



Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.

Beszámoló a 2012. évi gazdálkodásról



Készítette: Horváth Orsolya, ügyvezető
2013. január 28.

Tartalom

| | |
|---|-----------|
| 1., A 2012. évi üzleti terv célkitűzéseinek teljesülése | 3 |
| 2., A 2012. évi üzleti tervben meghatározott marketing feladatok teljesülése | 3 |
| 2.1., Marketing akciók | 4 |
| 2.1.1. Külföldi megjelenések részletes bemutatása | 6 |
| 2.1.2. Belföldi megjelenések részletes bemutatása | 9 |
| 2.2. Kiadványok, szóró ajándékok | 13 |
| 3. Pénzügyi terv teljesülése | 14 |
| 3.1. Kiadások..... | 14 |
| 3.2. Bevételek..... | 16 |
| 4. Független könyvvizsgálói jelentés..... | 17 |

MELLÉKLETEK

- 1. sz. melléklet: Mérleg és eredménykimutatás
- 2. sz. melléklet: Kiegészítő melléklet

1., A 2012. évi üzleti terv célkitűzéseinek teljesülése

Hévíz Város Önkormányzata a turizmusban érdeket helyi szereplőkkel 2011. január 1-én alapított Turisztikai Nonprofit Kft.-t, azzal a céllal, hogy hatékonyabb, koncentráltabb turizmusfejlesztést és városmarketinget tudjon végezni. A társaságot 2011. február 2-án jegyezte be a Zala Megyei Bíróság. Tevékenységét a taggyűlés által elfogadott éves üzleti terv alapján folytatja.

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. a 3./2012 (I. 12.) számú Taggyűlési Határozatban elfogadott éves üzleti terve alapján gazdálkodott a 2012. évben. Az év folyamán az üzleti terv a 39./2012 (V.8.) számú és a 72./2012 (X.26.) számú Taggyűlési Határozatban módosításra került.

Ennek megfelelően a külföldi célpiacokon Németországban, Ausztriában, Szlovákiában, Csehországban és Oroszországban folytatott aktivitásokat, elsősorban a Magyar Turizmus Zrt. külképviseleteinek közreműködésével. Ezen területekről rendszeresen szervezett sajtó és utazási irodai study tourokat, workshopokat a hévízi szolgáltatók bevonásával, valamint online és nyomtatott sajtó megjelenéseket koordinált.

A 2012. évi üzleti tervben meghatározottak szerint a belföldi kommunikációban online, nyomtatott, televízió, rádió kampányok mellett kültéri megjelenés, PR tevékenység, közösségi marketing aktivitás, városi csomag ajánlat kidolgozása, a heviz.hu fejlesztése és működtetése kerültek megvalósításra. A városi információs anyagok kiadása és terjesztése szintén a Társaság gondozásában történt.

A marketing aktivitások mellett a Társaság aktívan együttműködve a Hévíz TDM Egyesülettel valamint a Nyuga-Baltoni Turisztikai Nonprofit Kft.-vel, segítette a turisztikai pályázatok marketing projektjeinek megvalósítását. A Hévíz-Balaton Airporttal együttműködve résztvett a hevizairport.com honlap kialakításában, valamint kezdeményezte a Hévíz-Balaton Thermal Airport Fejlesztési Klaszter megalakulását és pályázati munkáját.

A társaság a célkitűzéseit teljesítette az alább részletezett város marketing feladatok ellátásával.

2., A 2012. évi üzleti tervben meghatározott marketing feladatok teljesülése

A 2012. évi üzleti terv 3 kiemelt célcsoportot azonosít, utazási motivációk szerint:

- Életminőség-javítás a mozgásszervi megbetegedésekben szenvedők
- Komplex fizikai és mentális rekreációt keresők
- Élményorientált szabadidő fiataloknak és fiatalosoknak.

A hévízi vendégkör jellemzően nemzetiség szerint szegmentálható; az egyes népcsoportok utazási motivációi és fogyasztási szokásai jól tipizálhatók. A vendégforgalom és a turisztikai bevételek tekintetében három fő célcsoportot, a belföldi, a német nyelvterületről származó és az orosz, ukrán vendégeket érdemes kiemelni. Ők együttesen alkotják a vendégforgalom közel 90%-át. A további nemzetiségből származó vendégek gyakorlatilag

kiegészítő jellegűek, ugyanakkor egyes küldő területek értékes potenciállal rendelkeznek. A célcsoport meghatározás alapján kerültek kidolgozásra a kampányok, valamint az információs és szóróanyagok.

2.1., Marketing akciók

A következő táblázat tartalmazza az üzleti tervben meghatározott célpiacokon és csatornákon tervezett és megvalósult akciókat.

