



## **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.**

**2014. évi gazdálkodás**

**Készítette:**

Horváth Orsolya, ügyvezető igazgató  
2015. május 6.

## Tartalom

1.	Bevételi oldal.....	3
2.	Kiadási oldal .....	3
2.1.	Marketing célú kiadások .....	3
2.1.1.	Belföld.....	9
2.1.2.	Külföld.....	15
	Ausztria.....	15
	Németország .....	17
	Svájc.....	19
	Szlovákia.....	19
	Csehország .....	20
	Északi piacok.....	21
2.2	Működési költségek.....	24

### Mellékletek:

1. Egyszerűsített éves beszámoló mérlege
2. Egyszerűsített éves beszámoló „A” típusú eredménykimutatása
3. Egyszerűsített éves beszámoló kiegészítő melléklete
4. Könyvvizsgálói jelentés
5. 2014. számokban és képekben

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. az éves 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 a 2014-ben 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	86 496 900
Egyéb vállalkozási bevétel	13 000 000	32 137 089
Saját tőke	2 000 000	2 000 000
Önkormányzati támogatás	0	0
<b>Mindösszesen</b>	<b>101 496 900</b>	<b>120 633 989</b>

Az egyéb vállalkozási bevételek jelentősen meghaladták a tervezett összeget, melynek egyik oka a Hévíz-Balaton Thermal Airport Fejlesztési Klaszternek végzett bruttó 15.850.870 Ft értékű marketingszolgáltatás. Ezt az összeget leszámítva is több mint 3.280.000 Ft-tal haladta meg a társaság a vállalkozási bevételi tervét, ami mutatja, 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. évben 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	19,7 millió Ft			
Online				
<b>Adwords kampány összesen</b>	<b>1 500 000</b>	<b>864 969</b>	<b>864 969</b>	<b>0</b>
<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>458 643</b>	<b>458 643</b>	<b>0</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>	<b>647 574</b>	<b>647 574</b>	<b>0</b>
femina.hu		63 500	63 500	
travelo.hu		388 620	388 620	
nlcafe.hu		195 454	97 727	
<b>Egészség témájú portál megjelenések (pl.: webbeteg.hu, harmonet.hu, vital.hu)</b>	<b>600 000</b>	<b>219 075</b>	<b>219 075</b>	<b>0</b>
webbeteg.hu		127 000	127 000	0
vital.hu		92 075	92 075	0
<b>Sport potálok - Téli Olimpia, Foci VB összesen</b>	<b>450 000</b>	<b>482 600</b>	<b>482 600</b>	<b>0</b>
nemzetisport.hu - banner, PR cikk			108 839	0
			101 600	0
nemzetisport.hu - banner, PR cikk			101 600	0
			145 161	0
xlspport.hu - banner, PR cikk			25 400	0
<b>Programajánló kiemelések - programturizmus.hu</b>	<b>490 000</b>	<b>487 680</b>	<b>487 680</b>	<b>0</b>
Közösségi média, fotó és videó feltöltések, fórumok	0	0	0	0
Applikáció csatlakozás - Pocket Guide	500 000	0	0	0
Print				
<b>Itthon otthon van 1 alk.</b>	<b>200 000</b>	<b>120 650</b>	<b>406 400</b>	<b>285 750</b>
<b>Élmény itthon 3 alk.</b>	<b>400 000</b>	<b>381 000</b>	<b>1 143 000</b>	<b>762 000</b>
<b>Nők Lapja 1 alk. összesen</b>	<b>500 000</b>	<b>508 000</b>	<b>1 143 000</b>	<b>635 000</b>
<b>Kiskegyed 2 alk. összesen</b>	<b>300 000</b>	<b>-127 000</b>	<b>1 651 000</b>	<b>1 778 000</b>
<b>ÉVA Magazin - Utazás rovat - 2 alk. összesen</b>	<b>545 000</b>	<b>576 580</b>	<b>2 115 820</b>	<b>1 539 240</b>
MarieClaire 1 alk.	300 000	222 250	571 500	349 250

