

**Hévíz Város Önkormányzata**  
**Papp Gábor Polgármester Úr részére**

8380 Hévíz  
Kossuth L. u. 1.

**Tárgy: Képviselő-testületi ülésre  
napirend megküldése**

**Tisztelt Polgármester Úr!**

Mellékelten küldöm a 2014. augusztus 26-i Képviselő-testületi ülés

„A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. 2014. I. félévi gazdálkodása” című napirendi pontjához az írásos beszámolót.

Kérdés esetén örömmel állok rendelkezésre!

Hévíz, 2014. július 29.

Tisztelettel:

Horváth Orsolya

ügyvezető





## **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.**

**2014. I. félévi gazdálkodás**

**Készítette:**

Horváth Orsolya, ügyvezető igazgató  
2014. július 29.

## 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
	Ausztria.....	15
	Németország .....	16
	Svájc.....	17
	Szlovákia .....	17
	Csehország.....	18
	Északi piacok.....	19
2.2	Működési költségek.....	20

### Mellékletek:

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

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. az I. féléves gazdálkodását a 3./2014 (II. 06.) számú Taggyűlési Határozatban elfogadott, a 21./2014 (V. 12.) számú és az 52./2014 (VI.30.) számú Taggyűlési Határozatában módosított 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. tervezett bevételei 2014.	Terv Bruttó összeg forintban	Tény Bruttó összeg forintban
Hévíz TDM Egyesület városi marketing szolgáltatás rendelése	86 496 900	60 969 900
Egyéb vállalkozási bevétel	13 000 000	10 188 552
Saját tőke	2 000 000	2 000 000
Önkormányzati támogatás	0	0
<b>Mindösszesen</b>	<b>101 496 900</b>	<b>73 158 452</b>

A táblázat mutatja, hogy a Hévíz TDM Egyesülettel megkötött marketing együttműködési megállapodás alapján a városi marketing feladatok megvalósítása időarányosan túl lett teljesítve. Ennek oka, hogy az év első felében lényesen aktívabb marketing tevékenység folyik, így a kiadásaink nagyobb része is erre az időszakra összpontosul.

A társaság egyéb vállalkozási bevétele az első félév alatt közel elérte az egész évre tervezett összeget, ami mutatja azt, hogy a hévízi szolgáltatók bevonása sikeres a városi marketing megjelenésekbe.

## 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 2014. I. félévében elvégzett marketing munka kiadási 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	Költség keret	Ténylegesen felmerült költség (kiadás-bevétel)	Kiadás	Bevétel
Belföld összesen	19,73 millió Ft			
Online				
<b>Adwords kampány összesen</b>	<b>1 500 000</b>	<b>679 969</b>	<b>679 969</b>	<b>0</b>
			200 000	0
			300 000	0
			179 969	0
<b>Térségi Adwords kampány</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>E-target</b>	<b>500 000</b>			
<b>Facebook játék, hirdetés</b>	<b>500 000</b>	<b>285 910</b>	<b>471 546</b>	<b>185 636</b>
<b>PR cikk környezetben link ajánló</b>	<b>1 000 000</b>			
femina.hu				
travalo.hu		388 620	388 620	
nlcafe.hu		97 727	97 727	
<b>Egészség témájú portál megjelenések (pl.: webbeteg.hu, harmonet.hu, vital.hu)</b>	<b>600 000</b>			
webbeteg.hu				
vital.hu				
<b>Sport potálok - Téli Olimpia, Foci VB összesen</b>	<b>450 000</b>	<b>235 839</b>	<b>235 839</b>	<b>0</b>
nemzetisport.hu - banner, PR cikk			108 839	0
nemzetisport.hu - banner, PR cikk			101 600	0
xlspport.hu - banner, PR cikk			25 400	0
<b>Programajánló kiemelések - programturizmus.hu</b>	<b>490 000</b>	<b>182 880</b>	<b>182 880</b>	<b>0</b>
Közösségi média, fotó és videó feltöltések, fórumok	0	0	0	0
Applikáció csatlakozás	500 000			
Print				
<b>Itthon otthon van 1 alk.</b>	<b>200 000</b>	<b>120 650</b>	<b>406 400</b>	<b>285 750</b>
				190 500
				95 250
<b>Élmény itthon 3 alk.</b>	<b>400 000</b>	<b>158 750</b>	<b>444 500</b>	<b>285 750</b>
				95 250

				95 250
				95 250
<b>Nők Lapja összesen</b>	<b>500 000</b>	<b>508 000</b>	<b>1 143 000</b>	<b>635 000</b>
			1 104 900	317 500
			38 100	190 500
				127 000
<b>Kiskegyed összesen</b>	<b>300 000</b>	<b>-114 300</b>	<b>1 016 000</b>	<b>1 130 300</b>
				165 100
				165 100
				165 100
				317 500
				317 500
<b>ÉVA Magazin - Utazás rovat</b>	<b>545 000</b>	<b>288 290</b>	<b>1 057 910</b>	<b>769 620</b>
				219 710
				219 710
				219 710
				110 490
MarieClaire	300 000			
Bulletin 1 alk.	190 000			
<b>Patika Magazin</b>	<b>800 000</b>	<b>1 016 000</b>	<b>1 016 000</b>	
			508 000	
			508 000	
<b>Vezető vidéki lapok, pl. Kisalföld, Fejér M. Hírlap</b>	<b>600 000</b>	<b>669 600</b>	<b>707 700</b>	<b>38 100</b>
			139 700	
			60 000	
			101 600	
			101 600	
			101 600	
			101 600	
			101 600	
Men's Health	500 000			

