feladványa is Hévírről szólt, valamint a lengyel Facebook fiókban is több posztot kaptunk. A kampányoldalt **85.000 fő látogatta** az egyhónapos kampány során, a blog cikkünket pedig **7.750 fő olvasta** el. A nyereményjátékban 5.100 játékos vett részt és a felhívást közel 27.000 hírlevél olvasó kapta kézhez.

Skandináv piacok

Finn study tour

Február végén az **Apu-lehti finn magazin** fotósa és újságírója látogatott Hévízre. Philip László és Ulla-Maija Paavilainen a finn olvasóközönségnek több oldalban 360.000 példányban szeretnék bemutatni a Hévízi gyógyvíz játékon hatását.

Google AdWords

Svédországban és Norvégiában két imázs építő kampányunk is folyt az első félév során. A két országban célzott kampányokban 2.685.012 megjelenést és 72.705 interakciót generált. A hagyományos kereső kampány mellett display remarketing és youtube kampányok futottak.

USA print megjelenés

Tavaly nyáron Hévízen járt Ana Mjutic újságíró, az ő Hévírről szóló leírása az idei évben jelent meg az **Endless Vacation** c. amerikai újságban.

Olaszország print megjelenés

Tavaly augusztusban Hévízen járt Alexandra Fanelli írása május 11-én jelent meg a **BEAUTY - news magazine - Corriere della Sera** rovatában.

Szállaskatalógus kiadás

Idén újra kiadásra került szállaskatalógusunk. Az A5-ös méretben szerkesztett, aktualizált 36 oldalas kiadvány 4 szín nyomással 5.000 példányban jelent meg. Terjesztése belföldi és külföldi vásárokon, workshopokon, postai és elektronikus úton valamint Tourinform Irodákban történik.

OFF to SPAS projekt zárás

Január 31-én benyújtásra került a nemzetközi projektünk pénzügyi elszámolása, ami ténylegesen lezárja az együttműködést. Az eredeti 55.000 eurós támogatási összeghez képest 59.500 eurós támogatási végösszeggel számoltunk el, mivel a megvalósítás során egyes részprojekteket átvállaltunk a partnereinktől. Ezáltal várhatóan 4.500 euró többlettámogatással zárjuk majd az elszámolást. Bővebb információ a megvalósított projektről a www.offtospas.eu honlapon olvasható.

Nemzetközi turisztikai fórum, konferencia és workshop Ukrajnában – 2017. április 20-21.

Ukrajna második legnagyobb városában, Harkovban mutatta be a hévízi és a miskolci turisztikai egyesület a helyi turizmus menedzsment rendszerét, a desztinációk fő attrakcióit és partnereik kínálatát egy 150 fős szakmai közönségnek.

A szakmai programra Harkov 17 országból hívta meg partnereit azzal a céllal, hogy a turizmusfejlesztés aktualitásait megvitassák és további partnerkapcsolatokat építsenek ki. A 2 napos program során Hévíz több szintén is bemutatkozhatott.

- Az "Egyesületek a turizmusban. Nemzeti és régiós szint" című szekciójában szakmai prezentáció keretében mutatták be desztinációikat. Hévíz részéről Horváth Orsolya a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője ismertette a „hévízi modellt”, amely az önkormányzati, civil és vállalkozói szektor kooperációján alapul.

- Utazási irodai workshop keretében kifejezetten a beutaztató szakmát informálták az aktualításokról, mint például a júniusban várhatóan életbe lépő vízummentes beutazás lehetőségéről.

- Ukrán informátor segítségével folyamatos tájékoztatás zajlott az előadások szünetében Magyarországról.

- A Kijevi Állami Egyetem Harkovi Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskoláján turizmusföldrajz óra keretében mutatták be az egészségturizmus és az aktív, városi turizmus lehetőségeit saját térségük példáján keresztül.

Magyar oldalról az Ukrán Nagykövetség Külgazdasági Irodája kapcsolódott be a munkába, segítve a haza partnerek bemutatkozását.