| Tervezett akciók 2012. | Időpont | Terv (Ft) | Tény 2012. 12.31. (Ft) |
|--|-------------------|-------------------|------------------------|
| Külföldi célpiacok a Magyar Turizmus Zrt.-vel együttműködve | | | |
| Osztrák megjelenések összesen | | | |
| Egészségturisztikai workshopok | tavaszi és őszi | 500 000 | 100 000 |
| Print megjelenések | tavaszi és őszi | 1 000 000 | |
| Kurier - Freizeit melléklet | márc., máj. | | 0 |
| Wellness Magazin | ápr. | | 938 000 |
| Online kampány - adwords - wellness, kerékpár, nordic, gasztró | tavaszi és őszi | 300 000 | 300 000 |
| RWR in Ungarn akció | május | 70 000 | 59 000 |
| Bécsi Ferien Messe (napidíjak) | január | 700 000 | 70 000 |
| Németországi megjelenések | | | |
| PA - akció tervek mellé | éves | 18 100 000 | |
| PA Touristik | | | 9 050 000 |
| TDM németországi mark. Akciók | | | 9 050 000 |
| Stuttgart vásár | január | 400 000 | 100 000 |
| München vásár | február | 400 000 | 100 000 |
| Roadshow | március | 100 000 | 100 000 |
| Medical Travel Conference | | 300 000 | 300 000 |
| Gäste Zeitung megjelenés | | 71 200 | 71 200 |
| Online - adwords - Intren Kft. | február | 1 270 000 | 1 270 000 |
| Szlovák és cseh piac | | | |
| Workshopok, Pozsonyi vásár | tavaszi és őszi | 580 000 | 10 000 |
| Study tour júni 22-24 | június | 100 000 | 0 |
| Miss Princess (cseh szépségkirálynők) Hévízen júli 4. | július | 270 000 | 270 000 |
| Nyomtatott és online megjelenéssel | áprilistól | 1 500 000 | |
| www.parameter.sk | április | | 310 000 |
| www.bumm.sk | április | | |
| www.ujszo.com | április | | |
| Oscar magazin | április | | 178 800 |
| Új Nő Magazin (barter megáll.) | április | | 200 000 |
| Oroszországi és ukrán megjelenések összesen | | | |
| Adwords | július | 260 000 | 270 000 |
| MT Zrt. Együttműködés | folyamatos | 0 | 0 |
| Filmfesztivál nevezés - orosz és ukrán | | | 0 |
| Románia - online és vásár | február - március | 500 000 | |
| TTR Bukarest (pult, repjegy,apidíj,transzfer) | március | | 408 000 |
| Arab - Arab tájékoztató előadás Hévízen | február | 0 | 0 |
| Svéd és norvég | január | 300 000 | |
| Fordítási díj a hévíz.hu-hoz | | | 290 322 |
| Új légi desztinációk kampánya | | 0 | 0 |
| Repülőter landing page kialakítás | április | 0 | 0 |
| Shanghai roadshow képviselő | március | 206 000 | 206 000 |
| Külföld összesen | | 26 927 200 | 23 651 322 |

| | | | |
|---|------------------------|-----------|------------------------|
| Belföldi akciók | | | |
| MT Zrt. Együttműködés - TDM pályázatból | folyamatos | 1 000 000 | 0 |
| 1+1 akció: Metropol melléklet behúzás | | | 0 |
| Online: Velvet.hu, Dívány.hu, Index.hu aloldal | | | 0 |
| Wellness és bor kiadvány | márc. | | 53 300 |
| Online megjelenések | | | |
| Hévíz.hu - Új design, 10 nyelv | folyamatos | 0 | 0 |
| Adwords kampány, program adwords - TDM pályázatból | folyamatos | 2 400 000 | 0 |
| Facebook kampány - recept alkalmazás | április | 0 | 0 |
| Tematikus aloldalak női oldalakon | folyamatos | 2 500 000 | |
| donna.hu | 6 hó tavasz-ősz | | 1 524 000 |
| nlcafe.hu | márc. | | 2 640 990 |
| ízekésérzések.hu | márc, dec. | | 355 600 |
| Programajánló, szállásközvetítő, női lapokon banner kampány | | 1 100 000 | |
| Iránymagyarország 5 alk. | folyamatos | | 495 000 |
| Vendegvaro.hu 5 alk. | folyamatos | | 508 000 |
| Alon.hu éves ajánló | folyamatos | | 50 000 |
| E-target kampány | márciustól | 600 000 | 600 000 |
| Egészség témájú portál megjelenések (pl.: napidoki, 50+) | | 1 000 000 | |
| ötvenentúl.hu | május, szept., nov. | | 635 000 |
| egyészség.lap.hu | éves | | Sanoma keret szerz. |
| Szervezési költség | éves | | 480 000 |
| Nyomtatott sajtó | | | |
| Közös megjelenések: Itthon otthon van, egészség és női magazinok | folyamatos | 2 000 000 | |
| Itthon otthon 5 alk. | folyamatos | | 762 000 |
| Magyar Nemzet | február | | 127 000 |
| Mood Magazin | február | | 32 000 |
| Kiskegyed | márc., okt. | | 1 905 000 |
| Hölgyvilág | ápr., nov. | | 762 000 |
| Élmény itthon | júni, dec. | | 1 051 560 |
| Bulletin | május | | 254 000 |
| Világjáró Magazin – prog. Ajánló Béke | május | | 0 |
| Éva Magazin | október | | 889 000 |
| Shape | június | | 0 |
| Nők Lapja | október | | 0 |
| Közös megjelenések: Behúzás női lapokba | évi 2 alk | 1 100 000 | |
| Nők Lapja Évszakok - tavasz | március | | 1 642 872 |
| Marie Claire | április | | 2 029 460 |
| Televíziós megjelenések | | | |
| Turisztikai műsorok (M1: Balatoni Nyár, RTL Klub: Törzsutas, TV2: Kalandjárat, HírTV: Értékmentés másként, ATV: Hazai Turizmus) | folyamatos | 100 000 | 381 000 |
| Csak Csajok RTL - vendégvárós progik kiemelése | ápr. | | 0 |
| Élmény itthon programajánló magazin | ápr. | | 0 |
| Ízörzők - Duna TV | július | | 0 |
| Hír TV - Bruttó | június | | 0 |
| m1 - Balatoni Nyár | július, augusztus | | 0 |
| RTL Klub - Törzsutas | október | | 381 000 |
| Kitelepülés Hévízre - TV2 Mokka, bejelentkezés | április | 2 300 000 | 2 250 000 |
| Étkezés | | | 9 690 |
| Spot kampány | tavasz és ősz | 7 620 000 | |