Blikk Nők	0			
TV, rádió				
<b>RTL Klub Kalandor</b>	<b>480 000</b>	<b>158 750</b>	<b>317 500</b>	<b>158 750</b>
<b>TV2 Kalandjárat</b>	<b>905 000</b>	<b>452 120</b>	<b>1 356 360</b>	<b>904 240</b>
			452 120	452 120
			452 120	452 120
			452 120	
Időjárás szponzoráció Híradó környezetben	1 000 000			
Aktív/Fókusz	500 000			
GasztroAngyal	200 000			
Vidéki Rádiók - PR riportok és szpot	400 000			
Családbarát M1	0			
Szerkesztőségek folyamatos kapcsolat tartása	0			
Study tour - belföldi újságírók: Nyugat-Balatoni, RMI	640 000			
<b>Utazás kiállítás - Budapest összesen</b>	<b>2 000 000</b>	<b>2 020 931</b>	<b>3 290 931</b>	<b>1 270 000</b>
			210 947	279 400
			904 240	279 400
			1 047 750	279 400
			67 024	279 400
			1 530	38 100
			1 047 750	38 100
			11 690	38 100
				38 100
<b>Turizmus Gála - Budapest összesen</b>	<b>500 000</b>	<b>532 638</b>	<b>532 638</b>	<b>0</b>
			37 338	
			495 300	
<b>PR akció - rekord kísérlet, flash mob összesen</b>	<b>2 000 000</b>	<b>1 426 008</b>	<b>1 426 008</b>	<b>0</b>
			711 200	
			3 608	
			711 200	
Vírus video készítés, terjesztés	500 000			

<b>Tartalék év közben felmerülő megjelenésekre összesen</b>	<b>731 300</b>	<b>164 632</b>	<b>164 632</b>	
Szakmai képzés			29 147	
Utánfutó grafika			50 737	
KSH éves adatszolgáltatás			52 000	
BP Akvárium Nyitott Balaton kitelepülés			32 748	
<b>Külföld</b>				
Német piac				
<b>PA Együttműködés összesen</b>	<b>6 400 000</b>	<b>26 883</b>	<b>77 309</b>	<b>50 426</b>
			49 924	50 426
			27 385	
Online-Marketing - Gemeinde/Heviz/Standard				
Banner, link, PR cikk - meinwegnachungarn, gotohungary				
3 Pressereise oder Inforeise				
2 Infoveranstaltungen				
Redaktionelle Beiträge in überregionalen Printmedien min. 3 PR-Artikels				
Basel repülőtéri workshop a járatindítás kapcsán				
Svájci online/okostelefon kampány				
Kiegészítő marketing szolgáltatások				
Redaktionelle Beiträge in überregionalen Printmedien				
Veranstalter-Inforeise				
Német önálló megjelenések összesen	5 millió Ft			
<b>Adwords kampány - német nyelvterület összesen</b>	<b>2 000 000</b>	<b>1 816 180</b>	<b>1 816 180</b>	<b>0</b>
			400 000	
			200 000	
			800 000	
			266 403	
			149 777	
Testvérvárosi együttműködések - személyes+reg. Média, Pfungstadt/Herbstein	1 000 000			
Regionális Tv, print - Dél-Németországban	2 000 000			
Svájc önállóan - prevenció téma, reaktiválás, fogászat - összesen	4 millió Ft			
Workshop, roadshow	500 000			



<b>Adwords összesen</b>	<b>1 000 000</b>	<b>828 736</b>	<b>828 736</b>	<b>0</b>
			200 000	
			150 000	
			400 000	
			78 736	
Tartalék év közben felmerülő megjelenésekre	2 500 000			
Osztrák piac összesen	6,65 millió Ft			
<b>Google Adwords kampány</b>	<b>1 500 000</b>	<b>715 762</b>	<b>715 762</b>	<b>0</b>
			550 000	
			165 762	
<b>Study tour - média, utazási iroda, buszos, senioren verband</b>	<b>500 000</b>	<b>14 194</b>	<b>14 194</b>	
			2 050	
			5 420	
			6 724	
Ferien Messe - Bécs	0	0	0	
Print - életmód lapok	2 150 000			
<b>Unsere Generation - Senioren Messe összesen</b>		<b>667 635</b>	<b>1 888 083</b>	<b>1 220 448</b>
				39 374
				787 476
				393 598
Unsere Generation - 50plus				
<b>Kleine Zeitung 4 alk.</b>		<b>322 960</b>	<b>322 960</b>	
			161 480	
			161 480	
<b>Wellness Magazin</b>		<b>454 779</b>	<b>707 740</b>	<b>252 961</b>
				168 126
				84 835
Infopost DM levél - posta	900 000			
TV megjelenések - turisztikai műsorokban	1 000 000	914 400	914 400	
Tartalék	0			
OTS közlemény	300 000	155 860	155 860	0

Kedvezmény kártyás megjelenések	300 000	121 121	121 121	
MT Zrt. együttműködés	0,8 millió Ft			
<b>Auf nach Ungarn! - Graz</b>	<b>200 000</b>	<b>242 952</b>	<b>242 952</b>	
			152 400	
			27 954	
			62 598	
Prémium nap - Bécs	100 000			
Gerilla akciók	500 000			
Skandináv piac összesen	4 millió Ft			
V4-es workshop svéd+norvég	400 000			
<b>Újságírói és utazási irodai study tourok, bloggerek</b>	<b>200 000</b>	<b>178 781</b>	<b>178 781</b>	<b>0</b>
			112 058	
			60 223	
			6 500	
<b>Oslo TravelMatch workshop összesen</b>	<b>350 000</b>	<b>225 556</b>	<b>305 991</b>	<b>80 435</b>
			146 050	16 087
			96 520	16 087
			63 421	16 087
				16 087
				16 087
<b>Adwords - svéd, norvég összesen</b>	<b>2 100 000</b>	<b>1 100 000</b>	<b>1 100 000</b>	<b>0</b>
			400 000	
			240 000	
			140 000	
			160 000	
			160 000	
MT Zrt. együttműködés - print, Norwegian Airlines, TV	950 000			
Szlovák piac összesen	2,5 millió Ft			
ITF - Pozsonyi vásár - Szobakiadók Szövetsége	0	0	0	0
<b>Study tour - média</b>	<b>300 000</b>	<b>4 500</b>	<b>4 500</b>	
			3 800	