Kínai konferencia és workshop

A Csungkingi Önkormányzat valamint a Magyar Külgazdasági és Külügyminisztérium meghívásából szakmai programon vett részt Horváth Orsolya Csungkingban (Kínában) 2017. május 16-18. között. A program leglényegesebb elemei a Magyar-Kínai KKV Határokon Átívelő Kereskedelmi és Befektetési Konferencia és B2B Találkozó és a **Kínai – Magyar Termál Turisztikai Együttműködési Fórum** voltak. A befektetési konferencián 74 magyar vállalkozás és közel 170 kínai vállalkozás vett részt, míg a turisztikai fórumon a magyar termál turisztikai delegáció és a konzulátus munkatársai mellett közel 300 kínai turisztikai befektető és szakember. Hévíz központi eleme volt vizuálisan is a programoknak – óriás plakátok és videók segítségével – valamint prezentációs lehetőséget is kapott a turisztikai fórumon egy 20 perces előadás formájában. A 2 nap során ígéretes tárgyalások zajlottak közös fejlesztési lehetőségekről, valamint új beutaztató irodákkal csomag kialakításáról.

Hévízi Tradicionális Kúra (HTK) újraminősítés

Azok az intézmények jogosultak a védjegy viselésére, amelynek megvan a kúrához kellő szakmai, orvosi háttere és gyógyászati infrastruktúrája (pl.: gyógyvizet medence, súlyfürdő, iszappakoló). A feltételek rendelkezésre állását kétfévente szakmai bizottság ellenőrzi. 2017. június 27-én három tapasztalt reumatológus főorvos - **Dr. Oláh András, Dr. Schwillinger Ferenc és Dr. Kurth Géza** - a Kúrát nyújtó intézményeket személyesen felkeresve ellenőrizte a HTK feltételeit.

A hévízi intézmények jól vizsgáltak, újabb két évre kapták meg a minősítés a pályázók

A Hévízi Tradicionális Kúra összesen kilenc helyszínen vehető igénybe, amelyek listája itt található:

<http://www.heviz.hu/hevizi-traditionalis-kura>

Hévíz.hu

A Hévíz.hu weboldal továbbra is minden megjelenésünk és kommunikációnk középpontjában áll. Ezért az oldalon folyamatosan tartalmi frissítések, javítások, hogy minél felhasználó-barátabbá váljon és minél több információval szolgáljunk a látogatóknak.

Néhány statisztikai adat az oldalunkról (2017. január 1. – június 30.):

- 323.375 látogató (havi átlag 53.895 fő)
- Oldalletöltés 1.029.814 alkalommal
- 2.325 ajánlatkérés és foglalás
- Látogatók átlagos tartózkodási ideje: 02:04 perc
- A látogatók átlag 3,18 oldalt nyitnak meg
- Fő korcsoportok aránya: 18-24 évesek (6,95%), 25-34 évesek (16,33%), 35-44 évesek (18,73%), 45-54 évesek (17,42%), 55-64 évesek (22,85%), 65 + (17,72%)
- A leglátogatottabbak a magyar valamint német nyelvi aloldalak
- A legnépszerűbb oldalak a Tófürdő aloldalán kívül a szállás és a programkereső aloldalak.

2.2 Működési költségek

Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. működési és karbantartási költségei	Terv bruttó összeg forintban	Tény bruttó összeg forintban
Telefon és internet költség összesen	400 000	167 238
Irodabérlet összesen, rezsi	270 000	228 727
Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás összesen	1 500 000	918 675
Postaköltség összesen	400 000	37 955
Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj) összesen	830 000	433 360
Bank költség	800 000	367 208
Béreköltség, járulékokkal 3 főre	13 000 000	6 725 211
Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások) összesen	2 500 000	98 180
Anyagköltség (nyomtatvány, tisztítószer, iroda karbantartás) összesen	300 000	75 585
Működési és karbantartási költségek összesen	20 000 000	9 052 139

A kiadások összesítése

HT Np. Kft. költségei 2017. I. félév	Terv bruttó összeg forintban	Tény bruttó összeg forintban
Működési és karbantartási költségek összesen	20 000 000	9 052 139
Marketing célú kiadások összesen	114 040 000	35 104 878
Mindösszesen	134 040 000	44 157 017