| | | | |
|--|-----------------|-------------------|-------------------|
| MTV 1-2 Ma reggel szpot, Híradó este Időjárás, magazinok | márc. és okt. | | 4 820 000 |
| Nyugat-Rádió kitelepülés | április, június | | 20 000 |
| Közösségi média, fotó és videó feltöltések (külf.-i facebook kampány) | folyamatos | 0 | 0 |
| Study tour - ápr. 12-14 (MÚOSZ), máj. 18-20. (RMI), máj. (PA) | folyamatos | 500 000 | 310 000 |
| PR ügynökség - Békeidők PR, Nyugat rádió kitelepülés, Legnépszerűbb magyar város, Szentpéteri Csilla | április | 2 000 000 | 126 500 |
| UTAZÁS 2012 | március | 4 000 000 | |
| Járulékos költségek | március | | 95 000 |
| Főszezon kiállítás - Budapest | szeptember | | 480 000 |
| Térségi TDM együttműködés | folyamatos | 635 000 | 806 000 |
| Belföld összesen | | 28 855 000 | 26 475 972 |
| Külföld - belföld összesen | | 55 782 200 | 40 127 294 |
| Tartalék | | 1 000 000 | |
| Audio Guide | | | 152 400 |
| Voucheres nyertesek | | | 192 000 |
| Utánfutó grafikázás | | | 50 000 |
| Marketing akciók költsége mindösszesen | | 56 782 200 | 50 521 694 |

A táblázat a költségeket forintban, bruttó összeggel tartalmazza.

A fentiekből látszik, hogy az üzleti terv végrehajtása a tervezetteknek megfelelően alakul. Az üzleti tervben meghatározott marketing feladatok maradéktalanul megvalósításra kerültek, a tervezettnél alacsonyabb összköltséggel. A kiadásokat csökkentették a helyi és térségi TDM pályázatok által finanszírozott megjelenések, valamint a megjelenésekhez kapcsolódó vállalkozási bevételek.

2.1.1. Külföldi megjelenések részletes bemutatása

Ausztria

Ferien Messe – Bécs (2012. január 12-15.)

Több mint 70 ország 750 kiállítójának társaságában vett részt a Hévíz Közép-Európa legnagyobb szabadidős és utazási vásárán, a bécsi FERIEN Messe -én. A négynapos, rangos turisztikai seregszemlén a Magyar Turizmus Zrt. standján 18 hazai társkiállítóval, „Magyarország az egészség forrása” koncepció jegyében kialakított 100 m2-es nemzeti standján keresztül prezentálta a térség gazdag turisztikai- és kulturális kínálatát. A fókuszban az egészségturizmushoz köthető turisztikai ajánlatok és szolgáltatások, valamint a 2012-es év kiemelt rendezvényeinek népszerűsítése áll.

„Badeerlebnisse am West-Balaton” – Nagyközönségi információs nap Bécsben (2012. március 28.)

A rendezvény célja a bécsi utazó közönség megszólítása volt, eljutva ezáltal a végfogyasztóhoz azzal az üzenettel, hogy a Hévíz és a Nyugat-Balaton térsége változatos nyári és tavaszi/őszi élményeket kínáló desztináció. Ennek a megvalósítása érdekében helyi élményeket mutattunk be a szolgáltatók bevonásával, sport, szépség, gyógyászat és gasztronómia területéről. A workshop résztvevői aktív érdeklődést mutattak a térség iránt és keresték az aktuális szállás és program ajánlókat.

Print megjelenések

Városi PR cikkel kiegészített szolgáltatói hirdetések jelentek meg 2 alkalommal a Kurier szabadidős mellékletében, a Freizeit-ban. A lap a legnagyobb napilap-magazin a német nyelvterületen. A KURIER-Freizeit magazin a 7,6 %-os elterjedésével és 527.000 női olvasójával jó csatorna ahhoz, hogy eljussunk a felsőbb körhöz tartozó olvasóközönséghez.

Áprilisban egy alkalommal jelent meg a város a Wellness Magazinban PR cikkel. A magazin Ausztria legolvasottabb wellness lapja, 110.000 példányszámban jelenik meg.

Online területen célzott adwords kampányt folytattunk Ausztriában, egészség, wellness és túrázás témakörökben. A kampány célja a szállásfoglalások növelése volt.

Együttműködve a Magyar Turizmus Zrt. külképviseletével, csatlakoztunk a „Rot-Weiß-Rot in Ungarn” kezdeményezéshez, melynek keretében egyedi ajándékokkal vártuk a csomagra foglalo vendégeket.

Németország

A Nyugat-Balatoni Turisztikai Irodával együttműködve a Stuttgart-i és Müncheni turisztikai vásárokon mutattuk be év elején a város aktuális kínálatát. A vásárokon a városi szállaskatalógus mellett a Szobakiadók Szövetségének szállaskatalógusát, valamint az invitatív kiadványokat terjesztettük.

A Medical Travel Konferencián április 25-27 között Berlinben a szakmai közönségnek kerültek bemutatásra a város gyógyászati lehetőségei. A konferenciára külön ismertető készült azokról a szálláshelyekről, amelyeknél szakorvos és kúrázási lehetőség rendelkezésre áll.

Önálló adwords kampány keretében irányítottuk a német utazóközönség figyelmét a város egészségturisztikai kínálatára a tavaszi időszakban. Cél az év eleji foglalások növelése volt, kifejezetten gyógyászati és termál turisztikai kulcsszókészlettel.

A Magyar Turizmus Zrt. és a PA Touristik együttműködés keretében résztvettünk a Westungarische Bäderstraße projektben.

A projektben megvalósult tevékenységek:

- Nyugat-Magyarország, mint gyógy- és wellness desztináció bemutatása az egész éves marketing tevékenység során, melynek célja, hogy felhívja a figyelmet az egészségtudatos életmód kialakítására, a prevencióra és a gyógyvízzel történő kezelések hatékonyságára.
- Attraktív utazási lehetőség további kiépítése - különös tekintettel a heti rendszeres charter repülőgép járatokra, valamint a Németország egészére kiterjedő buszos utazásra.
- Aktív részvétel egy átfogó, közös szemléletformáló projekt. A projekt célja, hogy a résztvevő szolgáltatóknak hatékony marketing- és értékesítési csatornákat ajánljon, és ezeket megvalósítsa,
- Minőségi tanulmányút szervezésének megvalósítása, melyben a preventív és gyógyászati kezelések kerülnek bemutatásra
- DM – és egyéb kommunikációs akciók a gyógyvízzel történő gyógyítás népszerűsítése
- Prevenció és egészségturisztikai információs rendezvények, szakmai workshopok, szakmai szervezetek bevonásával (pl.: Rheumaliga, VDK).