Bulletin 1 alk.	190 000	241 300	241 300	0
<b>Patika Magazin 1 alk. + Patika Nap támogatás</b>	<b>800 000</b>	<b>762 000</b>	<b>1 016 000</b>	<b>254 000</b>
<b>Vezető vidéki lapok - Kisalföld 8 alk.</b>	<b>600 000</b>	<b>669 600</b>	<b>707 700</b>	<b>38 100</b>
<b>Men's Health 1 alk. összesen</b>	<b>500 000</b>	<b>121 672</b>	<b>521 722</b>	<b>400 050</b>
<b>Blikk Nők 1 alk. összesen</b>	<b>0</b>	<b>190 500</b>	<b>762 000</b>	<b>571 500</b>
TV, rádió				
<b>RTL Klub Kalandor 2 alk.</b>	<b>480 000</b>	<b>476 250</b>	<b>635 000</b>	<b>158 750</b>
<b>TV2 Kalandjárat 4 alk.</b>	<b>905 000</b>	<b>919 240</b>	<b>1 823 480</b>	<b>904 240</b>
<b>Időjárás szponzoráció Híradó környezetben M1 10 alk.</b>	<b>1 000 000</b>	<b>996 950</b>	<b>952 500</b>	<b>0</b>
<b>TV2 Aktív 1 alk.</b>	<b>500 000</b>	<b>647 700</b>	<b>647 700</b>	<b>0</b>
GasztroAngyal	200 000			
Vidéki Rádiók - PR riportok és szpot	400 000	632 460	632 460	0
Családbarát M1	0			
Szerkesztőségek folyamatos kapcsolat tartása: ATV Hazahúzó, M1 Balatoni Nyár	0			
<b>Study tour - belföldi újságírók: Nyugat-Balatoni, RMI</b>	<b>640 000</b>	<b>629 920</b>	<b>629 920</b>	<b>0</b>
<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>
<b>Turizmus Gála - Budapest összesen</b>	<b>500 000</b>	<b>532 638</b>	<b>532 638</b>	<b>0</b>
<b>PR akció - rekord kísérlet, flash mob összesen</b>	<b>2 000 000</b>	<b>3 331 008</b>	<b>3 331 008</b>	<b>0</b>
Vírus video készítés, terjesztés	500 000		711 200	0
<b>Tartalék év közben felmerülő megjelenésekre összesen</b>	<b>731 300</b>	<b>819 447</b>	<b>819 447</b>	<b>0</b>
Szakmai képzés			29 147	
Utánfutó grafika			50 737	
KSH éves adatszolgáltatás			52 000	
BP Akvárium Nyitott Balaton kitelepülés			32 748	
SzeptEmber Fest részvétel			19 815	
Pályázati előkészítés, benyújtás			635 000	
<b>Külföld</b>				
Német piac összesen	11,4 millió			
<b>PA Együttműködés összesen</b>	<b>6 400 000</b>	<b>1 523 969</b>	<b>1 668 375</b>	<b>144 406</b>
Online-Marketing - Gemeinde/Heviz/Standard			49 924	50 426
Banner, link, PR cikk - meinwegnachungarn, gotohungary			150 000	16 764

3 Pressereise oder Inforeise			27 385	18 542
2 Infoveranstaltungen			1 441 066	16 764
Redaktionelle Beiträge in überregionalen Printmedien min. 3 PR-Artikels				16 764
Basel repülőtéri workshop a járatindítás kapcsán				8 382
Svájci online/okostelefon kampány				16 764
Kiegészítő marketing szolgáltatások				
Redaktionelle Beiträge in überregionalen Printmedien				
Veranstalter-Inforeise				
<b>Német önálló megjelenések</b>	6 millió Ft			
<b>Adwords kampány - német nyelvterület összesen</b>	<b>2 000 000</b>	<b>1 910 533</b>	<b>1 910 533</b>	<b>0</b>
<b>Testvérvárosi együttműködések - személyes+reg. Média, Pfungstadt/Herbstein</b>	<b>1 000 000</b>	<b>460 330</b>	<b>783 710</b>	<b>323 380</b>
<b>Regionális Tv, print - Dél-Németországban</b>	<b>2 000 000</b>	<b>1 662 227</b>	<b>1 662 227</b>	<b>0</b>
Workshop részvétel, orvos szakmai előadás	100 000	100 000	100 000	0
<b>EuroMed Roadshow</b>		<b>878 424</b>	<b>1 157 424</b>	<b>279 000</b>
Svájc önállóan - prevenció téma, reaktiválás, fogászat	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>
Tartalék év közben felmerülő megjelenésekre	2 500 000			
<b>Osztrák piac összesen</b>	6,65 millió Ft			
<b>Google Adwords kampány</b>	<b>1 500 000</b>	<b>1 307 762</b>	<b>1 307 762</b>	<b>0</b>
<b>Study tour - média, utazási iroda, buszos, senioren verband</b>	<b>500 000</b>	<b>141 194</b>	<b>141 194</b>	<b>0</b>
Ferien Messe - Bécs	0	0	0	0
Print - életmód lapok	2 250 000			
<b>Unsere Generation - Senioren Messe összesen</b>		<b>667 635</b>	<b>1 888 083</b>	<b>1 220 448</b>
<b>Unsere Generation - 50plus</b>		<b>275 856</b>	<b>483 824</b>	<b>207 968</b>
<b>Kleine Zeitung 4 alk.</b>		<b>646 658</b>	<b>646 658</b>	<b>0</b>
<b>Wellness Magazin</b>		<b>454 779</b>	<b>707 740</b>	<b>252 961</b>
<b>Infopost DM levél - posta</b>	<b>900 000</b>	<b>1 211 957</b>	<b>1 677 773</b>	<b>465 816</b>
TV megjelenések - turisztikai műsorokban	2 000 000	914 400	914 400	0
<b>OTS közlemény</b>	<b>300 000</b>	<b>247 645</b>	<b>247 645</b>	<b>0</b>
Kedvezmény kártyás megjelenések	300 000	121 121	121 121	0