			700	
TV megjelenések - turisztikai műsorokban	1 000 000			
<b>Online PR cikkek: www.parameter.sk, www.bumm.sk</b>	<b>300 000</b>	<b>215 254</b>	<b>215 254</b>	<b>0</b>
			92 710	
			86 027	
			15 257	
			21 260	
			21 543	
Adwords	600 000	300 000	300 000	
<b>Print - Új Szó tematikus lapszámok</b>	<b>300 000</b>	<b>181 693</b>	<b>484 359</b>	<b>302 666</b>
				68 344
				117 161
				117 161
<b>Tartalék év közben felmerülő megjelenésekre</b>	<b>0</b>	<b>84 741</b>	<b>84 741</b>	
			44 450	
			40 291	
Cseh piac összesen	18,5687 millió Ft			
MT Zrt. együttműködés - CSA kampány	16 268 700	16 520 465	16 520 465	
<b>Adwors kampány</b>	<b>1 000 000</b>	<b>479 328</b>	<b>479 328</b>	
			240 000	
			160 000	
			79 328	
<b>Szakmai workshop - prémium nap</b>	<b>300 000</b>	<b>100 307</b>	<b>100 307</b>	
			39 502	
			1 755	
			40 250	
			18 800	
<b>Print, study tour</b>	<b>500 000</b>	<b>177 800</b>	<b>381 000</b>	<b>203 200</b>
			381 000	127 000
				76 200
TV megjelenések - turisztikai műsorokban	200 000	14 999	14 999	

Kedvezmény kártyás megjelenések	300 000			
Egyéb kiadások összesen	9,445 millió Ft			
<b>Kiadványok, szóró ajándékok összesen</b>	<b>7 585 000</b>	<b>3 882 067</b>	<b>3 893 624</b>	<b>11 557</b>
			1 289 329	
			333 235	
			37 313	
			82 550	
			1 622 565	
			104 775	
			21 654	
			3 519	
			13 970	
			78 631	
			92 659	
			213 424	
Webcamera fejlesztés	400 000			
Gyógyászati kérdőíves kutatás - online kitöltős	0			
<b>Grafikai tervezés összesen</b>	<b>960 000</b>	<b>476 250</b>	<b>476 250</b>	
			80 010	
			80 010	
			80 010	
			80 010	
			80 010	
			76 200	
<b>Fordítás összesen</b>	<b>500 000</b>	<b>731 495</b>	<b>731 495</b>	
<b>Hévíz.hu honlap üzemeltetése összesen</b>		<b>-2 087 090</b>	<b>9 283</b>	<b>2 096 373</b>
<b>3D virtuális túra üzemeltetése összesen</b>		<b>-307 340</b>	<b>0</b>	<b>307 340</b>
<b>Marketing költségek mindösszesen</b>	<b>77 095 000</b>	<b>37 833 282</b>	<b>48 021 834</b>	<b>10 188 552</b>

## A fenti megjelenések szöveges bemutatása

A megjelenések során fő célunk a gyógyvendégek és az egészségtudatos turisták elérése volt, így ennek megfelelően választottunk hirdetési felületeket és célpiaconkat. A fő üzenet a tófürdő egyedisége és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások és programok voltak.

### 2.1.1. Belföld

**Nyomtatott sajtóban** Magyarországon a **Nők Lapja** (példányszám: 219.892 db) február 5-i számában jelent meg az Ajánló rovatban a 3+1 Téli Álom városi akció. Ezután február 19-én Magyarország minősített gyógyhelyeit bemutató sorozat indult a Nők Lapjában, melyben elsőként Hévíz került bemutatásra. Itt a szolgáltatói direkt hirdetésekkel együtt egy **hét oldalas** anyag állt össze, melyben megjelent a Szobakiadók Szövetsége is. A megjelenés pozitív hatásáról, foglalások realizálódásáról is számoltak be a hirdetőik.

Március 25-én egy beharangozóval indult a **Kisalföldben** orvos válaszol rovatunk, amelyben Hévíz város orvos nagykövete válaszol kéthetente összesen 6 alkalommal az olvasók kérdéseire. A kérdések folyamatosan érkeznek, melynek azért is örülünk, mivel a Kisalföld 68.500 példányban jelenik meg, így az egyik legolvasottabb belföldi napilap.

Ugyancsak március 25-én jelent meg a **Kiskegyedben** (példányszám: 200.000 db) egy három oldalas anyagunk szolgáltatói hirdetésekkel, Kövessük a természet ritmusát Hévízen! címmel. A március 31-én 80.000 példányban megjelenő **Itthon Otthon** belföldi programajánló magazinban pedig arra buzdítottuk az olvasókat, hogy fedezzék fel Hévízt másképp, vegyenek részt programokon, ismerkedjenek meg az újdonságokkal a városban.

Április 23-án a 26.000 példányban kiadott **Éva magazinban** szerkesztőségi cikket találtak az olvasók a „Kis utazás” rovatban arról, hogy „mi is van Hévízen a vízen kívül”. A szerkesztőségi anyaghoz itt is több szálloda csatlakozott, illetve ¼ oldalalon a Szobakiadók ajánlatait is meg tudtuk jeleníteni.

**Az internet világában** új célcsoportot szólítottunk meg: a sportrajongó férfiakat. Online pr cikkeket és bannereket jelentettünk meg sporttal foglalkozó oldalakon a téli olimpia ideje alatt. A **nemzetisport.hu** oldalán 3 napos pr megjelenés volt, melyet banner megjelenéssel támogattunk meg, az **xlsport.hu** oldalon pedig egy héten át pr tartalommal és bannerrel voltunk jelen.

Tavaszi nagyrendezvényeink, a Húsvéti programok és a Boldog Békeidők Hévíze fesztivál programjainak népszerűsítésére, több kiemelt megjelenésünk volt a **programturizmus.hu** főoldalán. A megjelenések hatására 1752 átkattintás érkezett az oldalunkra, az elérések száma viszont többszázszáz nagyságrendű volt.