- A kínálat bemutatása a www.mein-weg-nach-ungarn.de honlapon
- A telefonos ügyfélszolgálat rendelkezésre állása utazási lehetőségek és gyógyászati információk kapcsán a www.mein-weg-nach-ungarn.de honlapon.

A projekt számszerűsíthető eredményei a PA Touristik Nyugat-Magyarországra irányuló vendégforgalmában:

- közel 70.000 vendégéjszaka
- 2 év alatt 55%-os növekedés a vendégéjszakák tekintetében
- 2 év alatt 40%-os légi kapacitásbővítés a Hévíz-Balaton Airporton

Szlovák megjelenések

A tavalyi sikeres kampány után és a növekvő számú szlovák nemzetiségű vendégek érdeklődésének fokozása miatt, 2012. tavaszán magyar-szlovák nyelven kampányt indítottunk. Online és print megjelenésekkel igyekeztünk minél több olvasóhoz eljutni.

Megjelenések áprilisban és májusban: www.parameter.sk, www.bumm.sk, www.ujso.com

Az online felületeken városi pr cikk, link és banner megjelenésekkel volt jelen Hévíz.

Print

Oscar magazin megjelenés duplaoldalon májusban.

A lap szlovák nyelven jelenik meg, kifejezetten egészségügyi, orvosi, egészséges életmód témában. Terjesztése magánkórházakban, szakorvosi és bioboltokban, rendelőkben, gyógyszerárakban történik. Példányszáma 55.000 db.

Új Nő magazinban egész oldalas városi PR cikk, melyben a tavaszi és nyári kínálatra hívtuk fel az olvasók figyelmét.

Prémium Balaton nap Pozsonyban - 2012. április 3.

A rendezvény célja, hogy a turisztikai szakma, valamint a szlovák média munkatársai számára bemutassa a Balaton, ezen belül is a Nyugat-Balaton és Hévíz attrakcióit és szolgáltatóit.

A térséget bemutató előadásokat követően szekció termekben tematikus élményekben is részesültek a résztvevők, ezáltal aktívabbá téve az kínálat bemutatását. A Balaton parti nyár mellett a wellness és a gasztronómiai különlegességek kerültek bemutatásra Hévíz részéről.

Mivel a szlovák utazóközönség döntően a nyári hónapokban látogat a Balaton térségében, ezért az április elei bemutatás nagyban hozzájárult a nyári forgalom élénküléséhez. A szolgáltatók közül többen új utazási irodai kapcsolatokat tudtak kiépíteni a workshop hatására, így a rendezvény szakmailag sikeresnek bizonyult.

Június 22-24 között szlovák és cseh újságírókból álló csoport érkezett Hévízre és a térségbe. Az újságírókkal a város egészségközpontú, de aktív attrakcióit ismertettük. A tófürdőn való feltöltődés és izsappakolás után kötélpálya, kerékpározás, kenu túra következett a térségben, de megköstölhatták a város borát, valamint a helyi termelői piac friss áruit is.

A Miss Princess szépségverseny cseh és magyar összevont döntőjének résztvevői látogattak Hévízre július 4-én. A résztvevők programjából video összeállítás készült, melyet a csehországi döntőn is levetítettek a nemzetközi közönség előtt, valamint megjelenésüket médiafigyelem kísérte belföldön és Csehországban egyaránt. Látogatásukkal a hévízi tóra és a város wellness és gasztronómiai kínálatára hívtuk fel a figyelmet.

2.1.2. Belföldi megjelenések részletes bemutatása

Online megjelenések

Az év elejét 1 hónapos Adwords kampánnyal indítottuk, mely a www.heviz.hu oldal német és magyar nyelvű részére irányult, célja az volt, hogy meghatározott kulcsszavak segítségével több látogatót irányítsunk a weboldalra, ezáltal növeljük az ajánlatkérések és foglalások számát a honlapon keresztül. A magyar oldalra irányuló kampány április 16-án indult újra és július közepéig futott, melyet még E-target kampánnyal támogatunk. A belföldi adwords kampányunk az őszi és téli időszakban indult újra, ekkor már a 3+1 Téli Álom Hévízen városi csomagra fókuszálva. A keresési kulcsszavak összeállításánál kiemelt figyelmet fordítottunk a szobakiadók kínálatára.

Több partnerünkkel karöltve magas olvasottságú weboldalakon indítottunk Hévíz tematikájú aloldalakat. Ezek: az nlcafe.hu, az izekeserzesek.hu, a donna.hu és az otvenentul.hu. Az aloldalakon hirdető partnerek kedvezményesen szerepelhettek PR anyaggal, képes, linkes kiemelésekkel, nyereményjátékokkal, banner megjelenésekkel. Továbbá rengeteg hévízi témával foglalkozó szöveges és képi anyag került fel: pl. tavasz Hévízen, gyógyászati lehetőségek, wellness tanácsok, túrázás, látnivalók, programajánlat. Az nlcafe.hu-n a hévízi aloldalt, a 2 hetes kampány alatt közel 17.000 fő látogatta, a főoldali PR cikk kiemeléseknek köszönhetően viszont milliós nagyságrendű elérést generált. A donna.hu-n a 6 hónapos kampány során közel 650.000 látogatója volt a hévízi aloldalnak. A főoldali kiemelésekkel együtt ebben az esetben is több milliós elérést generált a megjelenés. A kampányok direkt átlinkeléseket is eredményeztek, így nagyban hozzájárultak a hévíz.hu forgalmának a növeléséhez is.