MT Zrt. együttműködés	0,8 millió Ft			
<b>Auf nach Ungarn! - Graz</b>	<b>200 000</b>	<b>-195 352</b>	<b>270 003</b>	<b>465 355</b>
Prémium nap - Bécs	100 000	18 580	18 580	0
Gerilla akciók	500 000	67 390	67 390	0
Skandináv piac összesen	4 millió Ft			
<b>V4-es workshop, Stockholmi workshop</b>	<b>400 000</b>	<b>340 714</b>	<b>340 714</b>	<b>0</b>
<b>Újságírói és utazási irodai study tourok, bloggerek</b>	<b>200 000</b>	<b>178 781</b>	<b>178 781</b>	<b>0</b>
<b>Oslo TravelMatch workshop összesen</b>	<b>350 000</b>	<b>225 556</b>	<b>305 991</b>	<b>80 435</b>
<b>Adwords - svéd, norvég összesen</b>	<b>2 100 000</b>	<b>1 850 000</b>	<b>1 850 000</b>	<b>0</b>
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>154 500</b>	<b>154 500</b>	<b>0</b>
TV megjelenések - turisztikai műsorokban	1 000 000			
<b>Online PR cikkek: www.parameter.sk, www.bumm.sk - 9 alk.</b>	<b>300 000</b>	<b>236 797</b>	<b>236 797</b>	<b>0</b>
Adwords	600 000	300 000	300 000	0
<b>Print - Új Szó tematikus lapszámok</b>	<b>300 000</b>	<b>181 693</b>	<b>484 359</b>	<b>302 666</b>
<b>Tartalék év közben felmerülő megjelenésekre</b>	<b>0</b>	<b>84 741</b>	<b>84 741</b>	<b>0</b>
Cseh piac összesen	19 millió Ft			
MT Zrt. együttműködés - CSA kampány	16 268 700	16 520 465	16 520 465	0
<b>Adwors kampány</b>	<b>1 000 000</b>	<b>858 324</b>	<b>858 324</b>	<b>0</b>
<b>Szakmai workshop - prémium nap</b>	<b>300 000</b>	<b>346 471</b>	<b>408 841</b>	<b>62 370</b>
<b>Print, study tour</b>	<b>500 000</b>	<b>511 866</b>	<b>715 066</b>	<b>203 200</b>
TV megjelenések - turisztikai műsorokban	200 000	14 999	14 999	0
Kedvezmény kártyás megjelenések - CSA kedvezménykártya	700 000	113 813	113 813	0
Egyéb kiadások	9,445 millió Ft			
<b>Kiadványok, szóró ajándékok, fotózás összesen</b>	<b>7 585 000</b>	<b>5 042 912</b>	<b>5 050 377</b>	<b>7 465</b>
Webcamera fejlesztés	400 000	117 646	117 646	0
Gyógyászati kérdőíves kutatás - online kitöltős	0			
<b>Grafikai tervezés összesen</b>	<b>960 000</b>	<b>876 300</b>	<b>876 300</b>	<b>0</b>
<b>Fordítás összesen</b>	<b>500 000</b>	<b>1 021 259</b>	<b>1 021 259</b>	<b>0</b>

Hévíz.hu honlap üzemeltetése összesen		-2 791 805	52 788	2 844 593
3D virtuális túra üzemeltetése összesen		-294 640	0	294 640
Hévíz-Balaton Thermal Airport Fejlesztési Klaszter		-15 850 870	0	15 850 870
Marketing költségek mindösszesen	77 095 000	41 358 463	73 495 552	32 137 089



## 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 megtudtuk jeleníteni. A **Patika magazin** szeptemberi számában jelent meg két oldalas anyagunk, melyben a hévízi gyógymódok bizonyított hatásairól számoltunk be. A 165.100 példányban megjelenő havilap gyógyszertárakban kerül terjesztésre és a mérések szerint 679.000 főhöz jut el. Szeptember 23-án a 26.000 példányban megjelenő **Éva magazinban** jelent meg egy oldalas PR cikkünk, melyhez két oldalon szolgáltatói hirdetések kapcsolódtak. Az Éva célcsoportját 30–49 év közötti, közép- és felsőfokú végzettségű, művelt, környezettudatos, az átlagosnál kedvezőbb anyagi helyzetű, igényes városi nők képezik, akik reméljük, hogy következő pihenésük helyszínéül Hévízt választják. Október 7-én a **Kiskegyedben** jelent meg egy oldalas PR cikkünk, melynek fő témája a hévízi gyógymódok bizonyított hatása volt. A megjelenéshez a Tófürdő, a Hunguest Hotels és a Danubius is csatlakozott direkt hirdetésekkel. Az **Éva magazin** októberi számában hévízi újdonságokkal és titkos tippekkel láttuk el az olvasókat, emellett direkt hirdetés formájában a Tófürdő, a Hunguest Hotels, a Carbona és a Kolping jelent meg a 25.000 nyomott példánnyal megjelenő női havilapban.

A 150.000-es olvasottsággal rendelkező **Blikk Nők** november 5-i számban azt tudhatták meg az olvasók, hogy hogyan készülhetnek fel a télre Hévízen. Az összesen 3 oldalas anyagban a Tófürdő, a Hotel Carbona és a Hunguest Hotels konkrét ajánlatai is szerepeltek. Ugyancsak novemberben, a prémium kategóriájú, 18.887 példányszámú **Marie Claireben** fél oldalon őszi wellness tippjeinket tudhatták meg az olvasók, melyhez fél oldalon a Lotus Therme csatlakozott.

A női lapok mellett egy kifejezetten férfiaknak szóló újságban, a **Men's Health** decemberi számában arra buzdítottuk az olvasókat, hogy engedjenek a csábításnak Hévízen. Szolgáltatói ajánlatokkal együtt két oldalon szerepelt Hévíz a 25.000-es példányszámú magazinban.

Az **Élmény Itthon** októberi és novemberi lapszámaiban szerkesztőségi anyagok szerepeltek Hévízről, melyhez jól kapcsolódtak a Tófürdő, a Hotel Carbona és Danubius Hotel hirdetései.

A közönséglapok mellett a **Turizmus Panoráma** októberi számában jelentettünk meg egy egy oldalas anyagot a reptérrel és az új kutatási eredményekkel kapcsolatban.