Linkajánló futott a **nlcafe.hu** oldal szabadidő és utazás rovataiban. Innen a látogatók egy részét a Hévízi Dalfesztivál oldalára irányítottuk a többit pedig a Hévíz.hu-ra. A szponzorált linkek főként szállás és programajánlatokat tartalmaztak a hévíz.hu oldaláról.

Május 7-én jelent meg online változatban is az **Éva magazin** Hévízről szóló cikke: [http://www.evamagazin.hu/promocio/31981\\_mi\\_van\\_hevizen\\_a\\_vizen\\_kivul.html](http://www.evamagazin.hu/promocio/31981_mi_van_hevizen_a_vizen_kivul.html)

Majd június 3-án páros hévízi kikapcsolódásra biztató online cikkünk volt olvasható ugyanitt: [http://www.evamagazin.hu/promocio/32314\\_csak\\_mi\\_ketten\\_hevizen.html](http://www.evamagazin.hu/promocio/32314_csak_mi_ketten_hevizen.html)

A **Travelo.hu** utazási portállal együttműködve május 13-án és 30-án jelentek meg szponzorált cikkeink, a travelo.hu főoldalán, a velvet.hu-n, a dívány.hu-n valamint az index.hu főoldalán. Az első cikk a mindennapi stressz legyőzéséről és prevencióról szólt:

[http://travelo.hu/kozel/2014/05/13/stresszkezesi\\_tippek\\_heviz/](http://travelo.hu/kozel/2014/05/13/stresszkezesi_tippek_heviz/), a második pedig a kedvező árú magánszálláshelyekről: [http://travelo.hu/kozel/2014/05/30/heviz\\_szoba\\_kiado/](http://travelo.hu/kozel/2014/05/30/heviz_szoba_kiado/). Több Hévírről szóló írás, bejegyzés, hozzászólás is megjelent a travelo.hu, ongo.hu, gyakorikerdesek.hu, forum.index.hu, itthonabalatonon.blog.hu, nagyutazas.hu, elmenynaplo.hu, webbeteg.hu, femina.hu, nlc.hu, wikitravel.org, wikipedia.hu oldalainál.

### **Facebook kampány**

2014. május 5-31. között **országos Facebook kampányt** indítottunk. A kampány célja volt, hogy oldalunk rajongói körét bővítsük, valamint, hogy Hévírről szóló információk, érdekességek, ajánlatok, programok minél több felhasználóhoz eljussanak, és minél több felhasználó reagáljon, „kommenteljen” az oldalon megjelenő bejegyzésekhez.

Az úgynevezett „aktivizáló kampány” középpontjában a szöveges és „story” alapú hirdetések voltak. Ennek eredményeként a bejegyzések a kampány időszakban 3 699 103 alkalommal jelentek meg a felhasználók hír folyamában, 11 865 kattintást és 5 860 interakciót (hozzászólást, „like”-ot) generáltak. A „brand kampány” célja volt, hogy megnöveljük az oldal rajongóinak számát. Ennek keretében a fenti időszakban 7 752 907 alkalommal jelentek meg a hirdetéseink és 8 528 kattintást generáltak. A brand kampány eredményeképpen az oldalnak 3 235 új rajongója lett.

A kiemelt megjelenések mellett február 1-én elindult a **belföldi Google Adwords kampányunk**, ami február 20-ig a 3+1 Téli Álom városi csomagra fókuszált, majd ezt követően május végéig a különböző típusú szálláshelyek ajánlataira valamint a gyógytóra.

412.082 megjelenést, 7.922 átkattintást és 45 ajánlatkérést valamint foglalást eredményezett az Adwords kampány.

### **TV megjelenések**

A **TV2 Kalandjárt** című műsorában május 4-én önálló blokkal jelentünk meg a város aktív turisztikai kínálatát bemutatva:

[http://tv2.hu/musoraink/kalandjarat/149290\\_segwaytura\\_es\\_elektromos\\_kerekpar\\_hevizen.html](http://tv2.hu/musoraink/kalandjarat/149290_segwaytura_es_elektromos_kerekpar_hevizen.html)

Ezt követően június 28-án szerepelt Hévíz ismét a műsorban, aminek témája a Festetics örökség volt a térségünkben. Ezt a megjelenést a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda koordinálta és finanszírozta.

[http://tv2.hu/musoraink/kalandjarat/153295\\_festeticsek\\_nyomaban\\_a\\_nyugat-balatonon.html](http://tv2.hu/musoraink/kalandjarat/153295_festeticsek_nyomaban_a_nyugat-balatonon.html)

A **TV2 Mokka** reggeli műsorának Balatonfüredre kitelepült stúdiójában május 8-án mutattuk be a város új kerékpáros rendszerét, valamint ennek illeszkedését az egészségturisztikai kínálatához. A riport itt nézhető vissza:

[http://tv2.hu/musoraink/mokka/149799\\_nyugati\\_nagyvarosok\\_mintajara\\_bringazhatunk\\_h-evizen.html](http://tv2.hu/musoraink/mokka/149799_nyugati_nagyvarosok_mintajara_bringazhatunk_h-evizen.html)

Az **RTL Klub** turisztikai műsorában a **Kalandorban** június 15-én jelentünk meg, szintén a fürdőzés mellett elérhető aktív kikapcsolódási lehetőségeket bemutatva. A műsor itt nézhető meg újra:

[http://www.rtlklub.hu/most/54173\\_kalandor\\_az\\_rtl\\_klub\\_elmenymagazinja\\_azert\\_jott\\_letr\\_e\\_hogy\\_t](http://www.rtlklub.hu/most/54173_kalandor_az_rtl_klub_elmenymagazinja_azert_jott_letr_e_hogy_t)

A térségi turisztikai iroda szervezésében a **Duna TV Szerelmes földrajz** című műsorát forgatták június 25-én, melyben a Tófürdő és a Festetics örökség hévízi vonatkozásai is bemutatásra kerülnek.