A Magyar Turizmus Zrt. 1+1 kampányának keretében a 3+1 Téli Álom Hévízen csomag ajánlója megjelent az index.hu aloldalain, valamint a travelo.hu, a velvet.hu és a dívány.hu oldalakon, melyek szintén magas olvasottsággal bírnak a belföldi célcsoportjaink körében.

Online programajánlók

A város programjait több csatornán keresztül is eljuttatjuk a nagyközönséghez. Legfőképpen online igyekszünk minél szélesebb kör számára hozzáférhetővé tenni azokat. Nagyképes és link kiemelésekkel szerepelünk a vendegvaro.hu és az iranymagyarország.hu főoldalain, ahol kiemelésekre kattintás után elérhetők a programok részletes leírásai. Az idei évben öt többnapos nagyrendezvénnel jelenünk meg mindkét oldalon (pl. a Hungarikum és a Boldog Békeidők fesztivál). Kihasználva az ingyenes megjelenéseket folyamatosan közzé tesszük a programokat az est.hu, port.hu, day.hu, hetiprogramok.hu, west-balaton.hu, mindigbalaton.hu, itthon.hu oldalakon is.

A www.heviz.hu az indulás óta sok fejlődésen ment át. Az oldal idén március elejére új külalakot kapott, melyen a megszokott keresők (szállások, éttermek, szolgáltatók) mellett több kiemelt hirdetési felület is kialakításra került partnereink számára. Ezzel párhuzamosan

az oldalon való kiemelések árait csökkentettük. Egész évben lehetőség van kiemelt hirdetési felületek lekötésére, melyeket beérkezési sorrendben és a szabad helyek függvényében igazolunk vissza. A kiemelések kedveltek a szobakiadók és a szállodák körében is, azonban összességében a szobakiadóknál gyakoribb. A folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően a weboldal immár 10 nyelven elérhető, a magyar, angol, német, orosz mellett idén svéd, norvég, cseh, kínai, olasz és francia nyelven is található információ az érdeklődők.

A weboldal „gyógyászati”, egészséggel foglalkozó arcát erősítendő indítottuk el orvos válaszol rovatunkat, melynek cikkei a hírek és a külön erre a célra létrehozott menüben is olvashatók. Egység.lap.hu oldalon pedig egész évben szerepel bannerünk.

A városi honlapon folyamatosan dolgozunk, hogy minél inkább igazodjon a vendégek és a szolgáltatók igényeihez.

Ennek kapcsán júniusban új „Okostérkép” funkcióval bővült, ami egy kattintással megmutatja az érdeklődőknek, hogy a kiválasztott étterem, vagy szállás közelében milyen látnivalók és egyéb szolgáltatók találhatók. Ezáltal megkönnyíti a tájékozódást és a választást a vendégnek.

Ősszel szálláshely értékelő funkcióval bővült, melynek keretében a vendégek értékelhetik a szálláshelyeket az üdülésük után, megírhatják tapasztalataikat. Ez a funkció szintén megkönnyíti a vendégek szállás választását. Az értékelés moderálható, így csak kulturált vélemények jelenhetnek meg a honlapon.

Folyamatban van a feltöltő rendszer bővítése a csomagok szezon beállításánál, valamint a webkamera programja is fejlesztésre került, így már minden böngészőben látható a tófürdő aktuális képe.

A hévíz.hu eredményei a 2012. évben

Egész évre nézve 335.228 látogatót vonzott a honlap (havi átlag 27.900 látogatót), akik összesen 1.633.000 aloldalt néztek meg a portálon. Átlagosan közel 5 oldalt látogatott meg egy olvasó, és közel 4 percet töltött el a honlapon.

A leglátogatottabb aloldalak voltak: programok, szállások és a hévízi tó aloldal.

| | |
|--|---------------|
| A honlapon lévő szálláshelyek száma | 122 db |
| ebből magánszálláshely | 103 db |
| ebből kereskedelmi szálláshely | 19 db |
| Szolgáltatók száma | 22 db |
| Éttermek száma | 15 db |

| Foglalások és ajánlatkérések | Db | Értéke Ft-ban |
|---|------------|----------------------|
| Összes lekérés | 1410 | 78 944 154 |
| ebből ajánlatkérés | 1170 | 66 246 479 |
| ebből foglalás | 240 | 12 697 675 |
| Összesből megvalósult jutalékos foglalás | 174 | 11 942 777 |
| ebből magánszálláshelyeken | 81 | |
| ebből kereskedelmi szálláshelyeken | 93 | |

Fontos megjegyezni, hogy a megvalósulást csak a jutalékos elszámolásban lévő szálláshelyeknél követi a rendszer. Az fix éves díjjal megjelenő szállásoknál csak az

ajánlatkérésig történik a kommunikáció a honlapon, ezt követően már közvetlenül egyeztet a vendég a szálláshellyel, így ezekben az esetekben a foglalás bár a hévíz.hu-ról indult, de már nem ott fejeződik be, így a fenti statisztikában ezt nem tudjuk bemutatni. Átlagosan az online szállásfoglalási portálokon az ajánlatkérések 10%-ából lesz végleges foglalás, ami a hévíz.hu esetében kedvezőbben alakult. Az összes lekérés 17%-a valósult meg foglalásként, ami mutatja, hogy a szállásfoglalási rendszerben végrehajtott fejlesztések eredményesek voltak.

Közösségi médiában is egyre erősebben vagyunk jelen. Facebook fiókjaink rajongóinak száma együttesen már több mint 9000 fő. Naponta jelentkezünk aktualitásokkal, érdekességekkel. Húsvét előtt pedig elindítottuk első alkalmazásunkat „Egészség kvíz” elnevezéssel. A kvíz kitöltése után az adott válaszok alapján az alkalmazás egy „hévízi kúra” javaslatot állít össze, melyet a rendszer e-mailben is kiküld a kitöltő számára. Ez alapján akár egy valódi kúrára is el tud jönni a városba.