**Az internet világában** új célcsoportot szólítottunk meg: a sportrajongó férfiakat. Online pr cikket 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 **xlspport.hu** oldalon pedig egy héten át pr tartalommal és bannerrel voltunk jelen. A foci VB ideje alatt a nemzetisport.hu oldalán 4 napos pr megjelenés, melyet banner megjelenéssel támogattunk meg. A cikkben felhívtuk a figyelmet arra, miért érdemes még a VB ideje alatt is Hévízre érkezni, sőt még a meccsek között is. A pr anyag olvasói közül 516-átkattintás származott a banner megjelenésből pedig 534 átkattintás érkezett.

Tavaszi nagyrendezvényeink, a Húsvéti programok és a Boldog Békeidők Hévíze fesztivál programjainak népszerűsítésére, több kiemelt megjelenésünk volt a **programturizmus.hu** főoldalán. A megjelenések hatására 1.752 átkattintás érkezett az oldalunkra, az elérések száma viszont többszázazres nagyságrendű volt. Az augusztusi és szeptemberi két nagyrendezvényt a Borünnep és a Magyar Dal Napja több napos programok kapcsán volt több hetes megjelenésünk a programturizmus.hu portálon. Ezen időszakban több, mint 3.000 átkattintás jött az oldalról. A **programturizmus.hu** portálon futott több héten keresztül adventi programajánlónk is, valamint a 3+1 Téli Álom kampánnyal kapcsolatos hirdetés: főoldali képes kiemelések váltakozva december 8 – 28. között. A portállal éves együttműködés keretében több mint 16 heti kiemelt megjelenésünk futott le, valamint 74 programajánlat frissül évente. Így az oldalról tavaly összesen 14 519 átkattintás jött, s az érkezők az oldalunkon töltött 2,11 perc alatt 2,68 oldalt tekintettek meg.

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)

Az Éva magazin weboldalán augusztus 8-án, majd szeptember 9-én is jelent meg PR cikkünk, melyek itt olvashatók:

[http://www.evamagazin.hu/promocio/33312\\_heviz\\_minden\\_esetre.html](http://www.evamagazin.hu/promocio/33312_heviz_minden_esetre.html)

[http://www.evamagazin.hu/promocio/33717\\_heviz\\_az\\_uj\\_fovarosunk.html](http://www.evamagazin.hu/promocio/33717_heviz_az_uj_fovarosunk.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 főoldalon. Az első cikk a mindennapi stressz legyőzéséről és prevencióról szól: [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.

Több egészség és utazással foglalkozó online felületen jelentünk meg PR cikkel vagy linkajánlóval/szponzorációval. A **vital.hu** oldalon egy héten keresztül október 13-29. között futott cikkünket 6441-en látták a lap főoldalán. Linkajánlóval szerepeltünk a **webbeteg.hu** oldalon több, mint egy hónap keresztül november 25-december 31. között. Itt három hévíz.hu-ra irányított link szerepelt váltakozva a mozgásszervi témakörben megjelenő cikkek végén. Az **nlc.hu** szabadidő és utazás rovat cikkeiben 1000 CT (átkattintás) vásároltunk meg november hónapra, mely kattintás szám már november 17-ig teljesült is. Összesen 857 átkattintást regisztráltunk, mely során a látogatók 1:31 másodpercet töltöttek el nálunk, s ez alatt 2,27 oldalt néztek meg.

A nyomtatott sajtóban megjelent **Éva és Men's Health** cikkek online formában is elérhetők és megtekinthetők a következő linkeken:

[http://www.evamagazin.hu/promocio/35371\\_engedj\\_a\\_csabitasnak\\_hevizen.html](http://www.evamagazin.hu/promocio/35371_engedj_a_csabitasnak_hevizen.html)

<http://menshealth.hu/engedj-a-csabitasnak-hevizen/>

### **3+1 téli álom Hévízen kampány**

2014-ben ismét meghirdettük téli forgalomélénkítő kampányunkat. A csomag lényege, hogy a városi elemek mellett mindegyik csatlakozó szálláshely plusz egy éjszakát ad ajándékba, így válik városi szinten hirdethetővé az akció. Ezúttal a plusz egy éjszaka, s a kedvezményes árú fürdőbelépő mellett, korcsolyapálya használatot s kedvezményes segway túra lehetőséget kapnak a csomagra foglalók. A csomag 2014. december 5. és 2015. március 1. között érvényes. A vendégek a kedvezményeinket a szálláshelytől kapott szív alakú kuponnal tudják érvényesíteni. Az akcióhoz 14 szálláshely csatlakozott.

### **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.

A nyári időszakban a west-balaton.hu oldal hévízi részeire a térségi turisztikai iroda szervezésében külön Adwords kampány is irányult, melynek hatására augusztus végéig

15.860 kattintás érkezett a hévízi kulcsszavakra, amelyek 115 ajánlatkérést generáltak a hévízi szálláshelyekre.

Google Adwords kampányaink folytatódtak szeptember 15. – november 30. között, melynek hatására keresési és képes display hirdetéseink több mint 2.600.000 alkalommal jelentek meg az internetező közönségnek. Összesen 5.303 olvasót generáltak így az őszi kampány időszakban a hévíz.hu oldalra, amiből 1.787 olvasó kifejezetten szállást keresett. A kereső kampányok mellett remarketing kampányokkal is a városi honlapra irányítottunk potenciális vendégeket. Legnépszerűbb kampányaink a szállás típusokra kialakított kulcsszó csoportok, valamint a Hévíz gyógyfürdőre kialakított kampányok voltak.

A látogatók átlagosan 3,16 percet töltenek az oldalon, ami alatt 3,9 aloldalt néztek meg.