### **Rekord kísérlet**

Sárkányhajózás rekord kísérletét szerveztük meg Görbicz Anitával, Dér Henivel és Szentgyörgyi Rómeóval a Hévízi patakon, melyről fotó és videó beszámoló készült. Az eseményről többek között a **Blikk** és a **Bors** is tudósított, többmilliós média értéket generálva ezzel Hévíznek. A kísérletről videó klipp is készült, ami itt nézhető meg újra: <https://www.youtube.com/watch?v=A3njezi9dE>

### **Személyes megjelenések, vásárok, kitelepülések**

#### **Turizmus Gála - Budapest**

A hévízi fejlesztéseket bemutató installációval és ajándék kilincskártyákkal jelentünk meg február 1-én a XXII. Turisztikai Díjátadó Gálán Budapesten. Itt került bemutatásra a TOP 50 címet viselő kiadvány, mely a magyar turizmus ötven legbefolyásosabb emberét mutatja be, akik között helyet kapott Papp Gábor, Hévíz város polgármestere is.

#### **Utazás kiállítás 2014. - Budapest**

Február 27. és március 2. között került megrendezésre a Hungexpo területén a hazai legnagyobb turisztikai bemutatóközpontban. Idén a Magyar Turizmus Zrt-től bérelt területen saját kivitelezésű standot építettünk, ami látványos vízhez kötődő elemekkel volt dekorálva. 25 m<sup>2</sup>-en négy társiállítóval vettünk részt a vásáron. A kiállítás látogatottsága a négy nap alatt – a Hungexpo adatai szerint – 40-45.000 fő volt.

#### **Nyitott Balaton kitelepülés - Budapest**

Április 25-27. között az Akvárium Klubban részt vettünk a Nyitott Balaton programsorozat népszerűsítésére szervezett promóciós rendezvényen. A rendezvényen Hévízt és a hévízi programokat népszerűsítő kiadványokkal vettünk részt, valamint interaktív nyeremény játékkal készültünk. A rossz idő ellenére a rendezvény utolsó napjain játékunk nagyon népszerű volt a vendégek körében.

Június 5-én került megrendezésre az országos **Patika Nap**, melynek idén is főtámogatói voltunk. A Patika Nap keretében az ország 2400 gyógyszerárjába tudtuk eljuttatni szóróanyagunkat, melyben egy ivókúrával kapcsolatos kérdés megválaszolásával prevenció csomagot lehetett nyerni. Azóta a nyertes is kisorsolásra került, aki örömmel érkezik a nyáron Hévízre, hogy részt vegyen a kezeléseken.

#### **Újságírói study tour**

Május 9-én belföldi újságírókat fogadtunk egy nyugat-balatoni tanulmányút keretében, akiknek a hévízi újdonságokat mutattuk be. Az újságírók így részt vettek segway túrán, megismerték a HeBi biciklis rendszert, de a Tófürdő új iszapmedencéjét is kipróbálhatták. A résztvevők között voltak többek között az utazom.com, a Turista Magazin, a Világjáró, a Magyar Turista, a HTM Magazin és a Metropolisz újságírói is. A térségben szerzett élményekről szóló cikkek folyamatosan jelennek meg.

### 2.1.2. Külföld

#### Ausztria

Az osztrák sajtóban az **Unsere Generation** (példányszám: 247.445) c. újság február 24-i számában jelentünk meg egy oldalon, melyet Ausztriában minden PVÖ (Pensionistenverband Österreich, Osztrák Nyugdíjas Szövetség) tag megkap. Az időzítés előnye, hogy ez a szám a Seniorenmesse kiállításon is terjesztésre került.

A határnyitás 25. évfordulójának alkalmából szervezett szabadtéri kiállításról szóló felhívás február 11-én az **Austria Presse Agentur** OTS szolgáltatásán keresztül kiküldésre került. A sajtóközlemény így többek között a következő szerkesztőségekbe jutott el Ausztriában:

- 800 osztrák szerkesztőség (többek között minden osztrák napilap és az ORF), közel 16.000 OTS hírlevélre feliratkozó, közel 80 APA-OTS tartalmi partner, körülbelül 150 turisztikai szakmédiá, 7000 turisztikai hírlevél olvasó, hírportálok.

Németországban:

- 24 hírügynökség, 158 napilap, 146 online szerkesztőség, 17 kiadó, 241 rádió és televízióállomás, 54 kormányzati és minisztériumi hírforrás, 61 gazdasági hírállomás, turisztikai szaksajtó, hírportálok, 130.000 OTS hírlevélre feliratkozó.

A közlemény hatására az osztrák **Kleine Zeitung** (példányszám: 316 818 db) február 15-i számában fél oldalon írt a felhívásról, valamint több online hírportálon is megjelent. Ezen kívül az **ORF III.** csatorna turisztikai műsorának érdeklődését is sikerült felkelteni a téma iránt. Június 19-22. között forgatott nálunk a stáb, az anyag a „Besser Reisen” című műsorban volt látható július elején 3 alkalommal. A 26 perces adás itt nézhető vissza: <https://www.youtube.com/watch?v=XPdJ2GWtfcM>

Április 12-én a **Kleine Zeitungban** egy titkos tipp volt olvasható Hévízről, majd pedig a **Die Ganze Woche** c. újságban (példányszám: 397.000) jelent meg egy kétoldalas hévízi beszámoló. A Die Ganze Woche megjelenés hatására osztrák utazási irodai visszajelzések alapján több konkrét érdeklődés is érkezett, az iroda a megjelenést rendkívül pozitívnak értékelte.

Június 14-én az osztrák **Kleine Zeitungban** (példányszám 316.000) újabb titkos tippel jelentünk meg, majd június 21-én egy hévízi felhívást olvashattak az „Auf nach Ungarn” rendezvényt kapcsolatosan.

Felső-Ausztriában kerül kiadásra egy kifejezetten senioroknak szóló kedvezménykártya, melyet a tartomány nyugdíjas szövetsége ad ki (83.000 kártyatulajdonos), ill. ehhez kapcsolódik egy kedvezményfüzet, valamint egy újság is. Az idén májusban kiadott, jövő év májusáig érvényes katalógusba ingyenes fogászati állapotfelméréssel, valamint ingyenes reumatológiai vizsgálattal jelentünk meg.