Print megjelenések

Nyomtatott megjelenéseinkben az előző évek bevált módszerét vittünk tovább. Városi PR megjelenéseink mellett partnereink számára is biztosítottuk a direkt hirdetéssel való kedvezményes megjelenést. A Mood magazin, Magyar Nemzet, Itthon Otthon van magazin, Nők Lapja, Kiskegyed és Hölgyvilág, Éva, Élmény Itthon magazinok mind nagy példányszámú magas olvasottságú havilapok, ahol az említett megjelenési formát alkalmaztuk.

Külön említést érdemel a Nők Lapja Évszakok tavaszi számában megjelent hévízi anyag: a gerincberagasztott megjelenési formához a Szobakiadók Szövetsége mellett több szállodai partner is csatlakozott, és a megjelenés hatékonyságát nyereményjátékkal is növeltük. Ennek keretében, aki június 3-ig az akcióban résztvevő szálláshelyeken üdül, ott üdülési csekkel, vagy Szép kártyával fizet, és hazautazás előtt kitölt egy nyereménykupont a recepción, nyerhet még egy hévízi wellness hétvégét.

Turisztikai lapokban is rendszeresen jelent meg a város, így a júniusi és decemberi Élmény Itthon magazinban, 5 alkalommal az Itthon otthon van magazinban és 2 alkalommal a Turizmus Panorámában.

Hévíz melléklet került behúzásra a Metropol Magazin Somogy, Vas és Veszprém megyei számaiba, összesen 30.000 példányban. A kifejezetten erre az alkalomra készült kiadvány a városi PR tartalmak mellett őszi és téli ajánlatokat tartalmazott, kiemelve a 3+1 Téli Álom Hévízen csomagot.

Összességében a fenti lapokkal több milliós olvasottságot ért el a hévízi üzenet, kifejezetten olyan olvasók körében, akik üdülési ajánlatokat és helyszíneket keresnek.

Újságírói study tourok

Április 12-14 között a Magyar Újságírók Országos Szövetségének tagjai látogattak Hévízre. A tanulmányút célja kifejezetten az volt, hogy a magánházak vendégeinek szemszögéből ismerjék meg a várost és a szolgáltatásokat, majd ezekről az élményeikről számoljanak be.

Programjukban orvosnagyköveti ismertető, tófürdő látogatás, túrázás, kerékpározás és koncert szerepeltek. A szervezésben a Hévízi Szobakiadók Szövetségével szorosan együttműködött a Turisztikai Kft. A szobakiadónál szerzett élményekről már több országos online hírportál beszámolt, pl.: nol.hu, euroastra.hu, hirhatár.hu, valamint nyomtatásban is megjelentek a hévízi cikkek a pl.: a Szabadság, a Népszabadság, az Orvosok című lapokban.

Május 19-én a Balatoni RMI szervezésében belföldi újságíró csoport érkezett Hévízre. A turisztikai és női lapokat képviselő újságíróknak a térségi kerékpáros fejlesztések mellett a Római kori romkert került bemutatásra. A Tourinform Irodában részletesen ismertettük az új Hévíz Card + kedvezményeit, valamint a város nyári program kínálatát. A study tour során rádió riportok készült Hévízről az Info Rádiónak, a NEO FM-nek, valamint azóta több cikk megjelent, pl. az Élmény Itthon magazinban, a Világgazdaságban, a Turista Magazinban és az itthonotthonvan.hu honlapon.

Május 31-től 2 napon keresztül a PA Touristik együttműködés keretében német újságíró csoport ismerkedett Hévíz és a térség egészségturisztikai kínálatával. A résztvevők részletes tájékoztatást kaptak a komplex hévízi kúráról, a fogászati kezelésekről, valamint megismerték a kirándulási és kulturális kínálatunkat. A résztvevők között olyan nagy olvasottságú lapok újságírói is voltak, mint pl. a Bild am Sonntag (1,6 millió olvasóval) és a gesundheit.com (1,9 millió olvasóval).

Szentpéteri Csilla szeptemberben töltött el a meghívásunkra 3 napot Hévízen. Élményeiről fotó beszámoló készült, ami többek között a Hölgyvilágban, a Shape-ben és a wellnesscafe.hu-n jelent meg.

Rádiós kitelepülés

Szombathely környékén nagy hallgatottsági mutatókkal rendelkező Nyugat-Rádió áprilisban és júniusban is 2 -2 napos élő adást közvetített Hévízről. A Nyugat-Balatoni térségi pályázat finanszírozásában megvalósuló kitelepülésnek mindkét alkalommal remek visszhangja volt a hallgatók körében. Az adásokban a város változatos turisztikai kínálatát, valamint szolgáltatóit mutattuk be, nyereséjével színesítve.

Televíziós megjelenések

Az év elején több televízió csatornával is együttműködési megállapodást kötöttünk. Március 19-től több héten át tartó időjárás szponzoráció futott az m1 és m2 csatornákon. Ennek keretében – mint bűjtött reklám- minden időjárás jelentés alkalmával megjelenik, hogy milyen hőmérsékletű a hévízi tó. Az időjárás szponzoráció mellett 20 mp-es reklám szpottal is megjelenünk a közszolgálati adókon.

Április 16. és 20. között reggelente a TV2 Mokka című műsora jelentkezett be naponta több alkalommal élőben a Tófürdő partjáról.

A vendevaro.hu oldallal kötött megállapodásunkhoz kötődően pedig az RTL Klub Csak Csajok című reggeli műsorában ajánlották a hévízi fesztiválokat.