### **Etarget kampány**

Október 1. – 30. között futott képi elemekre fókuszáló Etarget kampányunk, belföldi honlapok tartalmi hálójában. Összesen 7.998 kattintást eredményeztek az Etarget kampányok, átlagosan 39,38Ft-ért, összesen 315.000 Ft-os költségkeretből. A kampány 3 kulcsszóhalmaz – a termál fürdő, wellness üdülés és a hévízi utazás – között egyenlő mértékben lett felosztva. A 3 kulcsszóhalmaz közel azonos mennyiségű érdeklődőt vonzott. A látogatók átlagosan 3,7 oldalt néztek meg az oldalunkon.

### **TV megjelenések**

A **TV2 Kalandjárat** 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)

Október 11-én került ismét adásba a városunk sportos arcát is bemutató kisfilm, ami az alábbi képre kattintva online is visszanezhető.

[http://tv2.hu/musoraink/kalandjarat/160008\\_kenukaland\\_tunderbirodalomban\\_gokartversennyel\\_hevizen.html](http://tv2.hu/musoraink/kalandjarat/160008_kenukaland_tunderbirodalomban_gokartversennyel_hevizen.html)

A riport teljes hosszában a TV2 Mokka műsorában is sugárzásra került, így a Kalandjárat ismétlésével együtt összesen 3 alkalommal kerül képernyőre, ami közel 900.000 nézőt jelent. A TV sugárzást online jelenlét is erősíti a műsor saját felületein: Tv2.hu, Facebook, azutitars.hu.

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)

### **TV2 Aktív**

December 9-én került adásba a Németh Lajossal forgatott mikulás témájú anyag, melyben a nézők az időjós tolmácsolásában tudhattak meg többet a Hévízi tó különleges mikroklímájáról, és arról, hogy télen is ideális helyszín Hévíz a pihenésre.

Az anyag a következő linkre kattintva tekinthető meg:

[http://tv2.hu/musoraink/aktiv/164561\\_unokai\\_a\\_homokba\\_temettek\\_nemeth\\_lajost.html](http://tv2.hu/musoraink/aktiv/164561_unokai_a_homokba_temettek_nemeth_lajost.html)

### **M1 Időjárás szponzoráció**

November 24-től 10 napon át az Esti híradó utáni időjárás-jelentés támogatójaként volt látható 5 másodperces spotunk. Az M1 híradót és az azt követő időjárás-jelentést közel 500.000 ember nézi alkalmanként, így ezzel a megjelenéssel nagyszámú nézőközönséget tudtunk elérni.

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)

Szeptember 28-án jelentünk meg ismét a Kalandorban 8 perces blokkal, amiben az úszás egészségmegőrző szerepét, valamint szauna show- t és iszap masszázst mutattunk be. A műsor itt nézhető meg újra, 07.38-tól kezdődik a hévízi rész:

<http://www.rtlklub.hu/most/...>

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.

Augusztus 16-án az **M1 Balatoni Nyár** műsorában Hévíz városa vendégszerepelt. A révfülöpi stúdióban Papp Gábor Polgármester Úr számolt be az aktuális fejlesztésekről, az idegenforgalmi helyzetről, míg Miklós Beatrix a szakács világbajnokságra készülő csapat két tagjával főző show-val szórakoztatta a nézőket, de bemutatkozott a Borbély Családi Pincészet is a Hévízi Borünnep kapcsán, melynek részleteiről Hermann Katalin nyilatkozott, és hallhattuk Bebét is. Az élő kapcsolás során pedig Dr. Mándó Zsuzsanna jelentkezett a Hévízi tó partjáról. Az adás megtekinthető a következő oldalon a 62-es adásra kattintva:

<http://www.mediaklikk.hu/musor/balatoninyar/>

### **Vidéki rádiók**

Muravidéki Magyar Rádió

November 27-én délelőtt a Muravidéki Magyar Rádió sugározott élő műsort a Tourinform Irodából. A „Kalausz” című műsoruk egyik utolsó állomásán nemcsak a Tóról, mint különleges természeti képződmény, és gyógyító „csoda” beszélgettünk, hanem szó esett a városban található kulturális és aktív kikapcsolódási lehetőségekről is. A műsor vendége volt Dr. Mándó Zsuzsanna és Hermann Katalin is. Az adás később több alkalommal is ismétlésre került. A teljes anyag elérhető itt: <http://www.rtvsllo.si/mmr/news/article/9830>

Győr, Pécs, Székesfehérvár - rádió kampányok

November 10. – 21. között a leghallgatottabb vidéki rádiókban jelentünk meg, Pécsen és Székesfehérvár „Hévízi egészségpercek” szakértői blokkal a főműsoridő híradó környezetében, Győrben pedig nyeremény játékkal. A Fehérvár Rádió és a Rádió 1 Pécs, előre rögzített riportokat sugározott, melyben a hangsúly dr. Mándó Zsuzsanna orvos igazgató szakmai tanácsain volt. Az Ozone FM Győrben szintén főműsor időben sugározta a játékunk beharangozóját és a játékot, amiben hévízi különlegességekre kérdezett rá a műsorvezető. A szerencsések naponta Tófürdő belépőt, fődíjként pedig hévízi üdülést nyerhettek.

### **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>

### **A világ legnagyobb úszó adventi koszorúját – PR akció**

November 30-ra elkészítetettük a világ legnagyobb úszó adventi koszorúját, melyet vízre is bocsátottunk Németh Lajos, a Tv2 meteorológusa és Váczi Gergő, a Fem3 műsorvezetője Détár Enikő színésznő segítségével. A sztárok a játékonysági adventi vásárra sütemény felajánlással érkeztek, melyet Papp Gábor Hévíz város polgármestere nagy örömmel fogadott.