**Személyesen** a bécsi „**Ferien Messe**” kiállításon találkozhattak a vendégek a hévízi kollégákkal január 16.-19. között a magyar standon. A vásárt több mint 150.000 vendég látogatta meg. Hévíz iránt kifejezetten intenzív volt az érdeklődés. A megjelenést a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda finanszírozta az éves együttműködésünk keretében. Hévízt a Szobakiadók Szövetsége képviselte.

2014. június 26-28. között került megrendezésre az „**Auf nach Ungarn**” rendezvény **Graz** főterén, melyen Hévíz hat szálloda közreműködésével volt jelen. Az eseményre külön kiadvánnyal készültünk, melyben a résztvevő szállodák egységesen 10 %-os kedvezményt



ajánlottak fel a látogatóknak. Ezen kívül a látogatókat nyereményjátékkal, termálvíz kóstolóval és ingyenes próbamasszázzsal vártuk a standnál.

Általánosságban elmondható, hogy a graziak többsége ismeri Hévízt. (Köszönhetően a Kleine Zeitungban való gyakori megjelenésnek is, amit többen említettek.) A rendezvény kiváló lehetőséget biztosított az élményeik felfrissítésére, az újdonságok bemutatására, ill. azok meggyőzésére, akik még nem jártak Hévízen, de már hallottak róla.

Online területet **Google Adwords** kampánnyal voltunk jelen Ausztriában januártól márciusig. A kampány januárban a 3+1 Téli Álom csomagra irányult, februártól pedig már a szálláshelyekre, a wellness és aktív kínálatunkra fókuszáltunk. 172.203 megjelenést és 2.252 átkattintást eredményezett az Adwords kampány, valamint 8 konkrét ajánlatkérés/foglalást. YouTube video filmünket a kampány során 31.529 fő nézte meg, akik közül 1.291 fő továbblinkelt a honlapunkra.

Május 27-én jelent meg Katharina Zimmermann blogger Hévízről szóló írása a [www.tripwolf.de](http://www.tripwolf.de) oldalon: <http://blog.tripwolf.com/de/blog/2014/05/27/therme-anders-heviz-zeigt-wies-geht/>, majd júniusban egy Hévíz környékéről szóló beszámoló volt olvasható: <http://blog.tripwolf.com/de/blog/2014/06/19/bueffel-balaton-und-barocke-schoenheit-rund-um-heviz/>

Június 4-6. között járt nálunk Christina Leutner, akinek a beszámolója a következő linken olvasható: <http://www.travelontoast.de/2014/06/ungarn-heviz/> A [www.travelontoast.de](http://www.travelontoast.de) oldal a német ebuzzing blogranking listáján az 5. helyen áll, olvasottsága 6.400-7.400 között mozog havonta és 18.000 socialmédia kapcsolattal rendelkezik. Július elején a <http://www.cityseacountry.com/> oldalon ugyancsak Christina Leutner írásai fognak megjelenni Hévízről videóbeszámolóval együtt.

## Németország

Megjelenéseink a PA Touristik és a Magyar Turizmus Zrt. összefogásában szervezett „Westungarische Bäderstraße” projekt keretében zajlanak 2014-ben is.

Ennek keretében duplaoldalas cikk jelent meg az „**Osteoporose Magazin**”-ban, valamint negyedoldalas hirdetés a „**Neue Apotheken Illustrierte**” gyógyszerügyi lapban. A megjelenések a fájdalmaikat enyhíteni vágyó vendégeket szólítják meg. Emellett banner és link ajánlót a **mein-weg-nach-ungarn.de** és a **de.gotohungary.com** weboldalakon, pr cikket a **fww.de** weblapon, nyomtatott megjelenést az **OnTour Magazinban** és **Touristik Aktuell-ben**.

## Személyesen

Február 19-22 között utazási irodai **tanulmányút** járt városunkban az együttműködés részeként, melynek során a résztvevők részletesen megismerkedtek a hévízi gyógyászattal.

### Berliner Gesundheitstage – 2014. május 5-6.

Az összefogásban a vezető magyarországi gyógy- és wellness szolgáltatók mutatták be az aktuális ajánlataikat Berlinben a magyar nagykövetségen megrendezett két napos „egészségturizmus nap” keretében. A rendezvény során közel 400 gyógyulni vágyó potenciális német vendég ismerkedhetett meg Hévíz sokszínű kínálatával. A rendezvény után a magyar gasztronómiát is bemutatva számos eredményes személyes megbeszélésre is sor került, így a résztvevők elmondása szerint jelentős konkrét foglalás várható.

### Friedrichshafen és Basel „Infoflug”

Május 10-én, 17-én, 24-én és június 7-én a 2014-ben indított új német légiútvonal népszerűsítésére „Infoflug” elnevezéssel egynapos információs utakat szerveztünk a Magyar

Turizmus ZRt. és a PA Touristik együttműködésében. A járatok Friedrichshafenből és Baselből szállítottak egy napos villámlátogatásra olyan érdeklődő vendégeket, akik szerették volna jobban megismerni a térségünket, hogy később hosszabb üdülésre is visszatérjenek. A járatokon utazási irodai munkatársak és újságírók is érkeztek, akik hazatérve népszerűsítik Hévízt.

Önálló városi kampányként január 3-tól árpilis elejéig a dél-németországi területeken **Google Adwords** kampányunk fut, 1 millió Ft értékben. A kampányban kifejezetten azokra a területekre fókuszálunk, ahonnan egyéni autós vendégek érkeznek. Mivel a január és a február a legerősebb foglalási időszak Németországban, ezért magánszálláshelyek és hotelek ajánlataira külön kampányt építettünk fel, de emellett a gyógyászat is nagy hangsúlyt kapott. A kampány végéig 614.548 megjelenés és 5.070 átkattintás keletkezett és 6 konkrét ajánlatkérés/foglalás. YouTube video filmünket a kampány során 36.992 fő nézte meg, akik közül 1.748 fő továbblinkelt a honlapunkra.