Az MTV1-es csatornán június közepétől szeptember 2-ig futó Balatoni Nyár című műsor rendszeres témája Hévíz és a hévízi rendezvények. Ismert művészek segítségével ajánljuk a

várost és a nívós rendezvényeket, így például a Monodrámá Napokat Koncz Gábor ajánlotta a nézők figyelmébe.

A város gasztronómiai értékeit a Duna TV „Ízörzők” című műsorában mutattuk be, ami augusztus elején kerül adásba, majd októberben ismételték.

Októberben az RTL Klub Törzsutas műsorában szerepeltek a város turisztikai értékei, valamint egy héten keresztül a hozzá kapcsolódó beharangozó szpotokban, napi 5 alkalommal.

2.2. Kiadványok, szóró ajándékok

| Marketing célú állandó kiadások | Terv (Ft) | Tény 2012. 12. 31. (Ft) |
|--|-------------------|-------------------------|
| Prospektus utánnyomás összesen | 6 000 000 | |
| Invitatív kiadvány | | 5 097 755 |
| Raktározás | | 115 000 |
| Szállás prospektus 10000 db | | 569 005 |
| Csomag ajánlat katalógus 2000 db | | 158 496 |
| Nyugat-Balaton térségi eseménynaptár | 100 000 | 280 000 |
| Grafikai tervezés éves díja | 900 000 | 914 400 |
| Óriástábla bérlet éves díja | 2 865 000 | 2 131 600 |
| Hévíz bor | 40 000 | 23 040 |
| Szóró ajándékok, táska, toll | 500 000 | |
| Táska | | 193 000 |
| Post it | | 43 000 |
| Toll | | 133 350 |
| Iszap boks | | 18 415 |
| Méz+paprika csomag | | 55 600 |
| Szórólap | | 58 720 |
| Helyi kommunikáció | 500 000 | |
| Hévíz TV | | 320 500 |
| Program fordítás | | 232 500 |
| Állandó marketing kiadások összesen | 10 905 000 | 10 344 381 |

A fenti összegek bruttó és forintban értendők.

Az invitatív kiadványok a vásárokon, workshopokon, a Tourinform Irodában, valamint tagjaink által kerültek terjesztésre. A városi invitatív kiadvány 7 nyelven érhető el, míg az egészség és wellness kiadvány 4 nyelven áll a vendégek rendelkezésére.

Az invitatív kiadvány az év végén frissítésre került, így a 2013-as évben már aktualizált képi és szöveges tartalommal fog megjelenni.

A kiadványokat ingyenesen biztosítjuk a vendégeknek és a TDM Egyesület tagjainak a rendelkezésére.

Szálláskatalógusok újraserkesztése

A hévízi szállásokat 2 tematikus kiadványban mutatjuk be a vendégek felé. A „Csomag ajánlat” katalógus, ami az aktuális szezonra szóló konkrét ajánlatokat tartalmazza újranyomásra került a tavaszi és őszi időszakban. A „Szálláskatalógus”, ami általános szállásbemutatókat tartalmaz, szintén frissítésre került az év 2. felében. A katalógusok turisztikai vásárokon, workshopokon és a Tourinform irodákon keresztül jutnak el az érdeklődőkhöz.

3. Pénzügyi terv teljesülése

3.1. Kiadások

| HT Np. Kft. tervezett kiadásai 2012. | Terv bruttó összeg Ft-ban | Tény 2012. 12. 31. bruttó összeg Ft-ban |
|--|---------------------------|---|
| Működési költségek | | |
| Telefon- és internet ktg., iroda bérlet | 300 000 | 352 000 |
| Könyvviteli szolgáltatás | 500 000 | 597 800 |
| Könyvvizsgálat díja | 450 000 | 457 200 |
| Postaköltség | 150 000 | 43 000 |
| Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj) | 350 000 | 268 000 |
| Bank ktg. | 150 000 | 268 000 |
| Béreköltség, járulékokkal 2 főre | 7 700 000 | 6 800 500 |
| Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások) | 1 000 000 | 2 688 000 |
| Anyagköltség (nyomtatvány, tisztítószer) | 300 000 | 245 000 |
| Iroda karbantartása | 400 000 | 267 000 |
| Működési költségek összesen | 11 300 000 | 11 986 500 |

A kiadások összesítése – bruttó összegek forintban



megadva

Hévíz Turisztikai Nonprofit Kft.



**Hévízi Turisztikai
Nonprofit Kft.**

8380 Hévíz, Rákóczi u. 2.

Adószám: 23141823-2-20

Szlasz.: 10400975-50526580-85751003

Hévíz Turisztikai Nonprofit Kft.

Hévíz Turisztikai Nonprofit Kft.



**Hévízi Turisztikai
Nonprofit Kft.**

8380 Hévíz, Rákóczi u. 2.

Adószám: 23141823-2-20

Szlasz.: 10400975-50526580-85751003

| Költség csoport | Terv | Kiadási terv pályázati forrásokkal csökkentve | Tény 2012. 12. 31. |
|----------------------------------|-------------------|--|--------------------|
| Marketing akció és fix együtt | 67 687 200 | 58 866 075 | 60 866 075 |
| Kft. működési költségek összesen | 11 300 000 | 11 300 000 | 11 986 500 |
| MINDÖSSZESEN | 78 987 200 | 70 366 075 | 72 852 575 |

A fenti összegek bruttó és forintban értendők.

3.2. Bevételek

Az üzleti tervben rögzített bevételi költségvetési táblázat a 2012. évben a következő mértékben teljesült:

| HT Np. Kft. tervezett bevételei 2012. | Terv | Tény 2012. 12. 31. |
|---|-------------------|--------------------|
| Önkormányzati támogatás | 64 500 000 | 64 500 000 |
| HTME marketing célú pénzeszköz átadás | 5 000 000 | 5 000 000 |
| Helyi TDM pályázatból kiegészítő forrás marketingre | 11 140 000 | 11 140 000 |
| Vállalkozási bevétel | 5 000 000 | 20 999 000 |
| Mindösszesen | 85 640 000 | 101 639 000 |

A fenti összegek bruttó és forintban értendők.