Az 570 darab léggömbből, 8 munkaórán át, 3 ember plusz 3 sztár által készített koszorú 4 méter átmérőjű és mindössze 5 kilogrammot nyom.

Az akció célja pozitív hangvételű sajtó megjelenések generálása volt. Összesen több, mint 15 millió Ft értékű megjelenés született az akció hatására, többek között TV2 Tények és Class FM Híradó riport, nyomtatott megjelenésben Blikk, Bors, Star, Színes RTV, online felületeken life.hu, hír24.hu és számos hír csatorna.

### **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 bemutakozó. 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 társkiállítóval 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.

Szeptember 5-6. között részt vettünk Budapesten a „**Szeptember Feszt2014**” elnevezésű fesztiválon. Az esemény a Népligetben került megrendezésre. A Hévízi stand a turisztikai sétány része volt, a gasztronómiai, folklór, világzenei programok mellett. A

rendezvényre a kiadványok mellett segway bemutatóval, játékkal is készültünk a családok számára.

### **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 Metropol újságírói is. A térségben szerzett élményekről szóló cikkek folyamatosan jelennek meg.

**Szeptember 12-13-án a Magyar Újságírók Országos Szövetségével** közös szervezésben érkezett hozzánk öt belföldi újságíró a határnyitás 25. évfordulójának alkalmából.

A témához kapcsolódóan ezúttal a magánszálláshelyen pihenés előnyeit mutattuk meg, érdekes történeteket hallhattunk a '80-as, '90-es évekből a Szobakiadók Szövetségének elnökségi tagjától, Bruncsics Andreától, trabi túráztunk, de természetesen a tóban való fürdőzés, az újdonságok és a Szabadtéri Élménykiállítás megtekintése sem maradhatott el. A tanulmányútból számos megjelenés született: a Magyar Hírlapban, a Népszabadságban, a Turizmus Bulletinben, az utazona.hu és a muosz.hu oldalakon is beszámoltak az újságírók az útról. Emellett a Diplomata Magazinban és a Pesti Estben is várható megjelenés.

**November 6-7. között** a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda szervezésében belföldi média study tour résztvevői érkeztek hozzánk, többek között a HTM, a Magyar Turista, a Magyar Orvosi Kamara, a Fanny Magazin, az Élmény itthon és a Life.hu képviselőit. Hévízi programjukban különlegességgként kenuzás szerepelt a Hévíz patakon, majd ebéd után tófürdő látogatás és fürdőzés. A térségben felfedezték még a borászati és gasztronómiai értékeket, valamint a Bakonyerdő Zrt. legújabb attrakcióit. A study tour eredménye azóta számos nyomtatott és online élménybeszámoló.

## **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>

A műsor körülbelül 100.000 nézőhöz jutott el, az online megjelenések pedig a teljes szakmai kört lefedik.

Az adásból készült egy rövid klipp is, mely a Krone TV-n látható: <http://www.krone.at/>

Április 12-én a **Kleine Zeitungban** egy titkos tipp volt olvasható Hévírről, 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.

2014. 10.12-én egy PR ügynökséggel történt együttműködésnek köszönhetően jelent meg egy cikk „Die Thermen der Nachbarn” címmel a **die Presse** c. lapban, melyben Hévíz egyedüli magyar fürdőként szerepelt. Az újság nyomtatott példányszáma 119 727 db.

A **Kleine Zeitungban**, októberben, novemberben és decemberben is megjelentünk egy-egy Hévírről szóló hírrel, újdonsággal, elérve így az újságot szívesen forgató karintiai és stájerországi vendégeket.

**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 próbamasszázsokkal 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.

A Magyar Turizmus Zrt. negyedik alkalommal szervezte meg a hagyományos **Nagy Magyar Turizmusnapot Bécsben**; október 2-án egész napos randevút adott egymásnak az osztrák és magyar turisztikai szakma. A prémium rendezvény célja a bővülő hazai turisztikai



kínálat és aktualitások megismertetése, piacra segítése Ausztriában. 210 fő részvételével zajló rendezvényen aktív érdeklődés volt Hévíz iránt, utazási irodák és a sajtó képviselőinek részéről egyaránt.

### Direkt marketing akció

Általunk alkalmazott új marketing eszközként november elején került kiküldésre 25.500 grazi és Graz környéki, többnyire 40 év feletti háztartásba postai DM levelünk, melyben 6 szolgáltató jelent meg nála beváltható 25 Eurós kuponnal.

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 továbbblikelt a honlapunkra.

Google Adwords kampányaink futottak szeptember 1. – november 30. között is, melynek hatására keresési és képes display hirdetéseink több mint 618.000 alkalommal jelentek meg az internetező közönségnek. Összesen 4.785 olvasót generáltak így az őszi kampány időszakban a hévíz.hu oldalra, amiből 1.634 olvasó kifejezetten szállást keresett. A kereső kampányok mellett remarketing kampányokkal is a városi honlapra irányítottunk potenciális vendégeket. Legnépszerűbb kampányaink a szállás típusokra kialakított kulcsszó csoportok, a Hévíz gyógyfürdőre kialakított kampányok valamint a wellness témakör voltak.

A látogatók átlagosan 3,23 percet töltenek az oldalon, ami alatt 4,6 aloldalt néztek meg.

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**” gyógyszerértári 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 Aktuellben**.

### **Személyesen**

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

### **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 légi járatok népszerűsítésére „Infoflug” elnevezéssel egynapos információs utakat szerveztünk a Magyar Turizmus Zrt. és a PA Touristik együttműködésében. A járatok Friedrichshafenből és Basalból 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 Hévizt.