### **Svájc**

Az új légi összeköttetésre összpontosítva Google Adwords kampányt indítottunk Svájc területén is, a könnyű megközelítés mellett a gyógyászatra és a minőségi szolgáltatásokra felépítve az üzenetet. 2014. február 1-től május végéig 87.407 megjelenést, 1.291 átkattintást és 5 konkrét ajánlatkérést/foglalást eredményezett az Adwords kampány. YouTube video filmünket a kampány során 26.599 fő nézte meg, akik közül 731 fő továbblinkelt a honlapunkra.

### **Szlovákia**

#### **Online kampány**

2014-ben a korábbi évek sikeres tapasztalatai alapján még több szlovák weboldalon terveztünk PR megjelenéseket május hónap során.

Az alábbi portálokon jelentünk meg:

- **Bumm.sk (2 db pr cikk)** - A magyar nyelvű hírportál elsődleges célközönsége a Szlovákiában élő magyarok, meghatározó hírforrásként nőtte ki magát a szlovákiai magyar történetekkel kapcsolatosan.
- **Parameter.sk (7 db pr cikk)** - A Paraméter hírportál országos, szlovákiai szinten a leglátogatottabb szlovákiai magyar hírportál. Olvasói 60-70 százaléka a csallóközi régióból (Pozsonytól Komáromig) kerül ki, mely Szlovákia egyik legfejlettebb, gazdaságilag legerősebb régiója, így kiemelkedő vásárlóerőt képvisel.
- **Dunataj.sk (1 db pr cikk)** - A Dunatáj hetilap archívumának illetve aktuális írásainak interneten való megjelenítését felelős oldal.
- **Sziakomarom.sk (1 db pr cikk)** - Magyar nyelvű regionális információs portál, havi átlag 75.000 olvasóval.
- **Hirek.sk (1 db pr cikk)** - Magyar nyelvű szlovák híroldal.

A cikkekben a tó különleges gyógyhatása mellett a hévízi tavaszi üdülésre, aktív kikapcsolódásra, wellnessre hívtuk fel a figyelmet, alkalmanként élménybeszámoló szerű írásokkal. A kampány alatt az oldalakon megjelent cikkeket összesen 4.765-en olvasták, mely olvasók közel 10 %-a át is kattintott oldalunkra. A megjelenéseket a betervezett keretnél

kedvezőbben tudtunk megvalósítani, így az őszi kampányidőszakban ismét fókuszálhatunk a szlovák online megjelenésekre.

### **Study tour**

Június 17-én szlovák újságírókat köszönthettünk Hévízen, akik a Balaton kínálata mellett szívesen ismerkedtek meg a Tófürdővel, ahol az új kültéri iszapmasszázszt is kipróbálhatták, majd egy ízletes ebéd és belvárosi séta után segway túrán vettek részt.

### **Személyesen**

A pozsonyi „ITF” turisztikai vásáron a magyar standon közös pulton mutatkoztunk be a Nyugat-Balatonnal. Hévízt a Szobakiadók Szövetsége képviselte, mivel ez a piac kiemelten fontos a magán szálláskiadók számára. A vásárt több mint 75.000 vendég látogatta meg. A megjelenés költségét a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda fedezte.

Június 13-15. között Pozsonyban vettünk részt a Magyar Turizmus Zrt. sátrába a **Spa & Wine** elnevezésű rendezvényen, a Magyar Napok keretében. A szlovák piacon különösen fontos, hogy lássák Magyarország nem „csak” a szomszédos ország, hanem érdemes és érdekes úti cél. A vásár helyszíne, Pozsony Óvárosának legnagyobb tere volt, ahol Hévíz mellett jelen volt még több magyarországi fürdő, és attrakcióként naponta három alkalommal borkóstolót rendeztek.

### **Csehország**

#### **Cseh tv forgatás (márc. 29- ápr. 3.)**

Március 29-től 6 napon át az RH1 cseh televízió munkatársait kalauzoltuk városunkban. A forgatás alatt széles körben bemutattuk a Tófürdőt, a város látnivalóit, kikapcsolódási lehetőséget, helyi gasztronómiát és borkultúrát. A forgatott anyagból „Na Spaziru” címmel több részes sorozat állt össze, melyet áprilistól folyamatosan vetítenek a csatornán. A műsornak több, mint 300.000 fős nézettsége van Csehország szerte. Az adások megtekinthetők itt: <http://www.heviz.hu/cz/fotogalerie/video-gallery>

#### **Prágai Európai Unió fesztivál (április 29-30.)**

Csehország Európai Unióhoz való csatlakozásának 10. évfordulója alkalmából koncertekkel és szabadidős programokkal egybekötött rendezvényen jelentünk meg a többi EU-s tagországgal együtt Prága központjában. A Hévízi Turisztikai Kft. mellett a Szobakiadók Szövetsége és a Hunguest Hotel Helios is jelen volt az eseményen, melyen a magyar standot képviselhetjük. Az érdeklődőket pogácsával, borkóstolóval és nyereményjátékkal vártuk, így az egyik leglátogatottabb standot tudhattuk magunkénak. Mint azt a résztvevőktől megtudtuk, szívesen látogatnak Magyarországra, kifejezetten keresik a termál és wellness fürdőket.

A **Czech Airlines** közvetlen Prága – Hévíz járatának beindítása kapcsán számos egyeztetésen vettünk részt, valamint a közös marketing megjelenéseket koordináltuk. Ennek keretében a Czech Airlines honlapján főoldali bannerrel jelentünk meg, microsite-okat hoztunk létre és az üzleti és vendég hírleveleikben szerepeltünk. A Magyar Turizmus Zrt.-vel közös hirdetéseink a légitársaság cseh, német, dán, orosz és francia nyelvű oldalaink jelentek meg.

### Nyomtatott sajtóban

A cseh 100+1 magazinban két megjelenésünk is volt, az első június 4-én két oldalon, melyben Hévízt átfogóan mutattuk be, ill. a Hunguest Hotels, valamint a Szobakiadók Szövetsége helyezett itt el hirdetést. A következő megjelenés június 20-án volt, melyben egy 2 éjszakás 2 fő részére szóló tartózkodást nyerhettek az olvasók magánszálláshelyen. A kéthetente 62.000 példányszámban megjelenő magazin 200.000 fős olvasókörrrel bír.