A táblázat mutatja, hogy az önkormányzati támogatás a felek között – a Hévíz TDM Egyesület bevonásával – megkötött szerződés alapján az üzleti terv szerint teljesült.

A TDM Egyesület marketing célú pénzeszköz átadása a 72./2012 (X.26.) számú Taggyűlési Határozatban rögzített módosított üzleti terv alapján teljesült, azonban az eredeti 3./2012 (I. 12.) számú Taggyűlési Határozatban elfogadott éves üzleti terv szerint 6 millió forinttal csökkent.

Az így kiesett összeget az önkormányzati támogatás növelése pótolta.

A vállalkozási bevételek bruttó 15 millió Ft-tal meghaladják a teljes éves tervet, ami a tagok vártnál nagyobb részvételével magyarázható a közös városi megjelenésekben. A vállalkozási tevékenység nettó 1.126.000 Ft-os pozitív eredménnyel zárta a 2012-es évet, ami döntően a heviz.hu hirdetési bevételeinek tudható be.

A kiadási és bevételi tervet összevetve a Társaság a 2. gazdasági évének lezárásával a saját tőke – jegyzett tőke arányát visszaállította, saját tőkét teljes egészében megőrizte. Ezáltal a tagokat pótbefizetés nem terheli.

4. Független könyvvizsgálói jelentés

Humpok József
Bejegyzett, okleveles könyvvizsgáló
Kamarai tagsági szám: 006362

FÜGGETLEN KÖNYVVIZSGÁLÓI JELENTÉS

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft tulajdonosainak

Az egyszerűsített éves beszámolóról készült jelentés

Elvégeztem a Hévízi Turisztikai Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság mellékelt 2012. évi egyszerűsített éves beszámolójának a könyvvizsgálatát, amely egyszerűsített éves beszámoló a 2012. december 31-i fordulónapra elkészített mérlegből – melyben az eszközök és források egyező végösszege 13.181 eFt, a mérleg szerinti eredmény 12.401 eFt nyereség –, és az ezen időponttal végződő évre vonatkozó eredménykimutatásból, valamint a számviteli politika meghatározó elemei és az egyéb magyarázó információkat tartalmazó kiegészítő mellékletből áll.

A vezetés felelőssége az egyszerűsített éves beszámolóért

A vezetés felelős az egyszerűsített éves beszámolóban a számviteli törvényben foglaltakkal összhangban történő elkészítéséért és valós bemutatásáért, valamint az olyan belső kontrollokért, amelyeket a vezetés szükségesnek tart ahhoz, hogy lehetővé váljon az akár csalásból, akár hibából eredő lényeges hibás állításoktól mentes egyszerűsített éves beszámoló elkészítése.

A könyvvizsgáló felelőssége

Az én felelősségem az egyszerűsített éves beszámoló véleményezése könyvvizsgálatom alapján. Könyvvizsgálatomat a magyar Nemzeti Könyvvizsgálói Standardokkal és a könyvvizsgálatra vonatkozó – Magyarországon érvényes – törvényekkel és egyéb jogszabályokkal összhangban hajtottam végre. Ezek a standardok megkövetelik, hogy megfeleljek az etikai követelményeknek, valamint, hogy a könyvvizsgálatot úgy tervezem meg és hajtsam végre, hogy kellő bizonyosságot szerezzek arról, hogy az egyszerűsített éves beszámoló mentes-e a lényeges hibás állításoktól.

A könyvvizsgálat magában foglalja olyan eljárások végrehajtását, amelyek célja könyvvizsgálói bizonyítékot szerezni az egyszerűsített éves beszámolóban szereplő összegekről és közzétételekről. A kiválasztott eljárások, beleértve az egyszerűsített éves beszámoló akár csalásból, akár hibából eredő, lényeges hibás állításai kockázatainak felmérését is, a könyvvizsgáló megítélésétől függenek. A kockázatok ilyen felmérésekor a könyvvizsgáló az egyszerűsített éves beszámoló gazdálkodó egység általi elkészítése és valós bemutatása szempontjából releváns belső kontrollok azért mérlegeli, hogy olyan könyvvizsgálói eljárásokat tervezzen meg, amelyek az adott körülmények között megfelelőek, de nem azért, hogy a gazdálkodó egység belső kontrolljának hatékonyságára vonatkozóan véleményt mondjon. A könyvvizsgálat magában foglalja továbbá az alkalmazott számviteli politikák megfelelőségének és a vezetés által készített számviteli becslések ésszerűségének, valamint az egyszerűsített éves beszámoló átfogó prezentálásának értékelését is.

Meggyőződésem, hogy a megszerzett könyvvizsgálói bizonyíték elegendő és megfelelő alapot nyújt könyvvizsgálói véleményem megadásához.

Vélemény

Véleményem szerint az egyszerűsített éves beszámoló megbízható és valós képet ad a Hévízi Turisztikai Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság 2012. december 31-én fennálló vagyoni és pénzügyi helyzetéről, valamint az ezen időponttal végződő évre vonatkozó jövedelmi helyzetéről a számviteli törvényben foglaltakkal összhangban.

Hévíz, 2013. február 20.

HUMPOK JÓZSEF
e. v. Nyilvánt. sz.: 5079103
Bejegyzett könyvvizsgáló
8700 Marcali, Dózsa Gy. u. 54.
Tagsági ig. szám: 006362
Adószám: 63163133-3-34

Képviselőre jogosult neve: Humpok József
Könyvvizsgáló cég: Humpok József Egyéni vállalkozó
8700 Marcali, Dózsa Gy. u. 54.
Nyilvántartási szám: 003022

Kamarai tag könyvvizsgáló: Humpok József
Nyilvántartási szám: 006362