A Magyar Turizmus Zrt., a PA Touristik, a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. és a hévízi szolgáltatók valamint a charter repülőjáratokat biztosító InterSky légitársaság részvételével július 6-án került megrendezésre a **"Hévízi Egészségnap" a németországi Friedrichshafenben**, a Bodensee Repülőtéren. A közel 400 vendéget megmozgató eseményre az egész éves, példamutató együttműködés keretében került sor. A közvetlen összeköttetés iránt egyre nagyobb az érdeklődés az őszi repülési szezonban, hiszen a Friedrichshafen-Hévíz Balaton járatra a német repülőtér vonzáskörzetéből mindhárom országból mutatkozik igény.

Október 1-3 között a gyógyturizmus egyik legnagyobb németországi szervezője az **EuroMed utazási iroda** hívta meg vendégeit **Drezdában, Lipcsében és Berlinben** a „Hévízi Egészségnapra”, melynek során a város egyedi gyógyászati lehetőségei kerültek bemutatásra.

A németországi székhelyű **SPA Travel** meghívására október 4-én Marienbadban vettünk részt egy workshopon, melyen az összes kínálatukban szereplő desztináció, valamint 140 utazási irodai partner volt jelen, akiknek információs anyagainkat juttattuk el. Az irodák nagy figyelemmel hallgatták Dr. Monduk Péter, Hévíz város orvos nagykövetének előadását a hévízi tradicionális kúráról.

Németországban augusztus és szeptember hónapban három újságban jelentünk meg egy magyarországi fogászati turizmusról szóló anyagban ¾ oldalon, melyhez a Gelencsér Dental és két hévízi hotel is csatlakozott. A **Homes & Gardens, Traumwohnen és Holiday & Lifestyle** újságok összesen 190.000 példányban jelentek meg és ezzel egy millió olvasót értek el.

Herbsteini és pfungstadti partnervárosunkkal és annak régiójával szorosabb együttműködésre törekszünk, melynek keretében a **Tipp Vogelsberg** (Példányszám: 50.000) és **Frankensteiner Rundschau** c. (Példányszám: 10.200) újságokban jelentünk meg először egy általános, majd hévízi titkos tippeket adó PR cikkel, 2-2 alkalommal az ősz folyamán. A

PR cikkek mellett konkrét ajánlatokkal szolgáltatók is megjelentek, és a Frankensteiner Rundschau szerkesztőjéhez érdeklődések is futottak be a cikkek hatására.

Önálló városi kampányként január 3-tól április 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 történésekkel 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 magánszállás kiadók számára. A vásárt több mint 75.000 vendég látogatta meg. A megjelenés költségét a Nyugat-Baltoni 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 képviselhettük. 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.

#### **Travel Meeting Point**

Október 29-30. között került megrendezésre Prágában a csehországi utazási irodák szövetségének szervezésében a korábbi MADI szakvásárt felváltó rendezvény, ami kizárólag az utazási szakma képviselői számára volt látogatható. A vásár második napján Magyarország workshopra invitálta a Magyar Turizmus Zrt. meglévő és potenciális partnereit, ahol Hévíz kiemelten is bemutatásra került. A rendezvény során nagy érdeklődés mutatkozott a Prága – Hévíz közvetlen repülő járatra, valamint magánszálláshelyekre és szállodai ajánlatokra egyaránt. Több, mint 20 utazási irodával sikerült felvenni a kapcsolatot, akiknek tagjaink ajánlatait a szálláskatalógus mellett külön a rendezvényre összeállított CD lemezekben is eljuttattuk.

### **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.

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. Az együttműködés keretében az alábbi megjelenések valósultak meg:

#### **Study tour**

Szeptember 8-9 között 12 fős utazási irodai study tour hévízi programját koordináltuk, akik a Czech Airlines kiemelt partnereiként szabadidős és konferencia turizmusban tevékenykednek és keresik az új lehetőségeket. A résztvevők a város gyógyászati, wellness és aktív kínálata mellett megismerkedtek a szállás kínálatával a magánszobakiadóktól a szállodákig. Látogatásukkal a 2015. évi turisztikai szezonra készültek.

#### **Személyesen**

Augusztus 28-án délutánra a Magyar Turizmus Zrt., valamint a prágai Magyar Nagykövetség Hévíz workshopra invitálta meg a csehországi turisztikai szakmát. Az ország, valamint Hévíz bemutatását követően az új légi közlekedési lehetőségekről is részletes előadást hallhatott a közönség. Több, mint 50 fő utazási irodai és média képviselő vett részt az eseményen, melyet követően a szakmai megbeszélések során konkrét érdeklődést mutattak a hévízi üdülések, valamint a légi járat használata iránt.

#### **Online**

A Czech Airlines honlapján külön tematikus oldalt alakítottunk ki több nyelven Hévíz számára, ami közvetlenül a főoldalról érhető el. A légitársasággal együttműködve Facebook nyereményjátékot hirdettünk hévízi szállások bevonásával, valamint a törzsvásárló programjukban részvevő utasaiknak speciális kedvezményeket ajánlottunk. 4 alkalommal jelentünk meg a légitársaság hírlevelében, német, angol, cseh, orosz és francia nyelvterületeken.

Online területen önállóan **Google Adwords** kampánnyal voltunk jelen Csehországban márciustól. Június végéig 851.570 megjelenést és 3.317 átkattintást és 5 ajánlatkérést/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 - Oslotól 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, megismerkedtek 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 Hévízről. A lap olvasottsága Finnországban 167.000 fő.