Online területen **Google Adwords** kampánnyal voltunk jelen Csehországban márciustól. Június végéig 851.570 megjelenést és 3.317 átkattintást és 5 ajánlatkérés/foglalást eredményezett az Adwords kampány. A kampány hosszú lefolyású, augusztusig tervezzük folytatni.

Kiegészítettük a Google megjelenéseket a cseh keresőprogramban a **Seznam**-ban indított új kampányokkal is. Összeállításában a Google Adwords témákkal egyezően termálfürdők, szállás típusok, aktív turizmus kulcsszó csoportok szerepelnek. A hirdetés csoportot mindkettő keresőben bővítettük június végén a repülőjáráshoz kapcsolódó kulcsszavakkal.

### Északi piacok

A skandináv térség utazási irodáit megcélozva részt vettünk január 9-én az Osloban megrendezett „**TravelMatch**” nevű szakmai találkozón, ahol a várost az önkormányzat, a Turisztikai Kft. és 5 hévízi hotel képviselte. Az érdeklődő utazási irodákat tanulmányútra invitáltuk márciusra Hévízre, hogy személyesen is megismerhessék a várost.

Ennek hatására március 19-21. között egy lett és egy norvég szakembert fogadtunk tanulmányútra: Ligita Avdejenoka - TAS Baltics – [www.tas.lv](http://www.tas.lv) (utazásszervező Rigából) és Anca M. Yttri - Sykehuset i Vestfold HF - <http://www.sykehuset-vestfold.no> (Tonsbergből - Oslo-tól 100 km - érkezett egy klinikáról)

Mindkét résztvevő számára teljesen ismeretlen desztináció volt Hévíz, és meglepődve tapasztalták, hogy milyen sokféle színvonalas szolgáltatás közül választhatnak az ide érkezők. A két nap során fürödtek a Hévízi tóban, megismertedtek a tradicionális hévízi gyógyászattal, illetve a szállodákban igénybe vehető modern wellness szolgáltatásokkal, valamint ellátogattak Keszthelyre a Festetics kastélyba is. Azóta meg is érkeztek tőlük az első vendégek.

Május 15-18. között vendégül láttuk egy finn lakberendezési/életmód magazin szerkesztőjét. Megismertettük a tó különleges hatásaival és a hévízi aktív kikapcsolódási lehetőségekkel - mint a kerékpározás és segway; a helyi gasztronómiával és borkultúrával. A study tour hatására **KOTI JA KEITTIO** magazinban 4 oldal jelenik majd meg Hévízüről. A lap olvasottsága Finnországban 167.000 fő.

Online területen **Google Adwords** kampánnyal voltunk jelen Svédországban és Norvégiában is március elejétől kezdve.

Svédországban 451.374 megjelenést és 1.154 átkattintást eredményezett az Adwords kampány, amelyek során a display hálózat képi elemeire és a YouTube videó kampányra helyeztük a hangsúlyt. YouTube videónkat 25.412 fő nézte meg, ami 1.855 új látogatót hozott a honlapunkra.

Norvégiában 1.932.225 megjelenést és 1.756 átkattintást eredményezett az Adwords kampány, YouTube videónkat 17.391 fő nézte meg, ami 1.001 új látogatót hozott a honlapunkra.

## Hévíz.hu

A Hévíz.hu weboldalon folyamatosak a tartalmi frissítések, javítások, hogy minél felhasználó barátabbá váljon az oldal, és minél több információval szolgáljunk a látogatóknak.

Hévíz.hu-n keresztül az indulás óta összesen 3.887 lekérés (ajánlatkérés/foglalás) érkezett. Az oldalnak havonta átlagosan több, mint 32.000 látogatója van. A legnépszerűbb oldalak a Tófürdő aloldalán kívül a szállás és a programkereső aloldalak. A weboldalra folyamatosan futnak Adwords kampányok, ezért fontos, hogy a szálláshelyek minél gyakrabban frissítsék adataikat, áraikat, hogy a vendégek könnyen és gyorsan foglalhassanak az oldalon keresztül. A statisztikák szerint az előző év azonos időszakához képest (február – június) 35%-kal nőtt a foglalások aránya az ajánlatkérésekhez képest.

## Kiadványok nyomtatása

Február során az invitatív kiadványok és az új A3-as méretű várostérkép kiadásra kerültek. Az invitatív kiadványokból a magyar, német, angol, orosz, olasz valamint kínai nyelvű kiadvány újult meg. A várostérkép hátoldalán szereplő látnivalók képeit kiegészítettük rövid leírásokkal magyar, német, angol és orosz nyelveken. A fennmaradt tematikus kiadványok március hónap folyamán kerültek frissítésre.

## 2.2 Működési költségek

HT Np. Kft. működési és karbantartási költségei 2014.	Terv bruttó összeg forintban	Tény bruttó összeg forintban
Telefon és internet költség	300 000	35 659
Irodabérlet	270 000	81 490
Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás	1 000 000	604 074
Postaköltség	300 000	26 825
Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj)	430 000	155 706
Bank költség	600 000	322 726
Béreköltség, járulékokkal 3 főre	11 000 000	4 432 532
Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások)	2 000 000	709 027
Anyagköltség (nyomtatvány, tisztítószer, iroda karbantartás)	300 000	57 861
<b>Működési és karbantartási költségek összesen</b>	<b>16 200 000</b>	<b>6 425 900</b>

## A kiadások összesítése – bruttó összegek forintban megadva

HT Np. Kft. költségei 2014. I. félév	Terv bruttó összeg forintban	Tény bruttó összeg forintban
Működési és karbantartási költségek összesen	16 200 000	6 425 900
Marketing célú kiadások összesen	77 095 000	48 021 834
<b>Mindösszesen</b>	<b>93 295 000</b>	<b>55 447 734</b>