A **stockholmi Magyar Nagykövetség** meghívását több mint 50 turisztikai és egészségügyi szakértő fogadta el 2014. december 8-ára, akik az információs rendezvény során részletesen megismerték Hévíz és Magyarország egészségturisztikai szolgáltatásait. Az eseményt Makkay Lilla rendkívüli és meghatalmazott nagykövet nyitotta meg, majd Papp Gábor Hévíz polgármestere köszöntötte a résztvevőket.

A résztvevők nagy érdeklődéssel hallgatták dr. Homoky Mária főorvos-asszony előadását, aki a Hévízgyógyfürdő reumatológusaként részletesen számolt be a hévízi tófürdőről és az erre épülő tradicionális hévízi kezelésekről. Ezt követően Kepli József János Hévíz alpolgármestere mutatta be Hévíz és térségének élmény-gazdag turisztikai kínálatát, felhívva a figyelmet a minőségi szolgáltatásokra, valamint a kedvező ár-érték arányra. Az előadásokat Székely György a Magyar Turizmus Zrt. észak-európai képviselő vezetője zárta, átfogó képet nyújtva hazánk egészségturizmusáról, valamint megközelítési lehetőségeiről.

A programot kötetlen beszélgetés zárta, melynek során a további együttműködési lehetőségek egyeztetésére nyílt lehetőség. Tagjaink aktualitásait információs CD-n kapták meg a résztvevők.

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 folyamatosan a tartalmi frissítések, javítások, hogy minél felhasználó barátabbá váljon az oldal s minél több és pontosabb információval szolgáljunk a

látogatóknak. Az újév közeledtével a szálláshelyek teljeskörű adatellenőrzését is megkezdjük az utolsó negyedévben, hogy minden szálláshely frissített adatokkal árakkal kezdje a 2015-ös évet.

Néhány statisztikai adat oldalunkról:

- 300.638 egyéni látogató évente (mely folyamatosan növekszik)
- Oldalletöltés évente: 1.847.722
- Látogatók átlagos tartózkodási ideje: 03:25 perc
- A látogatók átlag 4,21 oldalt nyitnak meg
- Látogatók köre: 54 % férfi, 46 % női látogató
- Fő korcsoportok: 25-34 évesek (33,5%), 18-24 évesek (27,5 %), 35-44 évesek (15,5 %), 44 év felett (23,5 %)
- A leglátogatottabbak a magyar valamint német nyelvi aloldalak
- A legnépszerűbb oldalak a Tófürdő aloldalán kívül a szállás és a programkereső aloldalak
- A 2011-es indulás óta összesen 5108 lekérést (ajánlatkérés/foglalás) érkezett

### Kiadványok nyomtatása

Az alábbi kiadványok kerültek frissítésre és újranyomtatásra a 2014. év során.

Kiadvány címe / nyelve	Példányszám (db)
<b>Hévíz image kiadványok nyomása</b>	
magyar nyelven	15000
német nyelven	15000
angol nyelven	8000
orosz nyelven	4000
olasz nyelven	1000
kínai nyelven	2000
<b>Egészség &amp; wellness kiadvány</b>	
magyar nyelven	4000
német nyelven	7000
angol nyelven	4000
orosz nyelven	8000
<b>Városterkép</b>	20000

### Pályázati munka

„OFF TO SPAS – Healthy off-season leisure programmes for seniors in thermal spas and wellness centres” pályázat kidolgozása és benyújtása az Európai Bizottság felé.

Az új turistaforgalom generálásának, új munkahelyek létrehozásának, a helyi és regionális fejlődés új lehetőségeinek kiaknázása érdekében az alábbi tevékenységekre kerül sor a pályázat pozitív elbírálása esetén:

- Balneológiai turisztikai termékhálózat létrehozása, ami hely- és piac-specifikus gyógyászati és egészségtámogatási programokat ajánl fel az idősebb korosztály részére,
- Idősekre vonatkozó piaci tanulmány, felmérések, komparatív elemzések, az idősek piacát és a balneológiai kérdéseket elemző tanulmányok,
- Vitafórumok, műhelyfoglalkozások és hasonló rendezvények a hálózatépítési és partnerségi kapcsolatok, valamint a jó gyakorlatok kicserélése érdekében,

- Kapacitásépítés és képzés az idős turisták és a szakma képviselői számára,
- Tudatosítási rendezvények és kommunikációs programok a projekt és a termék szempontjából

Együttműködő partnereink: Pannon Egyetem, Európa Konzorcium Nonprofit Kft., Age Platform, Vega Resor, Kovászna megye, Zala Megyei Önkormányzat, Hévíz Város.

## 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	141 130
Irodabérlet	270 000	297 851
Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás	1 000 000	1 129 473
Postaköltség	300 000	76 899
Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj)	430 000	400 891
Bank költség	600 000	594 943
Béreköltség, járulékokkal 3 főre	11 000 000	9 274 395
Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások)	2 000 000	1 861 424
Anyagköltség (nyomtatvány, tisztítószer, iroda karbantartás)	300 000	467 309
<b>Működési és karbantartási költségek összesen</b>	<b>16 200 000</b>	<b>14 244 315</b>

### A kiadások összesítése – bruttó összegek forintban megadva

HT Np. Kft. költségei 2014.	Terv bruttó összeg forintban	Tény bruttó összeg forintban
Működési és karbantartási költségek összesen	16 200 000	14 244 315
Marketing célú kiadások összesen	77 095 000	73 495 552
<b>Mindösszesen</b>	<b>93 295 000</b>	<b>87 739 867</b>